

**PARIWISATA
BERBASIS MASYARAKAT
DI DESA WISATA:
BALI SEBAGAI KASUS**

**Dewa Putu Oka Prasiasa
Dewa Ayu Diah Sri Widari**

Pustaka Larasan
2022

**PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESA WISATA:
BALI SEBAGAI KASUS**

Penulis

Dewa Putu Oka Prasiasa
Dewa Ayu Diyah Sri Widari

Pracetak

Slamat Trisila

Penerbit

Pustaka Larasan
(Anggota IKAPI)
Jalan Tunggul Ametung IIIA/11B
Denpasar, Bali 80116
Ponsel: 0817 35 34 33
Ponsel: pustaka_larasan@gmail.com
Laman: <http://pustakalarasan.online>

Cetakan Pertama: 2022

ISBN 978-623-6013-85-4



ඔබ්බිඳු ආරාධිඳු විඳබ්බි
PEMERINTAH PROVINSI BALI
ඔබ්බිඳු විඳබ්බි

DINAS PARIWISATA
ඳබ්බි ආරාධිඳු විඳබ්බි ආරාධිඳු විඳබ්බි

BALI GOVERNMENT TOURISM OFFICE

ඳබ්බි ආරාධිඳු විඳබ්බි ආරාධිඳු විඳබ්බි ආරාධිඳු විඳබ්බි (0361) 222367 DENPASAR - BALI 80235
JALAN S. PARMAN NITI MANDALA RENON, TELEPON (0361) 222367 DENPASAR - BALI 80235
<http://www.disaparda.baliprov.go.id>, e-mail : info@tourism@baliprov.go.id

SAMBUTAN
KEPALA DINAS PARIWISATA PROVINSI BALI

Pengembangan desa wisata sebagai salah satu produk pariwisata alternatif (*alternative tourism*) yang mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) adalah sebuah tujuan mulia yang harus dicapai dan dilanjutkan di tengah-tengah kebangkitan pariwisata Bali pasca Pandemi Covid-19. Kebangkitan pariwisata Bali pasca Pandemi Covid-19 tersebut hendaknya didukung oleh semua komponen yang tergabung dalam pentahelix pariwisata. Salah satu bentuk dukungan dari komponen pentahelix pariwisata berasal dari akademisi, berupa dihasilkannya sebuah buku yang merupakan hasil penelitian dari implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada desa-wisata yang ada di Provinsi Bali. Saya menyambut baik dan menyampaikan selamat kepada penulis atas kehadiran buku ini, yang oleh penulisnya diberi judul "**Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata: Bali Sebagai Kasus**". Harapan saya, semoga kehadiran buku ini dapat menjadi salah satu rujukan bagi akademisi, peneliti, aparat pemerintah, praktisi maupun mahasiswa yang ingin memperdalam dan mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata.

Buku ini terdiri atas lima bab. Bab 1, berisi uraian tentang pariwisata berbasis masyarakat. Pada Bab 2, diuraikan tentang Desa Wisata. Untuk memperkaya uraian pariwisata berbasis masyarakat dan desa wisata, pada Bab 3 disajikan beberapa hasil penelitian penulis terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Sebagai tindaklanjut dari hasil-hasil penelitian tentang implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata, maka pada Bab 4 disajikan sebuah model pendampingan desa wisata dengan fokus pada upaya serta strategi dalam menerapkan pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Pada bagian akhir yaitu Bab 5 disajikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, dengan tujuan untuk memberikan kemudahan kepada sidang pembaca dalam memahami buku ini. Sekian dan terimakasih.

Denpasar, 24 Agustus 2022



KEPALA DINAS PARIWISATA
PROVINSI BALI

Tjok Bagus Pemayun, A.Par.,M.M.
NIK. 19660907 199903 1 004

KATA PENGANTAR

REKTOR UNIVERSITAS DHYANA PURA
Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, SE. M.MA. MA.¹

Pembangunan Pariwisata

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan dan mengusahakan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang pariwisata. Pariwisata adalah salah satu mesin penggerak perekonomian dunia yang terbukti mampu memberikan kontribusi terhadap kemakmuran sebuah negara. Pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi. Keberhasilan pariwisata terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang.

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelolanya. Wisatawan yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulang liburannya di masa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomendasikan teman-teman, dan kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama. Fenomena yang terjadi pada trend pariwisata, khususnya di dunia saat ini adalah pesatnya pertumbuhan wisata rohani atau spiritual.

1 Rektor Universitas Dhyana Pura, Dosen Tetap Lektor Kepala Bidang Kepariwisata pada Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura, Alumni Program Doktor Pariwisata Universitas Udayana Bali, dan Alumni Program Master of Arts International Leisure and Tourism Studi, CHN University, Netherlands.

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata yaitu: (1) mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata, (2) pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat, (3) meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, (4) memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor-sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk-produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, jasa-jasa lain dan sebagainya, (5) sumber pendapatan asli daerah, dan (6) merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman 'tabuh' dan tayang diperuntukkan konsumsi wisatawan.

Kasus pembangunan pariwisata di banyak destinasi, memang tak terbantahkan telah menimbulkan dampak positif bagi perekonomian regional dan nasional, namun patut pula diakui bahwa pariwisata juga menimbulkan dampak negatif antara lain, menyusutnya lahan pertanian untuk pembangunan pendukung infrastruktur pariwisata, meningkatnya kriminalitas, kepadatan lalu lintas, urbanisasi dan emigrasi, bermulanya ruko-ruko, shopping centre yang melanggar tata ruang wilayah, degradasi lingkungan dan polusi. Dampak negatif yang disebutkan terakhir disebut eksternalitas, utamanya eksternalitas negatif yaitu aktivitas kepariwisataan yang menimbulkan kerusakan lingkungan, polusi air (sungai, laut dan sumur) dan tanah, sehingga menyebabkan kerugian sosial yang ditanggung oleh masyarakat di daerah tujuan wisata.

Daya Tarik Wisata

Sejarah Daya tarik wisata pada awal perkembangan pariwisata di Indonesia adalah untuk mengistilahkan objek wisata, namun setelah Peraturan Pemerintah (PP) pada tahun 2009 diterbitkan, kata objek wisata selanjutnya tidak digunakan lagi untuk menyebut kata objek wisata yang merupakan suatu daerah tujuan para wisatawan. Untuk memahami pengertian dan makna dari kata daya tarik wisata tersebut, berikut dijabarkan

pengertian daya tarik wisata dari beberapa sumber berikut ini: Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan.

Pada dasarnya, daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yakni daya tarik wisata alamiah, dan daya tarik wisata buatan. Daya tarik wisata alamiah adalah daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang terdiri dari keadaan alam, flora dan fauna, sedangkan daya tarik wisata buatan merupakan hasil karya manusia yang terdiri dari museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan kompleks hiburan. Daya tarik wisata lainnya yakni minat khusus yang merupakan suatu hal yang menjadi daya tarik sesuai dengan minat dari wisatawannya seperti berburu, mendaki gunung, menyusuri gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lainnya.

Daya tarik daerah untuk tujuan wisata akan mampu menarik wisatawan untuk mengunjunginya jika memenuhi unsur-unsur daya tarik wisata, yakni: (1) Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*), hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata. (2) Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata. (3) Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata mestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal wisatawan. (4) Alat transportasi

(*what to arrive*), hal ini mesti mampu dijelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju. (5) *Penginapan (where to stay)*, hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat

Pengembangan destinasi wisata baru maupun desa wisata terus dilanjutkan oleh pemerintah. Bukti keseriusan ini dapat dilihat dari berbagai program kerja serta hibah yang digelontorkan oleh kementerian atau lembaga pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi wisata di Indonesia. Pengembangan desa wisata bertujuan untuk memberikan objek wisata baru, suasana baru, dan objek wisata yang unik kepada wisatawan. Sangat tidak mungkin setiap wisatawan akan terus mengunjungi sebuah destinasi wisata lebih dari 10 kali tanpa ada yang berbeda dari kondisi sebelumnya. Oleh sebab itu, desa wisata menjadi salah satu program pemerintah dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada wisatawan, sehingga wisatawan akan terus berkunjung ke berbagai daerah di Indonesia.

Sejak pandemi Covid-19 melanda dunia, maka kunjungan wisatawan ke Indonesia mengalami penurunan. Kendati demikian, masyarakat Desa Wisata terus berbenah dan mengembangkan potensi desanya. Dari sisi pengembangan pariwisata, dapat dikatakan bahwa beberapa Desa Wisata sudah memenuhi sebagian besar unsur 4A (Attraction, Accessibility, Amenities, Ancillary). Yang perlu menjadi prioritas penguatan di tahun mendatang adalah kelembagaan atau ancillary. Sementara itu, sebagai model pendekatan baru kepariwisataan, hal yang perlu diperhatikan sebagai prioritas ke depannya adalah dari unsur lingkungan fisik, yaitu penataan dan kebersihan desa,

sehingga membuat wisatawan semakin nyaman berkunjung. Tentunya homestay sebagai penyedia amenities harus terus didukung dan didampingi agar semakin dikelola dengan baik, serta kelembagaan pengelola desa wisata harus semakin diperhatikan agar ada kesatuan visi dan kohesi, termasuk juga terkait pencatatan jumlah kunjungan wisatawan.

Secara keseluruhan, pengelola daya tarik wisata Desa di beberapa desa wisata di Bali, sedang mengalami permasalahan pemasaran yang nampak dari minimnya tingkat kunjungan, dan masalah aksesibilitas yang terus perlu melibatkan masyarakat. Permasalahan ini dipercaya dapat diatasi dengan penyediaan brosur online dalam bentuk digital marketing yang terdiri dari website, media sosial, dan penggunaan influencer. Selain itu menyediakan program/paket wisata agar para wisatawan lebih tertarik untuk menginap di desa tersebut, tidak sekedar berkunjung singgah saja. Paket wisata menginap telah berdampak langsung terhadap peningkatan permintaan terhadap kamar homestay, dan kuliner desa karena efek domino dari banyaknya kunjungan wisata membuat homestay dan kuliner semakin ramai serta diberikan merchandise sebagai bagian promosi hasil pertanian desa wisata.

Badung, Oktober 2022
Rektor Universitas Dhyana Pura Bali

Dr. I Gusti Bagus Rai Utama, S.E., MMA., M.A.

PENGANTAR PENULIS

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkah serta karunia-Nya sehingga buku yang isinya merupakan hasil kajian tentang implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata dapat diselesaikan. Harapan penulis semoga buku ini dapat memberikan manfaat serta sebagai salah satu bahan bacaan guna mendukung perkembangan ilmu pariwisata dan budaya, khususnya implementasi pariwisata berbasis masyarakat. Sebagai ilmu mandiri, ilmu pariwisata tidak akan bermakna apapun jika tidak dibarengi dengan upaya-upaya untuk menghidupkan dinamika akademik dari ilmu pariwisata itu sendiri. Oleh karena itu penerbitan buku ini merupakan salah satu upaya untuk menghidupkan dinamika akademik tersebut sekaligus untuk memenuhi kekosongan buku teks yang secara khusus mengkaji implementasi pariwisata berbasis masyarakat sebagai bagian dari ilmu pariwisata.

Kehadiran buku teks ilmu pariwisata yang lebih mengedepankan hasil-hasil kajian serta teori-teori dari dalam negeri yang diperkaya oleh kearifan lokal (*local wisdom*) merupakan sebuah kebutuhan. Dengan demikian harapannya adalah hasil-hasil kajian pariwisata di dalam negeri dapat memperkaya khasanah keilmuan pariwisata, sehingga antara teori, hasil penelitian dan implementasi di lapangan akan saling memperkuat keilmuan pariwisata dari aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi.

Buku ini diberi judul “**Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata: Bali Sebagai Kasus**” dengan pertimbangan bahwa: *pertama*, saat ini di Bali berkembang sekitar 238 desa wisata dengan berbagai potensi serta daya tariknya, sebagai salah satu bentuk pariwisata alternatif (*alternative tourism*), pengembangan desa wisata sebagai strategi penghapusan kemiskinan (*poverty alleviation*) dan wahana pelestarian budaya (*culture preservation*), dan desa wisata diharapkan mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Berkaitan dengan

berkembangnya tren di atas, maka buku ini lebih memfokuskan untuk mengkaji implementasi pariwisata berbasis masyarakat dalam pengembangan desa wisata. *Kedua*, objek kajian lebih ditekankan pada strategi mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata, serta menggali potensi pemberdayaan yang dapat dilakukan oleh masyarakat di desa wisata, sehingga masyarakat desa menjadi subyek dan tidak terpinggirkan dalam pengembangan desa wisata. Untuk memperkaya uraian, buku ini juga menyajikan kasus-kasus yang merupakan hasil kajian penulis pada beberapa desa wisata di Bali serta dilengkapi dengan pengalaman penulis sebagai insan akademis sebuah Perguruan Tinggi dalam mendampingi pengembangan desa wisata.

Buku ini terdiri atas lima bab. Bab 1, berisi uraian tentang pariwisata berbasis masyarakat. Pada Bab 2, diuraikan tentang Desa Wisata. Untuk memperkaya uraian pariwisata berbasis masyarakat dan desa wisata, pada Bab 3 disajikan beberapa hasil kajian penulis terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Sebagai tindaklanjut dari hasil-hasil kajian tentang implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata, maka pada Bab 4 disajikan sebuah model pendampingan desa wisata dengan fokus pada upaya serta strategi dalam menerapkan pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Pada bagian akhir yaitu Bab 5 disajikan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya, dengan tujuan untuk memberikan kemudahan kepada sidang pembaca dalam memahami buku ini.

Buku ini disusun dalam kaitannya dengan proses belajar mengajar tentang pariwisata berbasis masyarakat pada jenjang Diploma 4 atau S1, S2 maupun S3 dalam bidang ilmu pariwisata. Buku ini dapat juga dijadikan referensi oleh mahasiswa di luar bidang keilmuan pariwisata, terutama yang tertarik mengkaji implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Selain itu buku ini juga dapat dipergunakan oleh kalangan pemerintah dan pemangku kepentingan sebagai salah satu rujukan dalam pengembangan desa wisata baik yang sudah, sedang dan yang akan dikembangkan. Namun demikian, buku ini memiliki keterbatasan yaitu tidak mengkaji secara

spesifik implementasi pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) di desa wisata.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati, ijin kan penulis menghaturkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali, yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis sebagai Tim Narasumber Pembinaan Desa Wisata di Provinsi Bali dari tahun 2017 hingga 2018. Dengan kesempatan dan kepercayaan itu penulis dapat melakukan kajian terhadap implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada beberapa desa wisata Provinsi Bali.
2. Bapak Tjok. Bagus Pelayun, A.Par.,M.M. selaku Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali dan sekaligus selaku kakak kelas sewaktu kuliah di Program Diploma 4 Pariwisata Universitas Udayana, yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam menerbitkan buku-buku pariwisata.
3. Para pengurus atau pengelola desa wisata, yaitu Kabupaten Karangasem (Desa Wisata Antiga dan Desa Wisata Timbrah), Kabupaten Klungkung (Desa Wisata Bakas dan Desa Wisata Lingkungan Budaga), Kabupaten Jembrana (Desa Wisata Batuagung), Kabupaten Badung (Desa Wisata Pangsang dan Desa Wisata Baha), Kabupaten Tabanan (Desa Wisata Sudimara, Desa Wisata Tua, dan Desa Wisata Antapan), Kabupaten Bangli (Desa Wisata Suter, Desa Wisata Terunyan, dan Desa Wisata Batur Tengah), Kabupaten Buleleng (Desa Wisata Sangsit), dan Kabupaten Gianyar (Desa Wisata Petulu).
4. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiil dari mulai penyiapan hingga terbitnya buku ini.

Selanjutnya penulis mohon masukan dari sidang pembaca demi penyempurnaan buku ini. Semoga karya yang sederhana ini bermanfaat bagi pengembangan ilmu pariwisata.

Denpasar, 15 Oktober 2022

Penulis,

DAFTAR ISI

SAMBUTAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PENGANTAR PENULIS	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
GLOSARIUM	xviii
PROLOG	1
BAB 1 PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT	7
A. Partisipasi Masyarakat	7
B. Karakteristik Pariwisata Berbasis Masyarakat	15
C. Respons Strategis Pariwisata Berbasis Masyarakat	22
D. Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata	27
BAB 2 DESA WISATA	47
A. Pengembangan Desa Wisata di Bali	47
B. Pengembangan Desa Wisata Secara Nasional	63
1. Latar Belakang	
2. Desa Wisata: Konsep, Komponen Pendukung dan Tipologi	63 65
3. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata	70
4. Prinsip Pengembangan Desa Wisata	74
5. Model Pengembangan Kunjungan Desa Wisata	77
C. Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata	79
BAB 3 HASIL-HASIL KAJIAN TERKAIT DESA WISATA ...	83
A. Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Wisata Provinsi Bali	85
1. Desa Wisata di Bali	85
2. Pariwisata Berkelanjutan, Budaya, dan Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat	87

3.	Operasionalisasi Kajian Pariwisata Berbasis Masyarakat	89
4.	Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat pada Desa Wisata di Provinsi Bali	90
5.	Program dalam Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Bali	95
6.	Simpulan	98
B.	Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan, Kemitraan dan Penguatan Kelembagaan	98
1.	Desa <i>Bali Aga</i> dan Desa Wisata	98
2.	Operasionalisasi Kajian Pemberdayaan, Kemitraan dan Penguatan Kelembagaan	103
3.	Strategi dan Program Pemberdayaan Desa Wisata Terunyan	106
4.	Bentuk-bentuk Kemitraan di Desa Wisata Terunyan..	109
5.	Model Penguatan Kelembagaan dalam Pengembangan Desa Terunyan sebagai Desa Wisata	111
6.	Simpulan	112
C.	Potensi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu Di Kabupaten Badung	112
1.	Desa Munggu dan Pariwisata	113
2.	Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu	115
3.	Operasionalisasi Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu	116
4.	Potensi Desa Wisata Munggu	117
5.	Kondisi Internal dan Eksternal Desa Wisata Munggu	
6.	IFAS dan EFAS Desa Wisata Munggu	118
7.	Strategi Pengembangan Desa Munggu sebagai Desa Wisata	121
8.	Simpulan	124
BAB 4 MODEL PENDAMPINGAN DESA WISATA OLEH PERGURUAN TINGGI		125
A.	Pendahuluan	125
B.	Permasalahan	127

C.	Metode	128
D.	Pelaksanaan Pendampingan Desa Wisata	130
1.	Program 1: meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur <i>trakking/cycling</i> Desa Wisata Baha	135
2.	Program 2: Membentuk Pengelola Desa Wisata Baha	136
3.	Program 3: melengkapi infrastruktur sepanjang jalur <i>trekking/ cycling</i>	136
4.	Program 4: pengemasan atraksi wisata yang ada sepanjang jalur <i>trekking/cycling</i> dan atau di luar jalur <i>trekking/cycling</i> sebagai Paket Wisata	136
5.	Program 5: pemasaran paket wisata melalui digital marketing, dengan target <i>platform</i> Godevi	138
E.	Penutup	141
F.	Rekomendasi	142
BAB 5 KESIMPULAN		145
DAFTAR PUSTAKA		149
INDEKS		155
TENTANG PENULIS		157

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Tipologi Partisipasi Masyarakat	8
Tabel 1.2	Beberapa Isu pada Efektivitas Pendekatan Partisipasi Masyarakat Dalam Pariwisata	11
Tabel 1.3	Indikator CBT ASEAN Desa Wisata	28
Tabel 2.1	Seratus Desa Wisata di Provinsi Bali (2013-2018)	50
Tabel 2.2	Desa Wisata Di Proinsi Bali Berdasarkan Klasifikasi (sampai April 2022)	53
Tabel 2.3	Indikator Klasifikasi Desa Wisata	58
Tabel 2.4	Bentuk-bentuk Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata	83
Tabel 3.1	Variabel dan Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata.....	88
Tabel 3.2	Skor Terhadap Variabel Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Desa Wisata Di Provinsi Bali Tahun 2019	91
Tabel 3.3	Skor Terhadap Implementasi Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Desa Wisata Di Provinsi Bali Tahun 2019	93
Tabel 3.4	Strategi Model Kesesuaian Desa Terunyan Sebagai Desa Wisata	105
Tabel 3.5	<i>Tagline</i> Pariwisata Kabupaten/Kota di Bali	112
Tabel 3.6	Penilaian <i>IFAS (Internal Factor Analysis Summary)</i>	119
Tabel 3.7	Penilaian <i>EFAS (External Factor Analysis Summary)</i>	119
Tabel 3.8	Matrik Strategi SO	123
Tabel 4.1	Analisis Program Pendampingan Desa Wisata Baha	138

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Konsep dan Arti Penting Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat	20
Gambar 1.2	Dukungan Respons Strategis Terhadap CBT ..	23
Gambar 1.3	Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat (Hubungan antara Masyarakat dengan Wisatawan)	24
Gambar 1.4	Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat (Hubungan antara Masyarakat dengan Dunia Usaha Pariwisata)	25
Gambar 1.5	Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat(Hubungan antara Masyarakat dengan Pemerintah)	26
Gambar 3.1	Hasil Analisis <i>Static Pribadi Spider Plot</i> Terhadap Variabel Desa Wisata Di Provinsi Bali Tahun 2019	93
Gambar 3.2	Hasil Analisis <i>Static Pribadi Spider Plot</i> Terhadap Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada 15 Desa Wisata Di Provinsi Bali Tahun 2019	94
Gambar 3.3	Diagram <i>Dependence</i> dan <i>Driver Power</i> Kendala Program	96
Gambar 3.4	Diagram Struktur Kendala Program	97
Gambar 3.5	Gambar 3.5 Model Kesesuaian.	104
Gambar 3.6	Bentuk Kemitraan antara Stakeholders Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan	106
Gambar 3.7	Hubungan Penelitian Sebelumnya dengan Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Terunyan	110
Gambar 3.8	Diagram SWOT	120
Gambar 4.1	Desain Pendampingan	128
Gambar 4.2	<i>Roadmap</i> Pendampingan	130

Gambar 4.3	Suasana Pertemuan Sebelum Aksi Kebersihan	132
Gambar 4.4	Suasana Gotong Royong di Jalur Trekking/ <i>Cycling</i>	132
Gambar 4.5	Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha	133
Gambar 4.6	Infrastruktur di Jalur Trekking/ <i>cycling</i> Desa Wisata Baha	135
Gambar 4.7	<i>Jerimpen</i> dan Permainan Tradisional <i>Mesorog- sorogan</i>	136
Gambar 4.8	Foto-foto Mahasiswa Pada Observasi dan Studi Lapangan	137
Gambar 4.9	Interaksi Unsur Pengelola Destinasi Pariwisata	141

GLOSARIUM

Daftar istilah di bawah ini terkait dengan aktivitas di desa wisata, khususnya desa wisata di Bali, dengan menjadikan budaya Bali sebagai pendukung desa wisata.

- angkul-angkul**: Gapura di depan rumah dengan arsitektur tradisional Bali.
- balih-balihan** : Salah satu bagian dari konsep pembagian seni tari pertunjukan Bali, yang merupakan seni hiburan yang bersifat profan. Selain itu ada juga seni pertunjukan yang bersifat disucikan (*wali*), dan antara disucikan-dipertontonkan (*bebali*).
- bale deha** : Tempat duduk bagi para wanita yang masih lajang dalam suatu upacara tradisional, seperti *bale daha* yang terdapat di Desa Tenganan Karangasem.
- bale agung** : Sering disebut *bale gede* adalah bangunan yg terletak di bagian selatan atau timur pekarangan rumah, bertiang dua belas, berdinding tembok di bagian selatan dan timur.
- bali mula/bali aga**: Bali Aga atau Bali Mula, demikianlah komunitas ini sering disebut. Bali Aga berarti “Orang Bali Pegunungan”, sedangkan Bali Mula berarti “Bali Asli”. Demikianlah sebutan untuk merujuk komunitas Desa Terunyan atau lebih populer di sebut Trunyan, sebuah desa yang berada di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli, Provinsi Bali.
- banjar** : Sistem organisasi sosial kemasyarakatan di Bali, terdiri atas *banjar adat* dan banjar dinas.
- bendesa** : Pemimpin *desa adat*, yang bertanggung jawab atas terselenggaranya berbagai aktivitas terkait adat di suatu desa.
- bhisama** : Fatwa keagamaan dari agama Hindu yang dikeluarkan untuk melindungi adat, budaya, dan agama. Salah satu *bhisama* yang terkait dengan wilayah kesucian pura adalah yang dikeluarkan oleh Parisada Hindu Dharma Pusat Nomor: 11/Kep./I/PHDIP/1994.
- desa adat** : Sering pula disebut desa *pekraman*, merupakan sistem sosial tradisional Bali yang ditandai dengan kepemilikan tiga pura utama di suatu desa yang

disebut *kahyangan tiga*.

- desa, kala, patra*** : Desa artinya “tempat”, Kala berarti “waktu” dan Patra artinya “keadaan”. Apa yang benar pada suatu waktu, belum tentu benar pula pada waktu yang lain. Demikian pula apa yang benar pada suatu tempat atau keadaan, dapat berubah menjadi salah pada tempat atau keadaan yang lain.
- dusun*** : Sama dengan *banjar*, yang merupakan unit terkecil dari sebuah desa di Bali.
- gelebeg*** : Tempat atau lumbung tempat menyimpan padi.
- jerimpen*** : Penamaan *banten jerimpen* berasal dari suku kata *jeri* yang berarti “jari” dan *empen* atau *empu* yang berarti guru suci. Sehingga *banten jerimpen* dapat dimaknai sebagai persembahan untuk menggapai kesemestaan, dalam hal ini sebagai simbol Tuhan Yang Maha Kuasa.
- jukut undis*** : Sayur yang terbuat dari kacang hitam (*undis tuh* atau kacang hitam yang sudah kering) dan ada juga *jukut undis dadah* (*undis* yang baru dipetik masih *dadah* atau setengah tua) langsung dipergunakan sebagai sayur. Sayur ini terkenal sebagai kuliner khas Singaraja.
- kesungkemin*** : Dipatuhi, sesuatu yang dipatuhi oleh warga desa, seperti *awig-awig* atau aturan di desa yang dipatuhi oleh warga desa.
- lais tileh*** : *lais* artinya ‘laku keras’ dan *tileh* artinya ‘tetap’, sesuatu produk yang laku keras tetapi tetap atau tidak pernah habis, itulah pariwisata dengan produk *intangible*-nya seperti keindahan alam, budaya, dan adat istiadat.
- lolakut*** : *Lolakut* melakoni tugasnya membantu para petani menghalau hama khususnya burung. *Lolakut* berupa orang-orangan di sawah, dan kadang-kadang berada di antara rumbai-rumbai yang dibentangkan dengan tali.
- Mejajahitan*** : Aktivitas membuat *banten* dengan bahan dasar dari janur (*busung*) yang biasanya dilakukan oleh kaum ibu dan remaja putri di Bali.
- men brayut*** : Sebagai simbol dari seorang perempuan yang memiliki banyak anak, yang berarti juga sebuah kesuburan. *Men Brayut* (istri) dan *Pan Brayut* (suami). Suami-istri ini dalam cerita rakyat di Bali dikisahkan memiliki anak sampai 18 orang, dimana suami-istri ini berprofesi sebagai petani.

matembing : Permainan *matembing* biasanya dimainkan oleh anak laki-laki yang berjumlah 5-6 orang, Permainan ini menggunakan sarana uang logam dan alat *penembing* (pecahan genteng/batu pipih). Cara bermain permainan *matembing* ini adalah uang logam dilempar ke arah lobang kecil yang sebelumnya sudah dibuat pada permukaan tanah dengan jarak ukur melempar yang sudah ditentukan, itu dilakukan secara bergilir pada setiap anak. Selanjutnya, pemain diminta untuk mengenai salah satu uang logam dengan alat *penembing*. Jika kena, maka uang logam tersebut menjadi milik si pemain/pelempar. Dalam permainan ini akan mengasah kecerdasan, ketepatan, imajinasi, naruri, dan kedisiplinan seorang anak. Karena dilihat dari hukuman yang akan diterima bagi si pemain pada saat melemparkan *penembing* itu, jika *penembing* jatuh di belakang garis menandakan *urug* (dikubur), jadi sementara pemain yang melemparkan *penembing* itu dikubur sementara atau istilahnya si pemain tidak dapat melanjutkan permainan satu kali putaran dan dapat melanjutkan kembali pada putaran berikutnya. Maka secara tidak langsung si pemain/pelempar harus fokus jika tidak ingin terkena hukuman. Hukuman bagi yang kalah adalah menggendong temannya yang menang untuk mengelilingi arena permainan *matembing*.

mesorog-sorogan: *Sorog-sorogan* merupakan permainan yang biasanya dimainkan oleh anak-anak perempuan yang berjumlah minimal 3 orang. Permainan ini menggunakan sarana *kabak* (pecahan genteng/batu pipih). Dalam permainan ini si pemain akan secara bergilir mendorong sebuah *kabak* dengan satu kaki melewati kotak satu ke kotak berikutnya. Jika *kabak* tersebut melewati garis kotak maka menandakan si pemain mati, dan akan dilanjutkan pemain berikutnya. Para pemain harus melewati 6 kotak yang digambar pada permukaan tanah, jika berhasil melewati seluruh kotak maka si pemain wajib mencari rumah dengan cara melemparkan *kabak* dari atas kepalanya dengan posisi badan membelakangi kotak tersebut. Jika posisi *kabak* jatuh tepat pada sebuah kotak dan tidak mengenai garis maka si pemain wajib memberi tanda kotak itu sebagai rumahnya. Bagi giliran pemain yang selanjutnya tidak diperbolehkan melewati rumah dari temannya tersebut terkecuali meminta

izin terlebih dahulu kepada si pemilik rumah, jika si pemilik rumah tidak mengizinkan, maka si pemain harus berusaha melewati rumah milik temannya dengan cara mendorong lebih kencang *kabak*-nya.

ngaben : *Ngaben* adalah upacara pembakaran jenazah umat Hindu di Bali. Upacara *ngaben* merupakan suatu ritual yang dilaksanakan untuk mengembalikan roh leluhur ke tempat asalnya. *Ngaben* dalam bahasa Bali berkonotasi halus sering disebut *palebön*.

ngusaba : Kegiatan ritual yang terkait dengan aktivitas pertanian, dilaksanakan oleh *subak* di pura yang ada kaitannya dengan aktivitas pertanian yang ada di tengah sawah (*pura bedugul*), merupakan perwujudan rasa syukur dari hasil yang telah dicapai.

parhyangan : Hubungan antara manusia dengan Tuhan (*Ida Sang Hyang Widhi*) yang merupakan bagian dari *tri hita karana*, selain hubungan antara manusia dengan lingkungan (*pawongan*), dan hubungan antara manusia dengan lingkungan (*palemahan*).

paruman : Pertemuan (*sangkep*) warga desa adat untuk membahas masalah tertentu di sebuah tempat (*bale banjar*) yang ada di *desa adat*.

pecalang : Petugas keamanan *desa adat*, yang juga berfungsi untuk menjaga keamanan tidak saja terkait kegiatan *desa adat* akan tetapi juga menjaga keamanan di luar kegiatan *desa adat*.

pura kahyangan tiga : Tiga pura utama yang ada di setiap desa (*pura desa*, *pura puseh*, dan *pura dalem*) yang dimiliki oleh setiap desa di Bali.

saka roras : Bangunan tradisional Bali yang memiliki tiang sebanyak duabelas (*bale saka roras*), ada juga yang bertiang delapan (*bale saka kutus*), dan bertiang enam (*bale saka enem*). *Saka* (dibaca: *sake*) berarti 'tiang'.

semat : alat yang terbuat dari buluh, berguna untuk merangkai atau menjahit janur yang dibuat saat *mejejahitan*.

sekaha : Organisasi informal yang anggota-anggotanya terdiri atas orang yang memiliki profesi yang sama, seperti: perkumpulan memainkan gamelan (*sekaha gong*), perkumpulan memanen padi (*sekaha manyi*), perkumpulan berburu binatang untuk upacara (*sekaha meboros*), perkumpulan mencangkul (*sekaha numbeg*), perkumpulan menari (*sekaa ngingel*), perkumpulan seni suara vokal dalam kerawitan Bali yang menyanyikan lagu-lagu *Sekar Agung*

dengan syair-syairnya berbahasa Jawa Kuna (*sekaha pesantian*), perkumpulan pemuda-pemudi di *desa adat* dengan aktivitas yang bersifat sosial dan religius (*sekaa teruna*).

- sema** : Nama lainnya adalah kuburan atau *setra*, tempat peristirahatan terakhir orang yang sudah meninggal. Di Desa Terunyan, *sema* atau *setra* ada tiga jenis yaitu *sema bantas*, *sema nguda*, dan *sema wayah*.
- sudang lepet** : Ikan yang dikeringkan dengan cara dijemur. Setelah kering, untuk memasaknya, ikan yang sudah dikeringkan itu dipukul hingga lunak, setelah itu digoreng sebentar, lalu ditaburi garam secukupnya dan perasan jeruk limo. Kuliner ini khas Singaraja, dan yang paling dikenal adalah *sudang lepet* Desa Sangsit. Kuliner ini sebagai teman makan nasi dengan sayur atau *jukut undis*.
- taru menyan** : *Taru* berarti “pohon” dan *menyan* berarti kemenyan yang berkonotasi “harum”, sehingga *taru menyan* dapat diartikan pohon yang mengeluarkan bau harum. Sesuai dengan namanya, Desa Trunyan yang berarti Taru Menyan (kayu wangi) dan sudah berusia ratusan tahun.
- tri hita karana**: Tiga konsep harmonisasi hubungan antara manusia dengan Tuhan (*parhyangan*), manusia dengan manusia (*pawongan*) dan manusia dengan lingkungan (*palemahan*).
- trimandala** : Konsep untuk pembagian ruang/wilayah yang terdiri atas tiga tingkatan yaitu: ruang dalam (*jeroan*), ruang tengah (*jaba tengah*), dan ruang paling luar (*jaba sisi*).
- ulatan** : Dapat berarti anyaman, seperti *ngulat kelangasah*, *ngulat kisa*.
- utamaning madya**: Tingkatan utama yang menengah dalam sistem upacara di Bali. Secara umum tingkatan upacara di Bali terdiri atas: utama yang besar (*utamaning utama*), utama yang menengah (*utamaning madya*), utama (*utama*), menengah yang besar (*madyaning utama*), menengah yang di tengah-tengah (*madyaning madya*), menengah (*madya*), kecil yang terbesar (*nistaning utama*), kecil yang di tengah-tengah (*nistaning madya*), dan kecil (*nista*).

PROLOG

Prof. Dr. Drs. I Putu Anom, M.Par.

Tren perjalanan wisatawan pada satu dekade terakhir ditandai dengan munculnya motivasi dan pola perjalanan wisata baru yang dilakukan oleh wisatawan, khususnya pada segmen pasar wisatawan yang sudah berpengalaman (*mature market*), berpendidikan serta memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu konservasi lingkungan, komunitas serta budaya lokal. Perkembangan tersebut ditandai dengan perubahan pola perjalanan wisata dari wisata massal (*mass tourism*) ke wisata alternatif (*alternative tourism*). Wisata alternatif merupakan bentuk penyeimbang terhadap wisata massal, dimana wisata massal dipandang kurang ramah lingkungan serta kurang berpihak kepada masyarakat lokal.

Perubahan pola perjalanan wisatawan tersebut mendorong pola konsumsi wisatawan (*customer behaviour pattern*) pada kegiatan wisata yang berorientasi pada alam atau budaya lokal, dengan motivasi memperkaya wawasan, pengembangan diri dan aktualisasi diri. Daya tarik wisata yang diminati adalah wisata petualangan (*adventure tourism*) seperti *hiking*, *trekking*, ataupun wisata minat khusus lainnya seperti *bird watching*, *wild life viewing*; wisata budaya etnik, dan wisata budaya pedesaan. Dengan perubahan pola perjalanan wisata tersebut, para pelaku pariwisata termotivasi untuk mengembangkan produk wisata alternatif guna menumbuhkan minat kunjungan dan perjalanan wisatawan.

Upaya untuk mendorong tumbuhnya wisata alternatif dengan karakter pedesaan di Bali pada khususnya dan Indonesia pada umumnya, merupakan suatu langkah tepat dalam mengantisipasi kebangkitan pariwisata Bali pasca-Pandemi Covid-19 serta sebagaiantisipasi terhadap potensi kejenuhan

pada produk-produk wisata yang sudah ditawarkan selama ini. Keunikan, otentisitas, kearifan lokal (*local wisdom*) serta potensi desa dengan berbagai karakternya dapat dikemas dan dikembangkan sekaligus memberdayakan masyarakat desa setempat melalui kegiatan pariwisata.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, maka pengembangan desa wisata (*tourism village*) merupakan salah satu alternatif yang dipandang sangat strategis untuk mengantisipasi perubahan pola perjalanan wisatawan tersebut. Selain itu ada beberapa manfaat positif dari pengembangan desa wisata, yaitu: destinasi pariwisata memiliki keragaman produk wisata; desa wisata mampu memperkecil urbanisasi dari desa ke kota sebagai dampak dari kemampuan menciptakan atau menumbuhkan kegiatan ekonomi pariwisata di desa; potensi lokal yang ada di desa terdorong untuk tumbuh dan berkembang dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di desa guna mendorong pengembangan sosial budaya dan ekonomi masyarakat desa; dapat menciptakan pelestarian dan memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) yang ada di masyarakat yang cenderung mengalami ancaman akibat globalisasi yang sangat gencar memasuki wilayah pedesaan; dan pelestarian budaya dan kearifan lokal di desa seperti pelestarian bentang hutan dan pegunungan (*wana kerthi*), persawahan, sungai dan danau (*danu kerthi*), dan membantu mereduksi pemanasan global.

Desa wisata merupakan aset kepariwisataan berbasis potensi desa dengan segala keunikan dan daya tariknya. Potensi desa tersebut dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut. Desa Wisata dalam hal ini harus dibedakan dengan Wisata Pedesaan (*village tourism*). Menurut Inskeep (1990) wisata pedesaan telah dikenal secara luas sebagai salah satu bentuk kegiatan wisata yang dikembangkan di kawasan atau area pedesaan (*country side*), yang membawa wisatawan pada pengalaman untuk melihat dan mengapresiasi keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala

potensinya. Sedangkan desa wisata merupakan bagian dari kegiatan wisata pedesaan, yaitu sebagai objek atau fokus kunjungan wisata. Dalam posisinya sebagai objek atau fokus kunjungan wisata, maka aktifitas wisatawan dapat mencakup aktifitas wisata yang lengkap (seperti kunjungan/apresiasi terhadap budaya lokal dan menginap/tinggal di desa dan berinteraksi dengan masyarakat lokal) maupun hanya menjadi tujuan kunjungan (tanpa menginap/tinggal di desa tersebut). Kondisi ideal yang diharapkan adalah kunjungan wisatawan ke desa wisata merupakan kunjungan yang bersifat utuh, artinya wisatawan tinggal atau menginap di desa wisata, sehingga dapat berinteraksi antara wisatawan dengan penduduk desa setempat, dan pada akhirnya masyarakat desa memperoleh manfaat budaya, sosial, dan ekonomi yang signifikan dari kunjungan wisatawan ke desa wisata.

Dalam konteks pemberian manfaat budaya, sosial, dan ekonomi yang signifikan kepada masyarakat lokal di desa wisata, maka implementasi pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) adalah sebuah keharusan yang tidak dapat ditawar-tawar lagi implementasinya. Pariwisata berbasis masyarakat merupakan sebuah paradigma yang sangat penting dalam pengembangan serta pengelolaan sumber daya pariwisata. Murphy (1988) menekankan bahwa pengembangan pariwisata merupakan kegiatan yang berbasis komunitas, dengan memanfaatkan sumber daya dan keunikan masyarakat lokal. Selain itu, masyarakat lokal yang hidup dan kehidupannya berdampingan dengan daya tarik wisata merupakan bagian dari sistem ekologi. Dengan demikian antara masyarakat lokal dengan budaya pada sebuah daya tarik wisata akan saling kait mengkait dan menyebabkan ketergantungan satu sama lain.

Adanya paradigma pariwisata berbasis masyarakat, mensyaratkan bahwa pengembangan sumber daya budaya dan pariwisata harus sensitif dan responsif terhadap keberadaan dan kebutuhan masyarakat lokal. Dukungan tersebut berasal dari seluruh pranata sosial kemasyarakatan, tidak saja dari mereka yang mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan budaya

dan pariwisata, tetapi bagi mereka yang mendapatkan manfaat tidak langsung dari aktivitas budaya dan pariwisata perlu juga memberikan dukungan terhadap keterlibatan masyarakat lokal, sehingga pengembangan dan pengelolaan budaya dan pariwisata dapat berhasil pada tingkat lokal atau pada tingkat masyarakat tempat pariwisata itu dikembangkan.

Wearing (2001) juga menekankan pentingnya peran masyarakat lokal bagi keberhasilan aktivitas budaya dan pariwisata dalam jangka panjang, serta keberhasilan tersebut akan sangat tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan dari masyarakat lokal. Untuk memastikan pengembangan kegiatan budaya dan pariwisata dikelola secara baik dan berkelanjutan, maka diperlukan strategi untuk memfasilitasi keterlibatan yang luas dari masyarakat lokal dalam proses pengembangan guna memaksimalkan *values*, manfaat budaya, sosial dan ekonomi dari kegiatan budaya dan pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, masyarakat lokal memiliki dua peran penting yaitu sebagai subyek (sebagai orang yang ikut berperan) maupun sebagai obyek (sebagai orang yang akan menerima dampak). Masyarakat lokal dapat menjadi pelaku langsung dari kegiatan kepariwisataan di desanya, karena secara turun temurun memiliki pengalaman dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya di desa tersebut. Kehadiran secara langsung masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya untuk mendukung kepariwisataan, perlu diikuti oleh komitmen yang kuat untuk mengelola secara berkelanjutan.

Pelibatan masyarakat lokal dalam pengembangan dan pengelolaan desa wisata perlu didasarkan pada hal-hal sebagai berikut: (1) memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan karakter, identitas budaya dan tradisi lokal; (2) meningkatkan pendapatan sekaligus mendistribusikan merata pada penduduk lokal; (3) berorientasi pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna di pedesaan, (4) mengembangkan semangat kompetisi sekaligus

kooperatif, dan (5) memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penjaga tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

Sejauh mana keberhasilan penerapan pariwisata berbasis masyarakat pada desa-desa wisata yang ada di Bali?, maka kehadiran buku ini dapat dianggap sebagai salah satu jawaban dari pertanyaan tersebut. Buku ini terdiri atas lima bagian. Pada Bagian 1, sidang pembaca diajak untuk memahami apa dan bagaimana pariwisata berbasis masyarakat. Pada Bagian 2, kembali sidang pembaca disuguhkan beberapa kajian-kajian terkait upaya memberikan pemahaman tentang desa wisata. Selanjutnya pada Bagian 3 disajikan beberapa hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis terkait dengan implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada beberapa desa wisata yang ada di Bali. Harapannya, setelah membaca dan memahami Bagian 3 ini, sidang pembaca akan mendapatkan gambaran terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada beberapa desa wisata di Bali. Pada Bagian 4 disajikan pengalaman dari Akademisi Perguruan Tinggi sebagai salah satu komponen dari pentahelix pariwisata (pemerintah, akademisi, pelaku usaha, masyarakat atau komunitas, dan media) dalam mendampingi sebuah desa wisata agar berhasil dalam pengimplementasian pariwisata berbasis masyarakat. Adapun lokus dari pendampingan Akademisi Perguruan Tinggi tersebut adalah salah satu desa wisata yang ada di Bali. Akhirnya pada Bagian 5 sidang pembaca disuguhi kesimpulan yang merupakan pensarian dari Bagian 1 sampai dengan Bagian 4.

PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

A. Partisipasi Masyarakat

Sebelum sampai pada uraian tentang pariwisata berbasis masyarakat, terlebih dahulu akan diuraikan pengertian partisipasi. Pengertian partisipasi penting diuraikan, karena pariwisata berbasis masyarakat sangat memerlukan partisipasi atau keterlibatan masyarakat (terutama masyarakat setempat). Tanpa keterlibatan masyarakat, maka pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) tidak akan dapat mencapai tujuan atau sasaran.

Menurut Cohen dan Uphoff (1977) yang dimaksud partisipasi adalah:

“people’s involvement in decision-making processes, in implementing programs, their sharing in the benefits of development programs and their involvement in efforts to evaluate the activities in such programs.”

Lebih lanjut Cohen dan Uphoff (1977) seperti dikutip oleh Wattanakhun (2002) mengemukakan ada empat tahap partisipasi. Keempat tahap tersebut adalah sebagai berikut:

“The first step was decision-making, there were three sub-steps that was the participation in decide to make decision, prepare to make decision and making decision. The second step was implementation, it included participation in management, efforts, or resources supporting. The third step was participation in benefits gaining that could be material incentives, social or personal benefits. The last step was evaluation that participated in controlled and proved all the activities.”

Sementara itu Cary (1976) seperti dikutip Intayon (2002), selain pengambilan keputusan, implementasi, partisipasi, dan evaluasi, menambahkan satu tahap dari empat tahap seperti yang dikemukakan oleh Cohen dan Uphoff di atas yaitu partisipasi masyarakat yang meliputi kehadiran pada pertemuan, kontribusi keuangan, memiliki organisasi dengan kepemimpinan yang tepat. Adapun pernyataan Cary (1976) seperti dikutip Intayon (2002) adalah sebagai berikut:

“The five step was participation in membership, attendance of meeting, financial contribution, membership of committee and position of leadership.”

Terkait dengan masyarakat, Mayo (1998: 162) mengemukakan bahwa masyarakat dilihat dari dua konsep yaitu: (1) masyarakat sebagai sebuah tempat bersama, yaitu sebuah wilayah geografis yang sama; dan (2) masyarakat sebagai kepentingan bersama, yakni kesamaan kepentingan berdasarkan kebudayaan dan identitas. Dengan demikian masyarakat merupakan sebuah tempat (termasuk orang didalamnya) yang memiliki kesamaan kepentingan terhadap sebuah kebudayaan (dalam arti luas) serta identitas yang membedakan dengan wilayah lain.

Sedangkan terkait dengan partisipasi masyarakat, ada tiga tipologi yang berkembang yaitu tipologi Pretty (1995), tipologi Arnstein (1971), dan tipologi Tosun (1999). Ketiga tipologi partisipasi tersebut memiliki klasifikasi yang berbeda-beda. Adapun perbedaan dari ketiga tipologi tersebut seperti Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Tipologi Partisipasi Masyarakat

7. Self mobilization		8. Citizen control	Degrees of Citizen Power	<u>Spontaneous Participation</u> Bottom-up, active participation, direct participation, participation in decision making, authentic participation, self planning
	←	7. Delegate power		
		6. Partnership		
6. Interactive participation				

5. Functional participation	←	5. Placation	Degrees of Citizen Tokenism	→	<u>Induce Participation</u> Top-down, passive, formal, mostly indirect, degree of tokenism manipulation, pseudo-participation, participation in implementation and sharing benefits, choice between proposed alternative and feedback
4. Participation for material incentive		4. Consultation			
3. Passive consultation		3. Informing			
2. Passive participation	←	2. Therapy	Non Participation	→	<u>Coersive Participation</u> Top-down, passive, mostly indirect formal, participation in implementation, but not necessary sharing benefits, choice between proposed limited alternatives or no choice, paternism, non-participation, high degree of tokenism and manipulation
1. Manipulative participation		1. Manipulation			
Pretty (1995)		Arnstein (1971)			Tosun (1999)

Sumber: Tosun (2004)

Pariwisata sebagai andalan perekonomian dalam operasionalnya bertumpu pada kebudayaan serta partisipasi masyarakat. Hal ini berarti permintaan terhadap produk wisata oleh wisatawan terkait dengan kebudayaan dan partisipasi masyarakat. Dengan demikian, akan terjadi hubungan timbal balik antara kebudayaan dengan partisipasi masyarakat setempat. Hubungan timbal balik tersebut harus saling menguntungkan, artinya pariwisata harus mampu meningkatkan kebudayaan dan sebaliknya dapat menumbuhkan kemajuan pariwisata. Hubungan antara pembangunan kebudayaan dan pariwisata nasional diharapkan menimbulkan akselerasi yang optimal dari kedua bidang tersebut sehingga diharapkan dapat menyejahterakan masyarakat, membuka lapangan kerja, memberantas kemiskinan, dan memeratakan pembangunan, seperti yang diatur dalam Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2005 tentang Pembangunan Kebudayaan dan Kepariwisata.

Dalam mengapresiasi kebudayaan sebagai akibat partisipasi masyarakat, peranan daya tarik wisata menjadi penting, terutama dalam mengemas kehidupan masyarakat dan kebudayaan lokal

menjadi sebuah daya tarik wisata. Menurut Richie dan Zein (dalam Ardika, 2003) ada sepuluh elemen budaya yang menjadi daya tarik wisata, yakni (1) kerajinan, (2) tradisi, (3) sejarah dan suatu tempat/daerah, (4) arsitektur, (5) makanan lokal/tradisional, (6) seni musik, (7) cara hidup suatu masyarakat, (8) agama, (9) bahasa, dan (10) pakaian lokal/tradisional. Dari sepuluh elemen budaya yang dapat menjadi daya tarik wisata tersebut, seluruhnya terkait dengan budaya lokal. Oleh karena itu, budaya lokal mutlak dikedepankan dan bahkan budaya lokal diharapkan dapat menjadi magnet utama untuk menarik wisatawan untuk berwisata di Indonesia. Adanya perbedaan ruang, waktu, cara, dan keadaan pengemasan sepuluh elemen budaya di atas dapat menimbulkan diversifikasi produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan, baik produk wisata yang ditawarkan dalam bentuk terpisah maupun produk wisata yang berbentuk paket wisata (*package tour*).

Diversifikasi produk wisata yang dilakukan pada intinya mengacu pada potensi serta kemampuan yang dimiliki oleh suatu destinasi pariwisata dengan melibatkan partisipasi masyarakat setempat. Dalam melakukan diversifikasi, produk wisata yang dihasilkan diharapkan tidak bertentangan dengan kebudayaan setempat serta diarahkan untuk meningkatkan kualitas produk wisata sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan baru. Wisatawan baru oleh Mowforth dan Munt (1998) dimasukkan sebagai bagian dari *postmodernisme* yang berbentuk *new tourism* dan banyak mendapat pengaruh dari *postfordism*.

Postmodernisme sebagai misi hegemonisasi dalam kaitan dengan analisis pariwisata di negara berkembang (negara Dunia Ketiga) memiliki ciri-ciri, yakni: (1) munculnya agen-agen spesialis dalam penyelenggaraan perjalanan (paket liburan yang fleksibel dan individual), (2) meleburnya pariwisata dengan kegiatan-kegiatan lain, (3) tumbuhnya minat terhadap budaya, lingkungan, dan hal-hal lain seiring munculnya gerakan sosial baru (Mowforth dan Maunt, 2000: 75).

Untuk menarik kunjungan wisatawan baru dan sejalan dengan perkembangan diskursus pembangunan kepariwisataan,

partisipasi masyarakat yang merupakan implementasi dari diskursus pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) menjadi suatu keharusan. Pariwisata berbasis masyarakat ini merupakan sebuah pendekatan dalam pembangunan pariwisata yang sangat berbeda dengan pendekatan konvensional yang selama ini dijalankan, yaitu dengan sistem *top-down* dan sentralistik. Pendekatan pembangunan pariwisata dengan sistem *top-down* dan sentralistik banyak membatasi ide-ide yang ada di dalam masyarakat, khususnya yang terkait dengan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata.

Dalam pariwisata berbasis masyarakat, ada beberapa isu yang berkembang terkait dengan efektivitas pendekatan partisipasi masyarakat dalam perencanaan pariwisata, seperti Tabel 1.2.

Tabel 1.2 Beberapa Isu pada Efektivitas Pendekatan Partisipasi Masyarakat dalam Pariwisata

Ruang Lingkup Isu	Isu-Isu yang Spesifik
Bidang partisipasi oleh masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah partisipasi masyarakat menunjukkan semua <i>stakeholders</i> yang terkait 2. Jumlah yang berpartisipasi antara masyarakat dengan <i>stakeholders</i> yang terkait
Intensitas partisipasi oleh masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tingkatan mana semua masyarakat partisipan yang terlibat langsung menghargai dialog terbuka 2. Seberapa sering masyarakat <i>stakeholders</i> yang terkait terlibat 3. Pada tingkatan mana semua partisipan belajar antara satu dengan yang lain
Pada tingkat yang mana muncul konsensus antara masyarakat dan partisipan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tingkatan mana dukungan masyarakat menunjukkan suatu konsensus tentang masalah dan kebijakan 2. Pada tingkat mana tidak terjadi konsensus

Sumber: Richards dan Derek Hall (2000)

Ada sejumlah keuntungan yang dapat diperoleh dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Menurut Karyono (1997: 95-99), keuntungan tersebut, seperti: (1) makin luasnya kesempatan usaha, (2) makin luasnya lapangan kerja,

(3) meningkatnya pendapatan masyarakat dan pemerintah, (4) mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah, (5) mendorong terpeliharanya lingkungan hidup, (6) terpeliharanya keamanan dan ketertiban, (7) mendorong peningkatan dan pertumbuhan di bidang pengembangan sektor lainnya, dan (8) memperluas wawasan nusantara serta memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa serta menumbuhkan rasa cinta tanah air.

Dengan mengacu pada *postmodernisme* dalam bidang pariwisata, isu efektivitas partisipasi masyarakat dalam perencanaan pengembangan pariwisata serta sejumlah keuntungan yang dapat diperoleh dalam pengembangan pariwisata yang melibatkan partisipasi masyarakat, maka keterlibatan serta pemberdayaan masyarakat (*empowerment*) perlu dilakukan. Hal ini perlu dilakukan karena partisipasi dan pemberdayaan masyarakat pada akan dapat memacu inovasi serta daya kreativitas untuk menghasilkan produk wisata, mengambil peran sesuai keahlian masing-masing, serta pelestarian budaya.

Dari perspektif kepariwisataan, pemberdayaan masyarakat lokal antara lain bertujuan: (1) meningkatkan motivasi dan kemampuan masyarakat lokal melalui pelatihan dan pemberian informasi tentang produk pariwisata lokal dan nasional; (2) membuka akses pemasaran produk yang dihasilkan dari usaha masyarakat lokal (usaha rumah tangga, usaha kecil, dan menengah) dengan mempergunakan kekuatan jaringan (*channel power*), informasi global dan *Corporate Social Responsibility* (CSR); (3) revitalisasi potensi dan peran masyarakat termasuk revitalisasi pranata masyarakat lokal; (4) menghilangkan hambatan jenis kelamin (*gender barrier*) untuk terlibat dalam berbagai aktivitas kepariwisataan; (5) menggali, mengolah, mengembangkan serta meningkatkan potensi sumber daya lokal; (6) membela dan melindungi usaha dan ekonomi masyarakat lokal; dan (7) terjalinnya kemitraan diantara pemangku kepentingan untuk peningkatan produk dan kualitas pelayanan (kepada masyarakat lokal, wisatawan nusantara, dan wisatawan mancanegara).

Dalam kerangka kajian budaya (*cultural studies*), daya tarik wisata yang melibatkan partisipasi masyarakat setempat sebagai intinya merupakan suatu reaksi terhadap kegagalan pembangunan yang dilakukan oleh modernisasi Dunia Pertama terhadap Dunia Ketiga, serta merupakan koreksi terhadap penciptaan produk wisata dari pendekatan *fordisme* (produk dibuat dalam jumlah besar dan homogen) menuju pada pendekatan *postfordism* (produk yang dibuat dalam jumlah kecil dan variatif) serta untuk menarik kunjungan wisatawan berkualitas. Menurut Hassal *et al.* (1992) ciri-ciri wisatawan berkualitas adalah: (1) mempunyai daya beli yang tinggi sehingga pengeluaran per hari atau pun total juga tinggi, (2) mempunyai penghargaan terhadap kebudayaan lokal, dan (3) mempunyai kepedulian terhadap pelestarian lingkungan alam.

Dalam pengembangan daya tarik wisata, keterlibatan masyarakat setempat tidak hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek. Menurut Ascherson (dalam Ardika, 2007: 121) keterlibatan masyarakat setempat/lokal adalah karena masyarakat lokal memiliki hak azasi untuk menginterpretasikan, memelihara, dan mengelola sumber daya budaya yang mereka miliki. Untuk menciptakan pengelolaan sumber daya di sektor pariwisata yang mampu melibatkan masyarakat setempat/lokal dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan lingkungan hidup, sumber daya dan kepuasan wisatawan guna keberlanjutan sistem sosial, budaya, dan ekonomi, maka pengembangan pariwisata tidak bisa dilepaskan dari kearifan lokal yang ada di daerah tersebut. Sebagai contoh, pengembangan pariwisata di Bali tidak bisa dilepaskan dari kearifan lokal *tri hita karana*. Dalam hal ini *tri hita karana* merupakan tiga unsur keseimbangan hubungan, yakni terdiri atas *parhyangan* (hubungan antara manusia dengan Tuhan), *pawongan* (hubungan manusia dengan manusia lainnya), dan *palemahan* (hubungan manusia dengan alam lingkungannya).

Pengelolaan sumber daya pariwisata dengan melibatkan masyarakat setempat memiliki sejumlah alasan. Menurut Korten (dalam Moeljarto, 1993: 45), alasan yang mendasari adalah: (1)

variasi antar daerah (*local variety*), yakni setiap daerah tidak dapat diberikan perlakuan yang sama karena setiap daerah memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan daerah lain sehingga sistem pengelolaannya akan berbeda, di samping masyarakat setempat sebagai pemilik daerah adalah pihak yang paling mengenal dan paling mengetahui situasi daerahnya; (2) adanya sumber daya lokal (*local resources*), yang secara tradisional dikuasai oleh masyarakat setempat, merekalah yang lebih mengetahui bagaimana cara mengelola sumber daya lokal tersebut, yang bersumber dari pengalaman generasi ke generasi; (3) tanggung jawab lokal (*local accountability*), dalam hal ini pengelolaan yang dilakukan oleh masyarakat lokal biasanya lebih bertanggungjawab karena kegiatan tersebut secara langsung akan mempengaruhi hidup mereka.

Konsepsi pariwisata yang menciptakan keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dengan kebudayaan mutlak di kedepankan dalam pengembangan pariwisata, sehingga diharapkan dapat mendukung pariwisata berbasis masyarakat. Jika kondisi ini tercipta, menurut Gee dan Fayos-Sola (1999); Natori (2001); Ardika (2001 dan 2004), akan menyebabkan terpeliharanya mutu dan kelanjutan sumber daya alam dan budaya, meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal dan terwujudnya keseimbangan antara sumber daya alam dan budaya, kesejahteraan masyarakat lokal serta kepuasan wisatawan.

Untuk memenuhi harapan masyarakat yang bertumpu pada pengembangan pariwisata, diperlukan konsep pengembangan pariwisata yang (1) lebih mengerti budaya dan kembali ke alam (Naisbitt, 1994: 137); (2) paradigma baru pengembangan berkelanjutan berwawasan budaya dan lingkungan khusus di sektor pariwisata adalah pariwisata inti rakyat (Pengarahan Menteri Negara Pariwisata dan Seni tanggal 1 Desember 1999 bertempat di *The Grand Bali Beach*); (3) mengimbangi konsep destinasi pariwisata tertutup (*enclave*) perlu diimbangi dengan konsep pariwisata dengan alternatif lain yang lebih menjamin keberlanjutan sumber daya pariwisata.

B. Karakteristik Pariwisata Berbasis Masyarakat

Wacana pariwisata berbasis masyarakat diawali pada bulan Juli 2000, ketika Bank Dunia mulai memikirkan cara menanggulangi masalah kemiskinan melalui pariwisata. Selanjutnya konsep yang dihasilkan oleh Bank Dunia tersebut dikenal sebagai pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Menurut konsep tersebut, ada tiga aktivitas pariwisata yang dapat mensukseskan program pariwisata berbasis masyarakat yaitu *adventure travel*, *cultural travel*, dan *ecotourism*. Bank Dunia yakin bahwa peningkatan ketiga aktivitas wisata tersebut akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan sekitarnya sekaligus memelihara budaya, kesenian, dan cara hidup masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat juga diharapkan melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan dan dalam perolehan pendapatan secara langsung dari kehadiran wisatawan. Keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat akan mampu menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif bagi upaya pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat, yang pada akhirnya diharapkan dapat menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari masyarakat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Yang perlu mendapatkan perhatian lebih dalam pariwisata berbasis masyarakat adalah wisatawan nusantara, karena potensinya sangat besar dalam menumbuhkan dan mengembangkan pariwisata di Indonesia.

Menurut WTO (2002) ada lima tipe dari pariwisata berbasis masyarakat, yaitu sebagai berikut:

1. *Art and craft tourism tourism, with tourists visiting villages and town districts that specialize in craft production such as wood carving and textile making, or traditional performance, dance, music and drama. These visits could be stopovers on day tours or longer-term stays with the tourist living in the village and learning about art and craft.*
2. *Rural tourism, with tourist staying in farmhouse or small-scale accommodation and experiencing farming activities, touring*

nearby area, and often involving in local creation activities such as fishing or hiking.

3. *Agrotourism, another type of rural tourism, with tourists visiting on day tours or staying overnight on farms or plantations specifically to observe and involve in agricultural activities.*
4. *Village tourism, with tourists visiting village on day tours or staying overnight in local accommodation, eating local cuisine and experiencing village life and cultural traditions.*
5. *Ecotourism, where local communities exist in ecotourism area, these communities providing business and employees related to ecotourism activities.*

Kelima tipe pariwisata berbasis masyarakat menurut WTO tersebut sejalan dengan paradigma pembangunan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) yang menggunakan beberapa pendekatan. Menurut Erawan (2003) pendekatan dalam pariwisata berbasis masyarakat tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan peran serta masyarakat (*community based approach*) yang bertujuan memberdayakan dan memampukan masyarakat di semua peringkat untuk berperan serta secara aktif dalam menentukan pengambilan keputusan perencanaan dan pelaksanaan pembangunan (Bank Dunia, 1986). Pendekatan peran masyarakat diartikan sebagai pendorong pemerintah pada semua peringkat untuk memformulasikan kebijakan, strategi, rencana, dan implementasi serta pengendalian pembangunan melalui proses konsultasi dan dialog dengan pemangku kepentingan yaitu pemerintah, masyarakat, dan pengusaha pariwisata.
2. Pengembangan kepariwisataan berkelanjutan memiliki karakteristik: (a) mengedepankan kualitas pengalaman; (b) menekankan pada keadilan sosial dan peran serta masyarakat; (c) pengembangan disesuaikan dengan limit atau keterbatasan sumber daya; (d) menawarkan kegiatan yang luas mencakup elemen rekreasi, pendidikan, dan

budaya; (e) menonjolkan karakter wilayah; (f) memberikan kesempatan kepada para wisatawan untuk mengambil pelajaran, mengenali wilayah yang dikunjunginya; (g) tidak berkompetisi dengan (mematikan) sektor industri lain yang ingin berkelanjutan; serta (h) terpadu dengan rencana dan prioritas kabupaten/kota, provinsi, dan regional.

3. Kepariwisata kerakyatan (*community based tourism*) memiliki karakteristik: (a) berskala kecil; (b) dimiliki oleh anggota/kelompok masyarakat setempat sehingga memberikan manfaat pada masyarakat setempat; (c) memberikan kesempatan kerja dan peluang ekonomi pada ekonomi setempat; (d) lokasi tersebar atau tidak terkonsentrasi di suatu tempat; (e) disain dan kegiatan mencerminkan karakter wilayah setempat, (f) mengedepankan kelestarian warisan budaya (*cultural heritage*), (g) tidak mematikan industri atau kegiatan lainnya dan bersifat saling melengkapi, (h) menawarkan pengalaman yang berkualitas pada wisatawan, dan (i) merupakan kegiatan usaha yang menguntungkan.

Pengembangan pariwisata diharapkan secara optimal mampu melibatkan pemangku kepentingan pada aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi. Terkait dengan keterlibatan pemangku kepentingan pariwisata, khususnya dari sisi *threefolding* Perlas (2000), keterlibatan pemangku kepentingan tersebut dapat dilihat dari konteks (1) hubungan masyarakat setempat dengan pemerintah, (2) hubungan masyarakat setempat dengan kapitalis (pengusaha pariwisata), dan (3) hubungan kapitalis (pengusaha pariwisata) dengan pemerintah. Selanjutnya, jika pemangku kepentingan pariwisata tersebut dikaitkan dengan pariwisata berbasis masyarakat (Natori, 2001:6), maka wisatawan merupakan salah satu komponen pemangku kepentingan, sedangkan sumber daya merupakan modal yang akan diolah oleh ketiga komponen pemangku kepentingan (pemerintah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat) yang hasilnya akan dinikmati oleh wisatawan.

Mengacu pada wacana dalam pembangunan kepariwisataan, salah satu wacana yang saat ini kembali menghangat adalah pembangunan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat ini berbeda dengan pembangunan pariwisata yang bersifat konvensional. Jika pada pembangunan yang bersifat konvensional, kebijakan dalam bidang pembangunan pariwisata dengan sistem *top-down*, yakni menggunakan pendekatan sentralistik, sedangkan pada pembangunan pariwisata berbasis masyarakat menggunakan pendekatan yang menekankan pada sistem *bottom-up*.

Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat diartikan sebagai pendekatan pembangunan yang menekankan pada ekonomi rakyat dan pemberdayaan rakyat. Pendekatan ini ini dipergunakan sebagai reaksi dari kegagalan modernisasi yang diterapkan selama ini di negara-negara berkembang. Pengambilan kebijakan *top-down* dianggap telah melupakan hakikat dasar pembangunan itu sendiri sehingga rakyat bukannya semakin meningkat kualitas hidupnya, tetapi malah dirugikan dan cenderung termarginalkan di lingkungan miliknya sendiri (Pitana, 1999: 75). Dengan demikian, kunci utama pembangunan (Natori, 2001) adalah keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup, sumber daya, dan kepuasan wisatawan yang diciptakan oleh kemauan masyarakat itu sendiri. Ketiga faktor tersebut menjadi prioritas untuk keberlanjutan sistem sosial, budaya, dan ekonomi.

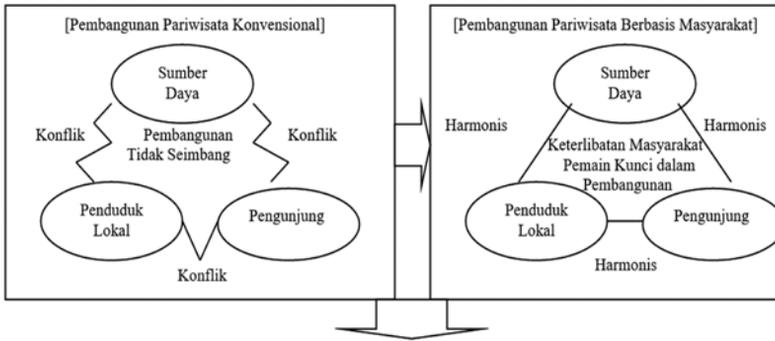
Pariwisata berbasis masyarakat menurut Erawan (2003) memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. Berskala kecil.
2. Dimiliki oleh anggota/kelompok masyarakat setempat sehingga memberikan manfaat pada masyarakat setempat.
3. Memberikan kesempatan kerja dan peluang ekonomi pada ekonomi setempat.
4. Lokasi tersebar dan tidak terkonsentrasi di suatu tempat.
5. Disain dan kegiatan mencerminkan karakter wilayah setempat.

6. Mengedepankan kelestarian warisan budaya (*culture heritage*).
7. Tidak mematikan industri dan kegiatan lainnya yang bersifat saling melengkapi.
8. Menawarkan pengalaman yang berkualitas pada wisatawan.
9. Merupakan kegiatan usaha yang menguntungkan.

Pendekatan pariwisata berbasis masyarakat merupakan kebalikan dari pendekatan konvensional. Pada pendekatan pariwisata berbasis masyarakat, pembangunan diawali dari bawah (*bottom-up*). Pada kondisi seperti ini akan terjadi proses *social learning* sehingga masyarakat setempat disyaratkan terlibat dalam berbagai tahap pembangunan. Dengan demikian pengelolaan pembangunan benar-benar dilakukan oleh mereka yang hidup dan kehidupannya dipengaruhi oleh pembangunan itu sendiri (Pitana, 1999: 76).

Lebih lanjut Natori (2001: 6) dalam bukunya *A Guidebook for Tourism-Based Community Development*, membedakan pembangunan pariwisata konvensional dengan pembangunan pariwisata berbasis kerakyatan. Pada model pembangunan pariwisata konvensional, interaksi antara sumber daya, penduduk, dan pengunjung tidak seimbang sehingga menimbulkan konflik. Namun, pada model pembangunan pariwisata berbasis kerakyatan, sumber daya, penduduk lokal, dan pengunjung berinteraksi secara harmonis, di samping menjadikan masyarakat sebagai pemain kunci dalam pembangunan pariwisata. Adapun penggambaran perbedaan pembangunan pariwisata konvensional dengan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat Gambar 1.1.



- Pembangunan diartikan untuk kesejahteraan hidup masyarakat
- Revitalisasi masyarakat melalui penggunaan sumber daya
- Promosi pariwisata harmonis dengan kehidupan lokal dan lingkungan hidup
- Kapasitas merespon untuk meningkatkan permintaan pariwisata

Gambar 1.1
Konsep dan Arti Penting Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat
 (Sumber: Natori, 2001: 6)

Implikasi lebih lanjut dari pembangunan pariwisata berbasis masyarakat di destinasi pariwisata adalah bahwa jajaran pemerintah dan pengusaha pariwisata harus dapat menjamin bahwa manfaat pengembangan destinasi pariwisata itu akan dapat dinikmati oleh masyarakat setempat dan bukan oleh pihak luar. Dengan mengoptimalkan manfaat dari destinasi pariwisata terhadap masyarakat setempat, mereka akan memberikan dukungan dan partisipasi yang kuat, termasuk dalam pelestarian aset-aset alam dan budaya yang terdapat pada destinasi pariwisata.

Destinasi pariwisata dalam pengembangannya bertumpu pada masyarakat sebagai salah satu pilar dalam pengembangan pariwisata, selain pemerintah, dan pengusaha pariwisata. Sebagai contoh, setelah pemerintah mengeluarkan kebijakan pengembangan destinasi yang diiringi dengan regulasi, langkah selanjutnya pihak pengusaha pariwisata menyiapkan jasa pelayanan (*service*) bagi destinasi pariwisata tersebut. Sedangkan

masyarakat bertugas senantiasa membangkitkan kesadaran akan pentingnya destinasi pariwisata serta menjaga tumbuh kembangnya kreatifitas yang melahirkan berbagai kreasi segar dan inovatif guna menarik perhatian wisatawan, dengan harapan wisatawan datang ke destinasi pariwisata.

Berikut ini disajikan contoh implementasi pariwisata berbasis masyarakat di daya tarik wisata Tanah Lot, *Desa Adat Beraban*, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan (Bali) sebagai berikut.

Tanah Lot berlokasi di *Desa Adat Beraban*, dan secara otomatis masyarakatnya sebagai penjungjung (*penyungsung*) Pura Tanah Lot. Pada satu sisi masyarakat desa setempat juga melihat adanya potensi ekonomi yang besar dari pura beserta kawasan yang ada di sekitarnya. Ironisnya, dalam pengelolaan daya tarik wisata Pura Tanah Lot, masyarakat tidak dilibatkan. Padahal masyarakat setempat memiliki hak untuk ikut mengelola sekaligus mendapatkan hasil dari pengelolaan tersebut. Sejak tahun 1998 usaha untuk ikut dalam pengelolaan daya tarik wisata Tanah Lot terus dilakukan oleh masyarakat setempat. Hadirnya orde reformasi dimanfaatkan oleh masyarakat *Desa Beraban* untuk kembali memperjuangkan hak-hak mereka dalam pengelolaan daya tarik wisata Tanah Lot. Dengan mempergunakan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Tempat Rekreasi dan Olah Raga sebagai landasan perjuangan memperoleh hak dalam pengelolaan daya tarik wisata, akhirnya pemerintah daerah setempat memutuskan untuk memasukkan *Desa Adat Beraban* sebagai salah satu anggota Badan Pengelola Objek Wisata Tanah Lot, selain pemerintah dan pengusaha pariwisata (CV. Ari Jasa sebagai pengelola saat itu). Susunan struktur Badan Pengelola Objek Wisata Tanah Lot diatur dalam Surat Keputusan Bupati Tananan Nomor 207 tahun 2004. Tanggal 1 Juli 2000 berdasarkan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 644 Tahun 2000 terjadi peralihan pengelolaan objek wisata Pura Tanah Lot, dengan *Desa Adat Beraban* tetap masuk dalam jajaran ketua bersama pemerintah dan pengusaha pariwisata.

Mengutip Darma Putra dan Pitana (2010: 92), dari 22 *desa adat* yang ada di Kecamatan Kediri, dari sistem pengelolaan desa-desa tersebut ikut mendapat bagian pendapatan dari objek wisata Tanah Lot. Secara prosentase pendapatan mereka relatif kecil (hanya 5%), secara nominal pendapatan yang diterima cukup besar. Untuk tahun 2009, pendapatan total *desa adat* se-Kecamatan Kediri sebanyak Rp 532.811.025,00. Jika dibagi dengan 22 *desa adat*, berarti setiap *desa adat* mendapatkan nominal Rp 24,2 juta. Jumlah ini akan meningkat atau menurun sesuai dengan jumlah pendapatan objek wisata Tanah Lot.

Contoh di atas menggambarkan keterlibatan masyarakat lokal (melalui pranata sosial kemasyarakatan desa setempat) dalam mengelola, mengontrol, sekaligus menikmati manfaat dari hasil aktivitas pariwisata yang ada di daya tarik wisata tersebut. Keterlibatan masyarakat tersebut merupakan salah satu indikator yang dapat dijadikan tolak ukur implementasi pariwisata berbasis masyarakat.

C. Respons Strategis Pariwisata Berbasis Masyarakat

Salah satu aspek penting untuk suksesnya pembangunan pariwisata adalah implementasi pariwisata berbasis masyarakat. Pendekatan ini berfokus pada keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan pelaksanaan, dan jenis produk yang dikembangkan adalah yang sesuai dengan karakteristik serta sumber daya yang ada pada suatu wilayah. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat harus mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh empat komponen utama, yaitu: aksesibilitas, pelestarian lingkungan (budaya dan alam), kemajuan ekonomi, serta pengelolaan yang berkesinambungan. Dari keempat komponen pertimbangan utama dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, masing-masing mengandung isu pokok sebagai berikut:

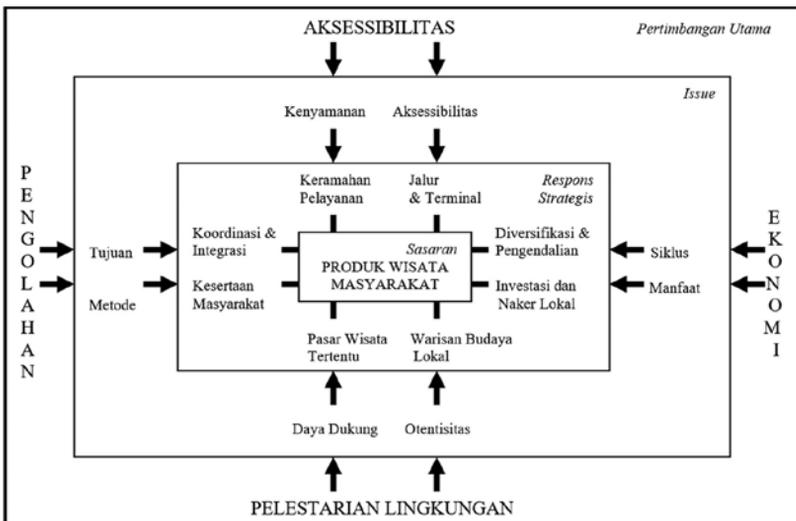
1. Aksesibilitas dengan isu pokok: kenyamanan dan keramahtamahan.
2. Pelestarian lingkungan dengan isu pokok: otentisitas dan keramahtamahan.

3. Kemajuan ekonomi dengan isu pokok: manfaat dan siklus bisnis.
4. Pengelolaan yang berkesinambungan dengan isu pokok: tujuan dan metode.

Untuk menyikapi isu-isu pokok seperti di atas, respons strategis yang perlu dilakukan antara lain yang berkaitan dengan:

1. Jalur-jalur transportasi dan terminalnya;
2. Keramahtamahan pelayanan;
3. Penggarapan pasar wisata tertentu;
4. Penonjolan penyajian warisan budaya lokal;
5. Diversifikasi dan pengendalian produk;
6. Investasi dan penyerapan tenaga kerja lokal;
7. Kesertaan masyarakat dalam segala kegiatan;
8. Koordinasi dan integrasi semua unsur terkait.

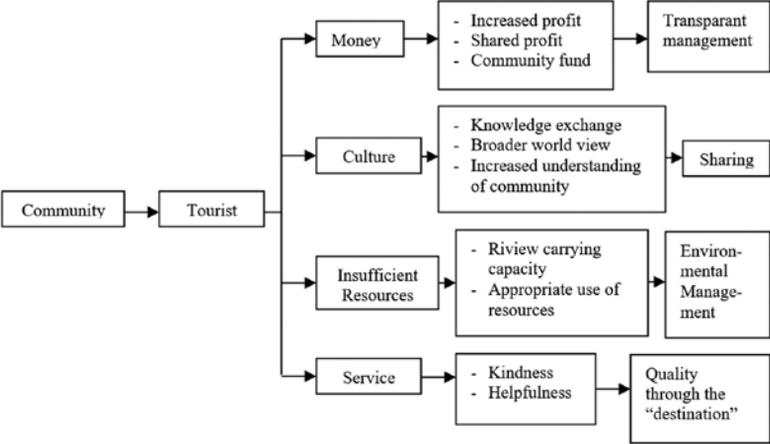
Semua respons strategis tersebut di atas diarahkan untuk mendukung pariwisata berbasis masyarakat. Apabila gambaran umum tersebut dituangkan dalam diagram akan terlihat seperti Gambar 1.2.



Gambar 1.2 Dukungan Respons Strategis Terhadap CBT

Kemanfaatan atau keuntungan yang dinikmati oleh masyarakat di daya tarik wisata akan berimbas positif secara nasional antara lain meliputi: penerimaan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian sumber daya pariwisata. Pendekatan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada pembangunan pariwisata dapat diterapkan bukan saja pada tingkat kawasan (bagian dari sebuah destinasi pariwisata), tetapi dapat dijadikan kebijakan perencanaan nasional destinasi pariwisata.

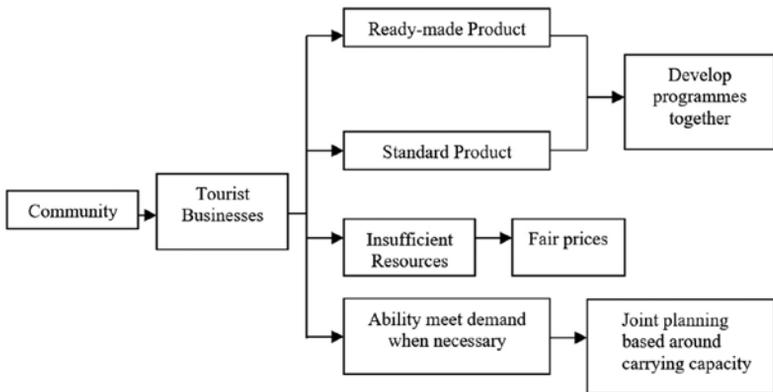
Untuk merespons pariwisata berbasis masyarakat, posisi masyarakat seharusnya sangat strategis. Hal ini karena masyarakat dapat langsung mengontrol beberapa aspek terkait interaksinya masyarakat dengan wisatawan, masyarakat dengan pengusaha pariwisata, dan masyarakat dengan pemerintah. Adapun penggambaran dari interaksi tersebut adalah seperti Gambar 1.3.



Gambar 1.3 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat
(Hubungan antara Masyarakat dengan Wisatawan)
 Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)

Dari Gambar 1.3 terlihat bahwa hubungan antara masyarakat dengan wisatawan terkait aspek uang, kebudayaan, ketersediaan sumber daya, dan pelayanan. Dari aspek uang

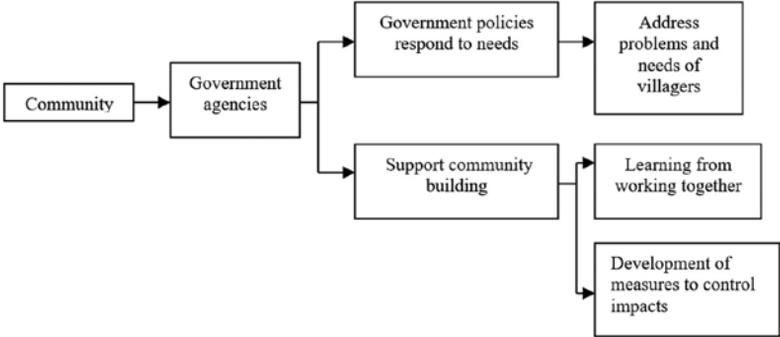
akan berdampak terhadap peningkatan penerimaan, pembagian keuntungan dan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu dari aspek uang diperlukan pengelolaan yang transparan dan akuntabel. Aspek kebudayaan akan terkait dengan pertukaran pengetahuan, pandangan global, serta peningkatan saling pengertian antara masyarakat dengan wisatawan. Dari aspek ini akan berdampak terhadap terjadinya pertukaran budaya antara wisatawan dengan masyarakat. Dari aspek ketersediaan sumber daya, diperlukan evaluasi daya dukung serta kearifan dalam penggunaan sumber daya. Dengan demikian diperlukan aplikasi manajemen lingkungan. Aspek pelayanan akan terkait dengan keramah-tamahan dan ketersediaan untuk melayani. Hal ini akan berdampak pada terciptanya kualitas dan daya saing daya tarik wisata. Sedangkan Hubungan antara Masyarakat dengan Dunia Usaha Pariwisata seperti Gambar 1.4.



Gambar 1.4 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat
 (Hubungan antara Masyarakat dengan Dunia Usaha Pariwisata)
 Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)

Berdasarkan Gambar 1.4, hubungan antara masyarakat dengan pengusaha pariwisata akan terkait dengan ketersediaan produk siap pakai (siap konsumsi), standar produk, ketersediaan sumber daya, dan adanya permintaan. Terkait ketersediaan produk dan standar produk, diperlukan adanya pengembangan program bersama antara masyarakat dengan pengusaha

pariwisata. Dalam hal ketersediaan sumber daya, untuk menjaga agar sumber daya pariwisata tetap tersedia maka pengaturan harga menjadi penting untuk menjaga daya saing produk. Sedangkan dari sisi permintaan, memerlukan adanya kerjasama dalam perencanaan yang didasari daya dukung sumber daya pariwisata. Hubungan antara Masyarakat dengan Pemerintah seperti Gambar 1.5.



**Gambar 1.5 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat
(Hubungan antara Masyarakat dengan Pemerintah)
Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)**

Gambar 1.5 menjelaskan hubungan antara masyarakat dengan pemerintah. Pada hubungan tersebut peran pemerintah adalah membuat kebijakan untuk merespons kebutuhan pariwisata dan mendorong keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Dalam hal pembuatan kebijakan, pemerintah perlu mengakomodir permasalahan dan kebutuhan dari masing-masing destinasi pariwisata. Hal ini karena masing-masing daya tarik wisata memiliki karakteristik dan permasalahan yang berbeda-beda. Sedangkan untuk mendorong keterlibatan masyarakat, sudah selayaknya masyarakat perlu menjalin kemitraan dengan pemerintah, saling bekerjasama dalam menghasilkan alat ukur (indikator) untuk mengontrol dampak dari pengelolaan daya tarik wisata.

Beberapa hal yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur pengelolaan daya tarik wisata yaitu:

1. Adanya harmonisasi, kerjasama, dan kemitraan yang baik dari para pihak yang terlibat dalam pengelolaan daya tarik wisata (antara lain: masyarakat dengan masyarakat, masyarakat dengan pemerintah, masyarakat dengan pengusaha pariwisata, pengusaha pariwisata dengan pemerintah, serta pemerintah dari strata terbawah hingga strata tertinggi dan sebaliknya).
2. Tumbuh dan berkembangnya aktivitas ekonomi kreatif yang berasal dari masyarakat di dan/atau sekitar daya tarik wisata, sehingga dapat *men-generate* tumbuhnya usaha masyarakat lokal, yang pada akhirnya diharapkan dapat mengurangi kemiskinan masyarakat yang berdiam di kantong-kantong destinasi pariwisata yang kaya akan potensi kepariwisataan.
3. Kualitas produk dan pelayanan di daya tarik wisata semakin meningkat daya saingnya, baik antar daya tarik wisata secara nasional atau antar daya tarik wisata secara internasional.
4. Kesadaran masyarakat akan perlindungan terhadap budaya, alam, dan lingkungan semakin meningkat.
5. Pendapatan daerah yang berasal dari pariwisata semakin meningkat.
6. Citra destinasi pariwisata yang semakin membaik.
7. Terciptanya jejaring daya tarik wisata, baik dalam lingkup nasional maupun internasional.
8. Terciptanya industri berbasis sumber daya lokal yang bersifat padat karya.
9. Tercipta *customer satisfaction*.
10. Terimplementasinya kearifan lokal setempat dalam mengelola berbagai produk dan aktivitas kepariwisataan di daya tarik wisata.

D. Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Desa Wisata

Untuk mengukur tingkat keberhasilan implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata, dipergunakan

indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat (*community based tourism*) versi ASEAN yang terdiri dari 8 kriteria yaitu (1) kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat, (2) kontribusi terhadap kesejahteraan sosial, (3) kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan, (4) mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan pengunjung, (5) jasa perjalanan wisata dan pramuwisata yang berkualitas, (6) kualitas makanan dan minuman, (7) kualitas akomodasi, dan (8) FTO. Adapun uraian dari Indikator CBT ASEAN untuk desa wisata seperti Tabel 1.3.

Tabel 1.3 Indikator CBT ASEAN Desa Wisata

No.	Kriteria		Sub Kriteria		Indikator
1	Kepemilikan dan Kepengurusan oleh Masyarakat.	1.1	Terdapat Pengelolaan yang Efektif dan Transparan.	1.1.1	Pengelolaan Desa Wisata dilakukan oleh anggota masyarakat dan melibatkan unsur pemerintah desa setempat.
				1.1.2	Memiliki struktur manajemen yang akuntabel dengan peran dan tanggungjawab yang jelas.
				1.1.3	Memiliki peraturan untuk mengatur Badan Pengelola dan masyarakat yang terlibat dalam aktivitas Desa Wisata.
				1.1.4	Anggota Badan Pengelola dipilih oleh pengurus Desa Wisata melalui sistem yang adil dan transparan dengan memperhatikan kesetaraan gender dan keterlibatan sosial.
				1.1.5	Kriteria pemilihan anggota Desa Wisata sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.
				1.1.6	Anggota Desa Wisata dipilih berdasarkan tingkat kemampuan, komitmen serta peran tertentu yang dimiliki.
				1.1.7	Perjanjian apapun yang dibuat anggota Desa Wisata harus melalui persetujuan Badan Pengelola Desa Wisata.

		1.2	Legalitas Lembaga / Desa Wisata.	1.2.1	Desa Wisata diakui baik secara formal maupun informal oleh pemerintah tingkat desa, kecamatan dan kabupaten/kota.
				1.2.2	Kelompok Desa Wisata dibina oleh pemerintah desa, kecamatan, kabupaten/kota, provinsi dan nasional.
1	Kepemilikan dan Kepengurusan oleh Masyarakat.	1.3	Memiliki Pengelolaan yang Efektif dan Transparan.	1.3.1	Proses pengelolaan sesuai dan cocok dengan standar Desa Wisata, termasuk untuk operator tur dan paket wisata.
				1.3.2	Anggota Desa Wisata menunjukkan komitmen pada Kode Etik Perilaku Insan Pariwisata.
				1.3.3	Desa Wisata mengembangkan kemampuan masyarakat untuk dapat menyediakan produk barang dan jasa bagi wisatawan.
				1.3.4	Desa Wisata memaksimalkan penggunaan barang dan jasa yang disediakan masyarakat.
				1.3.5	Memiliki pencatatan keuangan yang jelas dan transparan.
				1.3.6	Kinerja tahunan Desa Wisata terdokumentasi secara baik dan transparan.
				1.3.7	Terdapat mekanisme monitoring dan evaluasi untuk menilai keberlangsungan kinerja individual dan kolektif tentang kegiatan Desa Wisata.
				1.3.8	Memiliki tujuan dan sasaran jangka panjang yang terdokumentasi dengan baik.
1	Kepemilikan dan Kepengurusan oleh Masyarakat.	1.4	Memiliki Kemitraan yang Efektif.	1.4.1	Para pelaku Desa Wisata memiliki peran masing-masing dalam desa wisata dan terdokumentasi secara baik.
				1.4.2	Memiliki panduan bagi tur operator dalam berinteraksi dengan masyarakat di Desa Wisata.
				1.4.3	Memiliki kerjasama yang baik dengan masyarakat setempat.
				1.4.4	Memiliki prosedur untuk melakukan konsultasi secara rutin dengan pihak-pihak terkait Desa Wisata (<i>stakeholders</i>).

				1.4.5	Dalam melakukan aktivitas, Desa Wisata mencegah timbulnya efek negatif terhadap masyarakat terdekat.
2	Kontribusi terhadap Kesejahteraan Sosial.	2.1	Menjaga Martabat Manusia.	2.1.1	Wisata sex, perdagangan manusia dan eksploitasi terhadap tenaga kerja anak-anak tidak dibenarkan.
				2.1.2	Aktivitas Desa Wisata memperhatikan kesetaraan gender dan keikutsertaan secara sosial.
				2.1.3	Desa Wisata memperhatikan dan mengembangkan kemampuan anggota yang memiliki kebutuhan khusus (disabilitas) untuk memperoleh mamfaat dari kegiatan pariwisata (termasuk warga usia lanjut).
				2.1.4	Kegiatan Desa Wisata berkontribusi dalam pemenuhan kebutuhan dasar masyarakat (air, energi, sanitasi, pendidikan, dan kesehatan).
		2.2	Pembagian Biaya dan Keuntungan yang Adil.	2.2.1	Memiliki dana masyarakat yang digunakan sebagai investasi untuk menghasilkan keuntungan kepada masyarakat.
				2.2.2	Memiliki tata cara pembagian keuntungan yang jelas dan transparan.
				2.2.3	Memiliki sistem dan tata cara untuk memberikan kesempatan yang sama kepada anggota dalam melakukan aktivitas yang menguntungkan Desa Wisata dan anggotanya.
		2.3	Memiliki Jaringan ke Ekonomi Lokal dan Regional	2.3.1	Anggota masyarakat setempat mendominasi sebagai tenaga kerja di Desa Wisata.
				2.3.2	Sumber daya lokal/regional digunakan sebagai bahan produk dan sumber jasa Desa Wisata.
				2.3.3	Penggunaan produk lokal lebih diutamakan dari pada produk luar.

				2.3.4	Memiliki kerjasama yang baik dengan Desa Wisata di daerah lain serta lembaga swasta maupun pemerintah untuk meningkatkan kepariwisataan setempat.
		2.4	Melestarikan dan Memperkaya Tradisi dan Budaya Setempat.	2.4.1	Aset budaya dan alam didata, didokumentasikan dan didukung oleh komunitas terkait.
				2.4.2	Tradisi dan budaya yang berharga didata, didokumentasikan dan disahkan oleh pihak terkait.
				2.4.3	Memiliki program untuk menampilkan, meningkatkan, dan menjaga tradisi budaya lokal untuk melindungi nilai-nilai budaya, identitas budaya dan integritas budaya.
				2.4.4	Memiliki rambu-rambu yang memastikan bahwa semua aturan, regulasi dan hukum relevan terhadap perlindungan budaya dan warisan budaya telah diikuti.
				2.4.5	Pengelola Desa Wisata mendukung pemeliharaan cara-cara hidup tradisional dan mendukung kelompok-kelompok yang menciptakan sumber penghasilan sampingan.
				2.4.6	Memiliki peraturan yang memberikan informasi dan mengatur perilaku pengunjung agar sesuai dengan agama, tradisi dan budaya setempat.
				2.4.7	Proses pengambilan keputusan oleh masyarakat yang berkaitan dengan tradisi dan budaya setempat diinformasikan kepada pengunjung.
3	Kontribusi untuk Menjaga dan Meningkatkan Kualitas Lingkungan.	3.1	Melestarikan Sumber Daya Alam.	3.1.1	Mempunyai data perencanaan untuk melestarikan SDA dan lingkungan hidup yang telah ditetapkan oleh peraturan setempat.
				3.1.2	Mempunyai pendanaan untuk kegiatan pelestarian alam dan lingkungan berbasis masyarakat.

				3.1.3	Mempunyai progrm pelestarian alam yang berkelanjutan.
				3.1.4	Mempunyai Peraturan Desa (Perdes) untuk perlindungan SDA.
		3.2	Aktivitas Konservasi untuk Meningkatkan Kualitas Lingkungan.	3.2.1	Mempunyai program pendidikan lingkungan untuk masyarakat dan wisatawan.
				3.2.2	Mempunyai progrm daur ulang sampaj (3R: <i>Reduce, Re-use</i> dan <i>Recycle</i>).
				3.2.3	Memiliki program pengelolaan limbah cair dengan teknologi yang mampu menekan resiko terhadap kesehatan masyarakat dan lingkungan.
				3.2.4	Memiliki tata cara pelaksanaan kepariwisataan yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.
				3.2.5	Mempunyai sistem pengolahan sampah menjadi bahan yang bermanfaat (misal: sampah organik menjadi kompos).
				3.2.6	Mempunyai tata cara pemanfaatan energi yang rendah karbon/ ramah lingkungan.
4	Mendorong terjadinya Partisipasi Interaktif antara Masyarakat Lokal dengan Pengunjung (wisatawan)	4.1	Terdapat Interaksi antara Pengunjung dengan Masyarakat Lokal.	4.1.1	Alam, budaya dan kehidupan masyarakat beserta lingkungan dinformasikan.
				4.1.2	Program dan kegiatan Desa Wisata dirancang berorientasi pada aspek keamanan.
				4.1.3	Memiliki peraturan yang mengatur perilaku dan hubungan antara tuan rumah, wisatawan dan masyarakat.
				4.1.4	Kegiatan wisata yang ada di Desa Wisata diinformasikan secara detail dan benar sesuai ekspektasi wisatawan.

				4.1.5	Tersedia sistem pengendalian dan peningkatan kualitas, termasuk proses untuk mendapatkan umpan balik dari wisatawan tentang pengalaman mereka di Desa Wisata.
				4.1.6	Mempunyai program untuk komunikasi dan pemahaman antar budaya.
				4.1.7	Wisatawan memiliki kesempatan untuk berkontribusi dalam aktivitas mereka bersama anggota masyarakat.
				4.1.8	Melakukan evaluasi secara berkala baik mengenai kegiatan wisata maupun masukan atau komentar dari wisatawan terkait kunjungan mereka di Desa Wisata.
		4.2	Keberlanjutan Produk Wisata Berbasis Masyarakat	4.2.1	Harga paket wisata pantas dan transparan namun memberikan keuntungan kepada masyarakat.
				4.2.2	Produk wisata di Desa Wisata berdampak positif dan menguntungkan masyarakat baik secara ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan.
				4.2.3	Segmen dan target pemasaran diidentifikasi beserta kebutuhan mereka masing-masing.
				4.2.4	Menyediakan produk barang dan jasa sesuai kebutuhan pasar yang telah diidentifikasi.
				4.2.5	Mempunyai program dan strategi pemasaran dengan target pasar tertentu sesuai identifikasi pasar dengan biaya efektif.
5	Jasa Perjalanan Wisata dan Pramuwisata Desa Wisata yang Berkualitas.	5.1	Kualitas dan Keahlian Pramuwisata Desa Wisata.	5.1.1	Pramuwisata dipilih berdasarkan tingkat pengetahuan dan kondisi kesehatan serta aktivitas wisata yang akan dilakukan.

				5.1.2	Pramuwisata menunjukkan komitmen untuk meningkatkan pengetahuan tentang lingkungan dan budaya setempat, termasuk sejarah, tradisi budaya, geografi, flora dan fauna, situs warisan budaya, serta prinsip pariwisata berkelanjutan.
				5.1.3	Pramuwisata beroperasi mengacu pada Kode Etik Pramuwisata Indonesia.
				5.1.4	Pramuwisata memiliki sertifikat dan lulus uji kompetensi sebagai pramuwisata.
				5.1.5	Pramuwisata memfasilitasi wisatawan untuk mendapat pengalaman yang relevan dan sensitif terkait lingkungan, sosial, budaya, namun tetap melindungi SDA dan nilai budaya setempat.
				5.1.6	Pramuwisata memiliki akses terhadap peningkatan kapasitas secara berkelanjutan dan kesempatan untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang: <ul style="list-style-type: none"> a. Pariwisata Berkelanjutan; b. Pemanduan; c. Manajemen Grup; d. Layanan Konsumen; e. Komunikasi (verbal, non-verbal, komunikasi lintas budaya); f. P3K; g. Tradisi, integritas, identitas, dan nilai budaya asli setempat; h. Masalah perlindungan lingkungan; i. Panduan dan regulasi dalam desa wisata; j. Area lain yang dianggap perlu oleh pengelola Desa Wisata.
		5.2	Memastikan Kualitas Perjalanan Wisata	5.2.1	Aktivitas wisata di desa wisata dilakukan sesuai <i>itinerary</i> yang jelas.
				5.2.2	Program atau aktivitas di desa wisata disusun dan disepakati bersama disertai panduan yang telah disetujui oleh kedua belah pihak dalam berinteraksi dengan budaya, alam, lingkungan dan masyarakat.

				5.2.3	Program dan aktivitas di Desa Wisata memiliki sistem pemesanan yang jelas dan terdokumentasi dengan baik.
				5.2.4	Aktivitas wisata di Desa Wisata memiliki catatan wisatawan yang datang berkunjung, termasuk waktu kedatangan dan kepulangan.
				5.2.5	Wisatawan diberikan informasi yang jelas tentang rincian kegiatan wisata mencakup tingkat kesulitan, peringatan atau kemungkinan resiko dari aktivitas tersebut.
				5.2.6	Program wisata dilaksanakan atas dasar kepentingan pengelola Desa Wisata untuk memberdayakan masyarakat dan mendapatkan keuntungan bagi Desa Wisata.
				5.2.7	Mempunyai sistem evaluasi dalam rangka meningkatkan kualitas, termasuk penyampaian keluhan/komentar atas aktivitas wisata yang dilakukan di Desa Wisata.
				5.2.8	Program dan aktivitas wisata menghargai dan mempromosikan perlindungan alam, budaya setempat serta tersedia brosur tentang atraksi wisata terkini.
				5.2.9	Program dan aktivitas wisata dirancang agar menyenangkan, edukatif, partisipatif secara terorganisir, dan tematik.
				5.2.10	Rasio pramuwisata di Desa Wisata terhadap wisatawan tidak lebih dari 1:5 hingga 1:10.
				5.2.11	Setiap program wisata dan kegiatan wisata memiliki dokumen perjanjian yang jelas termasuk nama operator dan BPW / Agen Perjalanan yang menangani.
				5.2.12	Program dan aktivitas wisata mendorong wisatawan untuk memahami perlunya Pemahaman Lintas Budaya (PLB).

				5.2.13	Program wisata menyediakan layanan khusus untuk pasar wisatawan tertentu serta menarik pasar tersebut melalui cara yang efektif dan biaya yang efisien.
6	Kualitas Makanan dan Minuman.	6.1	Kualitas Pelayanan Makanan dan Minuman.	6.1.1	Penyedia makanan dan minuman dipilih berdasarkan kompetensi dalam penyediaan makanan dan minuman lokal.
				6.1.2	Penyedia makanan dan minuman berkomitmen untuk meningkatkan pengetahuan tentang masakan lokal, dan proses menyiapkan makanan secara <i>hygiene</i> serta teknik pelayanannya.
				6.1.3	Penyedia makanan dan minuman memiliki kualifikasi yang mengarah standar tertentu.
				6.1.4	Penyedia makanan dan minuman dipilih oleh pengelola Desa Wisata dan bekerja berdasarkan pedoman dan peraturan dari Desa Wisata.
				6.1.5	Penyedia makanan dan minuman mempunyai komitmen untuk terus belajar dalam bidang-bidang terkait dengan jasa penyedia makanan dan minuman.
				6.1.6	<p>Pelatihan bagi penyedia makanan dan minuman untuk meningkatkan pengetahuan dan keterampilan tentang:</p> <ol style="list-style-type: none"> Mempersiapkan makanan secara higienis dan bergizi; Makanan tradisional; Standar pelayanan dan keramahan; Pariwisata berkelanjutan; Manajemen kelompok; Layanan konsumen; Komunikasi lisan dan tertulis kepada wisatawan; P3K; Tradisi, integritas, identitas dan nilai budaya lokal; Isu perlindungan lingkungan; Panduan dan regulasi Desa Wisata; Bidang lain yang dianggap perlu oleh pengelola Desa Wisata.

		6.2	Memastikan Makanan dan Minuman yang Berkualitas.	6.2.1	Pelayanan makanan dan minuman diberikan berdasarkan pedoman dan peraturan yang berlaku di Desa Wisata.
				6.2.2	Daftar menu tersedia dilengkapi dengan harga.
				6.2.3	Makanan disediakan disesuaikan dengan waktu yang telah disetujui antara penyedia jasa makanan dan minuman dengan pengelola Desa Wisata.
				6.2.4	Kebutuhan wisatawan akan makanan tercukupi, termasuk makanan ringan.
				6.2.5	Menu bervariasi setiap hari dan minimal satu jenis makanan tradisional tersajikan dalam menu.
				6.2.6	Semaksimal mungkin makanan dibuat dari bahan lokal yang segar dari bahan organik, termasuk daging dan sayuran.
				6.2.7	Menu makanan disertai dengan makanan penutup dan atau buah.
				6.2.8	Area masak dan area makan harus selalu dijaga kebersihannya.
				6.2.9	Proses memasak dan seluruh perlengkapan makan harus dibersihkan secara teliti sebelum digunakan.
				6.2.10	Semua petugas di bagian makanan dan minuman harus mencuci bersih tangannya dengan sabun serta air bersih sebelum dan sesering mungkin pada saat mempersiapkan makanan.
				6.2.11	Makanan disimpan dalam wadah yang bersih dan disimpan dengan rapi.
				6.2.12	Hewan dijauhkan dari tempat penyimpanan makanan, area memasak dan area makan.
				6.2.13	Wisatawan berkesempatan untuk berpartisipasi dalam mempersiapkan makanan dan untuk belajar teknik memasak tradisional.

				6.2.14	Terdapat sistem pengawasan terhadap pengendalian dan peningkatan kualitas, termasuk sistem agar tamu dapat memberikan umpan balik tentang pengalaman makan mereka. Tamu secara aktif didorong agar ikut berpartisipasi dalam proses pemberian umpan balik.
				6.2.15	Penyedia jasa makanan dapat mengakomodasi kebutuhan nutrisi pengunjung sesuai kebutuhan.
				6.2.16	Diutamakan untuk menggunakan produk-produk alami yang dapat daur ulang untuk menyajikan dan mengemas makanan (contoh: daun pisang).
7	Kualitas Akomodasi.	7.1	Kualitas Pelayanan Akomodasi.	7.1.1	Ketua Pengelola <i>Homestay</i> dipilih berdasarkan kemampuan dan pengetahuan serta pengalaman tentang penyiapan jasa <i>homestay</i> sesuai segmen pasar.
				7.1.2	Ketua Pengelola <i>Homestay</i> memiliki komitmen untuk meningkatkan pengetahuan tentang tata cara memberikan pelayanan yang berkualitas, berbudaya dan ramah lingkungan serta mencerminkan pariwisata berkelanjutan.
				7.1.3	Pengelola <i>homestay</i> memiliki kualifikasi dan standar tertentu sesuai pedoman pengelola <i>homestay</i> di Desa Wisata dari pemerintah.
				7.1.4	Pengelola <i>homestay</i> memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat guna mendapatkan pengalaman dan pengetahuan tentang budaya setempat.
				7.1.5	Penyedia <i>homestay</i> bekerja berdasarkan pedoman dan peraturan yang berlaku di Desa Wisata, dan standar <i>homestay</i> ASEAN.

				7.1.6	<p>Pengelola <i>homestay</i> memiliki akses dan kesempatan untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan tentang:</p> <ol style="list-style-type: none"> Pelayanan <i>homestay</i>; Tata cara masak yang sehat; Keramahan dalam pelayanan; Pariwisata berkelanjutan; Manajemen kelompok; Pelayanan pelanggan; Komunikasi dengan wisatawan termasuk komunikasi lintas budaya; P3K; Nilai, identitas, integritas, dan tradisi masyarakat setempat; Isu terkait pelestarian lingkungan; Pedoman atau aturan pengelolaan Desa Wisata.
		7.2	Memastikan Makanan dan Minuman yang Berkualitas	7.2.1	Akomodasi/ <i>homestay</i> beroperasi berdasarkan tujuan, pedoman dan peraturan yang berlaku di Desa Wisata.
				7.2.2	Tersedia sistem pemesanan/ <i>booking</i> yang terdata dengan jelas untuk akomodasi tamu.
				7.2.3	Dilakukan pencatatan yang rapi untuk data pengunjung mulai dari kedatangan, kepulangan, dan kunjungan kembali.
				7.2.4	Pengunjung diinformasikan mengenai keamanan, keselamatan, dan kebiasaan/adat setempat.
				7.2.5	Bangunan harus menarik dan cukup memenuhi harapan pengunjung serta standar keselamatan minuman.
				7.2.6	Tersedia kamar mandi / toilet dengan privasi dan ventilasi yang cukup di setiap sarana akomodasi.
				7.2.7	Seluruh sarana akomodasi, khususnya kamar mandi dan toilet dibersihkan dengan seksama juga di-cek setiap hari.

				7.2.8	Kamar mandi dan toilet dilengkapi tangki air yang bersih dan segar, sabun dan gelas kumur. Di toilet juga tersedia tissue toilet dan tempat sampah.
				7.2.9	Toilet bisa jongkok atau duduk dengan mempertimbangkan kebutuhan pengunjung dan norma setempat.
				7.2.10	Area Desa Wisata selalu dijaga kondisi kebersihannya sehingga terhindar dari gangguan binatang berbahaya.
				7.2.11	Tersedia alat untuk menjembatani kebutuhan komunikasi dasar antara pemilik rumah dengan tamu yang menginap.
				7.2.12	Di semua sarana akomodasi dan bangunan untuk pengunjung tersedia senter untuk digunakan pada malam hari.
				7.2.13	Seluruh akomodasi di Desa Wisata dan area untuk wisatawan memiliki prosedur untuk memastikan keamanan dan keselamatan wisatawan dan barang-barang milik wisatawan (diinformasikan pada saat kedatangan).
				7.2.14	Terdapat rencana penanggulangan keadaan darurat, termasuk untuk wisatawan yang sakit dan terluka, tamu yang tersesat atau hilang, perilaku wisatawan yang mengganggu atau tidak menyenangkan, kecelakaan atau cedera karena cuaca.
				7.2.15	Seluruh tempat dan ruang yang digunakan wisatawan memiliki peralatan P3K yang terisi sesuai kebutuhan.
				7.2.16	Seluruh akomodasi di Desa Wisata yang mengikutsertakan menu makanan mengacu pada standar kesehatan dan kebersihan serta tercantum pada standar makanan dan minuman.
				7.2.17	Terdapat sistem pengendalian dan peningkatan kualitas, termasuk sistem umpan balik dari pengunjung terkait akomodasi.

				7.2.18	Bangunan yang digunakan oleh pengunjung harus mencerminkan ciri khas bangunan tradisional dengan tetap memperhatikan fungsinya.
				7.2.19	Bangunan yang digunakan oleh pengunjung dapat dengan mudah dikenali diantaranya dengan penunjuk arah, termasuk area lain yang diperuntukkan untuk pengunjung.
				7.2.20	Bangunan yang dipergunakan oleh pengunjung tidak mempergunakan dekorasi dari hewan liar kecuali sebagai bagian dari kearifan lokal atau display interpretatif.
				7.2.21	Bangunan yang dipergunakan untuk pengunjung dilengkapi ventilasi dan pencahayaan yang cukup.
				7.2.22	Bangunan umum tidak berlokasi dalam zona yang dilarang sesuai peraturan terkait dengan daya tarik alam atau budaya.
				7.2.23	Hewan ternak tidak diijinkan memasuki bangunan umum yang ditujukan untuk wisatawan.
				7.2.24	Tersedia area parkir dan penunjuk arah.
				7.2.25	Seluruh penyedia akomodasi diberikan pelatihan P3K sehingga memiliki pengetahuan dan kemampuan dalam bidang P3K.
				7.2.26	Semua <i>homestay</i> di Desa Wisata dan fasilitasnya memiliki prosedur saat terjadi kebakaran dan kondisi darurat, dan terlihat di area terbuka.
				7.2.27	Diuatamakan untuk membangun suasana kekeluargaan dan pengalaman lintas budaya.
8	Kinerja Friendly Tour Operator (FTO).	8.1	Komitmen kepada Nilai-nilai Ideal Desa Wisata.	8.1.1	FTO telah tersertifikasi dengan standar yang sesuai dan dibuat dengan tujuan untuk meningkatkan operasional tur.
				8.1.2	FTO memenuhi semua syarat perjanjian.

				8.1.3	FTO dan stafnya dorong oleh pengelola Desa Wisata untuk beroperasi di dalam Desa Wisata dengan tingkat pengetahuan yang sesuai pengalaman dan keberadaan operator.
				8.1.4	FTO dan anggotanya memiliki kontribusi langsung pada program-program Desa Wisata.
				8.1.5	FTO dan anggotanya adalah anggota Asosiasi BPW atau organisasi profesional lain yang memiliki legitimasi resmi.
				8.1.6	FTO dan anggotanya menunjukkan komitmen untuk terus belajar di bidang yang terkait dengan Desa Wisata agar mampu memberikan pelayanan yang berkualitas.
				8.1.7	FTO dan anggotanya memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman budaya khususnya dalam berinteraksi dengan tuan rumah.
				8.1.8	FTO memberikan pelatihan secara teratur tentang Desa Wisata dan <i>ecotourism</i> untuk karyawannya yang berhadapan secara langsung dengan masyarakat.
				8.1.9	FTO bekerjasama dengan lembaga pemerintah (pusat dan daerah) yang terkait dengan perlindungan alam dan warisan budaya dan pihak terkait lainnya.
		8.2	Kontribusi terhadap Perlindungan Masyarakat dan Alam.	8.2.1	FTO menunjukkan rasa hormat dan turut menjaga nilai-nilai tradisi dan norma serta aturan yang berlaku di masyarakat setempat.
				8.2.2	FTO dan anggotanya memiliki pengetahuan dan pemahaman yang baik terkait warisan budaya baik benda dan tak benda.
				8.2.3	FTO menunjukkan praktek keberhasilan pengelolaan lingkungan dalam penggunaan produk hemat energi, meminimalisir sampah serta daur ulang.

				8.2.4	FTO meminimalisir penggunaan alat transportasi bermotor, terutama di area Desa Wisata.
				8.2.5	FTO berkonsultasi dengan penasehat dan pengelola Desa Wisata jika terjadi resiko dari kegiatan wisata yang dapat berdampak negatif pada lingkungan maupun sosial.
				8.2.6	FTO bertanggungjawab atas keberhasilan di lokasi kegiatan wisata (membawa sampah padat ke luar Desa Wisata).
				8.2.7	FTO memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mendapat pengalaman terkait dengan alam, budaya dan masyarakat dan menerapkan kebijakan untuk meminimalisir gangguan sekecil apapun.
				8.2.8	FTO dan anggotanya memberikan kontribusi langsung pada program-program Desa Wisata.
				8.2.9	FTO dalam membuat program wisata memperhatikan masukan, kritik, dan saran wisatawan.
				8.2.10	FTO mendukung program-program pelatihan yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata bagi pramuwisata lokal dan petugas serta masyarakat peduli lingkungan yang berasal dari masyarakat setempat.
				8.2.11	FTO membuat kebijakan agar seluruh <i>homestay</i> dan jasa wisata menggunakan fasilitas ramah lingkungan.
		8.3	Dukungan terhadap Ekonomi Lokal	8.3.1	FTO memaksimalkan penggunaan produk barang dan jasa dari produk Desa Wisata.
				8.3.2	FTO dan anggotanya mempunyai kesepakatan dengan masyarakat tentang produk Desa Wisata, harga dan prosedur pengelolaannya.

				8.3.3	FTO memberikan saran kepada pengelola Desa Wisata tentang potensi-potensi yang dapat dikembangkan menjadi produk tambahan guna meningkatkan pendapatan Desa Wisata.
				8.3.4	FTO, staf dan kliennya berkontribusi atau menjadi bagian dari pengembangan lokasi setempat (misalnya <i>homestay</i> , pendidikan dan pemeliharaan jalan setempat).
		8.4	Mempromosikan Indahnya Penemuan, Pengetahuan, dan Penghargaan.	8.4.1	Dalam bekerjasama dengan pramuwisata lokal, FTO dan anggota memberikan penjelasan terkait alam/budaya yang berkualitas tinggi sehingga menumbuhkan rasa menghargai nilai-nilai budaya dan alam di area Desa Wisata.
				8.4.2	FTO dalam menjelaskan kode etik perilaku kepada wisatawan, memberikan penekanan pada tanggungjawab wisatawan untuk memperlakukan penduduk setempat dengan rasa hormat, dan menghindari kerusakan lingkungan.
				8.4.3	Melalui perjanjian dengan pengelola Desa Wisata, FTO membatasi jumlah grup berdasarkan daya tampung lokasi yang dikunjungi agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang berkualitas dan meminimalkan efek negatif bagi masyarakat.
				8.4.4	FTO memiliki pengetahuan yang baik tentang daya tarik alam dan budaya di Desa Wisata setempat dan membagi pengetahuan tersebut kepada anggotanya terutama pramuwisata dan <i>tour leaders</i> .
				8.4.5	Sebelum kegiatan wisata dilaksanakan, FTO memberikan informasi yang jelas kepada wisatawan tentang wisata yang akan dilaksanakan dan daftar perlengkapan serta perilaku yang harus diikuti.

		8.5	Mempro- mosikan Pen- galaman yang Memuaskan dan Aman bagi Wisatawan dan Masyarakat.	8.5.1	FTO mendorong wisatawan agar memiliki asuransi per- jalanan.
				8.5.2	FTO memastikan bahwa paket atau kegiatan wisata beresiko tinggi dipandu oleh pramuwi- sata khusus yang terlatih, dan didampingi oleh pramuwisata dari Desa Wisata.
				8.5.3	FTO menerapkan pemasaran bertanggungjawab agar ekspe- ktasi wisatawan sesuai dengan program dan kegiatan di Desa Wisata.
				8.5.4	Anggota FTO dilatih untuk memberikan pertolongan pertama, termasuk pernafasan buatan pada keadaan darurat.
				8.5.5	FTO mampu menunjukkan usahanya dalam meningkat- kan operasionalnya, berdasar- kan survei laporan kepuasan konsumen.

Sumber: Kemenparekraf, 2019

Keterangan

Warna	Arti
	Standar Minimal
	Standar Lanjutan
	Standar Terbaik

DESA WISATA

A. Pengembangan Desa Wisata di Bali

Bali sebagai salah satu Destinasi Pariwisata Utama di Indonesia bahkan di dunia, telah menetapkan pengembangan pariwisata budaya seperti tertuang dalam Peraturan Daerah (Perda) Nomor 3 Tahun 1991. Dalam Perda Nomor 3 Tahun 1991, Bab I, Pasal 1, Ayat j dinyatakan, "Pariwisata budaya adalah jenis kepariwisataan yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan daerah Bali yang dijiwai oleh agama Hindu yang merupakan bagian dari kebudayaan nasional sebagai potensi dasar yang dominan, yang di dalamnya tersirat satu cita-cita akan adanya hubungan timbal balik antara pariwisata dengan kebudayaan sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras, dan seimbang".

Sebagai potensi dasar yang dominan, potensi pokok kebudayaan Bali dapat diformulasikan dari aspek unsur, struktur, dan pengalaman sejarah, yaitu sebagai berikut (1) kebudayaan Bali memiliki variasi dan diversifikasi yang tinggi sesuai dengan adagium *desa, kala, patra* (tempat, waktu, keadaan); (2) kebudayaan Bali merupakan suatu sistem yang unik dengan identitas yang jelas; (3) kebudayaan Bali memiliki akar dan daya dukung lembaga-lembaga tradisional yang kokoh; (4) kebudayaan Bali merupakan suatu kebudayaan yang hidup dan fungsional, yang selalu berkembang dan dikembangkan untuk memelihara keserasian hubungan dari *tri hita karana*; (5) kebudayaan Bali dalam keterbukaannya terhadap kebudayaan asing menunjukkan sifat fleksibel, selektif, dan adaptif serta mampu menerima unsur-unsur asing untuk menjadi milik dan kekayaan budaya sendiri tanpa kehilangan kepribadian (Mantra,

1996: 2-4 dan 41; Atamadja, 2001: 6).

Konsepsi pariwisata budaya yang mengharapkan terciptanya keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dengan kebudayaan Bali dapat mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Dalam hal ini terpeliharanya mutu dan kelanjutan sumber daya alam dan budaya, meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal dan terwujudnya keseimbangan antara sumber daya alam dan budaya, kesejahteraan masyarakat lokal serta kepuasan wisatawan (Gee and Fayos-Sola, 1999; Natori, 2001; dan Ardika, 2002).

Pada International Conference on Cultural Tourism di Yogyakarta tahun 1992, Ida Bagus Oka pada konferensi itu membawakan makalah berjudul "*Universal Tourism: Enriching or Degrading Culture?*", mengumumkan untuk menjadikan tiga desa, yaitu Penglipuran (Kabupaten Bangli), Sebatu (Kabupaten Gianyar), dan Jatiluwih (Kabupaten Tabanan) sebagai desa wisata. Selanjutnya, untuk mengoperasionalkan keputusan tersebut, Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi bekerja sama dengan Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada pada tahun 1992 melakukan Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknis Desa Wisata Terpadu di Bali, dan menjadikan desa dengan kehidupan keseharian masyarakatnya sebagai produk wisata. Inilah cikal bakal wacana pengembangan desa wisata di Bali.

Selanjutnya pada tahun 2015 hingga saat ini, Pemerintah Provinsi Bali mengembangkan program pengembangan desa wisata pada kabupaten/kota dengan memanfaatkan potensi budaya, alam serta atraksi yang memiliki nilai keunikan. Pengembangan desa wisata di Bali sejalan dengan Perda Provinsi Bali Nomor 16 Tahun 2009 pasal 12 ayat 2 yang berbunyi sebagai berikut.

"Pengembangan sektor kepariwisataan yang berlandaskan kebudayaan Daerah Bali yang dijiwai Agama Hindu, diarahkan pada kepariwisataan berbasis masyarakat melalui pengembangan wisata pedesaan (desa wisata), wisata agro, wisata eko, wisata bahari, wisata budaya, wisata spiritual

dengan penyediaan kelengkapan sarana dan prasarana daya tarik pariwisata yang tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan daya dukung dan pengembangan ekonomi kerakyatan.”

Pengembangan desa wisata dilakukan untuk mencapai tujuan yang bersifat umum dan tujuan yang bersifat khusus. Tujuan umum pengembangan desa wisata (Fakultas Teknik UGM, 1992: 3) adalah memberikan model pembangunan pariwisata yang mungkin berdampak dengan dan bahkan mengembangkan budaya setempat, dan mendukung konsep pembangunan yang berkesinambungan, mengakomodasikan tuntutan-tuntutan situasi pariwisata berdasarkan kecenderungan terbaru, memberi kesempatan pemerataan dan kesempatan berusaha, serta meningkatkan kemungkinan peningkatan produksi dari potensi yang ada dan meluaskan kemungkinan pembangunan dari potensi-potensi setempat. Secara khusus tujuan pengembangan desa wisata adalah untuk meningkatkan tambahan pendapatan, menyediakan lapangan kerja, merevitalisasi lingkungan, melakukan diversifikasi terhadap sumber-sumber pendapatan desa, meningkatkan penghargaan masyarakat desa terhadap alam, serta meningkatkan keterampilan sumber daya manusia yang ada di desa setempat.

Untuk merealisasikan harapan serta tujuan pengembangan pariwisata terutama terhadap masyarakat desa, tahun 2013-2018 Pemerintah Provinsi Bali mengembangkan 100 desa wisata yang tersebar pada 8 kabupaten/kota. Seratus desa wisata tersebut penyebarannya masing-masing 22 desa wisata di Kabupaten Buleleng, 6 desa wisata di Kabupaten Jembrana, 16 desa wisata di Kabupaten Tabanan, 5 desa wisata di Kabupaten Badung, 15 desa wisata di Kabupaten Gianyar, 10 desa wisata di Kabupaten Klungkung, 11 desa wisata di Kabupaten Bangli, 10 desa wisata di Kabupaten Karangasem, dan 5 desa wisata di Kotamadya Denpasar. Adapun seratus desa wisata tersebut adalah seperti Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Seratus Desa Wisata di Provinsi Bali (2013-2018)

Kabupaten	No.	Nama Desa Wisata	Kecamatan	Daya Tarik
Buleleng	1	Ambengan	Sukasada	Ekowisata
	2	Pancasari	Sukasada	Agrowisata
	3	Gitgit	Sukasada	Wisata Alam
	4	Sembiran	Tejakula	Wisata Budaya
	5	Julah	Tejakula	Wisata Budaya
	6	Pacung	Tejakula	Wisata Alam
	7	Munduk	Banjar	Wisata Alam
	8	Gesing	Banjar	Wisata Alam
	9	Pedawa	Banjar	Wisata Budaya
	10	Tigawasa	Banjar	Wisata Budaya
	11	Cempaga	Banjar	Wisata Budaya
	12	Banyuseri	Banjar	Wisata Budaya
	13	Banjar	Banjar	Wisata Alam
	14	Pemuteran	Gerokgak	Wisata Alam
	15	Bebetin	Sawan	Wisata Alam
	16	Lemukih	Sawan	Wisata Alam
	17	Sekumpul	Sawan	Wisata Alam
	18	Menyali	Sawan	Wisata Alam
	19	Sangsit	Sawan	Wisata Budaya
	20	Jagaraga	Sawan	Wisata Budaya
	21	Sawan	Sawan	Wisata Alam
	22	Paket Agung	Buleleng	Wisata Budaya
Jembrana	1	Ekasari	Melaya	Wisata Alam
	2	Blimbingsari	Melaya	Agrowisata
	3	Perancak	Jembrana	Ekowisata
	4	Sangkaragung	Negara	Wisata Budaya
	5	Batuagung	Negara	Wisata Alam
	6	Delod Berawah	Negara	Wisata Alam
Tabanan	1	Tua	Marga	Wisata Alam
	2	Sudimara	Tabanan	Wisata Alam
	3	Kukuh	Marga	Wisata Alam
	4	Pinge	Marga	Wisata Alam
	5	Jatiluwhi	Penebel	Wisata Alam
	6	Mangesta	Penebel	Agrowisata
	7	Soka	Selemadeg	Wisata Alam
	8	Lalang Linggah	Selemadeg Barat	Wisata Alam
	9	Candikuning	Baturiti	Agrowisata
	10	Antapan	Baturiti	Agrowisata
	11	Angseri	Baturiti	Agrowisata
	12	Kerobokan	Baturiti	Wisata Alam
	13	Kelating	Kerambitan	Wisata Alam
	14	Kerambitan	Kerambitan	Wisata Alam
	15	Belimbing	Pupuan	Agrowisata
	16	Mekarsari	Baturiti	Wisata Alam

Badung	1	Baha	Abiansemal	Wisata Alam
	2	Pangsang	Petang	Wisata Alam
	3	Kiadan	Petang	Wisata Alam
	4	Mengwi	Mengwi	Wisata Alam
	5	Munggu	Mengwi	Wisata Alam
Gianyar	1	Sebatu	Tegallalang	Wisata Alam
	2	Pujung	Tegallalang	Wisata Alam
	3	Bedulu	Blahbatuh	Wisata Alam
	4	Mas	Ubud	Wisata Budaya
	5	Ubud	Ubud	Wisata Budaya
	6	Peliatan	Ubud	Wisata Budaya
	7	Petulu	Ubud	Wisata Budaya
	8	Celuk	Sukawati	Wisata Budaya
	9	Batuan	Sukawati	Wisata Budaya
	10	Batubulan	Sukawati	Wisata Budaya
	11	Kemenuh	Sukawati	Wisata Budaya
	12	Belega	Blahbatuh	Wisata Budaya
	13	Pejeng Kelod	Tampak Siring	Wisata Alam
	14	Suba	Blahbatuh	Wisata Alam
	15	Blahbatuh	Blahbatuh	Wisata Alam
Klungkung	1	Timuhun	Banjarangkan	Wisata Alam
	2	Bakas	Banjarangkan	Wisata Alam
	3	Kamasan	Klungkung	Wisata Budaya
	4	Gelgel	Klungkung	Wisata Alam
	5	Budaga	Klungkung	Wisata Budaya
	6	Lembongan	Nusa Penida	Wisata Alam
	7	Ped	Nusa Penida	Wisata Alam
	8	Batukandik	Nusa Penida	Wisata Alam
	9	Jungutbatu	Nusa Penida	Wisata Alam
	10	Nyuh Kuku	Nusa Penida	Wisata Alam
Bangli	1	Penglipuran	Bangli	Wisata Budaya
	2	Undisan	Tembuku	Wisata Alam
	3	Trunyan	Kintamani	Wisata Budaya
	4	Bayung Gede	Kintamani	Wisata Alam
	5	Kintamani	Kintamani	Wisata Alam
	6	Buahan	Kintamani	Wisata Alam
	7	Songan A	Kintamani	Wisata Alam
	8	Batur Utara	Kintamani	Wisata Alam
	9	Batur Tengah	Kintamani	Wisata Alam
	10	Batur Selatan	Kintamani	Wisata Alam
	11	Suter	Kintamani	Wisata Alam

Karangasem	1	Budekeling	Bebandem	Wisata Budaya
	2	Sibetan	Bebandem	Wisata Alam
	3	Tenganan	Manggis	Wisata Budaya
	4	Prangsari	Selat	Wisata Alam
	5	Iseh	Sidemen	Wisata Alam
	6	Timbrah	Karangasem	Wisata Alam
	7	Antiga	Manggis	Wisata Alam
	8	Jasri	Karangasem	Wisata Alam
	9	Besakih	Rendang	Wisata Alam
	10	Munti Gunung	Kubu	Wisata Alam
Kota Denpasar	1	Penatih	Denpasar Timur	Wisata Budaya
	2	Sanur Kaja	Denpasar Selatan	Wisata Alam
	3	Sanur Kauh	Denpasar Selatan	Wisata Alam
	4	Sanur	Denpasar Selatan	Wisata Alam
	5	Serangan	Denpasar Selatan	Wisata Alam

Dalam perkembangannya, desa wisata di Provinsi Bali terus mengalami peningkatan dalam hal jumlah. Sampai dengan April 2022 setidaknya terdapat 238 desa wisata yang tersebar pada 8 kabupaten/kota. Adapun penyebarannya masing-masing 75 desa wisata di Kabupaten Buleleng, 25 desa wisata di Kabupaten Tabanan, 17 desa wisata di Kabupaten Badung, 32 desa wisata di Kabupaten Gianyar, 19 desa wisata di Kabupaten Klungkung, 31 desa wisata di Kabupaten Bangli, 26 desa wisata di Kabupaten Karangasem, 6 desa wisata di Kotamadya Denpasar, dan 7 desa wisata di Kabupaten Jembrana. Jika 238 desa wisata di Provinsi Bali tersebut diklasifikasikan, maka terdapat 101 (42,44%) tergolong rintisan, 107 (44,96%) tergolong berkembang, 27 (11,34%) tergolong maju, dan 3 (1,26%) tergolong mandiri. Adapun 238 desa wisata berdasarkan klasifikasinya di Provinsi Bali seperti Tabel 2.2.

**Tabel 2.2 Desa Wisata Di Proinsi Bali Berdasarkan Klasifikasi
(sampai April 2022)**

No	Nama Desa wisata	Kecamatan	Klasifikasi
Kabupaten Buleleng			
1	Banjar	Banjar	Rintisan
2	Banyuseri	Banjar	Rintisan
3	Cempaga	Banjar	Rintisan
4	Gobleg	Banjar	Rintisan
5	Kaliasem	Banjar	Rintisan
6	Kayuputih	Banjar	Maju
7	Munduk	Banjar	Rintisan
8	Pedawa	Banjar	Rintisan
9	Sidetapa	Banjar	Rintisan
10	Tigawasa	Banjar	Berkembang
11	Baktiseraga	Buleleng	Maju
12	Kalibukbuk	Buleleng	Rintisan
13	Kelurahan Kampung Bugis	Buleleng	Rintisan
14	Kelurahan Paket Agung	Buleleng	Rintisan
15	Tukadmungga	Buleleng	Rintisan
16	Kelurahan Kampung Kajanan	Buleleng	Rintisan
17	Anturan	Buleleng	Rintisan
18	Bengkel	Buleleng	Rintisan
19	Bongancina	Buleleng	Berkembang
20	Kedis	Buleleng	Berkembang
21	Sepang Kelod	Buleleng	Berkembang
22	Subuk	Buleleng	Rintisan
23	Telaga	Buleleng	Rintisan
24	Tinggarsari	Buleleng	Berkembang
25	Tista	Buleleng	Rintisan
26	Titab	Buleleng	Rintisan
27	Umejero	Buleleng	Rintisan
28	Sepang	Buleleng	Rintisan
29	Gerokgak	Gerokgak	Berkembang
30	Pejarakan	Gerokgak	Rintisan
31	Pemuteran	Gerokgak	Mandiri
32	Pengulon	Gerokgak	Berkembang
33	Sanggalangit	Gerokgak	Rintisan
34	Sumberkima	Gerokgak	Rintisan
35	Tinga-tinga	Gerokgak	Rintisan
36	Bengkala	Kubutambahan	Berkembang
37	Bontihing	Kubutambahan	Rintisan
38	Bulian	Kubutambahan	Maju
39	Depeha	Kubutambahan	Berkembang
40	Mengening	Kubutambahan	Rintisan
41	Pakistan	Kubutambahan	Berkembang
42	Tambakan	Kubutambahan	Rintisan

43	Tamblang	Kubutambahan	Rintisan
44	Kubutambahan	Kubutambahan	Rintisan
45	Bukti	Kubutambahan	Rintisan
46	Bebetin	Sawan	Rintisan
47	Giri Emas	Sawan	Maju
48	Jagaraga	Sawan	Berkembang
49	Lemukih	Sawan	Rintisan
50	Menyali	Sawan	Rintisan
51	Sangsit	Sawan	Rintisan
52	Sekumpul	Sawan	Rintisan
53	Sudaji	Sawan	Rintisan
54	Sawan	Sawan	Rintisan
55	Kelurahan Seririt	Seririt	Rintisan
56	Ambengan	Sukasada	Rintisan
57	Gitgit	Sukasada	Rintisan
58	Kayuputih	Sukasada	Rintisan
59	Pancasari	Sukasada	Rintisan
60	Panji	Sukasada	Maju
61	Panji Anom	Sukasada	Rintisan
62	Pegadungan	Sukasada	Rintisan
63	Sambangan	Sukasada	Maju
64	Silangjana	Sukasada	Rintisan
65	Wanagiri	Sukasada	Rintisan
66	Bondalem	Tejakula	Maju
67	Julah	Tejakula	Berkembang
68	Les	Tejakula	Rintisan
69	Madenan	Tejakula	Rintisan
70	Pacung	Tejakula	Rintisan
71	Sambirenteng	Tejakula	Rintisan
72	Sembiran	Tejakula	Rintisan
73	Tejakula	Tejakula	Rintisan
74	Tembok	Tejakula	Rintisan
75	Penuktukan	Tejakula	Rintisan
Kabupaten Tabanan			
1	Antapan	Baturiti	Berkembang
2	Kukuh	Marga	Berkembang
3	Tua	Marga	Berkembang
4	Pinge	Marga	Berkembang
5	Nyambu	Kediri	Berkembang
6	Kaba-kaba	Kediri	Berkembang
7	Mangesta	Penebel	Berkembang
8	Biaung	Penebel	Berkembang
9	Jatiluwhih	Penebel	Berkembang
10	Tajen	Penebel	Berkembang
11	Kerambitan	Kerambitan	Berkembang
12	Tista	Kerambitan	Berkembang

13	Antap	Selemadeg	Berkembang
14	Lalanglinggah	Selemadeg Barat	Berkembang
15	Gunung Salak	Selemadeg Timur	Berkembang
16	Belimbing	Pupuan	Berkembang
17	Bongan	Tabanan	Berkembang
18	Wanagiri	Selemadeg	Berkembang
19	Lumbang Kauh	Selemadeg Barat	Berkembang
20	Megati	Selemadeg Timur	Berkembang
21	Bantiran	Pupuan	Berkembang
22	Sanda	Pupuan	Berkembang
23	Munduk Temu	Pupuan	Berkembang
24	Cau Belayu	Pupuan	Berkembang
25	Tegal Mengkeb	Selemadeg Timur	Berkembang
Kabupaten Badung			
1	Bongkasa Pertiwi	Abiansemal	Berkembang
2	Pangsan	Petang	Rintisan
3	Petang	Petang	Berkembang
4	Pelaga	Petang	Rintisan
5	Belok	Petang	Rintisan
6	Carangsari	Petang	Berkembang
7	Sangeh	Abiansemal	Berkembang
8	Baha	Mengwi	Berkembang
9	Kapal	Mengwi	Rintisan
10	Mengwi	Mengwi	Berkembang
11	Munggu	Mengwi	Maju
12	Bongkasa	Abiansemal	Berkembang
13	Abiansemal Dauh Yeh Cani	Abiansemal	Rintisan
14	Sobangan	Mengwi	Rintisan
15	Cemagi	Mengwi	Rintisan
16	Penarungan	Mengwi	Rintisan
17	Kuwum	Mengwi	Rintisan
Kabupaten Gianyar			
1	Singapadu Tengah	Sukawati	Maju
2	Singapadu Kaler	Sukawati	Berkembang
3	Taro	Tegallalang	Maju
4	Kerta	Payangan	Berkembang
5	Batubulan	Sukawati	Maju
6	Kemenuh	Sukawati	Maju
7	Mas	Ubud	mandiri
8	Kendran	Tegallalang	Berkembang
9	Kedisan	Tegallalang	Rintisan
10	Keramas	Blahbatuh	Berkembang
11	Pejeng Kangin	Tampak Siring	Berkembang
12	Petulu	Ubud	Berkembang
13	Tegallalang	Tegallalang	Maju
14	Buahan Kaja	Payangan,	Rintisan

15	Lebih	Gianyar	Rintisan
16	Sidan	Gianyar.	Rintisan
17	Lodtunduh	Ubud	Rintisan
18	Singapadu	Sukawati.	Rintisan
19	Celuk	Sukawati.	Rintisan
20	Bedulu	Blahbatuh	Rintisan
21	Manukaya	Tampak Siring	Rintisan
22	Sayan	Ubud	Maju
23	Tampak Siring	Tampak Siring	Berkembang
24	Kelurahan Beng	Gianyar	Berkembang
25	Peliatan	Ubud	Maju
26	Keliki	Tegallalang	Rintisan
27	Buruan	Blahbatuh	Rintisan
28	Melinggih Kelod	Payangan	Maju
29	Pupuan	Blahbatuh	Rintisan
30	Saba	Blahbatuh	Rintisan
31	Sebatu	Tegallalang	Berkembang
32	Batuan	Sukawati	Berkembang
Kabupaten Klungkung			
1	Tihingan	Banjarangkan	Rintisan
2	Timuhun	Banjarangkan	Rintisan
3	Bakas	Banjarangkan	Berkembang
4	Kamasan	Klungkung	Berkembang
5	Tegak	Klungkung	Rintisan
6	Gelgel	Klungkung	Berkembang
7	Besan	Dawan	Berkembang
8	Pesinggahan	Dawan	Berkembang
9	Paksebali	Dawan	Berkembang
10	Jungutbatu	Nusa Penida	Berkembang
11	Lembongan	Nusa Penida	Berkembang
12	Ped	Nusa Penida	Berkembang
13	Batukandik	Nusa Penida	Berkembang
14	Tanglad	Nusa Penida	Berkembang
15	Pejukutan	Nusa Penida	Berkembang
16	Batu Nunggul	Nusa Penida	Berkembang
17	Kelumpu	Nusa Penida	Berkembang
18	Suana	Nusa Penida	Berkembang
19	Aan	Banjarangkan	Rintisan
Kabupaten Bangli			
1	Penglipuran	Bangli	Mandiri
2	Guliang Kangin	Bangli	Maju
3	Pengotan	Bangli	Berkembang
4	Sedit	Bangli	Berkembang
5	Undisan	Tembuku	Maju
6	Jehem	Tembuku	Berkembang
7	Kayuambua	Susut	Rintisan

8	Terunyan	Kintamani	Berkembang
9	Bayung Gede	Kintamani	Berkembang
10	Kintamani	Kintamani	Berkembang
11	Suter	Kintamani	Maju
12	Buahan	Kintamani	Rintisan
13	Sukawana	Kintamani	Berkembang
14	Batur Utara	Kintamani	Berkembang
15	Batur Tengah	Kintamani	Berkembang
16	Batur Selatan	Kintamani	Berkembang
17	Belandingan	Kintamani	Rintisan
18	Abangbatudinding	Kintamani	Berkembang
19	Abangsongan	Kintamani	Berkembang
20	Songan A	Kintamani	Berkembang
21	Songan B	Kintamani	Berkembang
22	Pinggan	Kintamani	Berkembang
23	Kutuh	Kintamani	Rintisan
24	Kedisan	Kintamani	Maju
25	Bunutin	Kintamani	Berkembang
26	Tembuku	Tembuku	Berkembang
27	Selulung	Kintamani	Rintisan
28	Catur	Kintamani	Maju
29	Peninjoan	Tembuku	Berkembang
30	Langgahan	Kintamani	Rintisan
31	Guliang Kawan	Bangli	Berkembang
Kabupaten Karangasem			
1	Jasri	Karangasem	Maju
2	Budakeling	Bebandem	Rintisan
3	Timbrah	Karangasem	Berkembang
4	Tumbu	Karangasem	Berkembang
5	Tenganan	Manggis	Maju
6	Antiga	Manggis	Berkembang
7	Sibetan	Bebandem	Berkembang
8	Bugbug	Karangasem	Maju
9	Besakih	Rendang	Maju
10	Padangbai	Manggis	Maju
11	Nongan	Rendang	Rintisan
12	Tanah Ampo	Manggis	Rintisan
13	Kastala	Bebandem	Berkembang
14	Duda	Selat	Rintisan
15	Peringsari	Selat	Rintisan
16	Jungutan	Bebandem	Berkembang
17	Munti Gunung	Kubu	Rintisan
18	Sebudi	Selat	Berkembang
19	Selumbang	Manggis	Berkembang
20	Gegelang	Manggis	Berkembang
21	Yeh Malet	Manggis	Berkembang

22	Purwayu	Abang	Berkembang
23	Asak	Karangasem	Rintisan
24	Bukit	Karangasem	Rintisan
25	Dukuh	Kubu	Rintisan
26	Tebola	Sidemen	Maju
Kodya Denpasar			
1	Sanur Kauh	Denpasar Selatan	Berkembang
2	Sanur Kaja	Denpasar Selatan	Berkembang
3	Sanur	Denpasar Selatan	Berkembang
4	Penatih	Denpasar Timur	Berkembang
5	Kertalangu	Denpasar Timur	Berkembang
6	Serangan	Denpasar Selatan	Berkembang
Kabupaten Jembrana			
1	Gumbrih	Pekutatan	Rintisan
2	Medewi	Pekutatan	Rintisan
3	Yehembang Kangin	Mendoyo	Rintisan
4	Perancak	Jembrana	Rintisan
5	Manistutu	Melaya	Rintisan
6	Ekasari	Melaya	Berkembang
7	Blimbingsari	Melaya	Berkembang

Adapun yang menjadi landasan dalam pengklasifikasian desa wisata tersebut (sesuai Tabel 2.2) adalah seperti Tabel 2.3.

Tabel 2.3 Indikator Klasifikasi Desa Wisata

No.	Klasifikasi	Indikator
1	Rintisan	<ul style="list-style-type: none"> a. Masih berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi pariwisata. b. Pengembangan sarana prasarana wisata masih terbatas. c. Belum ada/masih sedikit sekali wisatawan yang berkunjung dan berasal dari masyarakat sekitar. d. Sangat diperlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).
2	Berkembang	<ul style="list-style-type: none"> a. Sudah mulai dikenal dan dikunjungi, masyarakat sekitar dan pengunjung dari luar daerah. b. Sudah terdapat pengembangan sarana dan prasarana dan fasilitas pariwisata. c. Sudah mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi bagi masyarakat. d. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata sudah mulai tumbuh. e. Masih memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta).

3	Maju	<ul style="list-style-type: none"> a. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar akan potensi wisata termasuk pengembangannya. b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, termasuk wisatawan mancanegara. c. Sarana prasarana dan fasilitas pariwisata sudah memadai. d. Masyarakat sudah berkemampuan untuk mengelola usaha pariwisata melalui pokdarwis/kelompok kerja lokal. e. Masyarakat sudah berkemampuan memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata.
4	Mandiri	<ul style="list-style-type: none"> a. Masyarakat sudah memberikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan mandiri. b. Sudah menjadi destinasi wisata yang dikenal oleh wisatawan mancanegara dan sudah menerapkan konsep keberlanjutan yang diakui oleh dunia. c. Sarana dan prasarana sudah mengikuti standar internasional minimal ASEAN. d. Pengelolaan desa wisata sudah dilakukan secara kolaboratif antar sektor dan pentahelix sudah berjalan baik. e. Dana desa menjadi bagian penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata. f. Desa sudah mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri (mampu membuat bahan promosi dan menjual secara mandiri melalui digitalisasi dan teknologi).

Sumber: Buku Pedoman Desa Wisata Edisi 1, September 2019 hal. 7

Menurut Hadinoto (1996: 188-189), pengembangan desa wisata didasarkan pada ciri budaya tradisional yang ada di desa atau ciri atraksi alam yang berdekatan dengan pengembangan desa sebagai pusat pelayanan pariwisata untuk wisatawan yang berkunjung ke atraksi alam tersebut. Selain itu, menurut Erawan (2003) pengembangan desa wisata sejalan dengan paradigma pembangunan pariwisata yang saat ini diimplementasikan oleh Bali, yaitu pembangunan pariwisata kerakyatan berkelanjutan (*sustainable community tourism development*) yang menggunakan beberapa pendekatan. Satu, pendekatan peran serta masyarakat (*community based approach*) yang bertujuan memberdayakan dan memampukan masyarakat di semua peringkat untuk berperan serta secara aktif dalam menentukan pengambilan keputusan perencanaan dan pelaksanaan pembangunan

(Bank Dunia, 1986). Pendekatan peran masyarakat diartikan sebagai pendorong pemerintah pada semua peringkat untuk memformulasikan kebijakan, strategi, rencana, dan implementasi serta pengendalian pembangunan melalui "proses konsultasi" dan "dialog" dengan *stakeholders* (pemerintah, masyarakat, dan dunia usaha pariwisata).

Dua, pengembangan kepariwisataan berkelanjutan memiliki karakteristik (a) mengedepankan "kualitas pengalaman"; (b) menekankan pada keadilan sosial dan peran serta masyarakat; (c) pengembangan disesuaikan dengan "limit" atau keterbatasan sumber daya; (d) menawarkan kegiatan yang luas mencakup elemen rekreasi, pendidikan, dan budaya; (e) menonjolkan karakter wilayah; (f) memberikan kesempatan kepada para wisatawan untuk mengambil pelajaran, mengenali wilayah yang dikunjunginya; (g) tidak berkompetisi dengan (mematikan) sektor industri lain yang ingin berkelanjutan; serta (h) terpadu dengan rencana dan prioritas kabupaten, provinsi dan regional.

Tiga, kepariwisataan kerakyatan (*community based tourism*) memiliki karakteristik (a) berskala kecil; (b) dimiliki oleh anggota/kelompok masyarakat setempat sehingga memberikan manfaat pada masyarakat setempat; (c) memberikan kesempatan kerja dan peluang ekonomi pada ekonomi setempat; (d) lokasi tersebar atau tidak terkonsentrasi di suatu tempat; (e) desain dan kegiatan mencerminkan karakter wilayah setempat, (f) mengedepankan kelestarian warisan budaya (*cultural heritage*), (g) tidak mematikan industri dan kegiatan lainnya yang bersifat saling melengkapi, (h) menawarkan pengalaman yang berkualitas pada wisatawan, dan (i) merupakan kegiatan usaha yang menguntungkan.

Pengembangan pariwisata diharapkan secara optimal mampu melibatkan masyarakat setempat melalui aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi. Dalam kerangka pengembangan pariwisata, keterlibatan masyarakat tersebut dapat diwujudkan melalui produk daya tarik wisata berupa desa wisata.

Desa Wisata dengan berbagai istilahnya seperti *village tourism*, *rural tourism*, *farm tourism*, atau *agro tourism* (Leu, 1992: 212; Naisbit, 1994: 137; Saglio, 1995: 110; Dolors, 1995:

49; Iakovidou, 1995: 87; Oppermann, 1996: 212; Dowling, 1996: 220) telah banyak dilaksanakan di berbagai negara, seperti: di Swiss, Kenya, Senegal, Yunani, Jerman, dan Muangthai. Di sisi lain, menurut Pitana (1999: 105) pengembangan desa wisata merupakan alternatif yang sensitif, karena jika salah dalam pengembangannya akan menimbulkan dampak bagi keberadaan *desa pakraman* tempat desa wisata itu dikembangkan.

Konsep desa wisata muncul setelah mengamati pengalaman Bali mengembangkan kawasan wisata yang bersifat tertutup (*enclave*) seperti yang dikembangkan di Kawasan Wisata Nusa Dua. Pembangunan pariwisata tertutup (*enclave*) diduga banyak menimbulkan sisi negatif bagi masyarakat Bali. Atas dasar pertimbangan bahwa pembangunan pariwisata harus mampu mengatasi berbagai kelemahan konsep yang diterapkan, maka dirancang konsep model alternatif, yaitu desa wisata. Desa wisata menurut Tim Konsultan (dalam Pitana, 1999: 108) mendefinisikannya sebagai berikut.

“Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan dengan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian “pedesaan Bali”, baik dari struktur tata ruang, arsitektur bangunan, maupun pola kehidupan sosial-budaya masyarakatnya, serta mampu menyediakan komponen-komponen kebutuhan pokok wisatawan, seperti: akomodasi, makanan dan minuman, cendera mata, serta atraksi-atraksi wisata.”

Desa wisata sebagai sebuah konsep alternatif dalam pengembangan pariwisata, terkait dengan pengalaman negara Senegal (Afrika Barat) mengembangkan desa wisata yang disebut dengan istilah *integrated village tourism* dapat dijadikan konsep alternatif. Program desa wisata terpadu di Senegal ini bukan satu-satunya jenis pariwisata yang diinginkan negara tersebut, tetapi lebih ditujukan untuk menambah bentuk-bentuk wisata konvensional sebagai salah satu jenis pariwisata alternatif.

Menurut buku Perencanaan Pariwisata Nasional dan Regional: Metodologi dan Studi Kasus (2000: 126-129), yang menjadi latar belakang pengembangan *integrated village tourism* di Senegal berawal pada akhir tahun 1960-an dan awal 1970-

an. Pada waktu itu pariwisata di negara tersebut umumnya didasarkan pada kawasan wisata di pantai dan hotel-hotel di perkotaan serta kadang-kadang ekskursi wisata ke daerah pedalaman. Jenis wisata ini tidak menawarkan kesempatan bagi wisatawan untuk mendapatkan pengalaman dari gaya hidup orang Afrika dan bertemu dengan orang-orang Afrika hanya secara spontan. Penduduk lokal Senegal memandang kondisi ini sebagai degradasi sosial. Penduduk lokal sering merasa bahwa mereka harus memenuhi harapan-harapan para wisatawan. Di samping itu, ada juga pertimbangan tentang perlunya penyediaan lapangan kerja yang beragam dan pendapatan bagi generasi muda pedesaan di Senegal sehingga mereka tidak berpindah ke kota untuk memperbaiki kehidupannya.

Selanjutnya, untuk memenuhi kebutuhan akan akomodasi, maka akomodasi sederhana dibangun, dikelola, dan dioperasikan oleh penduduk desa di Senegal. Penginapan-penginapan didesain dengan gaya tradisional dan dibangun dengan bahan-bahan lokal. Menurut model tersebut, pengelolaan penginapan disebut sebagai *camp* sepenuhnya diserahkan kepada penduduk desa. Kerja sama dilakukan agar mereka bertanggung jawab terhadap pengoperasian *camp*. Makanan direncanakan menggunakan produk makanan lokal dan masakan tradisional. Promosi dilakukan dengan mendeskripsikan apa yang ditawarkan oleh *integrated village tourism* tersebut.

Dari uraian tersebut tampak bahwa apa yang terjadi di Senegal antara tahun 1960-an dan tahun 1970-an memiliki kemiripan dengan yang terjadi pada awal tahun 1990-an sampai awal tahun 1992 di Bali, yaitu dengan pengembangan desa wisata di tiga kabupaten di Bali. Pengembangan desa wisata di Bali adalah untuk mengimbangi konsep kawasan wisata tertutup (*enclave*) dan untuk melengkapi konsep pengembangan *enclave*. Bila di Bali desa wisata menawarkan alam pedesaan beserta budayanya, maka di Senegal juga demikian, yaitu sarana akomodasi dengan sebutan *camp* yang serba sederhana mempergunakan bentuk dan bahan bangunan lokal, jumlah kamar maksimal 30 kamar, kenyamanan yang ditawarkan amat minimal, dan makanan yang

disajikan adalah makanan tradisional.

Untuk memahami konsep desa wisata, akan menjadi semakin jelas apabila membandingkannya dengan konsep ekowisata (*ecotourism*) yang sama-sama memiliki konsep kembali ke alam. Menurut Audumon (dalam Naisbitt, 1994: 137) memberikan batasan tentang ekowisata sebagai berikut. Perjalanan dengan tujuan daerah-daerah alam guna mengerti budaya dan sejarah alam lingkungan, sementara (mempertahankan) integritas ekosistem dan memberikan peluang ekonomi yang memperkuat pelestarian sumber daya alam menguntungkan secara finansial bagi penduduk di kawasan tuan rumah.

Konsep ekowisata secara substansi tidak banyak berbeda dengan konsep desa wisata. Karena keduanya kembali ke alam dan mempergunakan alam sebagai daya tarik wisata. Untuk kasus Bali, desa wisata dijadikan salah satu subsistem pariwisata budaya. Konsep pariwisata budaya di sini dianggap sebuah konsep yang mempergunakan budaya bukan saja untuk pariwisata, melainkan yang terpenting adalah pariwisata untuk budaya. Dalam pembangunan pariwisata budaya, karena desa wisata sebagai subsistem pariwisata budaya maka sudah sepatutnya budaya sebagai bagian integral senantiasa harus dievaluasi agar tetap *cost and benefit* berimbang dan berlanjut (Picard, 1996: 100).

Alternatif pengembangan kawasan wisata model *enclave* untuk Bali sudah menjadi tuntutan yang mendesak agar secepatnya pemerataan hasil pariwisata dapat memberdayakan masyarakat Bali. Desa di Bali yang sudah memenuhi syarat dapat mengembangkan dan menerapkan model desa wisata. Oleh karena pada dasarnya desa-desa di Bali memiliki keunikan masing-masing yang tercermin pada adagium *desa, kala, dan patra*.

B. Pengembangan Desa Wisata Secara Nasional

1. Latar Belakang

Perkembangan tren perjalanan wisatawan setidaknya pada satu dekade terakhir ditandai dengan munculnya motivasi dan pola perjalanan wisata baru yang dilakukan oleh

wisatawan, khususnya pada segmen pasar wisatawan yang sudah berpengalaman (*mature market*), dan yang berpendidikan serta memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu konservasi lingkungan, komunitas serta budaya lokal. Perkembangan tersebut ditandai dengan adanya kecenderungan perubahan pola perjalanan wisata dari wisata massal (*mass tourism*) ke wisata alternatif (*alternative tourism*). Perkembangan wisata alternatif merupakan bentuk penyeimbang terhadap perkembangan wisata massal, dimana wisata massal sering dipandang kurang ramah terhadap lingkungan serta kurang berpihak kepada masyarakat lokal.

Perubahan pola perjalanan wisatawan tersebut dapat mendorong pola konsumsi wisatawan (*customer behaviour pattern*) terhadap produk wisata dengan tanpa terfokus pada 3S (*Sun, Sea, and Sand*), namun berkembang pada beragam kegiatan wisata yang berorientasi pada alam atau budaya lokal. Motivasinya adalah memperkaya wawasan, pengembangan diri dan aktualisasi diri, dengan jenis wisata petualangan (*adventure tourism*) seperti *hiking, trekking*, ataupun wisata minat khusus lainnya seperti *bird watching, wild life viewing*; wisata budaya etnik, dan wisata budaya pedesaan. Dengan berubahnya pola perjalanan wisata tersebut, para pelaku pariwisata termotivasi untuk mengembangkan produk wisata alternatif guna menumbuhkan minat kunjungan dan perjalanan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara.

Upaya untuk mendorong tumbuhnya wisata alternatif dengan karakter pedesaan di Indonesia merupakan suatu langkah tepat dalam mengantisipasi peningkatan kunjungan wisatawan serta potensi kejenuhan terhadap produk-produk wisata yang sudah ditawarkan selama ini. Selain itu pengembangan wisata alternatif juga dapat menambah peluang bagi pemberdayaan potensi daya tarik wisata di daerah. Keunikan serta otentisitas potensi daerah untuk dapat dikemas dan dikembangkan sekaligus memberdayakan masyarakat setempat melalui kegiatan pariwisata.

Sejalan dengan pemikiran tersebut, maka pengembangan

desa wisata (*tourism village*) merupakan salah satu alternatif yang dipandang sangat strategis untuk menjawab sejumlah agenda dalam pembangunan kepariwisataan. Manfaat positif dari pengembangan desa wisata adalah (a) destinasi pariwisata memiliki keragaman produk yang akan membuka peluang kunjungan ulang bagi wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi tersebut, (b) pengembangan desa wisata mampu memperkecil urbanisasi dari desa ke kota sebagai dampak dari kemampuan menciptakan atau menumbuhkan kegiatan ekonomi pariwisata di desa, (c) potensi lokal yang ada di desa terdorong untuk tumbuh dan berkembang dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di desa guna mendorong pengembangan sosial budaya dan ekonomi masyarakat desa, (d) dapat menciptakan pelestarian dan memberdayakan potensi budaya lokal dan nilai-nilai kearifan lokal (*local wisdom*) yang ada di masyarakat yang cenderung mengalami ancaman akibat globalisasi yang sangat gencar memasuki wilayah pedesaan. Pelestarian budaya dan kearifan lokal di desa seperti pelestarian bentang alam, persawahan, sungai, dan danau guna membantu mereduksi pemanasan global.

Sejalan dengan mengemukanya isu global seperti pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) serta manfaat dari pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*), maka pengembangan desa wisata merupakan salah satu bentuk wisata alternatif dalam mendukung perwujudan isu global tersebut, sekaligus mendorong pembangunan daerah dan masyarakat di wilayah terpencil (terluar, terdepan, terbelakang) yang ada di Indonesia.

2. Desa Wisata: Konsep, Komponen Pendukung dan Tipologi

a. Konsep Desa Wisata

Dalam konteks wisata pedesaan, desa wisata merupakan aset kepariwisataan berbasis potensi desa dengan segala keunikan dan daya tariknya. Potensi desa tersebut dapat diberdayakan dan dikembangkan sebagai produk wisata untuk menarik kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut. Secara operasional desa wisata

adalah suatu wilayah dengan luasan 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 didalamnya Kampung Wisata karena keberadaannya di daerah kota. Contoh Kampung Wisata seperti Kampung Dipowinatan (Yogyakarta), Kampung Sindang Barang (Bogor), Kampung Jambangan (Surabaya), Kampung Setu Babakan (Jakarta), Desa Budaya Kertalangu (Denpasar Bali).

Desa Wisata dalam hal ini harus dibedakan dengan Wisata Pedesaan (*village tourism*). Menurut Inskeep (1990) wisata pedesaan telah dikenal secara luas sebagai salah satu bentuk kegiatan wisata yang dikembangkan di kawasan atau area pedesaan (*country side*), yang membawa wisatawan pada pengalaman untuk melihat dan mengapresiasi keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya.

Desa wisata dapat menjadi bagian dari kegiatan wisata pedesaan, yaitu sebagai objek atau fokus kunjungan wisata. Dalam posisinya sebagai objek atau fokus kunjungan wisata, maka aktifitas wisatawan dapat mencakup aktifitas wisata yang lengkap (seperti kunjungan/apresiasi terhadap budaya lokal dan menginap/tinggal di desa dan berinteraksi dengan masyarakat lokal) maupun hanya menjadi tujuan kunjungan (tanpa menginap/tinggal di desa tersebut). Kondisi ideal yang diharapkan adalah kunjungan wisatawan ke desa wisata merupakan kunjungan yang bersifat utuh, artinya wisatawan tinggal atau menginap di desa wisata, sehingga dapat berinteraksi antara wisatawan dengan penduduk desa setempat, dan pada akhirnya desa memperoleh dampak ekonomi yang signifikan dari kunjungan wisatawan tersebut.

b. Komponen Pendukung Desa Wisata

Mengacu pada konsep desa wisata, terdapat beberapa komponen yang menjadi pendukung dari desa wisata, yaitu:

- 1) Desa Wisata memiliki batas geografis ataupun administratif

yang jelas.

- 2) Desa Wisata memiliki potensi daya tarik wisata baik yang berupa alam, budaya maupun karya kreatif dan inovatif sebagai daya tarik wisata. Potensi tersebut merupakan modal untuk pengembangan desa menjadi Desa Wisata, selanjutnya modal (alam, budaya, buatan) dikemas dan dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Secara rinci potensi dari sebuah desa dapat berupa:
 - a) Potensi fisik, antara lain perbukitan, bentang alam, suasana perkampungan beserta lingkungan yang unik, areal persawahan dengan teraseringnya, arsitektur bangunan tradisional, rumah-rumah bersejarah, dan lainnya.
 - b) Potensi sosial budaya masyarakat, seperti tata cara kehidupan masyarakat yang unik, tradisi budaya, adat istiadat, cara bercocok tanam dengan peralatan tradisional, dan sebagainya.
- 3) Masyarakat serta pranata sosial kemasyarakatan tradisional di desa yang antusias dan berkomitmen mendukung pengembangan desanya sebagai desa wisata.
- 4) Fasilitas kepariwisataan yang memenuhi standar sebagai unsur pendukung wisatawan dalam melakukan aktifitas wisata di desa wisata, seperti tersedianya akomodasi yang berupa *homestay* (jika diperlukan oleh desa wisata), warung makan yang dikelola oleh masyarakat desa setempat dengan bahan baku dari desa setempat, informasi desa wisata, Anjungan Tunai Mandiri, Internet atau Wifi, dan sebagainya.
- 5) Sarana prasarana lingkungan, yaitu berupa ruas jalan yang terhubung satu sama lain dengan didukung oleh moda transportasi yang nyaman dan memenuhi standar pariwisata untuk mencapai desa wisata tersebut.
- 6) Pengelolaan desa wisata yang berfungsi sebagai unit yang menyelenggarakan berbagai aktivitas wisata di desa wisata dengan berbagai produknya. Pengelola desa wisata juga berperan dalam menjalankan fungsi-fungsi manajemen, mulai dari merencanakan, melaksanakan, mengelola,

mengevaluasi/monitoring kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan di desa wisata.

- 7) Tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) yang kompeten, jika dimungkinkan sudah memiliki sertifikasi kompetensi, sebagai penggerak dalam pengelolaan kegiatan di desa wisata sekaligus dalam mengembangkan desa wisata tersebut.

c. Tipologi Desa Wisata

Dilihat dari daya tarik wisata yang dimiliki, desa wisata dapat dikelompokkan menjadi 4 (empat) jenis yaitu:

- 1) **Desa Wisata Berbasis Keunikan Sumber Daya Alam**, merupakan desa wisata yang wilayahnya memiliki keunikan yang bersumber dari lokasinya karena berada di area pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya. Selain itu karena lokasinya, maka desa wisata jenis ini juga memiliki keindahan panorama dan lansekap. Contoh dari desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam antara lain: Desa Komodo - NTT (satwa langka), Desa Lhoksado - Kalimantan Selatan (arung jeram Sungai Amandit), Desa Jatiluwih - Tabanan Bali (terasering sawah dengan sistem subak-nya yang sudah diakui UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia).
- 2) **Desa Wisata Berbasis Keunikan Budaya Lokal**, yaitu desa wisata yang wilayahnya memiliki keunikan seperti adat istiadat, tradisi yang merupakan kekhasan dari kehidupan keseharian masyarakat yang melekat sebagai bentuk budaya masyarakat pedesaan, baik terkait dengan mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya. Contoh dari desa wisata berbasis keunikan budaya lokal yaitu Desa Wae Rebo - NTT (perkampungan tradisional dengan daya tarik berupa adat tradisi), Desa Tenganan Pengringsingan - Candidasa Karangasem Bali (perkampungan dengan rumah adat tradisional), Desa Penglipuran - Bangli Bali (perkampungan tradisional dengan rumah adat beserta adat tradisi), Desa Bawomatoluo - Nias (perkampungan tradisional dengan

rumah adat serta tradisi lompat batu).

- 3) **Desa Wisata Berbasis Keunikan Aktifitas/Karya Kreatif**, yaitu desa wisata yang wilayah desanya memiliki keunikan aktifitas/karya kreatif sebagai daya tarik wisata. Aktifitas tersebut tumbuh dan berkembang baik sebagai pekerjaan pokok ataupun pekerjaan sampingan, dan juga merupakan industri rumah tangga (*home industry*) bagi masyarakat lokal. Aktifitas tersebut dapat berupa membuat kerajinan maupun aktifitas kesenian khas desa wisata tersebut. Contoh desa wisata berbasis keunikan aktifitas/karya kreatif yaitu: Desa Kasongan – Yogyakarta (kerajinan gerabah), Desa Banyumulek – Lombok (kerajinan gerabah), Desa Sukarare – Lombok (kerajinan tenun ikat), Desa Tenganan Pengringsingan – Candidasa Karangasem Bali (kerajinan tenun pengringsingan).
- 4) **Desa Wisata Berbasis Kombinasi (Keunikan Sumber Daya Alam, Budaya Lokal, dan Aktifitas/ Karya Kreatif)**, yaitu desa wisata yang memiliki lebih dari satu daya tarik wisata dan merupakan kombinasi antara daya tarik wisata alam, budaya, dan aktifitas/karya kreatif, yang terdiri dari:
 - a) **Kombinasi Sumber Daya Alam dan Sumber Daya Budaya**

Merupakan wilayah pedesaan yang memiliki perpaduan antara keunikan sumber daya alam dan sumber daya budaya. Contoh: Desa Senaru – Lombok (keindahan alam Gunung Rinjani dan adat serta tradisi Suku Sasak); Desa Tablanusu – Jayapura (keindahan pantai dan adat tradisi masyarakat nelayan); Desa Pentingsari – Sleman Yogyakarta (keindahan alam persawahan – tradisi serta adat tradisi masyarakat lokal), Desa Dieng Kulon – Banjarnegara, Jawa Tengah (keindahan alam pegunungan Dieng – adat serta tradisi masyarakat lokal di lereng Pegunungan Dieng).
 - b) **Kombinasi Sumber Daya Budaya Lokal dan Aktifitas/ Karya Kreatif**

Merupakan wilayah pedesaan yang memiliki keunikan

berupa perpaduan antara budaya dengan aktifitas/karya kreatif. Contoh: Desa Wolotopo – Ende (adat tradisi/rumah tradisional – seni tenun); Desa Bena – Ngada (Ende (adat tradisi/rumah tradisional – seni tenun); Desa Karangbanjar - Purbalingga (adat tradisi budaya lokal – produk kerajinan lokal).

c) Kombinasi Sumber Daya Alam, Sumber Daya Budaya dan Aktifitas/Karya Kreatif

Merupakan desa wisata yang dikembangkan berbasis pada kombinasi antara keunikan sumber daya alam, budaya lokal, dan aktifitas/karya kreatif sebagai daya tarik wisata. Contoh: Desa Jasri – Karangasem, Bali (daya tarik berupa keindahan alam pegunungan – pantai, adat tradisi budaya Bali – sentra kerajinan keramik).

3. Pendekatan Pengembangan Desa Wisata

a. Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*)

Pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) telah menjadi agenda global dalam pembangunan. Oleh karena itu semua *stakeholders* dari berbagai sektor pembangunan dituntut untuk dapat menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan, baik pada tataran kebijakan, perencanaan maupun dalam implementasi kebijakan dan perencanaan dari pembangunan yang akan dilaksanakan.

Konsep pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata umumnya mengandung makna bahwa pembangunan pariwisata yang akan dilaksanakan sepantasnya tanggap terhadap minat wisatawan, melibatkan masyarakat lokal secara langsung pada setiap aspek pembangunan, serta memprioritaskan pada upaya untuk perlindungan dan tata kelola yang fokus pada tujuan jangka panjang. Untuk itu segala upaya pengembangan dan pengelolaan sumber daya pariwisata serta sumber daya pendukung pariwisata lebih diarahkan tidak saja untuk pemenuhan aspek ekonomi, sosial dan estetika, namun yang lebih penting adalah menjaga keutuhan dan atau kelestarian

ekologi, menjaga keanekaragaman hayati, pelestarian budaya, serta sistem kehidupan (WTO, 1990).

Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan pada intinya menekankan pada 4 (empat) prinsip, yaitu layak secara ekonomi (*economically feasible*), berwawasan lingkungan (*environmentally viable*), dapat diterima secara sosial (*socially acceptable*), dan dapat diterapkan secara teknologi (*technologically appropriate*).

Prinsip *economically feasible*, menekankan bahwa proses pembangunan harus layak secara ekonomi, dilaksanakan secara efisien untuk dapat memberikan nilai manfaat ekonomi yang berarti baik bagi pembangunan wilayah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Prinsip *environmentally viable*, menekankan bahwa proses pembangunan harus tanggap dan memperhatikan upaya-upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan (alam maupun budaya), dan seminimal mungkin menghindarkan dampak negatif yang dapat menurunkan kualitas lingkungan dan mengganggu keseimbangan ekologi. Prinsip *socially acceptable*, menekankan bahwa proses pembangunan harus dapat diterima secara sosial, dimana upaya-upaya pembangunan yang dilaksanakan agar memperhatikan nilai-nilai, norma-norma, serta adat dan tradisi yang ada di lingkungan masyarakat, dan bahwa dampak pembangunan tidak boleh merusak tatanan tersebut. Prinsip *technologically appropriate*, menekankan bahwa proses pembangunan yang dilaksanakan secara teknis dapat diterapkan, efisien, memanfaatkan sumber daya lokal, dan dapat diadopsi masyarakat setempat secara mudah untuk proses pengelolaan yang berorientasi jangka panjang.

Secara sederhana pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diintegrasikan dalam 3 (tiga) sasaran utama pencapaian yaitu:

- 1) **Kualitas Sumber Daya Lingkungan (alam dan budaya)**, bahwa pembangunan pariwisata harus dapat menjaga keutuhan sumber daya alam dan budaya yang ada, serta memperhatikan daya dukung kawasan (*carrying capacity*).

- 2) **Kualitas Hidup Masyarakat Setempat (sosial ekonomi)**, bahwa pembangunan pariwisata harus mampu memberikan dampak positif (*value* dan *benefit*) bagi sosial ekonomi masyarakat setempat, serta jika memungkinkan menumbuhkan kesempatan kerja dan bahkan menjadikannya sebagai masyarakat yang mandiri secara ekonomi.
- 3) **Kualitas Pengalaman Berwisata (wisatawan)**, bahwa pembangunan pariwisata harus peka terhadap tingkat kepuasan wisatawan (*satisfaction*), sehingga perjalanan wisata yang dilakukan menjadi sebuah pengalaman yang berharga. Untuk mewujudkan hal ini, kualitas produk wisata serta pelayanan yang menyertai dari produk wisata tersebut memiliki peranan sangat penting bagi terciptanya kualitas pengalaman berwisata bagi seseorang.

b. Pengembangan Pariwisata Berbasis Pemberdayaan Masyarakat Lokal (Community Based Tourism)

Pemberdayaan masyarakat merupakan sebuah paradigma yang sangat penting dalam pengembangan serta pengelolaan sumber daya pariwisata. Menurut Murphy (1988) bahwa pengembangan pariwisata merupakan kegiatan yang berbasis komunitas, dengan memanfaatkan sumber daya dan keunikan masyarakat lokal. Sumber daya tersebut dapat berupa elemen fisik maupun elemen non fisik (seperti nilai-nilai, norma-norma, adat dan tradisi) yang menjadi milik masyarakat lokal. Sumber daya lokal tersebut dapat menjadi motor dan penggerak terhadap kegiatan budaya dan pariwisata. Selain itu, masyarakat lokal yang hidup dan kehidupannya berdampingan dengan suatu daya tarik wisata merupakan bagian dari sebuah sistem ekologi. Dengan demikian antara masyarakat lokal dengan budaya pada sebuah daya tarik wisata akan saling kait mengkait dan menyebabkan ketergantungan satu sama lain.

Dengan adanya pendekatan tersebut mensyaratkan bahwa pengembangan sumber daya budaya dan pariwisata harus sensitif dan responsif terhadap keberadaan dan kebutuhan masyarakat lokal. Dukungan tersebut berasal dari seluruh pranata sosial

kemasyarakatan, tidak saja dari mereka yang mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan budaya dan pariwisata, tetapi bagi mereka yang mendapatkan manfaat tidak langsung dari aktivitas budaya dan pariwisata perlu juga memberikan dukungan terhadap keterlibatan masyarakat lokal, sehingga pengembangan dan pengelolaan budaya dan pariwisata dapat berhasil pada tingkat lokal atau pada tingkat masyarakat tempat pariwisata itu dikembangkan.

Selanjutnya Wearing (2001) juga menekankan pentingnya peran masyarakat lokal bagi keberhasilan aktivitas budaya dan pariwisata dalam jangka panjang. Menurutny keberhasilan tersebut akan sangat tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan dari masyarakat lokal. Untuk memastikan pengembangan kegiatan budaya dan pariwisata dikelola secara baik dan berkelanjutan, maka diperlukan strategi untuk memfasilitasi keterlibatan yang luas dari masyarakat lokal dalam proses pengembangan guna memaksimalkan *values*, manfaat sosial dan manfaat ekonomi dari kegiatan budaya dan pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis pemberdayaan masyarakat lokal, masyarakat lokal memiliki dua peran yaitu sebagai subyek (sebagai orang yang ikut berperan) maupun sebagai obyek (sebagai orang yang akan menerima dampak). Masyarakat lokal dapat menjadi pelaku langsung dari kegiatan kepariwisataan di wilayahnya, karena secara turun temurun memiliki pengalaman dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya. Kehadiran secara langsung masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya untuk mendukung kepariwisataan, perlu diikuti oleh komitmen yang kuat untuk mengelola secara berkelanjutan.

Pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya untuk mendukung pariwisata, perlu didasarkan pada hal-hal sebagai berikut:

- 1) Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal.
- 2) Meningkatkan pendapatan sekaligus mendistribusikan merata pada penduduk lokal.

- 3) Berorientasi pada pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna di pedesaan.
- 4) Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif.
- 5) Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penjaga tradisi budaya dengan dampak seminimal mungkin.

4. Prinsip Pengembangan Desa Wisata

Sehubungan dengan prinsip pengembangan Desa Wisata, beberapa hal yang penting untuk diperhatikan adalah aspek Produk, Sumber Daya Manusia (SDM), Manajemen dan Kelembagaan, Promosi dan Pemasaran serta Investasi, yang selanjutnya akan diuraikan sebagai berikut.

a. Produk Wisata

Pada aspek produk wisata, pengembangan Desa Wisata harus menekankan prinsip-prinsip pengembangan produk sebagai berikut :

1) Keaslian (*Authenticity*)

Pola perjalanan wisata alternatif membawa wisatawan mencari pengalaman yang terkait dengan '*authentic experience*' atau pengalaman yang asli atau otentik. Pengalaman yang otentik ini didapatkan dari warisan budaya yang dijaga dan dilestarikan Secara turun-temurun oleh masyarakat di suatu destinasi. Dalam hal pengembangan desa wisata, yang termasuk kedalam hal-hal yang bersifat otentik diantaranya adalah menjaga tradisi kelokalan, sikap atau kegiatan masyarakat sehari-hari, nilai-nilai budaya Serta fitur alam yang unik dari suatu desa.

2) Tradisi Masyarakat Setempat (*Local Tradition*)

Desa wisata menyiratkan makna tradisi masyarakat setempat yang kuat. Tradisi merupakan segala sesuatu yang berakar dan melekat dengan kehidupan masyarakat di suatu daerah yang menjadi ciri atau karakter budaya yang dipelihara dari waktu ke waktu. Tradisi harus terus dipelihara dan dilestarikan karena selain untuk menjaga

identitas dari suatu masyarakat, tradisi yang kuat juga akan menjadi perhatian dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Dalam hal desa wisata, tradisi masyarakat ini dapat berupa suatu kearifal lokal (*local wisdom*), adat istiadat, kesenian musik maupun seni tari, pakaian adat serta makanan khas dari suatu desa wisata.

3) Sikap dan Nilai (*Attitudes and values*)

Sikap dan nilai suatu kebudayaan perlu dijunjung tinggi terutama oleh masyarakat setempat untuk menghindari degradasi nilai akibat pengaruh buruk yang dapat ditimbulkan dari kunjungan wisatawan. Apabila wisatawan menghargai sikap dan nilai warisan budaya serta pola kehidupan suatu masyarakat, maka masyarakat tersebut akan memiliki rasa kebanggaan tersendiri terhadap warisan budayanya, dimana hal ini akan membuat masyarakat menjaga, mempertahankan dan melestarikan warisan budaya mereka. Desa wisata yang memiliki masyarakat dengan sikap dan nilai-nilai yang baik akan membuat citra yang baik pula bagi desa wisata tersebut. Sikap dan nilai yang baik dapat ditunjukkan dengan perilaku yang baik, ramah terhadap wisatawan, dan tegas terhadap aturan-aturan yang dipegang.

4) Konservasi dan Daya Dukung (*Conservation and Carrying capacity*)

Pengembangan desa wisata harus menerapkan prinsip-prinsip pelestarian sena dalam hal pemanfaatannya agar tidak melampaui daya dukung lingkungan. Hal ini penting agar dengan berjalannya pembangunan pariwisata, kapasitas maksimum daya dukung (*carrying capacity*) dari suatu destinasi dalam menyokong kebutuhan berbagai pemanfaatan tidak akan merusak alam, budaya maupun lingkungan. Dalam pengelolaan desa wisata, upaya Konservasi dapat dilakukan dalam bentuk pengaturan pola kunjungan, zonasi kawasan serta penetapan daya dukung fisik (lingkungan) dan non fisik (budaya dan masyarakat).

b. Sumber Daya Manusia Yang Kompeten dan

Profesional Pengembangan desa wisata, harus didukung dengan SDM yang berkualitas, berkompeten, memahami dan mengerti prinsip dan konsep desa wisata, bekerja dengan jujur, totalitas serta memiliki loyalitas yang tinggi terhadap kewajibannya. SDM pengelola kegiatan desa wisata harus mampu memiliki kemampuan penguasaan berbagai unsur lokalitas desa sebagai kekuatan daya taik wutama.

c. Pengelolaan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata perlu didukung dengan manajemen atau pengelolaan dengan kelembagaan yang solid, fleksibel dan sederhana serta dinamis. Kelembagaan pengelolaan desa wisata seharusnya bersifat mandiri, melibatkan tokoh desa dan masyarakat setempat serta berbasis pada asas manfaat dan bukan asas keuntungan (*profit oriented*). Keterlibatan masyarakat lokal merupakan unsur utama dalam pengelolaan desa wisata ini untuk mengambil bagian aktif dalam semua proses, meliputi perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan, termasuk didalamnya pengusahaan kegiatan ekonomi yang bisa dikembangkan dari desa wisata (*Micro Small and Medium Entrepreneurship*). Dengan demikian masyarakat akan tumbuh rasa memiliki (*sense of belonging*) terhadap perkembangan pariwisata di desanya, sebagai pengelola sekaligus penerima manfaat.

d. Promosi dan Pemasaran Yang Fokus dan Selektif

Karakter kegiatan wisata pedesaan sebagai bentuk wisata alternative, menuntut pengembangan strategi promosi dan pemasaran yang lebih terfokus dan selektif dengan Kombinasi promosi online (media digital, elektornik) maupun offline (*roadshow, fam trip*).

e. Investasi yang Berorientasi pada Aset Lokal

Investasi merupakan bagian dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata di suatu desa wisata, baik berwujud pendanaan maupun aset fisik (bangunan, lahan,

kendaraan, dll.) yang selanjutnya akan didayagunakan untuk pengembangan potensi yang merupakan daya tarik bagi pengunjung. Selain investasi yang berasal dari masyarakat setempat, juga dapat diperoleh dari pihak luar (investor) dengan persyaratan yang saling menguntungkan (*Win Win Solution*) untuk memajukan desa wisata dengan tetap mengutamakan masyarakat lokal sebagai aktor dan penerima manfaat utama.

5. Model Pengembangan Kunjungan Desa Wisata

a. Desa Wisata Sebagai Tujuan Kunjungan Tunggal (*Single Destination*)

Pengembangan kunjungan wisata yang menempatkan suatu desa dengan keunikan yang dimilikinya sebagai tujuan utama berwisata dimana pengunjung atau wisatawan melakukan aktifitas pariwisata di desa tersebut selama kurang dari maupun beberapa hari dengan program khusus, tanpa melakukan kunjungan/kegiatan wisata di tempat lain dan/ atau desa lain. Contoh: Desa Cinangneng di Bogor memiliki banyak potensi yang bisa dinikmati oleh pengunjung/ wisatawan. Selain pemandangan alam yang indah, Desa Cinangneng juga menawarkan beberapa paket wisata seperti Paket “Poelang Kampoeng”, paket “Saya Pun Berasa/ Dari Desa” juga paket menginap di Desa Cinangneng.

b. Desa Wisata Sebagai Bagian dari Jejaring Kunjungan Kolektif (*Multiple Destinations*)

Dalam konteks *multiple detinations*, sebuah desa wisata dapat dikembangkan ke dalam dua kategori model sebagai berikut:

1) Model Gugusan (*Cluster*) Desa Wisata - Desa Terkait

Pengembangan kunjungan wisata ke beberapa lokasi desa wisata yang memiliki keterkaitan aktifitas atau daya tarik wisata dan/ atau kedudukan Secara geografis yang Saling berdekatan, dimana salah satu desa berfungsi sebagai *home base* kunjungan. Contoh: Desa Wisata Pentingsari di Yogyakarta memiliki posisi strategis sebagai pusat atau

homebase kunjungan wisata, mempunyai keterkaitan dengan desa lain seperti Desa Umbulharjo sebagai desa tempat tinggal Mbah Maridjan yang kini dijadikan sebagai daya tarik wisata, Desa Kepuharjo sebagai desa penghasil atau sentra sapi perah serta Desa Hargobinangun sebagai desa penghasil atau sentra Jamu Godhog dan Museum Gunung Merapi.

2) Model Gugusan (*Cluster*) Daya Tarik Wisata-Desa Terkait

Pengembangan kunjungan wisata ke daya tarik wisata dan beberapa lokasi desa wisata yang memiliki keterkaitan aktifitas atau daya tarik wisata dan kedudukan Secara geografis yang saling berdekatan, dimana daya tarik wisata berfungsi sebagai home base kunjungan. Contoh: Kawasan Candi Borobudur memiliki posisi strategis sebagai pusat atau homebase kunjungan wisata, memiliki keterkaitan dengan beberapa desa yang terletak di sekitar Candi Borobudur seperti Desa Candirejo dan Desa Majaksingi yang memiliki daya tarik wisata seperti panorama alam, kekayaan adat istiadat dan budaya serta hasil kerajinan tangan yang bisa didapat oleh wisatawan yang berkunjung.

3) Model Gugusan (*Cluster*) Usaha Pariwisata (*Hotell Resort*) - Desa Terkait

Pengembangan kunjungan wisata ke daya tarik wisata dan beberapa lokasi desa wisata yang memiliki keterkaitan aktifitas atau daya tarik wisata dan kedudukan Secara geografis yang saling berdekatan, dimana usaha pariwisata (*hotel resort*) berfungsi sebagai home base kunjungan Contoh: Hotel Amanjiwo di Magelang memiliki posisi strategis sebagai *homebased* kunjungan wisata, memiliki keterkaitan dengan beberapa desa yang terletak di sekitar Hotel Amanjiwo seperti Desa Candirejo dan Desa Majaksingi yang memiliki daya tarik wisata seperti panorama alam, kekayaan adat istiadat dan budaya serta hasil kerajinan tangan yang bisa

didapat oleh wisatawan yang berkunjung.

C. Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata

Sebelum sampai pada uraian tentang pemberdayaan, terlebih dahulu dikemukakan tiga pilar pembangunan pariwisata, yaitu pemerintah, pengusaha pariwisata, dan masyarakat. Pemerintah sebagai dimensi politik, memberikan legalitas terhadap pembangunan yang dilaksanakan; pengusaha pariwisata sebagai dimensi ekonomi, memiliki modal untuk melaksanakan pembangunan; dan masyarakat sebagai dimensi sosial/budaya, memiliki hak untuk berpartisipasi dalam pembangunan.

Selanjutnya, untuk memahami lebih jauh tentang pemberdayaan masyarakat dalam pembangunan, PBB memberikan definisi pemberdayaan sebagai partisipasi aktif dan bermakna dari massa penduduk pada tingkatan-tingkatan (1) di dalam proses pembentukan keputusan untuk menentukan tujuan-tujuan, (2) pelaksanaan program secara sukarela, (3) pemanfaatan hasil-hasil suatu program atau proyek, dan (4) adanya kemungkinan penolakan program atau proyek oleh masyarakat.

Terkait dengan masyarakat, menurut Mayo (1998:162) masyarakat dapat dilihat dari dua konsep, yaitu (1) masyarakat sebagai sebuah "tempat bersama", yaitu sebuah wilayah geografis yang sama; (2) masyarakat sebagai "kepentingan bersama", yakni kesamaan kepentingan berdasarkan kebudayaan dan identitas. Selanjutnya, terkait dengan penelitian ini, masyarakat meliputi kedua konsep di atas, yaitu mencakup "tempat bersama" dan "kepentingan bersama".

Dari definisi keterlibatan dan konsep tentang masyarakat di atas, maka pemberdayaan masyarakat adalah pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, dengan masyarakat sebagai inti dari pengembangan tersebut. Dengan demikian, karena inti dari pengembangan pariwisata yang dilaksanakan adalah masyarakat, maka pemberdayaan masyarakat merupakan aplikasi atau implementasi dari pariwisata berbasis masyarakat.

Jika mengacu pada pendapat Inskeep (1991:29), Picard (dalam Hitchcock, King, dan Parnwell, 1993:72) dan France

(1997:16-17), program-program strategis yang perlu dilakukan pelaku pariwisata dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata adalah sebagai berikut: (1) melibatkan masyarakat desa dalam seluruh proses pengembangan desa wisata mulai tahap persiapan, perencanaan, operasional, pengembangan serta pengawasan termasuk pemilikan semua fasilitas yang diperlukan untuk mendukung operasional desa wisata; (2) pengembangan desa wisata atas dasar kemampuan sumber daya lokal yang memiliki nilai jual nasional dan internasional; (3) meningkatkan kemampuan manajemen budaya masyarakat desa sehingga dapat berperan dalam pengelolaan desa wisata yang syarat dengan *local genius*, *local contents*, dan *local culture*; (4) menjadikan *culture capital* sebagai tiang penyangga pengembangan desa wisata; (5) menyadarkan masyarakat setempat akan arti penting lingkungan serta menumbuhkan kemampuan masyarakat lokal untuk ikut menjaga kelestarian produk wisata yang ada di desa setempat.

Pengembangan pariwisata berupa desa wisata harus berpedoman pada prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Dalam hal ini terdapat tujuh prinsip, yakni (1) berbasis masyarakat, (2) perlindungan atas hak intelektual dan budaya lokal, (3) daya dukung, (4) promosi, (5) akuntabilitas, (6) pendidikan dan pelatihan, dan (7) pemantauan dan evaluasi (Studi Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan, 2003: 18-23).

Sebagai contoh, dalam kerangka mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) di desa wisata, Wayan Mustika (60 tahun), yang juga merupakan Jro Mangku Pura Dalem Desa Jatiluwih pada wawancara tanggal 26 Juni 2008 menyatakan sebagai berikut.

"Agar pengembangan pariwisata di Desa Jatiluwih ini berjalan baik, serasi dan selaras dengan kebudayaan kita di Bali, serta anak cucu kita bisa menyaksikan dan memperoleh manfaat dari pariwisata, pakai saja *tri hita karana* sebagai pedoman."

Ungkapan di atas menyiratkan keinginan masyarakat setempat agar pengembangan pariwisata dapat dinikmati oleh

seluruh generasi, baik generasi saat ini maupun generasi yang akan datang, dengan mempergunakan kearifan lokal *tri hita karana* sebagai pedoman dalam pengembangan pariwisata. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa konsep *tri hita karana* memiliki banyak kesamaan dengan prinsip-prinsip dan teori Pembangunan Berkelanjutan yang terdapat pada *World Commission Environment Development* (1998). Oleh karena itu, berbagai pihak yang memiliki kepentingan pada pengembangan Desa Wisata perlu secara konsisten menerapkan *tri hita karana*. Dalam hal ini, mata *palemahan* (hubungan manusia dengan lingkungannya) yang merupakan komponen dari *tri hita karana* memiliki fungsi serta nilai-nilai yang mengikat berbagai pihak yang berinteraksi pada pengembangan Desa Wisata.

Pengembangan dengan pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat atau penduduk lokal berarti turut memperhatikan kepuasan penduduk lokal. Kepuasan penduduk lokal dalam pengembangan pariwisata pada masa kini dan masa mendatang tergantung pada terjadinya transformasi lembaga-lembaga, teknologi, nilai-nilai, dan perilaku sehingga konstektual dengan realitas lingkungan budaya dan sosial. Menurut Korten (2002: 6-8), demi kepuasan penduduk lokal, pariwisata harus ikut berperan menangani tiga kebutuhan pokok, yaitu (1) keadilan, yakni semua orang mendapat kesempatan untuk hidup layak sebagai manusia; (2) keberlanjutan, yakni harus dapat menjamin keberlanjutan manfaat alam dan ekosistem agar dapat dinikmati oleh generasi mendatang; (3) ketercakupan, setiap orang perlu ditransformasikan agar menjamin bahwa setiap orang mendapat kesempatan untuk berpartisipasi dan meningkatkan kualitas hidup dari aktivitas yang dilakukan.

Pengembangan Desa Wisata tidak bisa terlepas dari keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu faktor pendukung dalam upaya pengembangan. Aspek pemberdayaan masyarakat pada pengembangan Desa Wisata, yakni meliputi (1) tahap persiapan, (2) tahap perencanaan, (3) tahap operasional, (4) tahap pengembangan, dan (5) tahap pengawasan.

Menurut tipologi Pretty (1995) (dalam Mowforth dan Maunt, 2000: 146), partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata dapat dibedakan menjadi tujuh dengan karakter setiap tipe adalah sebagai berikut.

- a. Partisipasi manipulatif, yakni partisipasi orang-orang yang mewakili organisasi resmi, tetapi mereka tidak terpilih dan tidak memiliki kekuasaan.
- b. Partisipasi pasif, yakni partisipasi terhadap apa yang telah diputuskan oleh orang lain atau terhadap apa yang telah terjadi dan diberitahukan secara sepihak oleh manajemen proyek tanpa mendengarkan tanggapan orang lain. Dalam hal ini informasi yang ada hanya milik ahli eksternal.
- c. Partisipasi dengan konsultasi, yakni partisipasi yang diawali dengan konsultasi kepada ahli eksternal.
- d. Partisipasi untuk bahan insentif, yakni partisipasi dengan menyediakan sumber-sumber, seperti sebagai tenaga kerja atau menyediakan sebidang lahan.
- e. Partisipasi fungsional, yakni partisipasi dengan melibatkan ahli eksternal sebagai alat untuk mencapai tujuan proyek setelah keputusan mayor dihasilkan. Dalam hal ini keterlibatan masyarakat membantu ahli eksternal.
- f. Partisipasi interaktif, yakni partisipasi sebagai hak, bukan hanya untuk mencapai tujuan proyek, tetapi prosesnya meliputi metodologi interdisiplin yang mencari perspektif beragam dan mempergunakan proses belajar sistematis dan terstruktur sebagai kelompok pengambil kontrol keputusan lokal dan menentukan penggunaan sumber-sumber yang tersedia.
- g. Mobilisasi sendiri, yakni partisipasi dengan mengambil inisiatif sendiri.

Adapun bentuk-bentuk pemberdayaan yang dapat dilakukan terhadap masyarakat di desa wisata seperti Tabel 2.4.

Tabel 2.4 Bentuk-bentuk Pemberdayaan Masyarakat di Desa Wisata

No.	Aktivitas / Daya Tarik	Bentuk Pemberdayaan Masyarakat
1	Menanam tanaman di sawah	Mempersiapkan lahan pembenihan bibit, menyiapkan lahan penanaman bibit, menyiapkan bibit, menanam bibit, termasuk membajak sawah dengan mempergunakan sapi/kerbau.
2	Memanen padi	Memanen padi dengan peralatan tradisional, termasuk menaikkan padi ke lumbung (<i>gelebeg</i>)
3	Membuat makanan/ minuman tradisional	Menyiapkan bahan, termasuk menunjukkan kepada wisatawan pohon dari bahan makanan/ minuman, menjelaskan proses pembuatan makanan dan minuman termasuk mempraktekkan pembuatannya, serta menyajikan makanan/ minuman dengan peralatan tradisional
4	Memetik hasil kebun	Penyiapan alat pemetik, penyiapan tempat menampung hasil petikan, melakukan proses pemetikan
5	Membuat kerajinan lokal	Menyiapkan alat, menyiapkan bahan, mendemonstrasikan proses pembuatan kerajinan lokal
6	Jalan-jalan	Pemandu
7	Pengamanan	Sebagai sekuriti atau <i>pecalang</i>
8	<i>Mejehahitan</i>	Menyiapkan alat seperti pisau dan bahan (janur, daun rontal, dan <i>semat</i>), mendemonstrasikan proses pembuatan <i>jejahitan</i>
9	Menabuh	Menyiapkan gamelan serta melatih wisatawan memainkan gamelan
10	Memancing	Menyiapkan pancing, umpan, mengajarkan penggunaan pancing tradisional, dan menjaga keamanan wisatawan saat memancing
11	Menari	Menyiapkan gamelan/ musik pengiring tarian, menyiapkan kostum tari
12	Peternakan	Memelihara kebersihan ternak, kebersihan kandang, memelihara kesehatan ternak
13	Cenderamata	Menyiapkan bahan dan alat pembuat cinderamata serta mendemonstrasikan pembuatan cinderamata
14	Mengelola <i>homestay</i>	Menyiapkan kamar, menyiapkan makanan dan minuman, menjaga keamanan, menyiapkan pelayanan yang berkualitas
15	Upacara keagamaan	Memberikan informasi sekaligus memandu

16	Jasa binatu	Menyiapkan tempat, peralatan cuci pakaian, proses pencucian, pengeringan serta menyetrika pakaian
----	-------------	---

Keberhasilan sebuah desa wisata selain dilihat dari keberhasilan pemberdayaan yang dilakukan terhadap masyarakat yang ada di desa tersebut, juga antara lain dapat dilihat dari sikap menerima dari masyarakat lokal terhadap kehadiran desa wisata di desa mereka; kemampuan dari desa wisata membentuk jaringan dengan desa wisata lain; semua pelayanan memenuhi standar; dan terbentuknya pengelola desa wisata yang terdiri atas unsur-unsur pranata sosial kemasyarakatan yang ada di desa tersebut.

HASIL-HASIL KAJIAN TERKAIT DESA WISATA

A. Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Provinsi Bali

1. Desa Wisata di Bali

Bali sebagai Destinasi Pariwisata Utama di Indonesia dan bahkan di dunia, saat ini berada para era postmodernisme. Apabila era postmodernisme dikaitkan dengan analisis pariwisata di Bali, memiliki ciri-ciri yaitu munculnya agen-agen spesialis dalam penyelenggaraan perjalanan, meleburnya pariwisata dengan kegiatan-kegiatan lain, tumbuhnya minat terhadap budaya, lingkungan, dan hal-hal lain seiring munculnya gerakan sosial baru (Mowforth dan Maunt, 2000: 75). Ciri-ciri tersebut sejalan dengan perkembangan diskursus dalam pembangunan kepariwisataan di Indonesia yaitu pariwisata berbasis masyarakat. Pada pengembangan pariwisata berbasis masyarakat terdapat beberapa isu yang terkait dengan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata yaitu bidang partisipasi, intensitas partisipasi, dan tingkat partisipasi. Menurut Korten (1986) melibatkan masyarakat setempat dalam pariwisata memiliki sejumlah alasan, yaitu (1) variasi antardaerah, yakni setiap daerah tidak dapat diberikan perlakuan yang sama karena setiap daerah memiliki karakteristik tersendiri yang membedakannya dengan daerah lain sehingga sistem pengelolannya akan berbeda, di samping masyarakat setempat sebagai pemilik daerah adalah pihak yang paling mengenal dan paling mengetahui situasi daerahnya; (2) adanya sumber daya lokal, yang secara tradisional dikuasai oleh masyarakat setempat, merekalah yang lebih mengetahui bagaimana cara mengelola sumber daya lokal tersebut, yang bersumber dari pengalaman

generasi ke generasi; dan (3) tanggung jawab lokal, dalam hal ini pengelolaan yang dilakukan oleh masyarakat lokal biasanya lebih bertanggung jawab karena kegiatan tersebut secara langsung akan mempengaruhi hidup mereka.

Sebagai Destinasi Pariwisata Utama di Indonesia bahkan di dunia, Bali telah menetapkan pengembangan pariwisata budaya seperti tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1991. Konsepsi pariwisata budaya yang mengharapkan terciptanya keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dengan kebudayaan Bali diharapkan dapat didukung melalui pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Menurut Gee dan Fayos-Sola (1999) dan Natori (2001) pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dapat memelihara mutu dan keberlanjutan sumber daya alam dan budaya, meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal dan terwujudnya keseimbangan antara sumber daya alam dan budaya, kesejahteraan masyarakat lokal serta kepuasan wisatawan.

Untuk mensinergikan pengembangan pariwisata budaya di Bali dengan implementasi pariwisata berbasis masyarakat, pada tahun 2015-2018 dikembangkan 100 desa wisata. Sebaran 100 desa wisata tersebut masing-masing 22 desa wisata di Kabupaten Buleleng, 6 desa wisata di Kabupaten Jembrana, 16 desa wisata di Kabupaten Tabanan, 5 desa wisata di Kabupaten Badung, 15 desa wisata di Kabupaten Gianyar, 10 desa wisata di Kabupaten Klungkung, 11 desa wisata di Kabupaten Bangli, 10 desa wisata di Kabupaten Karangasem, dan 5 desa wisata di Kota Denpasar.

Setelah berkembang selama 4 tahun, perlu dilakukan kajian untuk mengetahui tingkat keberhasilan pengembangan desa wisata sebagai salah satu bentuk wisata alternatif dalam mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan. Secara khusus tujuan kajian ini adalah untuk mengetahui implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada desa wisata di Provinsi Bali serta mampu menghasilkan program untuk mendukung pengembangan desa wisata di Provinsi Bali agar berkelanjutan.

2. Pariwisata Berkelanjutan, Budaya, dan Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat

Untuk memberikan gambaran tentang pariwisata berkelanjutan dan budaya, ada beberapa hasil kajian yang akan disajikan. Kajian tersebut adalah oleh Chobbinah dkk. (2013), Pavia (2015), Cetinel dan Yolal (2009), Xu dan Sofield (2013), Chang dan Tsai (2016), dan Akhoondnejad (2016).

Perhatian mengenai pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata telah mendorong munculnya bentuk-bentuk keberlanjutan pada pengembangan pariwisata seperti ekowisata, pariwisata berbasis masyarakat, dan pariwisata pro kaum miskin. Meskipun konsep terkait pariwisata berkelanjutan telah ada, namun implementasinya belum terlaksana dengan baik (Chobbinah dkk., 2013). Pentingnya penerapan pariwisata berkelanjutan juga ditegaskan oleh Pavia (2015). Hasil kajiannya menemukan pentingnya pelaksanaan modern tren tanggungjawab sosial di semua bidang kegiatan wisata, dari segmen pasar, produk, implementasi, daya saing, hubungan dengan tur operator, dan tujuan strategi pembangunan.

Pariwisata berkelanjutan terkait dengan kebijakan publik (Cetinel dan Yolal, 2009). Dalam penelitiannya di Turki sebagai salah satu negara terbesar di Eropa dan Timur Tengah dengan luas kurang lebih 800.000 km², sangat sulit untuk mengatur industri pariwisata karena berbeda prioritas dan kebutuhan dari setiap daerah dan destinasi. Hal ini harus diikuti dengan pendekatan perencanaan daerah, yang memerlukan desentralisasi dari pemerintah pusat kepada pihak berwenang setempat. Lebih lanjut Xu dan Sofield (2013) mengungkapkan bahwa kebijakan pariwisata secara signifikan dipengaruhi oleh pengelolaan pariwisata di tingkat nasional maupun daerah.

Lebih lanjut Chang dan Tsai (2016) mengkaji implikasi budaya dan integrasi budaya sebagai faktor utama yang mempengaruhi daya tarik wisata, diikuti oleh budaya dan karakteristik. Kajian ini menemukan bahwa implikasi budaya dan integrasi budaya adalah faktor utama yang mempengaruhi daya tarik wisata, diikuti oleh budaya dan karakteristik destinasi. Selain itu kajian

Akhoondnejad (2016) juga menemukan bahwa autentisitas daya tarik wisata mempengaruhi persepsi wisatawan terhadap kualitas, nilai, dan kepuasan. Pariwisata berbasis masyarakat memerlukan partisipasi masyarakat setempat. Tanpa partisipasi masyarakat setempat, maka pariwisata berbasis masyarakat tidak akan dapat mencapai tujuan. Selain pengambilan keputusan, implementasi, partisipasi, dan evaluasi, yang perlu diperhatikan dari partisipasi masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata adalah kehadiran pada pertemuan, kontribusi keuangan, memiliki organisasi dengan kepemimpinan yang tepat. Pengembangan pariwisata diharapkan secara optimal mampu melibatkan pemangku kepentingan pada aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi. Selanjutnya menurut Natori (2001:6) jika pemangku kepentingan pariwisata dikaitkan dengan pariwisata berbasis masyarakat, maka wisatawan merupakan salah satu komponen pemangku kepentingan.

Untuk mengukur implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2014) telah menetapkan variabel dan indikator pariwisata berbasis masyarakat. Adapun variabel dan indikator pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata seperti Tabel 3.1.

Tabel 3.1
Variabel dan Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat di
Desa Wisata

No.	Variabel CBT	Indikator CBT	Jumlah Indikator
1	Kontribusi terhadap Kesejahteraan Sosial	1. Melestarikan dan memperkaya tradisi dan budaya setempat 2. Menjaga martabat manusia 3. Pembagian biaya dan keuntungan yang adil 4. Memiliki jaringan ke ekonomi lokal dan regional	18
2	Kepemilikan dan Kepengurusan oleh Masyarakat	5. Terdapat pengelolaan yang efektif dan transparan 6. Legalitas lembaga / kelompok desa wisata 7. Memiliki kemitraan yang efektif	22

3	Mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan	8. Terdapat interaksi antara tamu dengan masyarakat lokal	13
		9. Keberlanjutan produk-produk pariwisata berbasis masyarakat	
4	Jasa Perjalanan Wisata dan Pramuwisata Berkualitas	10. Kualitas dan keahlian pramuwisata desa wisata	19
		11. Perjalanan wisata berkualitas	
5	Kualitas Makanan dan Minuman	12. Kualitas pelayanan makanan dan minuman	22
		13. Makanan dan minuman berkualitas	
6	Kualitas Akomodasi	14. Kualitas pelayanan akomodasi	33
		15. Akomodasi berkualitas	
7	Kinerja <i>Friendly Tour Operator</i> (FTO)	16. Komitmen kepada nilai-nilai desa wisata	34
		17. Kontribusi terhadap perlindungan masyarakat	
		18. Dukungan terhadap ekonomi lokal	
		19. Mempromosikan indahnya penemuan, pengetahuan, dan penghargaan	
		20. Mempromosikan pengalaman yang memuaskan dan aman bagi wisatawan dan masyarakat	
		21. Kontribusi terhadap perlindungan alam	
8	Kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan	22. Melestarikan sumber daya alam	10
		23. Aktivitas konservasi untuk peningkatan kualitas lingkungan	
<hr/>			
Jml.	8	23	171
<hr/>			

3. Operasionalisasi Kajian Pariwisata Berbasis Masyarakat

Kajian terhadap pariwisata berbasis masyarakat menerapkan metode kuantitatif. Lokasi kajian pada 15 desa wisata di Provinsi Bali yang ditentukan secara *purposive*, yaitu Kabupaten Karangasem (Desa Wisata Antiga dan Desa Wisata Timbrah), Kabupaten Klungkung (Desa Wisata Bakas dan Desa Wisata Lingkungan Budaga), Kabupaten Jembrana (Desa Wisata Batuagung), Kabupaten Badung (Desa Wisata Pangsan dan Desa Wisata Baha), Kabupaten Tabanan (Desa Wisata Sudimara, Desa Wisata Tua, dan Desa Wisata Antapan), Kabupaten Bangli

(Desa Wisata Suter, Desa Wisata Terunyan, dan Desa Wisata Batur Tengah), Kabupaten Buleleng (Desa Wisata Sangsit), dan Kabupaten Gianyar (Desa Wisata Petulu).

Jenis data yang dipergunakan adalah data kuantitatif didukung data kualitatif, sedangkan responden dan ekspert dalam kajian ini ditentukan secara *purposive sampling* yaitu 30 orang (15 orang responden dan 15 orang ekspert) yang merupakan pengurus desa wisata dan berasal dari Badan Pengelola Desa Wisata atau dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Instrumen yang dipergunakan berupa kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan berupa indikator pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata. Sedangkan pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, studi dokumen, dan *Focus Group Discussion*.

Data yang telah terkumpul terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat dianalisis dengan mempergunakan SPSP (*Static Pribadi Spider Plot*) atau metode jaring laba-laba, sedangkan program untuk pengembangan desa wisata di Provinsi Bali dirumuskan berdasarkan hasil analisis *Interpretative Structural Modelling* (ISM).

4. Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat pada Desa Wisata di Provinsi Bali

Berdasarkan indikator pariwisata berbasis masyarakat yang berjumlah sebanyak 171, diperoleh skor untuk masing-masing indikator adalah 0,58. Berdasarkan skor yang diberikan oleh Badan Pengelola Desa Wisata atau dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) terhadap variabel pariwisata berbasis masyarakat untuk masing-masing desa wisata di Provinsi Bali, diperoleh hasil seperti Tabel 3.2.

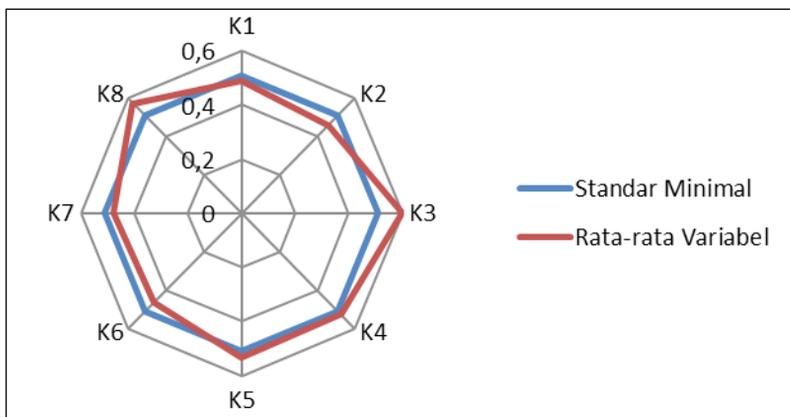
Tabel 3.2
Skor Terhadap Variabel Pariwisata Berbasis Masyarakat
Pada Desa Wisata Di Provinsi Bali Tahun 2019

Variabel	Indikator	Skor
K1 Kontribusi terhadap kesejahteraan sosial	<ul style="list-style-type: none"> • Melestarikan dan memperkaya tradisi dan budaya setempat • Menjaga martabat manusia • Pembagian biaya dan keuntungan yang adil • Memiliki jaringan ke ekonomi lokal dan regional 	0,49
K2 Kepemilikan dan kepengurusan oleh Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat pengelolaan yang efektif dan transparan • Legalitas lembaga / kelompok desa wisata • Memiliki kemitraan yang efektif 	0,46
K3 Mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan	<ul style="list-style-type: none"> • Terdapat interaksi antara tamu dengan masyarakat lokal • Keberlanjutan produk-produk pariwisata berbasis masyarakat 	0,60
K4 Jasa Perjalanan Wisata dan Pramuwisata Berkualitas	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas dan keahlian pramuwisata desa wisata • Perjalanan wisata berkualitas 	0,53
K5 Kualitas Makanan dan Minuman	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas pelayanan makanan dan minuman • Makanan dan minuman berkualitas 	0,53
K6 Kualitas Akomodasi	<ul style="list-style-type: none"> • Kualitas pelayanan akomodasi • Akomodasi berkualitas 	0,46
K7 Kinerja Friendly Tour Operator (FTO)	<ul style="list-style-type: none"> • Komitmen kepada nilai-nilai desa wisata • Kontribusi terhadap perlindungan masyarakat • Dukungan terhadap ekonomi lokal • Mempromosikan indahnya penemuan, pengetahuan, dan penghargaan • Mempromosikan pengalaman yang memuaskan dan aman bagi wisatawan dan masyarakat 	0,48

	<ul style="list-style-type: none"> • Kontribusi terhadap perlindungan alam 	
K8	<ul style="list-style-type: none"> • Kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan • Melestarikan sumber daya alam • Aktivitas konservasi untuk peningkatan kualitas lingkungan 	0,57
Rata-rata Variabel		0,51

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2019

Berdasarkan Tabel 3.2 diperoleh hasil bahwa skor rata-rata yang dicapai oleh masing-masing variabel pariwisata berbasis masyarakat adalah 0,51. Skor rata-rata 0,51 juga sebagai standar minimal dari variabel pariwisata berbasis masyarakat yang harus dicapai oleh masing-masing desa wisata. Selain itu, mengacu pada skor rata-rata tersebut juga terdapat empat variabel (50%) yang mencapai skor di atas rata-rata dan empat variabel (50%) yang mencapai skor di bawah rata-rata. Variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di atas rata-rata (lebih dari 0,51) adalah K3: mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan (0,60); K4: jasa perjalanan wisata dan pramuwisata berkualitas (0,53); K5: kualitas makanan dan minuman (0,53); dan K8: kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan (0,57). Sedangkan variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di bawah rata-rata (kurang dari 0,51) adalah variabel K1: kontribusi terhadap kesejahteraan sosial (0,49); K2: kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat (0,46); K6: kualitas akomodasi (0,46); dan K7: kinerja *Friendly Tour Operator* (0,48). Dengan mempergunakan analisis *static pribadi spider plot* atau analisis jaring laba-laba terhadap variabel desa wisata di Provinsi Bali, diperoleh hasil seperti Gambar 3. 1.



Gambar 3.1
Hasil Analisis *Static Pribadi Spider Plot* Terhadap Variabel Desa Wisata di Provinsi Bali Tahun 2019
 (sumber: diolah dari hasil penelitian)

Selain analisis terhadap variabel pariwisata berbasis masyarakat yang bersifat makro, maka analisis yang bersifat mikro yaitu analisis terhadap indikator dari pariwisata berbasis masyarakat di masing-masing desa wisata juga perlu dilakukan. Tujuannya adalah agar diperoleh gambaran riil tentang implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada masing-masing desa wisata di Provinsi Bali yang dikembangkan pada tahun 2015-2018. Adapun skor implementasi indikator pariwisata berbasis masyarakat pada masing-masing desa wisata di Provinsi Bali seperti Tabel 3.3.

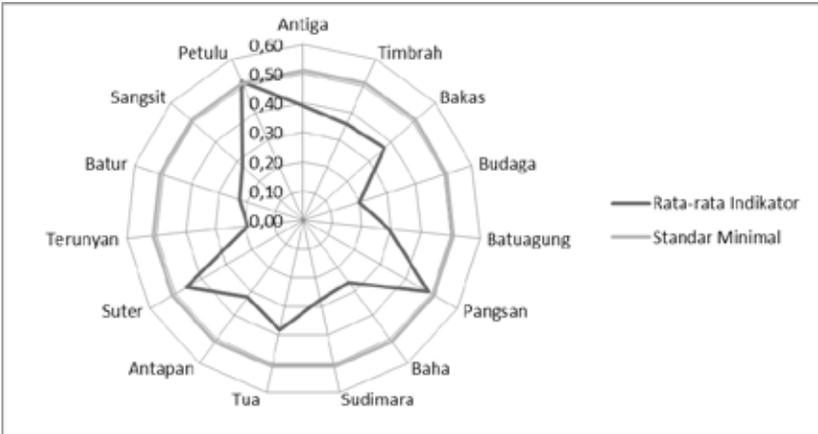
Tabel 3.3
Skor Terhadap Implementasi Indikator Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Desa Wisata di Provinsi Bali Tahun 2019

	Antiga	Timbrah	Bakas	Budaga	Batuagung	Pangsang	Baha	Sudimara	Tua	Antapan	Suter	Terunyan	Batur	Sangsit	Petulu
Rata-rata Indikator	0,39	0,36	0,37	0,20	0,29	0,49	0,26	0,28	0,38	0,32	0,46	0,19	0,23	0,28	0,52
Standar Minimal	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51

Sumber: diolah dari hasil penelitian, 2019

Berdasarkan Tabel 3.3 terlihat bahwa dari 15 desa wisata yang dikembangkan oleh Provinsi Bali tahun 2015-2018, hanya terdapat satu desa wisata (6,67%) yang mencapai skor di atas

standar minimal (0,51) yaitu Desa Wisata Petulu. Ini berarti Desa Wisata Petulu di Kabupaten Gianyar dinilai berhasil dalam mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat, sedangkan 14 desa wisata (93,33%) dinilai kurang berhasil dalam mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat. Dengan mempergunakan analisis *static pribadi spider plot* atau analisis jaring laba-laba terhadap indikator pariwisata berbasis masyarakat pada 15 desa wisata di Provinsi Bali yang dikembangkan tahun 2015-2018, diperoleh hasil seperti Gambar 3.2.



Gambar 3.2
Hasil Analisis *Static Pribadi Spider Plot* Terhadap Indikator
Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada 15 Desa Wisata di Provinsi
Bali Tahun 2019
 (sumber: diolah dari hasil penelitian, 2019)

Dari hasil analisis terhadap implementasi variabel dan indikator pariwisata berbasis masyarakat pada desa wisata di Provinsi Bali, ditemukan bahwa sebanyak 93,33% atau 14 desa wisata dinilai kurang berhasil dalam mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat. Kekurangberhasilan dalam mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat disebabkan oleh beberapa kendala yaitu kekurangsiapan masyarakat setempat. Hal ini memperkuat Chobbinah dkk. (2013) dan Pavia (2015). Selain itu kekurangberhasilan dalam mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat di desa

wisata juga disebabkan oleh pengelolaan yang belum optimal akibat belum dimilikinya lembaga pengelola, strategi dan program kerja, pengelolaan yang masih bersifat sampingan, partisipasi dan evaluasi memperkuat Xu dan Sofield (2013). Faktor budaya (Chang dan Tsai, 2016) juga menjadi kendala kurang berhasilnya implementasi pariwisata berbasis masyarakat, serta belum optimalnya peran pemangku kepentingan.

5. Program dalam Pengembangan Desa Wisata di Provinsi Bali

Berdasarkan faktor-faktor yang menjadi kendala kurang berhasilnya implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada desa wisata di Provinsi Bali yang dikembangkan tahun 2015-2018 yaitu kesiapan masyarakat, lembaga pengelola, strategi, program kerja, pengelolaan bersifat sampingan, partisipasi masyarakat, evaluasi, budaya masyarakat dan keterlibatan pemangku kepentingan, maka dengan mempergunakan analisis *interpretatif structural modelling* (ISM) diperoleh hasil yaitu:

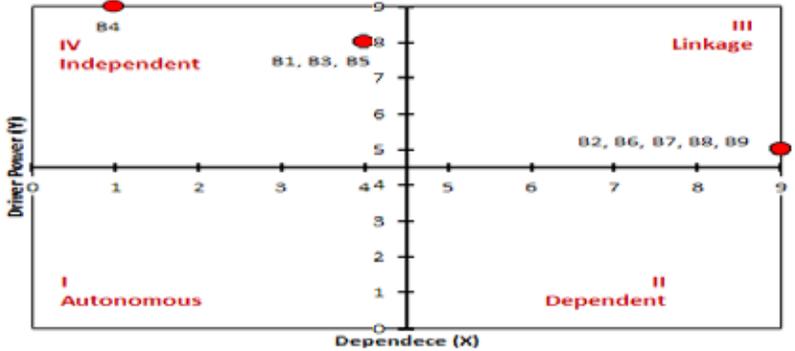
Kendala Program (B)

Elemen kendala program dari pariwisata berbasis masyarakat terdiri dari 9 sub elemen, yaitu:

- B1: Kekurangsiapan masyarakat
- B2: Belum adanya lembaga pengelola
- B3: Belum adanya strategi
- B4: Belum adanya program kerja
- B5: Pengelolaan bersifat sampingan
- B6: Kurangnya partisipasi masyarakat
- B7: Belum adanya evaluasi
- B8: Budaya masyarakat
- B9: Kurangnya keterlibatan *stakeholders*

Hasil analisis menunjukkan bahwa *driver power* tertinggi (9) dan *dependence* terendah (1) adalah B4. Ini berarti sub elemen B4 (belum adanya program kerja) merupakan sub elemen kunci dari kendala program dengan *driver power* tertinggi yang mendorong

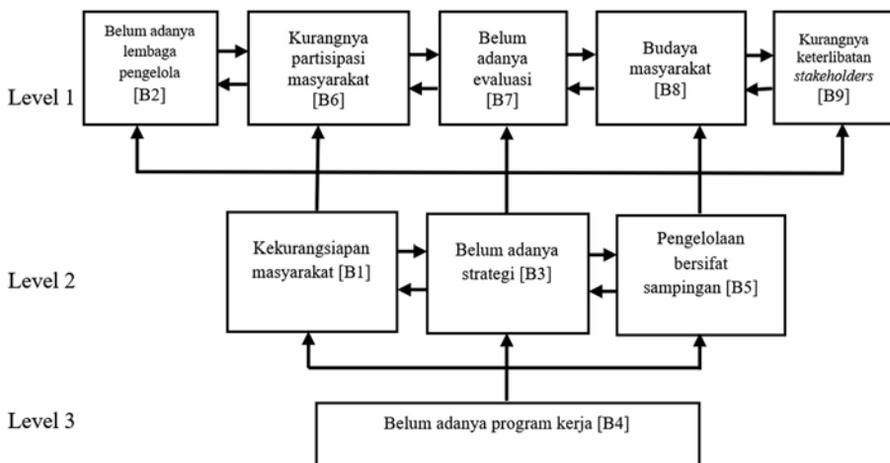
sub elemen lainnya dan memiliki *dependence* terendah dengan sub elemen lainnya. *Driver power* tertinggi kedua (8) dan *dependence* terendah (4) adalah B1, B3, dan B5. Berarti bahwa sub elemen B1 (kekurangsiapan masyarakat), B3 (belum adanya strategi), dan B5 (pengelolaan bersifat sampingan) merupakan sub elemen kunci kedua dari kendala program yang memiliki *driver power* yang kuat mendorong sub elemen lainnya dan memiliki *dependence* rendah dengan sub elemen lainnya. Sub elemen yang lain (B2, B6, B7, B8, dan B9) menjadi sub elemen penghubung (*linkage*). Diagram *dependence* dan *driver power* seperti pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3
Diagram Dependence dan Driver Power Kendala Program
 (Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Berdasarkan *driver power* dan *dependence* terdapat terdapat 1 sub elemen yang berada di sektor IV (*independent*). Tidak terdapat sub elemen yang berada di sektor II (*dependent*). Sub elemen B4 (belum adanya program kerja) berada pada sektor IV (*independent*), sub elemen lain yang juga berada pada sektor IV yaitu B1 (kekurangsiapan masyarakat), B3 (belum adanya strategi), dan B5 (pengelolaan bersifat sampingan). Sub elemen B2 (belum adanya lembaga pengelola), B6 (kurangnya partisipasi masyarakat), B7 (belum adanya evaluasi), B8 (budaya masyarakat), dan B9 (kurangnya keterlibatan *stakeholders*) berada pada sektor III (*linkage*). Mengacu pada diagram *dependence* dan *driver power*, selanjutnya disusun diagram struktur dari kendala

program seperti pada Gambar 3.4.



Gambar 3.4
Diagram Struktur Kendala Program
 (Sumber: Data Primer Diolah, 2019)

Diagram struktur menunjukkan bahwa belum adanya program kerja merupakan kendala utama dari implementasi pariwisata berbasis masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan. Selain belum adanya program kerja, kendala lainnya adalah kekurangsiapan masyarakat, belum adanya strategi, dan pengelolaan yang masih bersifat sampingan. Kendala lain dari implementasi pariwisata berbasis masyarakat agar pengembangan desa wisata dapat berkelanjutan yang termasuk dalam sub elemen penghubung (*linkage*) ini berkaitan antara satu dengan yang lainnya. Sub elemen ini juga menjadi sub elemen yang menghubungkan sub elemen kunci (belum adanya program kerja) mendorong kendala dalam hal belum adanya lembaga pengelola, kurangnya partisipasi masyarakat, belum adanya evaluasi, budaya masyarakat, dan kurangnya keterlibatan *stakeholders*. Sehubungan dengan itu, maka masing-masing desa wisata harus membuat program kerja. Tujuannya adalah untuk mendorong tumbuh dan berkembangnya partisipasi masyarakat secara menyeluruh dalam berbagai level

pekerjaan pada pengelolaan desa wisata.

6. Simpulan

Kajian terhadap implementasi pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Provinsi Bali menghasilkan simpulan sebagai berikut.

- a. Dari delapan variabel implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata, rata-rata skor yang dicapai oleh masing-masing variabel sebesar 0,51 yang berarti standar minimal kategori berhasil dalam implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata adalah 0,51.
- b. Mengacu pada skor rata-rata 0,51 tersebut, terdapat empat variabel (50%) yang mencapai skor di atas rata-rata dan empat variabel (50%) yang mencapai skor di bawah rata-rata. Variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di atas rata-rata adalah mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan, jasa perjalanan wisata dan pramuwisata berkualitas, kualitas makanan dan minuman, serta kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan. Sedangkan variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di bawah rata-rata adalah kontribusi terhadap kesejahteraan sosial, kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat, kualitas akomodasi, serta kinerja *friendly tour operator*.
- c. Berdasarkan hasil analisis dengan *interpretatif structural modelling* (ISM) menunjukkan bahwa belum adanya program kerja merupakan kendala utama dari implementasi pariwisata berbasis masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata berkelanjutan di Provinsi Bali.

B. Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan, Kemitraan dan Penguatan Kelembagaan

1. Desa Bali Aga dan Desa Wisata

Wisata hijau adalah suatu bentuk wisata yang terjadi sebagai akibat adanya pergeseran minat wisatawan dalam melakukan wisata. Pergeseran minat dalam berwisata itu ditandai dengan

perubahan pola perjalanan wisata. Menurut Boniface (1999: 7) wisata hijau bercirikan skala kecil, menaruh perhatian terhadap masalah lingkungan serta sosial, sejarah dan budaya, kehidupan liar, berada dalam kendali lokal, dukungan terhadap ekonomi lokal, penggunaan orang-orang lokal, berorientasi mutu, serta konservasi.

Adanya perubahan pola perjalanan, pariwisata budaya Bali yang dilandasi falsafah *tri hita karana* dapat terkena dampak dari perubahan pola perjalanan wisata tersebut. Dampak yang dapat ditimbulkan oleh perubahan pola perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan yang berwisata ke Bali antara lain dapat mengganggu terwujudnya harmonisasi kepariwisataan dan kebudayaan Bali. Hubungan antara kebudayaan dan pariwisata tidak lagi sinergis, harmonis dan berkelanjutan, yang pada akhirnya tidak dapat mensejahterakan masyarakat, serta pelestarian budaya dan lingkungan. Jika kondisi ini terjadi, akan bertentangan dengan harapan dari Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisataan Budaya Bali. Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 pada intinya mengharapkan hubungan antara kebudayaan dan kepariwisataan dapat sinergis, harmonis dan berkelanjutan untuk mensejahterakan masyarakat, tercipta pelestarian budaya serta lingkungan.

Pengembangan potensi wisata diharapkan dapat memberi manfaat pada destinasi pariwisata dan masyarakat lokal. Upaya yang dapat dilakukan untuk memberi solusi terhadap dampak yang akan ditimbulkan terhadap budaya dan pariwisata dari perubahan pola perjalanan wisata adalah melalui pengembangan desa wisata berbasis pemberdayaan, kemitraan dan penguatan kelembagaan. Pengembangan desa wisata memiliki tujuan umum maupun tujuan khusus. Menurut Fakultas Teknik UGM (1992: 3) tujuan umum tersebut adalah hadirnya bentuk pembangunan pariwisata yang bersinergi dengan budaya lokal dan pembangunan berkelanjutan, menyesuaikan dengan situasi kekinian, pemerataan serta memperluas pembangunan potensi lokal. Pemanfaatan potensi lokal dalam pembangunan pariwisata sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2000 tentang

Program Pembangunan Nasional.

Meskipun Bali sebagian besar wilayahnya sudah diterpa oleh arus modernisasi, namun masih terdapat desa yang belum terjamah arus modernisasi. Desa tersebut memegang teguh adat istiadat dan tradisi tradisional. Desa Terunyan terletak di Kecamatan Kintamani, Kabupaten Bangli adalah desa tua di Bali yang belum diterpa modernisasi, dan dikenal sebagai *bali mula* atau *bali aga*. Untuk mencapai desa ini, pengunjung harus naik perahu dengan jarak yang cukup jauh. Saat ini jalan menuju Desa Terunyan sudah tersedia, namun kondisi jalan masih sangat memprihatinkan. Pemakaman merupakan tradisi unik dari Desa Terunyan. Jika di luar *bali aga* dikenal istilah *ngaben*, namun di *bali aga* (Desa Terunyan) jenazah warganya diletakkan di tanah di bawah pohon. Pohon tersebut dikenal dengan nama *taru menyan*. Penguburan seperti ini disebut *mepasah* sebagai simbol jenazah sudah dikembalikan ke bumi.

Desa Terunyan memiliki tiga kuburan. Pertama disebut *sema bantas*, kuburan yang diperuntukkan bagi mereka yang meninggal karena bunuh diri, berkelahi dan penyakit ganas. Kedua disebut *sema nguda*, kuburan yang diperuntukkan bagi bayi atau orang dewasa yang belum menikah. Ketiga adalah *sema wayah*, kuburan yang diperuntukkan bagi orang-orang yang meninggal akibat sakit biasa. Selain ketiga kuburan tersebut, Desa Terunyan juga memiliki potensi budaya berupa Pura Pancering Jagat yang berarti "Pusat Dunia", bangunan dengan satu atap besar di tengahnya yang disebut *bale agung*, dan tempat berkumpul para wanita lajang yang disebut *bale daha*.

Meskipun Desa Terunyan memiliki potensi alam, tradisi dan budaya yang sudah dikenal oleh wisatawan domestik dan mancanegara, namun terdapat beberapa kelemahan yang dimiliki oleh Desa Terunyan antara lain belum memiliki *something to do* (sesuatu yang dikerjakan) dan *something to buy* (berbagai produk cinderamata untuk kenangan). Untuk pengembangan desa ini sebagai desa wisata, syarat adanya sesuatu yang dapat dilakukan di suatu kawasan sangat penting. Selain itu wisatawan harus memperoleh kenangan, sehingga perlu tersedia cinderamata

sebagai ciri khas mereka sudah mengunjungi desa wisata.

Untuk dapat memunculkan *something to do* dan *something to buy*, strategi pemberdayaan, kemitraan serta penguatan kelembagaan dari Desa Wisata Terunyan perlu dilakukan. Oleh karena itu kajian ini bertujuan Merumuskan Strategi Pemberdayaan; Menemukan Bentuk Kemitraan; serta Menyusun/ memformulasikan Model Penguatan Kelembagaan dalam rangka mendukung pengembangan Desa Terunyan sebagai desa wisata.

Desa wisata dikenal juga dengan istilah *village tourism*, *rural tourism*, *farm tourism*, atau *agro tourism* (Leu, 1992: 212; Dolors, 1995: 49; Iakovidou, 1995: 87; Oppermann, 1996: 212; Dowling, 1996: 220). Sedangkan desa wisata di Indonesia merupakan keterpaduan dari atraksi, akomodasi, serta fasilitas pendukung yang tersaji dan menyatu dengan struktur kehidupan, tata cara, dan tradisi (Nuryanti, 1993). Penetapan sebuah desa sebagai desa wisata harus memiliki daya tarik wisata (*attractions*), mudah dijangkau (*accessibilities*), dan terdapat sarana pariwisata (*amenities*). Keamanan dan dukungan masyarakat serta aparat desa sangat diperlukan. Desa wisata sebagai alternatif dalam pengembangan pariwisata merupakan upaya untuk mengatasi sisi negatif yang terjadi pada pengembangan kawasan wisata yang bersifat tertutup (*enclave*).

Mengacu pada penelitian serta studi UNDP dan WTO, terdapat tiga pendekatan dalam pengembangan desa wisata yaitu interaksi tidak langsung, interaksi setengah langsung, dan interaksi langsung (UNDP dan WTO, 1981). Studi ini menekankan pada pentingnya cerminan suasana desa dalam pengembangan desa wisata. Untuk itulah atraksi di desa wisata ditujukan pada pengembangan budaya dan alam desa. Berdasarkan potensi desa, beragam atraksi dapat dikembangkan yaitu aktivitas persawahladangan, kesenian tradisional, permainan tradisional, arsitektur tradisional, serta budaya lokal. Jika ini terjadi, maka pengembangan desa wisata lebih memanfaatkan potensi desa. Fasilitas wisata yang disediakan harus menampilkan potensi desa. Desa dengan segala potensinya bukan saja dijadikan daya tarik wisata, akan tetapi keunikan serta keaslian yang

berkaitan dengan cara hidup masyarakat desa perlu disajikan. Dengan demikian masyarakat dapat berperan dalam menjaga keberlanjutan desa wisata.

Untuk memperkaya hasil kajian, berikut ini disajikan lima hasil kajian terkait desa wisata, yaitu oleh Bashar dan Ajloni (2012), Chiu et al. (2016), Rajaratnam dan Nair (2015), Chang dan Tsai (2016), serta Akhoondnejad (2016). Adapun uraiannya sebagai berikut. Kajian tentang "*Motivating Foreign Tourists to Visit The Rural Site in Jordan, Village of Petra*" oleh Bashar dan Ajloni (2012). Kajian ini menganalisis motivasi wisatawan asing berwisata ke situs pedesaan di Petra, Yordania. Kajian ini menemukan bahwa wisatawan berkunjung ke pedesaan karena daya tarik utama berupa fasilitas lingkungan. Untuk itu revitalisasi program serta strategi diperlukan untuk memberikan pengalaman kepada wisatawan serta meningkatkan dampak sosial dan ekonomi.

Kajian "*The influence of Destination Image and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: A Case Study of Chinese Tourists in Korea*" oleh Chiu, et al. (2016). *Image* dan pengaruh *image* destinasi adalah dua aspek yang dikaji serta pengaruhnya terhadap loyalitas dan kepuasan wisatawan. Kajian ini menemukan bahwa *image* afektif dipengaruhi oleh *image* kognitif dan mengkonfirmasi proses pembentukan *image* destinasi. Meskipun tidak ada hubungan langsung antara loyalitas wisatawan dengan *image* kognitif, namun ditemukan *image* kognitif tidak langsung mempengaruhi loyalitas wisatawan.

Kajian Rajaratnam dan Nair (2015) mengenai "*Destination Quality and Tourists' Behavioural Intentions: Rural Tourist Destinations in Malaysia*", mengkaji pengaruh kualitas destinasi terhadap perilaku wisatawan. Selain itu karakteristik sosio-demografis wisatawan yang mempengaruhi persepsi terhadap kualitas destinasi juga dikaji. Hasil kajian ini mengungkap sedikitnya terdapat delapan atribut utama yang mempengaruhi kualitas destinasi yaitu fasilitas, aksesibilitas, logistik, pengalaman, kebersihan, informasi, keamanan, dan keramahan.

Chang dan Tsai (2016) dengan kajiannya mengenai "*Influences of The Cultural Implications and Tourism Attractiveness*

of *Festival Tourism on Tourist*”, menganalisis faktor utama yang mempengaruhi daya tarik wisata, pengaruh festival terhadap daya tarik wisata, serta fungsi dan kegiatan festival yang memberikan pengalaman baru bagi wisatawan. Kajian ini menemukan faktor utama yang mempengaruhi daya tarik wisata adalah implikasi dan integrasi budaya yang membentuk pengalaman baru.

Akhoondnejad (2016) dalam kajiannya tentang “*Tourist Loyalty to a Local Cultural Event: the Case of Turkmen Handicrafts Festival*”, menganalisis loyalitas wisatawan pada kehadirannya di festival lokal. Kajian ini menemukan bahwa autensitas mempengaruhi persepsi terhadap kualitas, nilai, dan kepuasan.

2. Operasionalisasi Kajian Pemberdayaan, Kemitraan dan Penguatan Kelembagaan

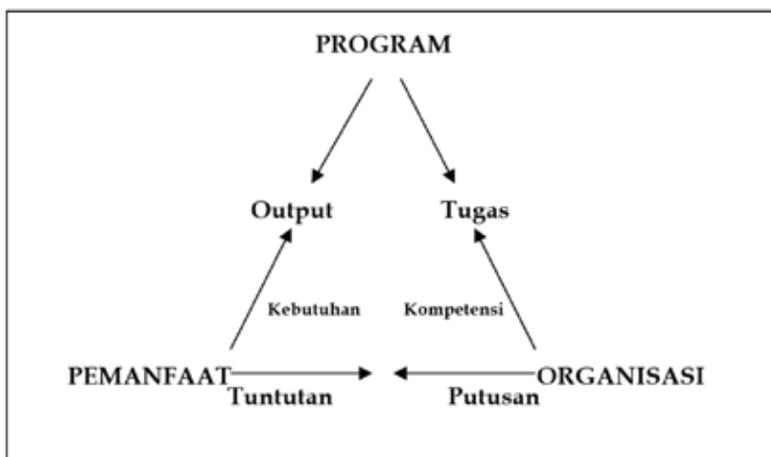
Kajian Pemberdayaan, Kemitraan dan Penguatan Kelembagaan di desa wisata dilakukan secara kualitatif dengan paradigma interpretivisme (*postpositivisme*) untuk memahami desa wisata. Data bersumber dari informan sebagai data primer dan dokumen serta monografi Desa Terunyan sebagai data sekunder. Informan ditentukan secara *purposive*, terdiri dari Aparat Desa Terunyan, Pengurus Desa Adat Terunyan, Tokoh Masyarakat, Pengelola Desa Wisata Terunyan, dan Pemilik Usaha Pariwisata di Desa Terunyan. Instrumen penelitian ini terdiri dari peneliti sebagai instrumen utama dalam pengumpulan serta interpretasi data, pedoman wawancara, dan catatan lapangan. Pengumpulan Data dilakukan dengan Observasi, Wawancara, dan Studi Dokumen. Data dianalisis secara deskriptif kualitatif dan disajikan mempergunakan tabel, gambar, serta uraian/kata-kata.

3. Strategi dan Program Pemberdayaan Desa Wisata Terunyan

Untuk merumuskan strategi pemberdayaan di Desa Wisata Terunyan dilakukan dengan mempergunakan Model Kesesuaian. Menurut Tarigan (2000: 19) program yang diimplementasikan dengan mempergunakan pendekatan proses pembelajaran adalah salah satu bentuk Model Pemberdayaan. Model ini menekankan pada kesesuaian antara program, pelaksanaan,

serta kelompok sasaran.

Menurut Tarigan (2000: 19) program akan berhasil dilaksanakan bila ada (1) terdapat kesesuaian antara penawaran program dengan kebutuhan kelompok sasaran (pemanfaat); (2) kesesuaian antara persyaratan program dengan kemampuan organisasi pelaksana; dan (3) kesesuaian antara persyaratan program untuk menghasilkan *output* dengan yang dilakukan oleh kelompok sasaran program. Adapun Model Kesesuaian seperti Gambar 3.5.



Gambar 3.5 Model Kesesuaian
(Sumber: Tarigan, 2000:19)

Berdasarkan model yang dikembangkan, dapat dipahami jika terjadi ketidaksesuaian antara tiga unsur dalam implementasi program, maka harapan yang ingin dicapai dari program sulit tercapai. Jika program *output*-nya tidak dibutuhkan oleh kelompok sasaran, maka *output* program tidak bermanfaat. Jika pelaksana program tidak mampu melaksanakan tugas sesuai persyaratan program, maka *output* program menjadi tidak tepat. Atau, jika kelompok sasaran tidak memenuhi persyaratan sebagai pelaksana program, maka kelompok sasaran tidak mendapatkan *output* program. Untuk itulah diperlukan kemampuan dari ketiga unsur tersebut menciptakan kesesuaian agar program dapat terimplementasi.

Dengan hadirnya Model Kesesuaian seperti Gambar 3.5 dapat memperkaya model implementasi kebijakan yang lain. Meskipun terjadi penyesuaian antar elemen - program, pemanfaat dan organisasi - namun ketiganya tetap merupakan dimensi dari isi kebijakan (program), dimensi dari konteks implementasi (organisasi), maupun dimensi dari *outcomes* (pemanfaat). Jika Model Kesesuaian dikembangkan sebagai sebuah strategi, dikaitkan dengan keberadaan Desa Terunyan yang dikembangkan sebagai desa wisata, secara matrik dapat disajikan seperti Tabel 3.4.

Tabel 3.4
Strategi Model Kesesuaian Desa Terunyan Sebagai Desa Wisata

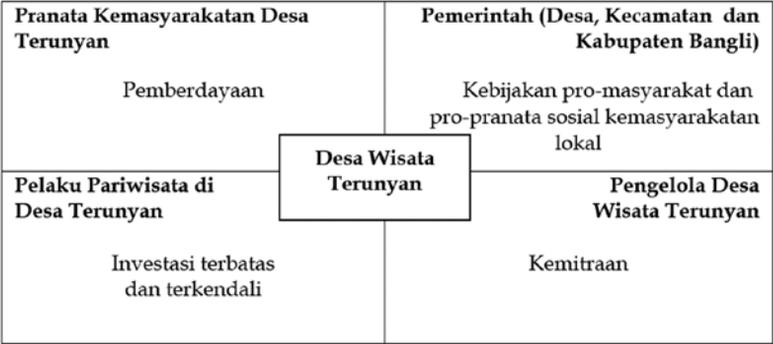
Komponen Model Kesesuaian	Isi/Muatan	Prasyarat	Rekomendasi
Program (program yang dikembangkan oleh Desa Wisata Terunyan)	Penyajian produk wisata yang menjadi keunikan/ciri khas Desa Terunyan (<i>something to buy</i>)	Aksessibilitas dan Amenities berkualitas	Produk yang disajikan dapat berupa alam, budaya, tradisi, dan <i>man made</i> atau memadukan keempatnya
Pemanfaat (masyarakat desa setempat dan wisatawan)	Produk mengacu kebutuhan wisatawan Desa Wisata Terunyan	Produk harus unik, berkualitas, serta betul-betul berasal dari Desa Terunyan	Prinsip <i>quality tourism</i> dari <i>tourism village</i> harus tersaji secara baik dengan melibatkan masyarakat desa setempat
Organisasi (pengelola Desa Wisata Terunyan)	Pemberdayaan masyarakat Desa Wisata Terunyan	Melibatkan semua unsur / pranata kemasyarakatan yang memiliki kompetensi	Masyarakat yang dilibatkan pada pengelolaan dan operasionalisasi desa wisata betul-betul memiliki kompetensi sesuai bidang pekerjaan

Selain penerapan strategi, keberhasilan pengembangan Desa Wisata Terunyan dilihat dari keberhasilan pemberdayaan (budaya, lingkungan, dan ekonomi tumbuh) dari masyarakat desa setempat; penerimaan kehadiran desa wisata oleh

masyarakat Desa Terunyan; kemampuan mengembangkan dan membentuk jaringan desa wisata lain di Bali dan di luar Bali; semua pelayanan memenuhi standar bidang pariwisata; terbentuknya kelembagaan (*ancillary*) yang akan mengelola Desa Wisata Terunyan.

4. Bentuk-bentuk Kemitraan di Desa Wisata Terunyan

Pengembangan Desa Wisata Terunyan tidak saja mengedepankan keuntungan dan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat, yang terpenting adalah keberlanjutan budaya dan lingkungan. Untuk mewujudkan tujuan pengembangan Desa Wisata Terunyan, maka diperlukan kemitraan. Berikut ini disajikan bentuk-bentuk kemitraan antara *Stakeholders* Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan seperti Gambar 3.6.



Gambar 3.6
Bentuk Kemitraan antara *Stakeholders* Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan (Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2019)

Berdasarkan bentuk kemitraan antara *Stakeholders* Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan seperti Gambar 3.6, pola interaksinya dibedakan menjadi empat, yaitu:

- a) Interaksi Pranata Kemasyarakatan Desa Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan berwujud pemberdayaan pranata yang ada di masyarakat seperti pelibatan *banjar, tempek, dusun, sekaha-sekaha*. Dengan pemberdayaan pranata kemasyarakatan Desa Terunyan tersebut secara langsung

dan tidak langsung masyarakat mendapat manfaat dari pengembangan desanya sebagai desa wisata.

- b) Interaksi Pemerintah (kabupaten, kecamatan dan desa) dengan Desa Wisata Terunyan, melalui kebijakan-kebijakan tidak saja terkait dengan desa wisata, tetapi kebijakan-kebijakan sektor pariwisata yang lebih pro-rakyat dan pro-pranata kemasyarakatan desa sehingga betul-betul manfaat dari desa wisata dirasakan oleh masyarakat pada tingkat akar rumput.
- c) Interaksi Pelaku Pariwisata di Desa Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan. Implementasi interaksi ini jika dikaitkan dengan investasi, maka investasi harus bersifat 'terbatas dan terkendali', artinya investasi hanya dilakukan dengan mempergunakan modal (ekonomi, sosial dan budaya) yang menjadi milik masyarakat Desa Terunyan terhadap berbagai keperluan Desa Wisata Terunyan dengan diprioritaskan pada investasi yang bersifat memberdayakan masyarakat Desa Terunyan. Bahkan pada kasus-kasus tertentu, investasi dari luar Desa Terunyan sangat dibatasi. Hal ini dimaksudkan agar efek menetes (*trickle down effect*) dari Desa Wisata Terunyan benar-benar dirasakan oleh masyarakat desa yang bersangkutan.
- d) Interaksi antara Pengelola Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan. Interaksinya bersifat kemitraan dan pengelola hanya terdiri dari masyarakat lokal yang merupakan wakil dari masing-masing pranata kemasyarakatan di Desa Terunyan. Komponen-komponen Desa Terunyan yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata berfungsi sebagai mitra kerja untuk saling menguatkan, sehingga Desa Wisata Terunyan memiliki nilai tambah dan daya saing. Daya saing desa wisata dapat dibentuk melalui transformasi data, informasi, dan ide. Hasil transformasi ketiganya dapat dirubah menjadi produk (*tangible* dan *intangible*) yang dapat menciptakan pengetahuan untuk meningkatkan daya saing desa wisata.

Isu-isu terkait komodifikasi (mutu produk, sarana dan prasarana, dan Sumber Daya Manusia Pariwisata) menjadi hal yang penting dalam rangka keberlanjutan pengembangan desa wisata. Berdasarkan penelitian, isu komodifikasi di Desa Wisata Terunyan memerlukan program dan kebijakan holistik sebagai akibat pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan yang memiliki kegiatan sangat kompleks, multi sektor, dan multi produk. Oleh sebab itu, diperlukan sinergisitas dari *Stakeholders* yang terkait dengan pengembangan Desa Wisata Terunyan.

Dengan adanya keterbatasan pemerintah dalam manajemen pengelolaan desa wisata, maka diperlukan revitalisasi terhadap pranata kemasyarakatan yang ada di Desa Wisata Terunyan. Revitalisasi tersebut antara lain berupa peningkatan partisipasi masyarakat pada aktivitas di desa wisata, penataan areal di dan sekitar desa wisata, pemberian nilai tambah (*value added*) pada produk wisata beserta sistem pemasarannya dengan mempergunakan kekuatan jaringan di dan antara desa wisata yang ada di Bali.

Karena sektor pariwisata meliputi kegiatan yang kompleks dan multi sektor, maka isu berikutnya yang tidak kalah menariknya untuk dikemukakan adalah isu koordinasi (baik koordinasi internal maupun eksternal) dalam pengelolaan desa wisata. Peningkatan daya saing produk perlu melibatkan aktor utama yang ada di balik pengembangan desa wisata. Peran aktor utama tersebut merupakan isu strategis, karena dari aktor utama inilah kontribusi dalam pengembangan desa wisata akan berawal. Dalam pengembangan desa wisata, ada sejumlah aktor utama yang dapat diidentifikasi antara lain: Kementerian Pariwisata, Pemerintah Daerah (Provinsi, Kabupaten/Kota, Kecamatan, Desa), Asosiasi Profesi Pariwisata, Usaha Pariwisata, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Perguruan Tinggi, Masyarakat, Media Massa, dan Lintas Departemen. Masing-masing aktor ini diharapkan akan memberikan kemudahan terutama terkait dengan penentuan peran serta fungsi masing-masing terkait dengan keterlibatannya dalam desa wisata. Masing-masing aktor bermitra guna memberikan kontribusi yang optimal bagi upaya

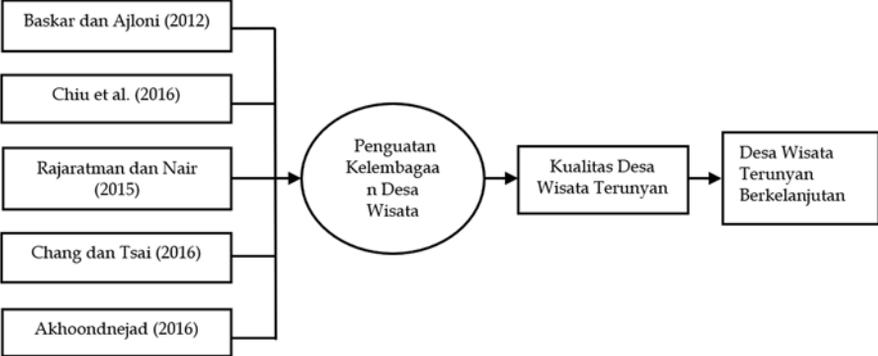
mendorong keberhasilan sebuah desa wisata, termasuk bagi pengembangan Desa Wisata Terunyan.

Penanganan yang komprehensif diperlukan terhadap berbagai isu (seperti pengelolaan, komodifikasi, koordinasi, dan aktor utama) sebagai sub sistem dalam kemitraan desa wisata. Melalui penanganan yang komprehensif tersebut akan hadir desa wisata yang dapat mensejahterakan masyarakat desa. Harapan tersebut akan tercapai apabila kualitas pengalaman wisatawan selama berwisata di desa wisata dapat ditingkatkan, dihasilkannya sumber daya manusia yang kompeten, dilakukannya survei terhadap produk yang dihasilkan oleh desa wisata, terhindarnya wisatawan dari dampak negatif oleh masyarakat lokal dan lingkungan (*resources stewardship*), terciptanya lingkungan usaha di desa wisata yang lebih baik melalui visi, misi, strategi, program serta kebijakan yang jelas serta dilaksanakan oleh *Stakeholders*.

5. Model Penguatan Kelembagaan Dalam Pengembangan Desa Terunyan sebagai desa wisata

Desa Wisata Terunyan memerlukan penguatan kelembagaan (*ancillary*), dengan tujuan untuk mempertahankan keberadaan serta autensitas Desa Terunyan sebagai desa *bali aga* di Bali. Untuk mencapai tujuan tersebut, penguatan kelembagaan oleh masyarakat setempat dioperasionalkan dalam bentuk pengembangan Desa Wisata Terunyan. Penguatan kelembagaan di Desa Wisata Terunyan dilakukan melalui: (1) pelibatan seluruh lapisan masyarakat desa serta Pranata Kemasyarakatan dalam kaitan mendukung Desa Wisata Terunyan; (2) revitalisasi terhadap kelompok (*sekaha*) yang menghasilkan produk wisata untuk memperkuat pengembangan Desa Wisata Terunyan. Penguatan kelembagaan mampu memperkuat citra Desa Wisata Terunyan. Implementasi Sadar Wisata juga bertambah kuat sebagai akibat penguatan kelembagaan. Dengan penguatan kelembagaan yang dilakukan, secara otomatis semua aktivitas terkait Desa Wisata Terunyan akan melembaga. Penguatan kelembagaan pada akhirnya dapat meningkatnya kualitas Desa Wisata Terunyan yang

ditandai dengan tingkat kepuasan wisatawan yang semakin meningkat setelah mereka mengunjungi desa wisata tersebut. Jika penguatan kelembagaan yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Terunyan dihubungkan dengan dengan penelitian-penelitian sebelumnya, maka dapat disajikan seperti Gambar 3.7.



Gambar 3.7 Hubungan Penelitian Sebelumnya dengan Penguatan Kelembagaan Desa Wisata Terunyan (Sumber: Diolah dari hasil penelitian, 2019)

Penguatan kelembagaan yang telah dilakukan di Desa Wisata Terunyan mendukung implementasi penelitian Baskar dan Ajloni (2012) dari aspek fasilitas lingkungan pedesaan, revitalisasi program serta strategi pengembangan; Chiu et al. (2016) dari aspek *image* destinasi (termasuk di dalamnya *image* desa wisata sebagai bagian dari destinasi pariwisata); Rajaratman dan Nair (2015) dari aspek kualitas destinasi, persepsi terhadap destinasi, dan delapan atribut kualitas destinasi yaitu fasilitas, aksesibilitas, logistik, pengalaman, kebersihan, informasi, keamanan, dan keramahtamahan; Chang dan Tsai (2016) dari aspek integrasi dan karakteristik budaya yang dapat menciptakan pengalaman baru; serta Akhoondnejad (2016) dari aspek autentisitas yang dapat mempengaruhi persepsi terhadap kualitas, nilai, dan kepuasan.

Struktur organisasi pengelola desa wisata sebagai cerminan dari kelembagaan desa wisata, saat ini diisi oleh pengurus Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Dalam rangka penguatan kelembagaan Desa Wisata Terunyan, maka organisasi

pengelola desa wisata kedepannya perlu diisi oleh perwakilan dari pranata kemasyarakatan yang ada di Desa Terunyan yaitu *bendesa adat, kelian banjar, kelian dusun* atau *kelian tempek, sekaha-sekaha*, Badan Pertimbangan Desa, Pokdarwis, Generasi Muda (*teruna-teruni*), *Pecalang*, serta unsur-unsur lainnya yang ada di desa setempat. Pelibatan pranata kemasyarakatan Desa Wisata Terunyan ditujukan untuk penguatan kelembagaan dan terimplementasinya pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Sedangkan *Stakeholders* lainnya seperti dari Aparat Desa Terunyan, Pemerintah Kecamatan Kintamani, Pemerintah Kabupaten Bangli, dan Pemerintah Provinsi Bali bersifat sebagai pembina dan menjalankan fungsi koordinasi dengan desa wisata.

6. Simpulan

Hasil kajian terhadap pemberdayaan, kemitraan dan penguatan kelembagaan di Desa Wisata Terunyan menghasilkan beberapa simpulan sebagai berikut.

- a. Strategi pemberdayaan yang diterapkan oleh pengelola Desa Wisata Terunyan adalah mempergunakan Model Kesesuaian yang berintikan kesesuaian antara tiga elemen yaitu program itu sendiri, pelaksanaan program dan kelompok sasaran program.
- b. Kemitraan dalam pengembangan Desa Wisata Terunyan berbentuk empat pola interaksi yaitu: (a) interaksi antara Pranata Kemasyarakatan Desa Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan; (b) interaksi antara Pemerintah (kabupaten, kecamatan dan desa) dengan Desa Wisata Terunyan; (c) interaksi antara Pelaku Pariwisata di Desa Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan; dan (d) interaksi antara Pengelola Desa Wisata Terunyan dengan Desa Wisata Terunyan.
- c. Model Penguatan Kelembagaan dalam rangka mendukung pengembangan Desa Wisata adalah melalui (a) pelibatan seluruh lapisan masyarakat desa serta Pranata Kemasyarakatan yang ada di desa dalam kaitan mendukung pengembangan Desa Terunyan sebagai desa wisata berbasis budaya; dan (b) merevitalisasi kelompok (*sekaha*)

yang menghasilkan produk wisata untuk memperkuat pengembangan Desa Wisata Terunyan.

C. Potensi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu Di Kabupaten Badung

1. Desa Munggu dan Pariwisata

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2011 tentang *Master Plan* Percepatan dan Perluasan Pembangunan Ekonomi Indonesia (MP3EI) Tahun 2011-2025 menyebutkan bahwa pariwisata menjadi salah satu sektor andalan dalam percepatan perekonomian Indonesia. Hal ini juga diperkuat dengan pengakuan dunia bahwa pariwisata merupakan industri jasa yang tumbuh paling cepat dan mampu menyerap 1 dari 11 pekerjaan dan menyumbang *GDP* (*Gross Domestic Product*) atau Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 9% secara langsung ataupun tidak langsung (*Tourism Highlights*, 2013).

Melihat perkembangan pariwisata yang demikian pesat, membuat berbagai daerah berlomba-lomba mengembangkan potensi yang dimiliki (tidak terkecuali setiap kabupaten/kota yang ada di Bali). Masing-masing kabupaten/kota di Bali mengembangkan pariwisata dengan berbagai *tagline*-nya. Adapun *tagline* pariwisata di masing-masing kabupaten/kota seperti pada Tabel 3.5.

Tabel 3.5

***Tagline* Pariwisata Kabupaten/Kota di Bali**

No.	Nama Daerah	<i>Tagline</i> Pariwisata
1.	Kabupaten Badung	<i>The Center of Tourism</i>
2.	Kabupaten Karangasem	<i>The Vibration of Peace</i>
3.	Kabupaten Buleleng	<i>Northern Light</i>
4.	Kabupaten Klungkung	<i>Ancient Kingdoms</i>
5.	Kabupaten Tabanan	<i>Rainbow over Ricefield</i>
6.	Kabupaten Jembrana	<i>Bull-racing Center</i>
7.	Kabupaten Bangli	<i>Peace and Harmony</i>
8.	Kabupaten Gianyar	<i>The Center of Art</i>
9.	Kota Denpasar	<i>In the City</i>

Sumber: *Bali Travel News* (21 Maret – 10 April 2014)

Dari *tagline* yang diusung oleh kabupaten Badung beserta dukungan infrastruktur dan suprastruktur yang dimilikinya, Kabupaten Badung menjadi penggerak pariwisata Bali. Selain itu dengan keberadaan Pelabuhan Tanjung Benoa dan Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai sebagai pintu masuk bagi wisatawan serta fasilitas akomodasi dalam bentuk hotel maupun *villa, shopping centre* dan berbagai fasilitas lainnya memperkuat posisi Kabupaten Badung dalam pengembangan pariwisata Bali.

Berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Bali Tahun 2009 - 2029 yang tertuang dalam Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 16 Tahun 2009 Pasal 66 Ayat (2) pada huruf e menyebutkan bahwa Kawasan Pariwisata Badung antara lain meliputi Kawasan Pariwisata Kuta yang terdiri dari Desa/Kelurahan Kuta, Legian, Seminyak, Kerobokan Kelod, Kerobokan, Canggu, Tibubeneng, Pererenan, Munggu dan Cemagi. Selain itu berdasarkan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Desa Wisata di Kabupaten Badung, terdapat 11 desa yang ditetapkan yaitu Desa Bongkasa Pertiwi, Desa Pangsan, Desa Petang, Desa Plaga, Desa Belok, Desa Carang Sari, Desa Sangeh, Desa Baha, Desa Kapal, Desa Mengwi dan Desa Munggu.

Keberlanjutan pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata tidak saja didasarkan atas potensi yang dimiliki, akan tetapi ditentukan oleh ketepatan strategi yang diterapkan dalam mendukung pengembangan desa tersebut sebagai desa wisata. Berdasarkan latar belakang, penelitian ini difokuskan pada potensi yang dimiliki oleh Desa Wisata Munggu serta strategi yang dirumuskan untuk pengembangan Desa Munggu sebagai desa wisata yang berkelanjutan.

2. Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu

Astriyani (2013) pada kajiannya tentang Strategi Pengembangan Desa Budaya Pampang Sebagai Desa Wisata Di Samarinda mengemukakan bahwa Desa Pampang belum siap atau belum memenuhi syarat untuk menjadi Desa Wisata yang ideal walaupun dengan berbagai potensi yang dimiliki. Selain itu Sagi-

ta (2018) tentang Strategi Pengembangan Desa Pangsas sebagai Desa Wisata di Kecamatan Petang Kabupaten Badung mengemukakan bahwa Desa Pangsas berada pada posisi sel V pada *IE Matrix*, hal ini mengindikasikan Desa Pangsas dalam kategori baik atau memiliki peluang untuk berkembang yakni dengan mempertahankan dan memelihara strategi umum (*grand strategy*) yaitu melakukan penetrasi pasar dan pengembangan produk.

Rajaratnam dan Nair (2015) mengkaji "*Destination Quality and Tourists' Behavioural Intentions: Rural Tourist Destinations in Malaysia*". Kajian ini bertujuan untuk mengetahui karakteristik sosio-demografis wisatawan yang mempengaruhi persepsi mereka pada kualitas destinasi, kepuasan dan niat perilaku. Hasil kajian ini mengungkapkan terdapat delapan atribut utama yaitu fasilitas, aksesibilitas, logistik, pengalaman, kebersihan, informasi, keamanan, dan keramahan yang memberikan kontribusi terhadap kualitas destinasi.

Selanjutnya Chang dan Tsai (2016) pada kajiannya mengenai "*Influences of The Cultural Implications and Tourism Attractiveness of Festival Tourism on Tourist*", mengkaji implikasi budaya dan integrasi budaya sebagai faktor utama yang mempengaruhi daya tarik pariwisata, diikuti oleh budaya dan karakteristik. Hasil kajian ini menunjukkan bahwa implikasi budaya dan integrasi budaya adalah faktor utama yang mempengaruhi daya tarik pariwisata, diikuti oleh budaya dan karakteristik.

Prasiasa dan Widari (2019) pada kajiannya tentang "*Traditional Agricultural System as Tourism Icon in Jatiluwih Tourism Village, Tabanan Regency, Bali Province*" menemukan bahwa sistem pertanian tradisional menjadi salah satu icon yang dapat dipasarkan dalam pengembangan desa wisata.

Lebih lanjut Prasiasa dan Widari (2018) pada kajiannya tentang "*Social Media Strategic Influence in Choice of Tourism Destination*" mengemukakan bahwa icon dari desa wisata yang dipasarkan kepada wisatawan memerlukan dukungan dari sosial media (internet, website, dan twitter) jika ingin pemasaran produk wisata dari desa wisata menjangkau are yang luas dengan tingkat efektivitas yang tinggi.

Kajian Astriyani (2013) diperkuat oleh Sagita (2018), bahwa sebuah desa agar siap dikembangkan sebagai desa wisata memerlukan strategi (baik yang bersifat umum atau *grand strategy* maupun yang bersifat khusus). Sedangkan Rajaratnam dan Nair (2015) menyatakan bahwa selain kesiapan dan strategi, secara operasional ada 8 atribut yang harus mendapat perhatian dalam pengembangan desa wisata, yang oleh Prasiasa dan Widari (2019) salah satu atribut tersebut dapat dijadikan *icon* bagi sebuah desa wisata, serta menurut Chang dan Tsai (2016) merupakan integrasi budaya. Selanjutnya menurut Prasiasa dan Widari (2018) keseluruhan produk dan *icon* dari sebuah desa wisata akan berhasil dalam pengembangannya manakala produknya sudah dipasarkan dan mendapat dukungan dari sosial media.

3. Operasionalisasi Perumusan Strategi Pengembangan Desa Wisata Munggu

Kajian yang dilaksanakan di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung didukung oleh data kualitatif dan kuantitatif, baik yang berupa data primer maupun data sekunder. Penentuan sampel dilakukan dengan *non probability sampling* yaitu *purposive sampling* dan *accidental sampling*. Pengambilan sampel secara *purposive sampling* dilakukan terhadap *stakeholders* pariwisata yaitu Pemerintah (Kepala Desa Munggu dan Kepala Bidang Obyek dan Daya Tarik Pariwisata), Industri Pariwisata, Media, Tokoh Masyarakat (Bendesa Adat Munggu, Bendesa Adat Kertha Bhujangga, Bendesa Adat Pande, dan Ketua Pokdarwis Desa Munggu), dan Akademisi Pariwisata. Sedangkan pengambilan sampel secara *accidental sampling* dilakukan untuk mendapatkan informasi dari wisatawan domestik dan mancanegara yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Munggu.

Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan studi dokumen. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif dan SWOT. Analisis SWOT dalam bentuk matriks yaitu matriks strategi eksternal dan strategi internal. Setelah mengumpulkan semua informasi yang berpengaruh terhadap keberlanjutan Desa Munggu sebagai

Desa Wisata, tahapan selanjutnya adalah memanfaatkan semua informasi tersebut dalam model-model kuantitatif perumusan strategi. Empat kemungkinan alternatif strategi adalah Strategi SO, Strategi WO, Strategi ST, dan Strategi WT.

4. Potensi Desa Wisata Munggu

Potensi yang dimiliki Desa Wisata Munggu diantaranya potensi budaya dan alam. Dari aspek 4A yaitu *attractions*, *amenities*, *accesssibility*, dan *ancillary services* serta posisi Desa Munggu dalam siklus hidup pariwisata (*Tourism Area Life Cycle*), dapat disajikan seperti berikut ini. Atraksi (*attractions*) yang dimiliki oleh Desa Wisata Munggu yaitu atraksi alam berupa Pantai Seseh, pemandangan sawah dan pertaniannya, sedangkan atraksi budaya berupa Tradisi *Mekotek/Ngrebeg* saat hari raya Kuningan. Fasilitas pendukung (*amenities*) untuk kegiatan pariwisata yang sudah ada di Desa Wisata Munggu antara lain restoran, *villa*, *laundry service*, *mini market*, ATM, dan *Money Changer*. Kepemilikan fasilitas pendukung ini bukanlah masyarakat lokal, sehingga masyarakat Desa Munggu belum mendapatkan manfaat secara langsung dari pariwisata yang berkembang di desa mereka. Akses (*accesssibility*) Desa Munggu memiliki infrastruktur jalan yang sangat memadai dan bisa diakses dengan berbagai macam kendaraan bermotor seperti bus, mobil ataupun sepeda motor. Hal ini dikarenakan jalur yang melalui Desa Munggu adalah jalur pariwisata Canggus-Tanah Lot sehingga kualitas jalannya baik. Kelembagaan/organisasi (*ancillary services*) yang terdapat di Desa Wisata Munggu adalah POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) yang beranggotakan seluruh *kelian* dinas Desa Munggu.

Berdasarkan siklus hidup destinasi pariwisata yang dikemukakan oleh Butler (1980), Desa Munggu termasuk dalam tahap *Exploration*. Tahapan dimana daerah tujuan wisata baru mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadis, khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang tinggi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, karena wisatawan menggunakan fasilitas lokal yang sudah

tersedia. Karena jumlah yang terbatas dan frekuensi yang jarang, maka dampak sosial-budaya dan sosial-ekonomi pada tahap ini masih kecil. Hal ini ditunjukkan dengan tidak tersedianya data terkait kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Desa Munggu, walaupun Pantai Seseh (Munggu) telah dikunjungi oleh wisatawan setiap harinya dan paling banyak pada saat *weekend*. Fasilitas yang sudah ada sekarang tersedia dikarenakan jalur pariwisata yang melalui Desa Munggu yakni jalan raya Cangu-Tanah Lot, membuat para investor dan masyarakat lokal membangun berbagai macam fasilitas untuk wisatawan yang akan ke Tanah Lot maupun ke Cangu. Wisatawan yang datang pada saat *icon* Munggu terselenggara (*Mekotek*) bersifat *accidental* dan bukan direncanakan oleh *travel agent* ataupun *guide* untuk membawa wisatawan ke Desa Munggu. Meskipun TVRI Bali melalui program acara *Bali Vision* dan koran Bali *Travel News* pernah mengulas Desa Wisata Munggu serta masuk dalam *calender of event* Badung dan majalah Dinas Pariwisata Badung, namun karena belum adanya aktivitas pariwisata yang bisa dilakukan setiap harinya membuat Desa Munggu hanya dilewati oleh para wisatawan dan biro perjalanan wisata.

5. Kondisi Internal dan Eksternal Desa Wisata Munggu

Dengan menggunakan analisis *SWOT* dihasilkan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Adapun uraiannya adalah sebagai berikut.

(a) Kekuatan (*strengths*) yang dimiliki Desa Munggu yaitu memiliki tradisi unik dan satu-satunya di Bali yaitu *Mekotek*, *area* sawah yang luas dan menjadi salah satu lumbung padi Kabupaten Badung, daya tarik alam yakni Pantai Seseh dan hamparan sawah yang menyatu dengan pantainya, masyarakat lokal yang memiliki kreatifitas seni, dan terdapat peninggalan historis sebagai bukti adanya keterkaitan dengan Kerajaan Mengwi.

(b) Kelemahan (*weaknesses*) Desa Wisata Munggu yaitu belum memiliki *something to do*, *something to see* dan *something to buy*, belum berjalannya program kerja Desa Wisata walaupun

sudah ditetapkan sejak tahun 2010, kondisi lingkungan yang kurang bersih, tata ruang untuk Desa Wisata yang belum tertata dengan baik, dan kurangnya penyuluhan dan pelatihan pariwisata khususnya tentang Desa Wisata kepada masyarakat lokal.

(c) Peluang (*opportunities*) adalah faktor eksternal atau faktor dari luar destinasi yang berpengaruh terhadap suatu destinasi, antara lain: berada pada jalur wisata Canggü-Tanah Lot, dekat dengan destinasi terkenal seperti Tanah Lot, adanya Kebijakan Pemerintah Kabupaten Badung berupa Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 yang mendukung Desa Munggu sebagai Desa Wisata, trend pariwisata yang mengarah pada *sustainable tourism* yaitu salah satunya adalah Desa Wisata.

(d) Ancaman (*threats*) adalah hal yang menjadi hambatan bagi suatu destinasi yang dipengaruhi oleh faktor eksternal atau faktor yang berasal dari luar destinasi, diantaranya adalah alih fungsi lahan yang terjadi baik di luar maupun di dalam jalur hijau, destinasi wisata di sekitar Desa Wisata Munggu yang lebih terkenal dan menjadi *icon* pariwisata, abrasi akibat gelombang laut yang besar yang terjadi di Pantai Seseh, sampah kiriman dari daerah lain dikarenakan Desa Wisata Munggu berada di hilir, dan pengaruh budaya barat sebagai konsekuensi dari kehadiran pariwisata baik di luar maupun di dalam Desa Munggu.

6. IFAS dan EFAS Desa Wisata Munggu

IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*) dan EFAS (*External Factor Analysis Summary*) mencakup empat faktor yang sudah dipaparkan sebelumnya yakni *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats* diberikan bobot dan rating. Selanjutnya dihitung skornya dari hasil perkalian bobot dan rating, sehingga mendapatkan nilai skor IFAS dan EFAS seperti Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Penilaian IFAS (*Internal Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor Internal	Bo- bot	Rat- ing	Skor
Kekuatan (<i>Strengths</i>)				
1.	Memiliki tradisi unik dan satu-satunya di Bali yaitu <i>Mekotek</i>	0,12	4	0,48
2.	Area sawah yang luas dan menjadi salah satu lumbung padi Kabupaten Badung	0,10	4	0,40
3.	Daya tarik alam yakni Pantai Seseh (Munggu) dan hamparan sawah yang menyatu dengan pantainya	0,11	4	0,44
4.	Masyarakat lokal yang memiliki kreatifitas seni	0,11	4	0,44
5.	Terdapat peninggalan historis sebagai bukti adanya keterkaitan dengan Kerajaan Mengwi	0,10	4	0,40
Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)				
6.	Desa Munggu belum memiliki <i>something to do, something to see</i> dan <i>something to buy</i>	0,10	1	0,10
7.	Belum berjalannya program kerja Desa Wisata walaupun sudah ditetapkan sejak 2010	0,10	1	0,10
8.	Kondisi lingkungan yang kurang bersih	0,08	2	0,16
9.	Tata ruang untuk Desa Wisata yang belum baik	0,08	2	0,16
10.	Kurangnya penyuluhan dan pelatihan pariwisata khususnya tentang Desa Wisata kepada masyarakat lokal	0,10	1	0,10
Total >>>		1,00		2,78

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 3.6 diperoleh total skor IFAS adalah 2,78 yang berarti bahwa faktor kekuatan (*strengths*) lebih besar dari nilai tengah yang mencapai 2,50. Jadi IFAS skornya adalah $2,78 > 2,50 =$ kekuatan (*strengths*).

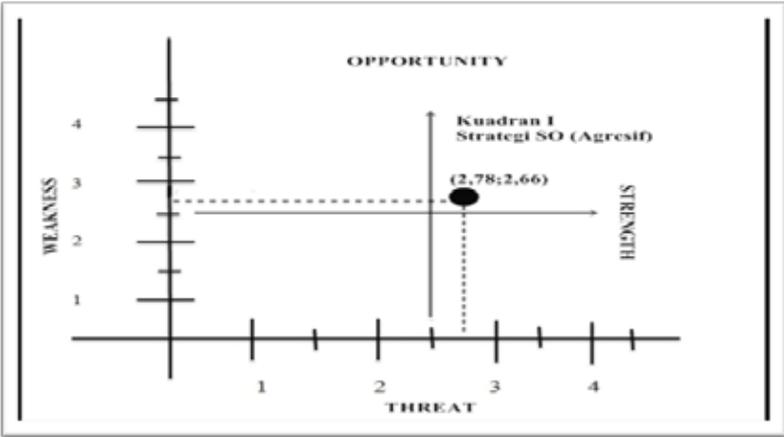
Tabel 3.7
Penilaian EFAS (*External Factor Analysis Summary*)

No.	Faktor Eksternal	Bo- bot	Rat- ing	Skor
Peluang (<i>Opportunities</i>)				
11.	Dilalui jalur pariwisata Canggu-Tanah Lot	0,11	4	0,44
12.	Lokasi yang strategis, yakni dekat dengan destinasi terkenal seperti Tanah Lot	0,11	4	0,44

13.	Adanya kebijakan pemerintah yang mendukung Desa Munggu sebagai Desa Wisata (Perbup Nomor 47 Tahun 2010)	0,10	4	0,40
14.	Trend pariwisata mengarah pada <i>sustainable tourism</i> yang salah satunya adalah Desa Wisata	0,10	4	0,40
15.	Dekat dengan fasilitas pariwisata yang mendukung kegiatan pariwisata	0,10	4	0,40
Ancaman (Threats)				
16.	Alih fungsi lahan yang terjadi baik di luar maupun di dalam jalur hijau	0,10	1	0,10
17.	Destinasi wisata di sekitar Munggu yang lebih terkenal dan menjadi <i>icon</i> pariwisata	0,10	1	0,10
18.	Abrasi akibat gelombang laut yang besar yang terjadi di Pantai Seseh	0,10	1	0,10
19.	Sampah kiriman dari daerah lain dikarenakan Desa Munggu berada di hilir	0,10	1	0,10
20.	Pengaruh budaya barat sebagai konsekuensi dari kehadiran pariwisata baik di luar maupun di dalam Desa Munggu	0,09	2	0,18
Total >>>		1,00		2,66

Sumber: Data Primer diolah (2018)

Berdasarkan Tabel 3.7 diperoleh skor *EFAS* adalah 2,66. Hal ini menunjukkan faktor peluang lebih dominan dari pada faktor kelemahan. Skor *IFAS* = 2,78 dan *EFAS* = 2,66 berarti lebih besar dari nilai tengah 2,50, sehingga pada Diagram *SWOT* berada pada Kuadran I (2,78 ; 2,66) seperti Gambar 3.8.



Gambar 3.8
Diagram SWOT (Sumber: diolah dari hasil penelitian, 2018)

Berdasarkan Gambar 3.8 Desa Wisata Munggu diharapkan menerapkan Strategi *SO (Strengths - Opportunities)* yang bersifat agresif. Namun demikian, strategi-strategi yang lain tetap mendapat perhatian dalam implementasinya, sehingga pengembangan Desa Munggu sebagai desa wisata dapat berkelanjutan.

7. Strategi Pengembangan Desa Munggu sebagai Desa Wisata

Pengembangan Desa Wisata Munggu memerlukan pengaturan tata ruang agar dapat berkembang dengan baik. Mengacu pada Teori *Tripartite Attraction Design*, Desa Wisata Munggu terbagi dalam 3 zona yaitu zona inti, zona peyangga, dan zona pemanfaatan. Zona inti dari Desa Wisata Munggu adalah Pantai Seseh dan wilayah Desa Adat Munggu. Pantai Seseh merupakan atraksi wisata alam yang keindahannya dapat dinikmati oleh wisatawan setiap hari. Untuk itu kedepannya di lokasi Pantai Seseh perlu ditata tempat parkir, penyediaan kamar mandi/toilet, pembatasan jumlah pedagang yang berjualan di pantai, dan penyediaan tempat sampah memperkuat pernyataan Rajaratnam dan Nair (2015) terkait fasilitas di daya tarik wisata. Tradisi *Mekotek* yang diselenggarakan setiap 6 bulan yakni bertepatan pada Hari Raya Kuningan perlu terus dikembangkan dan dijaga kelestariannya. Adanya integrasi budaya dalam pengembangan desa wisata terutama tradisi *Mekotek* memperkuat Chang dan Tsai (2016), dan menurut Prasiasa dan Widari (2019) tradisi *Mekotek* dapat dijadikan *icon* Desa Wisata Munggu.

Zona penyangga adalah daerah yang ditetapkan sebagai jalur hijau. Kawasan ini sangat tepat sebagai zona penyangga karena berada tepat sebelum zona inti. Hamparan sawah yang mengelilingi zona inti harus tetap dijaga, hal ini membutuhkan upaya bersama serta ketegasan dari semua *stakeholders* pariwisata di Desa Wisata Munggu. Walaupun dalam zona penyangga diperbolehkan adanya bangunan semi permanen, namun jumlahnya harus dibatasi sehingga tidak sampai terjadi alih fungsi lahan. Untuk menjaga keberlanjutan zona penyangga, dapat dikembangkan aktivitas wisata *tracking* serta mengembalikan

itik (*ngangon bebek*). Area persawahan dapat digunakan sebagai lahan untuk beternak itik, dan bila dikemas dengan baik akan menjadi pengalaman yang sangat unik bagi wisatawan.

Zona pemanfaatan adalah area sebelum pintu masuk ke wilayah Desa Adat Munggu sampai ke barat (sepanjang jalur *bypass* Tanah Lot), yang merupakan jalur pariwisata. Disepanjang jalur ini telah dibangun fasilitas pendukung kegiatan pariwisata seperti *restaurant*, *ATM*, *mini market*, *laundry service*, akomodasi dan jasa *Tourist Information Centre* milik swasta. Penataan juga diperlukan agar bangunan yang sudah terbangun maupun yang akan dibangun sesuai dengan perencanaan pengembangan. Areal parkir juga perlu disediakan, agar kenyamanan wisatawan dapat terpenuhi, disamping untuk menjaga agar lalu lintas sepanjang kawasan tidak macet. Jika areal parkir tersedia, maka bus dan kendaraan besar lainnya memperoleh tempat yang sesuai dan tidak mengganggu lalu lintas. Keberadaan *Tourist Information Centre* di Desa Wisata Munggu perlu juga menjadi prioritas, agar petugas dapat memberi informasi atau penjelasan sekaligus memasarkan Desa Wisata Munggu kepada wisatawan.

Pemasaran produk wisata di desa wisata menurut Prasiasa dan Widari (2018) dapat dibantu dengan penggunaan sosial media. Untuk mencapai harapan tersebut, maka diperlukan langkah-langkah strategis seperti dalam Strategi SO (*Strengths - Opportunities*). Berdasarkan Matriks Strategi SO maka strategi yang dapat dilakukan diantaranya: (a) Bekerja sama dengan para *stakeholder* pariwisata untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Wisata Munggu (S1, S4, S5, O3, O4). Desa Munggu bersama-sama dengan para *stakeholders* pariwisata yang terdiri dari pemerintah (Disparda Kabupaten Badung), akademisi (institusi pendidikan pariwisata), industri pariwisata, media serta tokoh masyarakat untuk secara aktif memperkenalkan dan mempromosikan Desa Wisata Munggu kepada wisatawan.

Dengan kerjasama yang dilakukan akan mempercepat dikenalnya Desa Wisata Munggu serta diketahui oleh wisatawan secara luas, harapannya adalah peluang yang ada dapat

dioptimalkan. (b) Menjaga dan melestarikan keunggulan Desa Munggu sebagai Desa Wisata (S2, S3, O1, O2, O5). Suasana pedesaan yang masih alami didukung dengan tradisi pertanian tradisional yang masih kuat merupakan atraksi yang menarik untuk ditawarkan kepada wisatawan. Selain itu lokasi yang strategis akan memudahkan aksesibilitas wisatawan yang ingin berkunjung ke Desa Wisata Munggu. Adapun matrik Strategi SO seperti Tabel 3.8.

Tabel 3.8 Matrik Strategi SO

EFAS	<i>Opportunities</i>			
<i>Strengths</i>	Strategi SO			
IFAS	Dilalui jalur pariwisata Cunggu-Tanah Lot	Lokasi yang strategis, yakni dekat dengan destinasi terkenal seperti Tanah Lot dan Cunggu serta dekat dengan Pusat Pemerintahan Kabupaten Badung	Kebijakan Pemerintah yang mendukung Desa Munggu sebagai Desa Wisata (Perbup No. 47 tahun 2010)	Trend pariwisata yang mengarah pada <i>sustainable tourism</i> yang salah satunya adalah Desa Wisata
Memiliki tradisi unik dan satu-satunya di Bali yaitu <i>Mekotek</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bekerja sama dengan para <i>stakeholder</i> pariwisata untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Munggu (S1, S4, S5, O3, O4) 2. Menjaga dan melestarikan yang ada sebagai keunggulan Desa Munggu sebagai Desa Wisata (S2, S3, O1, O2, O5) 			
Area sawah yang luas dan menjadi salah satu lumbung padi Kabupaten Badung sebagai pertanda pertanian yang masih kuat				
Daya tarik alam yakni Pantai Seseh (Munggu) dan hamparan sawah yang menyatu dengan pantainya				
Masyarakat lokal yang memiliki kreatifitas seni				
Terdapat peninggalan historis sebagai bukti adanya keterkaitan dengan Kerajaan Mengwi				

8. Simpulan

Potensi yang dimiliki oleh Desa Munggu sebagai Desa Wisata adalah potensi budaya berupa tradisi *Mekotek* serta potensi alam berupa Pantai Seseh yang dikelilingi dengan hamparan sawah. Strategi yang direkomendasikan untuk diterapkan pada pengembangan Desa Munggu sebagai desa wisata adalah strategi *SO (Strengths-Opportunities)* yang bersifat agresif, yaitu bekerjasama dengan *stakeholders* pariwisata untuk memperkenalkan potensi yang dimiliki Desa Wisata Munggu, menjaga dan melestarikan keunggulan Desa Munggu sebagai Desa Wisata.

MODEL PENDAMPINGAN DESA WISATA OLEH PERGURUAN TINGGI (Studi Kasus Desa Wisata Baha, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung)

A. Pendahuluan

Kejenuhan yang dialami oleh wisatawan dalam memilih produk wisata dapat diatasi dengan memberikan solusi berupa pemilihan terhadap berbagai jenis wisata alternatif. Salah satu wisata alternatif yang dapat ditawarkan adalah desa wisata yang sesuai dengan budaya dan karakter desa. Penawaran wisata alternatif berupa desa wisata merupakan sebuah solusi tepat untuk mengantisipasi jumlah kunjungan wisatawan yang sudah mulai mengalami penurunan serta kejenuhan terhadap produk-produk wisata artifisial yang ditawarkan selama ini.

Penawaran wisata alternatif berupa desa wisata dapat menjadi peluang bagi tumbuh dan berkembangnya usaha pariwisata serta untuk memberdayakan potensi-potensi yang ada di desa dengan segala keunikan dan originalitasnya. Hal ini sejalan dengan Prasiasa dan Widari (2019) bahwa pengembangan wisata alternatif berupa desa wisata diharapkan mampu memberdayakan masyarakat desa melalui kegiatan ekonomi yang tumbuh dan berkembang di desa wisata sebagai akibat pengembangan desa tersebut menjadi desa wisata.

Selain itu pengembangan desa wisata (*village tourism*) juga merupakan salah satu jawaban strategis terhadap berbagai agenda pembangunan yang dicanangkan dalam sektor pariwisata, termasuk di masa Pandemi Covid-19 dan setelah Pandemi Covid-19. Khusus untuk di Provinsi Bali, pengembangan desa wisata sudah dimulai tahun 1992 yang ditandai dengan

pengembangan tiga desa wisata yaitu Desa Wisata Penglipuran (Kabupaten Bangli), Desa Wisata Sebatu (Kabupaten Gianyar), dan Desa Wisata Jatiluwih (Kabupaten Tabanan).

Sebagai kelanjutan dari pengembangan tiga desa wisata di Provinsi Bali tahun 1992 tersebut, maka pada tahun 2015-2018 Pemerintah Daerah Bali kembali mengembangkan 100 desa wisata yang tersebar pada 8 kabupaten dan 1 kotamadya. Seratus desa wisata tersebut penyebarannya masing-masing sebagai berikut: 22 (22%) Singaraja, 6 (6%) Jembrana, 16 (16%) Tabanan, 5 (5%) Badung, 15 (15%) Gianyar, 10 (10%) Klungkung, 11 (11%) Bangli, 10 (10%) Karangasem, dan 5 (5%) Kodya Denpasar. Dari penyebaran 100 desa wisata tersebut, Buleleng mendapat jumlah terbesar yaitu 22% serta Kabupaten Tabanan dan Kodya Denpasar mendapat jumlah terkecil yaitu masing-masing 5%.

Desa Wisata Baha, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung merupakan salah satu desa wisata yang masuk pengembangan Desa Wisata Provinsi Bali periode tahun 2015-2018. Namun demikian, sebenarnya jauh sebelum pengembangan desa wisata di Provinsi Bali periode 2015-2018, berdasarkan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 di Kabupaten Badung telah ditetapkan 11 desa wisata, yaitu Desa Wisata Bongkasa Pertiwi, Desa Wisata Sangeh, Desa Wisata Pangsan, Desa Wisata Petang, Desa Wisata Kiadan, Desa Wisata Belok, Desa Wisata Carang Sari, Desa Wisata Baha, Desa Wisata Kapal, Desa Wisata Mengwi, dan Desa Wisata Munggu.

Pada tahun 2020 yaitu setelah sepuluh tahun Desa Wisata Baha ditetapkan sebagai desa wisata sesuai Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010, desa wisata ini belum menunjukkan perkembangan yang optimal. Fenomena ini bertentangan dengan Nalayani (2016) yang menyatakan bahwa Desa Wisata Baha digolongkan sebagai desa wisata berkembang. Bahkan berdasarkan hasil studi pendahuluan ke Desa Wisata Baha pada Pebruari 2020, ditemukan beberapa masalah yang menjadi penyebab belum berkembangnya Desa Wisata Baha yaitu: kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur trekking/*cycling* sebagai ikon Desa Wisata Baha masih rendah; Desa

Wisata Baha belum memiliki pengelola desa wisata; infrastruktur yang belum memadai sepanjang jalur trekking/*cycling*, paket wisata belum dimiliki oleh Desa Wisata Baha, serta penggunaan *platform* digital marketing dalam pemasaran produk wisata belum dilaksanakan.

Pemberian solusi terhadap permasalahan yang ditemukan pada saat studi pendahuluan tersebut menjadi target dari Pendampingan Perguruan Tinggi di Desa Wisata Baha, sekaligus sebagai implementasi pengabdian kepada masyarakat yang merupakan perwujudan dharma ketiga dari Tri Dharma Perguruan Tinggi. Harapannya, semua permasalahan tersebut dapat diberikan solusi serta jalan keluar yang riil, melalui dukungan kegiatan dari Deputi Pengembangan SDM Pariwisata dan Hubungan Antarlembaga Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada Tahun 2020; dukungan pendanaan dari Program *Matching Fund* Gelombang II Tahun 2021 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi; serta dana *Inkind* dari mitra yang diajak berkolaborasi pada Program *Matching Fund* Gelombang II Tahun 2021.

Selain itu dukungan juga datang dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Dinas Pariwisata Kabupaten Badung, Pemerintah Kecamatan Mengwi, Pemerintah Desa Baha, BPD Desa Baha, LPM Desa Baha, *Desa Adat* Baha, *Desa Adat* Cengklok, *subak* beserta petani, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Generasi Muda (*Teruna Teruni*) serta seluruh masyarakat Desa Baha.

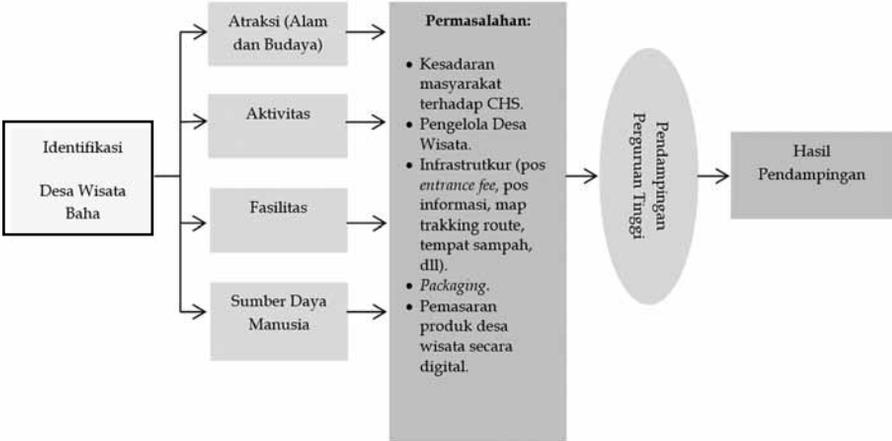
B. Permasalahan

Adapun permasalahan yang ditemukan pada saat studi pendahuluan ke Desa Wisata Baha dan sebelum pendampingan oleh Perguruan Tinggi dilaksanakan adalah: kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur trekking/*cycling* sebagai ikon desa wisata masih rendah; aspek kelembagaan (*ancillary*) berupa pengelola desa wisata belum ada; belum memadainya infrastruktur sepanjang jalur trekking/*cycling*, belum memiliki paket wisata, serta pemasaran produk wisata belum berorientasi

platform digital marketing. Kelima permasalahan tersebut menjadi target dari pendampingan Perguruan Tinggi.

C. Metode

Pendampingan Desa Wisata Baha oleh Perguruan Tinggi didesain berdasarkan lima indikator yaitu atraksi, aktivitas, fasilitas, Sumber Daya Manusia, dan kelembagaan. Kelima indikator yang dijadikan dasar dalam mendesain pendampingan diperoleh dari hasil penelitian pendahuluan sebelum pendampingan dilaksanakan. Berdasarkan penelitian pendahuluan diperoleh masukan dari masyarakat terkait operasionalisasi Desa Wisata Baha. Adapun desain pendampingan Desa Wisata Baha seperti Gambar 4.1.



Gambar 4.1 Desain Pendampingan

Untuk memberikan solusi terhadap lima masalah yang dihadapi oleh Desa Wisata Baha dipergunakan empat metode yaitu Pendidikan Masyarakat, Pelatihan, Subsitusi Ipteks, dan *Participatory Decision Making Process*. Adapun uraian dari keempat metode tersebut adalah sebagai berikut.

Pendidikan Masyarakat. Metode ini implementasinya berupa workshop, dengan tujuan memberikan pemahaman kepada Pengurus BUMDES Ayu Bagia, pengelola desa wisata, tokoh-tokoh masyarakat beserta pranata sosial masyarakat desa,

terkait arti penting serta peranan dari pengelola desa wisata, pemetaan produk unggulan desa wisata, *explore village requirement*, budaya dan kearifan lokal dalam pariwisata, pengemasan produk desa wisata, serta pemasaran desa wisata (*tourism village marketing*). Selain itu materi workshop juga diarahkan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur trekking/ *cycling* sebagai ikon Desa Wisata Baha.

Pelatihan. Implementasi metode ini berupa pemberian pelatihan kepada Pengurus BUMDES Ayu Bagia, Pengelola Desa Wisata Baha, dan Pokdarwis. Pelatihan yang diberikan berupa pelatihan pengemasan paket wisata (*packaging*) dengan produk unggulan yang ada di Desa Wisata Baha.

Substitusi Ipteks. Pelaksanaan metode ini berupa simulasi dengan mempraktekkan langsung pada *platform* Godevi. Peserta yang mengikuti simulasi yaitu Pengurus BUMDES Ayu Bagia dan Pengelola Desa Wisata Baha. Materi yang disimulasikan yaitu proses pemutakhiran informasi paket wisata, proses *booking*, proses reservasi, serta proses manajemen pelayanan operasional paket wisata.

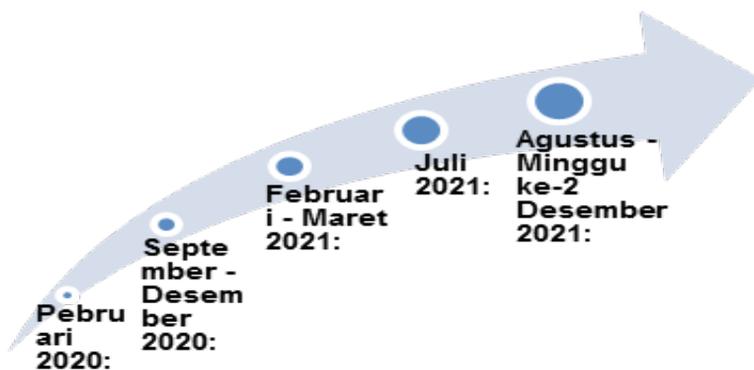
Participatory Decision Making Process. Metode ini dilaksanakan berupa interaksi dan komunikasi intensif dalam rangka menemukan konsensus atau gagasan bersama masyarakat Desa Wisata Baha agar program pendampingan dapat berhasil. Konsensus atau gagasan tersebut berkaitan erat dalam rangka mendukung, sekaligus mengakselerasi Program Pemerintah dalam pengembangan desa wisata. Untuk mencapai konsensus, metode *participatory decision making process* ini juga dikombinasikan dengan metode mediasi, terutama jika terhadap perbedaan pandangan atau pendapat dari kelompok-kelompok masyarakat terhadap program-program yang akan dilaksanakan pada saat pendampingan.

Selanjutnya data dan informasi dikumpulkan dengan cara wawancara mendalam (*indepth interview*), dan informan ditentukan secara *purposive*. Adapun informan berjumlah 15 orang terdiri dari Kepala Desa, Sekretaris Desa, Ketua LPM, Ketua BPD, *Pekaseh*, *Bendesa Adat* (Desa Adat Cengkok dan Desa Adat Baha), Ketua

Pokdarwis, Ketua BUMDES Ayu Bagia, Pengelola Desa Wisata Baha sebanyak 4 orang, dan 2 orang tokoh masyarakat. Data yang sudah terkumpul selanjutnya dianalisis secara deskriptif kualitatif. Pengumpulan dan analisis data dilakukan dua tahap, yaitu Tahap 1 terkait Pendampingan Desa Wisata Baha melalui Program Pendampingan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Tahap 2 terkait Pendampingan Desa Wisata melalui Program Pendanaan *Matching Fund* Gelombang II dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi.

D. Pelaksanaan Pendampingan Desa Wisata

Pelaksanaan pendampingan oleh Perguruan Tinggi di Desa Wisata Baha dilaksanakan berdasarkan 5 (lima) program sesuai *roadmap* pada Gambar 4.2.



Gambar 4.2 *Roadmap* Pendampingan

Berdasarkan *roadmap* pendampingan pada Gambar 4.2, dapat diuraikan sebagai berikut.

- Survei/Identifikasi Desa Wisata Baha dilaksanakan pada bulan Pebruari 2020.
- Pendampingan Desa Wisata Baha dan Pelaporan ke Kemenparekraf (Program 1 sampai dengan Program 3) bulan September sampai Desember 2020.
- Pengajuan Reka Cipta, Penyusunan Proposal Bersama (Pereka Cipta dan DUDI), dan Pengajuan Proposal *Matching*

Fund Tahun 2021 (kolaborasi Perguruan Tinggi dengan mitra) untuk Program 4 dan Program 5. Kegiatan ini dilaksanakan bulan Pebruari sampai Maret 2021.

- Pengumuman Penerima Program *Matching Fund* Tahun 2021 bulan Juli 2021.
- Pelaksanaan Program *Matching Fund* Tahun 2021 kolaborasi Perguruan Tinggi dengan Mitra di Desa Wisata Baha bulan Agustus sampai Desember 2021 untuk Program 4 dan Program 5.

Adapun pelaksanaan kelima program pendampingan oleh Perguruan Tinggi di Desa Wisata Baha berkolaborasi dengan mitra adalah sebagai berikut.

Program 1: meningkatkan kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur trekking/*cycling* Desa Wisata Baha

Pelaksanaan peningkatan kesadaran masyarakat akan kebersihan di jalur trekking/*cycling* dilaksanakan berupa aksi kebersihan berbentuk gotong royong. Karena kegiatan gotong royong dilaksanakan pada masa Pandemi Covid-19, maka peserta aksi kebersihan dibatasi dengan jumlah antara 25-41 orang serta menerapkan protokol kesehatan yang ketat berupa pemakaian masker dan menjaga jarak antar peserta aksi kebersihan. Peserta aksi kebersihan terdiri dari Pemerintah Desa Baha, *Desa Adat* Baha, *Desa Adat* Cengkok, Subak Lepud Desa Baha, Pokdarwis, Pokdewi, BUMDES Ayu Bagia, DKP Desa Baha, Tokoh Masyarakat, serta *teruna teruni* Desa Baha. Sebelum pelaksanaan aksi kebersihan, diawali pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan *Bendesa Adat* Desa Baha. Adapun suasana pertemuan seperti Gambar 4.3.



Gambar 4.3 Suasana Pertemuan Sebelum Aksi Kebersihan

Sebagai tindaklanjut dari pertemuan dengan tokoh-tokoh masyarakat dan *Bendesa Adat* Desa Baha, selama program pendampingan tahun 2020 dengan dukungan dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, setidaknya telah dilaksanakan sepuluh kali gotong royong membersihkan jalur trekking/*cycling* Desa Wisata Baha. Adapun salah satu suasana gotong royong seperti Gambar 4.4.



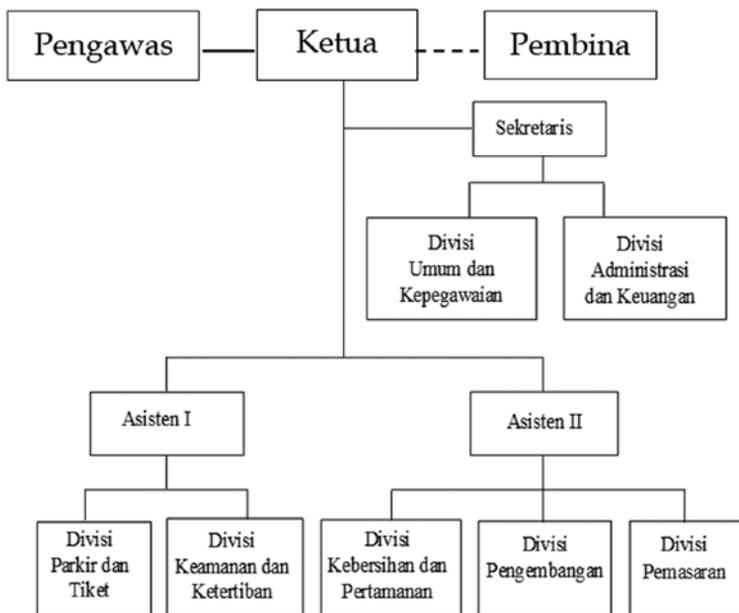
Gambar 4.4 Suasana Gotong Royong di Jalur Trekking/*Cycling*

Melalui aksi kebersihan yang dilaksanakan dengan gotong royong melibatkan perwakilan seluruh komponen masyarakat Desa Wisata Baha, maka secara bertahap kebersihan sepanjang jalur trekking/*cycling* semakin meningkat, serta terbebas dari sampah plastik.

Kebersihan jalur trekking/*cycling* perlu dijaga karena jalur tersebut sering dipergunakan oleh wisatawan untuk berjalan kaki dan atau bersepeda untuk menikmati keindahan hamparan sawah serta aneka tanaman. Menurut Broadaway (2012) pariwisata bersepeda sebagai kunjungan rekreasi dalam satu malam atau jauh dari rumah (kehidupan sehari-hari), dimana bersepeda sebagai bagian mendasar dari bagian yang signifikan dari suatu liburan. Sedangkan Lumsdon (2000) menyatakan bahwa bersepeda menurut wisatawan adalah bagian integral dari ekskursi atau liburan, cara yang menguntungkan demi meningkatkan kualitas waktu liburan.

Program 2: Membentuk Pengelola Desa Wisata Baha

Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha yang dibentuk pada tahun 2020 merupakan peleburan dari Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha tahun 2017 yang bernama Kelompok Desa Wisata (Pokdewi). Peleburan tersebut menghasilkan Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha seperti Gambar 4.5.



Gambar 4.5 Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha

Struktur Organisasi Pengelola Desa Wisata Baha yang sudah berhasil disusun tersebut selanjutnya ditetapkan dengan Keputusan Perbekel Baha Nomor 153 Tahun 2020 tanggal 16 Oktober 2020. Sebagai kelanjutan dari telah tersusunnya struktur organisasi tersebut, dilakukan Workshop Penyusunan *Job Description*, dengan tujuan agar masing-masing bagian yang ada dalam struktur organisasi tersebut dapat memahami serta mengetahui tugasnya masing-masing.

Program 3: Melengkapi Infrastruktur Sepanjang Jalur Trekking/ Cycling

Terdapat duabelas infrastruktur yang rencananya diadakan untuk mendukung jalur trekking/ *cycling* di Desa Wisata Baha, yaitu (1) loket pemungutan karcis dan informasi, (2) gazebo, (3) *lelakut*, (4) *sunari*, (5) tempat sampah sepanjang jalur trekking/ *cycling*, (6) umbul-umbul, (7) *sanggah catu* (tempat persembahyangan di sawah), (8) map atau peta jalur trekking/ *cycling*, (9) perbaikan atau perawatan jalur trekking/ *cycling*, (10) pengadaan Viar atau motor pengangkut sampah, (11) pengadaan mesin sensor untuk potong rumput, dan (12) pembuatan tempat foto atau foto spot. Dari infrastruktur yang direncanakan untuk dikembangkan tersebut, pada saat pendampingan yaitu nomor (5), (6) dan (7) sudah terlaksana. Ketiga infrastruktur yang sudah terlaksana tersebut pengerjaan atau pengadaannya mempergunakan Dana Desa Baha Tahun 2020. Sedangkan 9 infrastruktur yang belum terlaksana pengadaannya pada saat pendampingan tahun 2020 yaitu nomor (1), (2), (3), (4), (8), (9), (10), (11), dan (12). Adapun ketiga infrastruktur yang sudah terlaksana pengadaannya di jalur trekking/ *cycling* Desa Wisata Baha yaitu tempat sampah, umbul-umbul dan *sanggah catu* seperti Gambar 4.6.



Gambar 4.6 Infrastruktur di Jalur Trekking/*cycling* Desa Wisata Baha

Meskipun pada saat pendampingan tahun 2020 terdapat sembilan infrastruktur di jalur trekking/*cycling* yang belum terealisasi pengadaannya, namun berkat semangat Pemerintah Desa Baha didukung oleh seluruh komponen masyarakat, maka pada tahun 2021-2022 terdapat tambahan infrastruktur yang sudah terealisasi yaitu nomor (3), (4), (9), (10), dan (11).

Program 4: Pengemasan atraksi wisata yang ada sepanjang jalur trekking /*cycling* dan atau di luar jalur trekking /*cycling* sebagai Paket Wisata

Program keempat ini dilaksanakan dengan empat tahapan kegiatan, yaitu sebagai berikut.

Tahap 1: persiapan dan Workshop Perencanaan Produk Desa Wisata. Materi yang disajikan pada workshop ini adalah pemetaan produk unggulan Desa Wisata Baha. Workshop Perencanaan Produk Desa Wisata menghasilkan luaran berupa produk unggulan Desa Wisata Baha yang terdiri dari jalur trekking/*cycling*, kuliner tradisional berupa *lawar nyawan*, permainan tradisional *metembing* dan *mesorog-sorogan*, gua Jepang, arsitektur tradisional Pura Puseh Desa Baha, Cerita Rakyat *Men Brayut* dan *Pan Brayut*, dan *Jerimpen* Khas Desa Wisata Baha. Diangkatnya permainan tradisional sebagai produk unggulan menurut Prasiasa *et al.* (2021) karena saat ini permainan tradisional sudah mulai jarang dimainkan dan cenderung sudah mulai ditinggalkan karena dianggap kuno, tidak menarik dan terkesan tidak mengikuti perkembangan zaman.

Produk unggulan ini dikemas menjadi sebuah Paket Wisata. Adapun produk unggulan yang merupakan kearifan lokal dari Desa Wisata Baha berupa *jerimpen* dan permainan tradisional *mesorog-sorogan* seperti Gambar 4.7.



Gambar 4.7 *Jerimpen dan Permainan Tradisional Mesorog-sorogan*

Tahap 2: Workshop Pengemasan dan Pemasaran Produk Desa Wisata, dengan materi *explore village requirement, event requirement, homestay data requirement, tourism package requirement*; budaya dan kearifan lokal dalam pariwisata, pengemasan produk desa wisata, serta pemasaran desa wisata (*tourism village marketing*).

Tahap 3: *Shooting* Pembuatan Video Promosi Desa Wisata Baha. Pengambilan gambar untuk pembuatan video promosi Desa Wisata Baha dilakukan di beberapa lokasi, yaitu jalur trekking/*cycling* untuk adegan bersepeda di pagi hari, salah satu rumah masyarakat yang memiliki pemandangan nuansa asli Desa Baha untuk adegan menikmati bubur *nyawan* sebagai kuliner khas Desa Wisata Baha, lapangan olah raga untuk adegan permainan tradisional *metembing* dan *mesorog-sorogan*, gua jepang untuk adegan wisata sejarah, Pura Desa Baha untuk adegan arsitektur tradisional, Pura Dalem Desa Baha untuk adegan cerita rakyat *men brayut* dan *pan brayut*, dan rumah salah satu tokoh masyarakat untuk adegan pembuatan *jerimpen*.

Tahap 4: Finalisasi Video Promosi Desa Wisata Baha. Tahap keempat ini diisi kegiatan berupa editing gambar, pengisian suara serta mensinkronisasi antara gambar dengan suara, untuk

menghasilkan video promosi Desa Wisata Baha yang baik dan berkualitas. Adapun hasil dari keempat tahap pada Program 4, yaitu sebuah video promosi Desa Wisata Baha, yang dapat disaksikan pada *link youtube* <https://youtu.be/Z6kKdzDpFVw>

Menurut Prasiasa (2021) dengan dihasilkannya video promosi Desa Wisata Baha yang berisi beberapa atraksi dan daya tarik wisata, diharapkan dapat menjadi penggerak pariwisata di desa mereka sekaligus sebagai sumber pendapatan masyarakat.

Workshop merupakan implementasi dari Metode Pendidikan Masyarakat. Pada Workshop Perencanaan Produk Desa Wisata dan Workshop Pengemasan dan Pemasaran Produk Desa Wisata, selain diikuti oleh Pengelola Desa Wisata, Pengurus BUMDES Ayu Bagia Desa Baha, Tokoh-tokoh Masyarakat Desa Baha, juga diikuti oleh mahasiswa. Pelibatan mahasiswa bertujuan untuk memberikan pengalaman empiris atau pengalaman lapangan serta mendapatkan *best practice* dari mitra dalam Program *Matching Fund* Tahun 2021.

Selain mengikuti workshop, mahasiswa juga diajak untuk melakukan observasi dan studi lapangan ke produk-produk unggulan Desa Wisata Baha, yang akan dikemas menjadi paket wisata. Observasi dan studi lapangan ke produk-produk unggulan tersebut didampingi oleh dosen mata kuliah terkait serta oleh aparat Desa Wisata Baha. Adapun foto-foto observasi dan studi lapangan mahasiswa seperti Gambar 4.8.



Gambar 4.8 Foto-foto Mahasiswa Pada Observasi dan Studi Lapangan

Pelibatan mahasiswa dalam kegiatan workshop dan observasi serta studi lapangan berkaitan dengan pelaksanaan Program *Matching Fund* Tahun 2021, menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (2021: 2) memiliki tujuan utama untuk meningkatkan kualitas dan relevansi lulusan program sarjana. Lebih lanjut dinyatakan bahwa sasaran yang ingin dicapai adalah meningkatkan kualitas lulusan pendidikan tinggi melalui peningkatan kualitas dosen pendidikan tinggi, peningkatan kualitas kurikulum dan proses pembelajaran yang pada akhirnya meningkatkan kualitas dan relevansi lulusan program sarjana sebagaimana kebijakan Kampus Merdeka dicanangkan.

Program 5: Pemasaran Paket Wisata melalui Digital Marketing, dengan target platform Godevi

Setelah produk unggulan dari Desa Wisata Baha berhasil dikemas sebagai paket wisata serta berhasil dibuat video promosi, selanjutnya pemasaran paket wisata tersebut mempergunakan platform Godevi. Paket wisata unggulan dari Desa Wisata Baha dapat diakses pada website Godevi dengan link <https://godestinationvillage.com/village/baha-village>

Dari kelima program tersebut, jika disajikan analisis terhadap kelima program pendampingan Desa Wisata Baha seperti Tabel 4.1.

Tabel 4.1 Analisis Program Pendampingan Desa Wisata Baha

Program	Deskripsi Program	Hasil	Kendala
1	Membangkitkan kesadaran masyarakat akan kebersihan terutama sepanjang jalur trekking/ cycling.	Dari gotong royong yang telah terlaksana, jalur trekking / cycling yang ada di Desa Wisata Baha sudah bersih dari sampah (organik dan plastik).	a) Belum seluruh petani sepanjang jalur trekking/cycling memiliki kesadaran yang tinggi akan arti kebersihan. b) Adanya fenomena bahwa kebersihan sepanjang jalur trekking/ cycling hanya menjadi tanggungjawab Pengelola Desa Wisata

2	Membentuk Pengelola Desa Wisata Baha.	Pengelola Desa Wisata Baha sudah terbentuk, terdiri dari seluruh unsur masyarakat Desa Baha di bawah Koordinasi BUMDES Ayu Bagia Desa Baha.	<p>a) Pengurus BUMDES Ayu Bagia Desa Baha belum sepenuhnya memahami pekerjaan terkait pengelolaan desa wisata sebagai salah satu unit usahanya.</p> <p>b) Adanya keengganan beberapa orang pengurus/ pengelola Desa Wisata Baha dibawah koordinasi BUMDES Ayu Bagia Desa Baha.</p>
3	Melengkapi infrastruktur sepanjang jalur trekking /cycling.	Terdapat 8 infrastruktur yang sudah terlaksana yaitu nomor (3) <i>lelakut</i> , (4) <i>sunari</i> , (5) tempat sampah sepanjang jalur trekking/ <i>cycling</i> , (6) umbul-umbul, (7) sanggah catu (tempat persembahyangan di sawah), (9) perbaikan atau perawatan jalur trekking/ <i>cycling</i> , (10) pengadaan Viar atau motor pengangkut sampah, dan (11) pengadaan mesin sensor untuk potong rumput.	<p>a) Ada 4 infrastruktur yang belum terlaksana yaitu nomor (1) loket pemungutan karcis dan informasi Desa Wisata Baha, (2) gazebo, (8) map atau peta jalur trekking/ <i>cycling</i>, dan (12) pembuatan tempat foto atau foto spot.</p> <p>b) Kesadaran pengelola untuk memelihara infrastruktur yang sudah ada masih sangat rendah.</p>
4	Pengemasan atraksi wisata yang ada sepanjang jalur trekking /cycling dan atau di luar jalur trekking /cycling sebagai Paket Wisata.	Atraksi berupa produk unggulan Desa Wisata Baha yang terdiri dari jalur trekking/ <i>cycling</i> , kuliner tradisional berupa <i>lawar nyawan</i> , permainan tradisional <i>metembing</i> dan <i>mesorog-sorogan</i> , gua Jepang, arsitektur tradisional Pura Puseh Desa Baha, Cerita Rakyat <i>Men Brayut</i> dan <i>Pan Brayut</i> , dan <i>Jerimpen</i> Khas Desa Wisata Baha berhasil disusun sebagai paket wisata serta dilengkapi dengan Video Promosi Paket Wisata Desa Wisata Baha.	Tidak ada kendala

5	Pemasaran Paket Wisata dengan Digital Marketing, dengan melalui <i>platform</i> adalah GoDevi.	Sudah dilaksanakan melalui <i>website</i> Godevi.	Pengurus BUMDES Ayu Bagia Desa Baha sebagai penanggungjawab pengelolaan Desa Wisata Baha belum mampu mengoperasikan akun yang telah diberikan oleh Godevi untuk memasarkan Paket Wisata unggulan Desa Wisata Baha.
---	--	---	--

Sumber: Hasil Analisis Data (2022)

Dalam proses pendampingan di Desa Wisata Baha, semua pihak yang terlibat mampu berinteraksi satu dengan yang lainnya, dengan tujuan agar program pendampingan berhasil mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Hal ini sejalan dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) bahwa pendampingan adalah kegiatan membelajarkan kelompok tertentu untuk memenuhi kebutuhan dan kemampuan mereka atas dasar interaksi dari, oleh, dan untuk anggota dalam kelompok serta kesetiakawanan antar kelompok dalam rangka meningkatkan kesejahteraannya dengan bantuan dan peran pendamping.

Selain itu dalam kerangka pembangunan pariwisata yang mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat, seperti desa wisata, keterlibatan masyarakat setempat pada setiap tahap pengembangan kepariwisataan di destinasi pariwisata merupakan syarat utama. Agar dapat berkembang secara berkelanjutan, isu strategis dalam destinasi pariwisata adalah pengelolaan destinasi. Menurut Prasiasa (2013: 36-37) terdapat beberapa model pengelolaan destinasi pariwisata, dan antar unsur pengelola akan saling berinteraksi dengan destinasi pariwisata seperti Gambar 4.9.



Gambar 4.9 Interaksi Unsur Pengelola Destinasi Pariwisata

Mengacu pada model pengelolaan seperti Gambar 4.9, maka pendampingan Desa Wisata Baha yang sudah melibatkan pranata kemasyarakatan lokal (seperti *Desa Adat Baha*), diharapkan mampu membuat kegiatan yang memberdayakan masyarakat lokal sesuai dengan keahlian serta kompetensi yang dimilikinya. Selain itu Pemerintah Desa Baha dalam kerangka hubungan dengan desa wisata perlu membuat kebijakan yang pro-masyarakat dan pro-pranata sosial kemasyarakatan lokal, sehingga tercipta iklim yang kondusif dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Baha. Selanjutnya, BUMDES Ayu Bagia Desa Baha sebagai pengelola Desa Wisata Baha diharapkan mengembangkan kemitraan (baik dengan desa wisata lain di luar Desa Wisata Baha atau dengan usaha-usaha lain yang mendukung pengembangan desa wisata), sehingga dapat tercipta *networking* dalam rangka pemasaran paket wisata unggulan Desa Wisata Baha. Menurut Salfutra dan Darwance (2019) dalam bermitra diharapkan mitra lebih memahami tentang tata cara pengelolaan tempat wisata yang benar menurut perspektif peraturan perundang-undangan yang berlaku.

E. Penutup

Berdasarkan uraian serta pembahasan, dapat dikemukakan beberapa point sebagai inti dari pendampingan desa wisata oleh

Perguruan Tinggi di Desa Wisata Baha sebagai berikut.

Penerapan Metode Pendidikan Masyarakat melalui pelaksanaan workshop telah mampu menghasilkan produk unggulan Desa Wisata Baha, terdiri dari jalur trekking/*cycling*, kuliner tradisional berupa *lawar nyawan*, permainan tradisional *metembing* dan *mesorog-sorogan*, gua Jepang, arsitektur tradisional Pura Puseh Desa Baha, Cerita Rakyat *Men Brayut* dan *Pan Brayut*, dan *Jerimpen* Khas Desa Wisata Baha. Dihasilkannya produk unggulan tersebut tidak terlepas dari dukungan Metode Pelatihan, terutama pelatihan untuk melakukan *explore village requirement*, *event requirement*, *homestay data requirement*, dan *tourism package requirement*.

Pemberian pelatihan pemasaran produk unggulan Desa Wisata Baha melalui Metode Subsitusi Ipteks dilaksanakan dengan pemberian simulasi pada *platform* Godevi, terutama terkait proses pemutahiran informasi paket wisata, proses *booking*, proses reservasi, serta proses manajemen pelayanan operasional paket wisata.

Sedangkan untuk Metode *Participatory Decision Making Process* implementasinya berupa komunikasi dan diskusi intensif dengan *stakeholders* di Desa Wisata Baha (Pemerintah Desa, Pengurus BUMDES Ayu Bagia, Pengelola Desa Wisata, dan Tokoh-tokoh Masyarakat) dalam rangka menentukan produk unggulan yang akan dijadikan paket wisata serta dalam menentukan *event*, lokasi, tokoh, dan daya tarik wisata yang akan dimasukkan ke video promosi Desa Wisata Baha.

F. Rekomendasi

Terhadap beberapa kendala yang dihadapi dalam proses pendampingan di Desa Wisata Baha, dapat diajukan beberapa rekomendasi sebagai berikut.

1. Kesadaran akan kebersihan dari petani pemilik sawah di sepanjang jalur trekking/*cycling* Desa Wisata Baha masih perlu ditingkatkan melalui komunikasi yang intensif antara Pengelola Desa Wisata Baha dengan petani pemilik sawah.
2. Pengurus BUMDES Ayu Bagia Desa Baha perlu secara

intensif melaksanakan sosialisasi terkait keberadaan Pengelola Desa Wisata dibawah koordinasi BUMDES, agar terjadi sinergi yang baik dalam pengelolaan Desa Wisata Baha.

3. Infrastruktur yang sudah ada di Desa Wisata Baha, terutama yang ada sepanjang jalur trekking/*cycling*, keberadaannya perlu dijaga dan dirawat, sehingga diharapkan dapat meningkatkan citra atau *image* Desa Wisata Baha.

Dalam rangka meningkatkan kemampuan Pengurus BUMDES Ayu Bagia Desa Baha untuk mengoperasikan akun yang telah diberikan oleh Godevi dalam memasarkan Paket Wisata unggulan Desa Wisata Baha, perlu diberikan pelatihan terutama pelatihan *onboarding* paket wisata ke sistem *market place*, pelatihan SEO (*Search Engine Optimisation*), pelatihan *brand awareness* berbasis sosial media, dan pelatihan *visitor management*.

KESIMPULAN

Untuk memberikan intisari kepada sidang pembaca dari buku **Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata: Bali Sebagai Kasus**, berdasarkan uraian pada Bagian 1 sampai dengan Bagian 4 dapat disajikan simpulan sebagai berikut.

Implementasi pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism* atau CBT) di desa wisata mutlak diperlukan, karena semua pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata akan memperoleh manfaat positif. Keterlibatan semua pihak (pentahelix pariwisata) dalam pengelolaan dan pengembangan desa wisata mulai dari yang bersifat *manipulative* hingga yang bersifat *self mobilization* dengan berbagai pendekatan. Salah satu pendekatan yang dapat dipergunakan untuk mengukur tingkat keberhasilan implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata oleh pentahelix pariwisata adalah Standar CBT ASEAN.

Pengembangan desa wisata yang mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat di Bali sejalan dengan adagium *desa, kala, patra* (tempat, waktu, keadaan) serta konsepsi pariwisata budaya yang mengharapkan terciptanya keserasian, keselarasan, dan keseimbangan antara penyelenggaraan pariwisata dengan kebudayaan Bali. Sampai dengan April 2022, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Bali terdapat 238 desa wisata, dengan rincian 101 (42,44%) tergolong rintisan, 107 (44,96%) tergolong berkembang, 27 (11,34%) tergolong maju, dan 3 (1,26%) tergolong mandiri. Tumbuh dan berkembangnya desa wisata di Provinsi Bali tersebut harus mampu menjawab

berkembangnya isu global seperti pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) serta manfaat dari pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Selain itu tumbuh dan berkembangnya desa wisata di Provinsi Bali juga harus mampu merangsang serta mendorong pembangunan daerah dan masyarakat di wilayah terpencil (terluar, terdepan, terbelakang) yang ada di Indonesia.

Penelitian-penelitian terhadap implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata dengan berbagai variabel dan indikatornya (baik yang bersifat lokal maupun global) perlu secara terus menerus dan berkesinambungan dilakukan oleh kalangan akademisi Perguruan Tinggi. Tujuannya adalah memberikan input kepada desa wisata agar implementasi pariwisata berbasis masyarakat tersebut benar-benar dilakukan atau diimplementasikan, sehingga dapat memberikan manfaat positif kepada semua komponen pentahelix pariwisata. Berdasarkan penelitian terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada desa wisata di Provinsi Bali yang telah dilakukan oleh penulis, beberapa point-point penting yang dapat disajikan adalah sebagai berikut.

Satu, dari delapan variabel implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata dengan skor rata-rata 0,51, terdapat empat variabel (50%) yang mencapai skor di atas rata-rata dan empat variabel (50%) yang mencapai skor di bawah rata-rata. Variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di atas rata-rata adalah mendorong terjadinya partisipasi interaktif antara masyarakat lokal dengan wisatawan, jasa perjalanan wisata dan pramuwisata berkualitas, kualitas makanan dan minuman, serta kontribusi untuk menjaga dan meningkatkan kualitas lingkungan. Sedangkan variabel pariwisata berbasis masyarakat yang mencapai skor di bawah rata-rata adalah kontribusi terhadap kesejahteraan sosial, kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat, kualitas akomodasi, serta kinerja *friendly tour operator*.

Dua, strategi pemberdayaan yang dapat diterapkan di desa wisata adalah mempergunakan Model Kesesuaian yang berintikan kesesuaian antara tiga elemen yaitu program itu sendiri, pelaksanaan program dan kelompok sasaran program. Agar Model Kesesuaian tersebut dapat berhasil, maka kemitraan perlu dilakukan oleh pengelola desa wisata dengan Pranata Kemasyarakatan, Pemerintah (kabupaten, kecamatan dan desa), dan Pelaku Pariwisata di desa wisata. Model Penguatan Kelembagaan dalam rangka mendukung implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata adalah melalui pelibatan seluruh lapisan masyarakat desa serta Pranata Kemasyarakatan yang ada di desa wisata.

Pendampingan Perguruan Tinggi di Desa Wisata Baha, selain sebagai implementasi pengabdian kepada masyarakat yang merupakan perwujudan dharma ketiga dari Tri Dharma Perguruan Tinggi, juga sebagai upaya untuk memberikan solusi terhadap temuan-temuan dari penelitian yang telah dilakukan oleh penulis khususnya terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat. Untuk memberikan solusi terhadap temuan-temuan terkait implementasi pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Baha, dipergunakan empat metode yaitu Pendidikan Masyarakat, Pelatihan, Subsitusi Ipteks, dan *Participatory Decision Making Process*. Penerapan Metode Pendidikan Masyarakat melalui pelaksanaan workshop telah mampu menghasilkan produk unggulan Desa Wisata Baha, terdiri dari jalur trekking/*cycling*, kuliner tradisional berupa *lawar nyawan*, permainan tradisional *metembing* dan *mesorog-sorogan*, gua Jepang, arsitektur tradisional Pura Puseh Desa Baha, Cerita Rakyat *Men Brayut* dan *Pan Brayut*, dan *Jerimpen* Khas Desa Wisata Baha. Dihasilkannya produk unggulan tersebut tidak terlepas dari dukungan Metode Pelatihan, terutama pelatihan untuk melakukan *explore village requirement*, *event requirement*, *homestay data requirement*, dan *tourism package requirement*. Pemberian pelatihan pemasaran produk unggulan Desa Wisata Baha melalui Metode Subsitusi Ipteks dilaksanakan dengan pemberian simulasi pada *platform*

Godevi, terutama terkait proses pemutahiran informasi paket wisata, proses *booking*, proses reservasi, serta proses manajemen pelayanan operasional paket wisata. Sedangkan untuk Metode *Participatory Decision Making Process* implementasinya berupa komunikasi dan diskusi intensif dengan *stakeholders* di Desa Wisata Baha (Pemerintah Desa, Pengurus BUMDES Ayu Bagia, Pengelola Desa Wisata, dan Tokoh-tokoh Masyarakat) dalam rangka menentukan produk unggulan yang akan dijadikan paket wisata serta dalam menentukan *event*, lokasi, tokoh, dan daya tarik wisata yang akan dimasukkan ke video promosi Desa Wisata Baha.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhoondnejad, A. 2016. Tourist Loyalty to a Local Culture Event: the Case of Turkmen Handicrafts Festival. *Journal of Tourism Management*, 52, 468-477. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.06.027>
- Arnstein, S.R. 1971. A Leader of Citizen Participation. *AIP Journal*.
- Ardika, I W. 2001. Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan. *Makalah pada Simposium Internasional Antropologi*. Denpasar 16-19 Juli 2001. (tidak dipublikasikan).
- Ardika, I W. 2003. *Pariwisata Budaya Berkelanjutan Repleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Denpasar: Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata Program Parcasarjana Universitas Udayana.
- Ardika, I W. 2004. Pariwisata Bali: Membangun Pariwisata-Budaya dan Mengendalikan Budaya-Pariwisata. Dalam: I Nyoman Darma Putra, editor. *Bali Menuju Jagaditha Aneka Perspektif*. Denpasar: Pustaka Bali Post.
- Ardika, I W. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Astriyani. 2013. *Strategi Pengembangan Desa Budaya Pampang Sebagai Desa Wisata Di Samarinda*. Samarinda: Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Samarinda.
- Atamadja, 2001. Kepariwisataaan dalam Rangka Pemerataan. *Makalah Pada Matrikulasi S2 Kajian Budaya Universitas Udayana*. Denpasar 6 Juli 2001.
- Bashar., Ajloni, A.A.A. 2012. Motivating Foreign Tourist to Visit The Rural Site in Jordan, Village of Petra. *Australian Journal of Business and Management Research*, 2(5), 01-07.
- Boniface, Priscilla. 1999. *Mengelola Wisata Budaya Bermutu*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Broadaway, S. 2012. *Bicycle Tourism an Rural Community Development: an Asset Based Approach*. Kansas: Kansas State University. (*Master of Science Thesis*).
- Cetinel, F., Yolal, M. 2009. Public Policy and Sustainable Tourism in Turkey. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(3), 35-50. <http://creativecommons.org/licenses/>

- Cobbinah, P.B., Black, R., Thwaites, R. 2013. Tourism Planning in Developing Countries: Review of Concepts and Sustainability Issues. *International Journal of Social, Human Science and Engineering*, 7 (4), 468-475. <http://waset.org/publications/9997066>
- Cohen, Erik., Uphoff. 1977. The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings. *Annals of Tourism Research*, 30, 236-266.
- Chiu, W, Zeng, S., Cheng, P.S.T. 2016. The Influence of Destination Image and Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty: A Case Study of Chinese Tourist in Korea. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 10(2), 223-234. <https://doi.org/10.1108/IJCTHR-07-2015-0080>
- Chang, F.H., Tsai, C.Y. 2016. Influences of The Cultural Implications and Tourism Attractiveness of Festival Tourism on Tourist Loyalty. *Journal of Business and Management Studies*, 2(1), 1-10.
- Dolors, M.G. Canoves and N. Valdovinos. 1995. Farm Tourism, Gender and The Environment in Spain. *Annals of Tourism Research*, 22(2): 267-282. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)00096-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00096-4).
- Dowling, R. 1996. Ecotourism in Thailand. *Annals of Tourism Research*, 23(2): 488-490.
- Erawan, I N. 2003. Menuju Pembangunan Pariwisata Bali yang Berkelanjutan. *Makalah pada Seminar Penilaian Dampak Krisis dan Koordinasi Respons Atas Bom Bali kerjasama UNDP, USAID dan World Bank*. Denpasar 20 Desember 2003.
- Fakultas Teknik. 1992. *Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknik Desa Wisata Terpadu di Bali*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- France, Lesley., et al. 1997. *The Earthscan Reader in Sustainable Tourism*. UK: Earthscan Publication Limited.
- Gee, C.Y., Fayos-Sola, E. 1999. *International Tourism: a Global Perspective*. Madrid: World Tourism Organization.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Hitchcock, M., et al. 1993. *Tourism in South Asia-East Asia*. London, New York: Routledge.
- Iakovidou, O. 1995. The Female Gender in Greek Agrotourism. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 481-484. <https://doi.org/>

[org/10.1016/0160-7383\(94\)00099-9](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)00099-9).

- Instruksi Presiden Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 2005 tentang Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata.
- Inskeep, E. 1990. *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Karyono, A.H. 1997. *Kepariwisataan*. Jakarta: Grasindo.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2014. *Pedoman Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Direktorat Pengembangan Destinasi Pariwisata.
- Kementerian Pariwisata. 2019. *Buku Pedoman Desa Wisata*. (Edisi I, September). Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. 2020. *Materi Training of Trainer Pendampingan Desa Wisata*. Jakarta: Deputi Kelembagaan dan Hubungan Antar Lembaga Kemenparekraf.
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. 2021. *Penyesuaian Panduan Program Matching Fund 2021*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi.
- Keputusan Perbekel Baha Nomor 153 Tahun 2020 tentang Pembentukan Pengelola Desa Wisata Baha.
- Korten, David C. 1986. *Community Management: Asian Experience and Perspective*. Connecticut: Kumarin Press.
- Korten, David C. 2002. *Manuju Abad ke-21: Tindakan Sukarela dan Agenda Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Leu, W. 1992. The Swiss Experiences. Dalam: Nuryanti, editor. *Universal Tourism Enriching or Degrading Culture*. Yogyakarta. Gadjah Mada University Press.
- Lumsdon, L. 2000. Transport and Tourism: Cycle Tourism – A Model for Sustainable Development?. *Journal of Sustainable Tourism*, 8(5), 361–377.
- Mantra, Ida Bagus. 1996. *Masalah Sosial Budaya dan Modernisasi*. Denpasar: Upada Sastra.
- Mayo, M. 1998. Community Work. In: Adams, Dominelli and Payne, editors. *Themes, Issues and Critical Debates*. London: MacMillan.
- Moeljarto. 1993. *Politik Pembangunan Sebuah Analisis Konsep, Arah dan Strategi*. Yogyakarta: PT. Tiara Wacana.

- Mowforth, Martin, dan Ian Maunt. 2000. *Pariwisata dan yang Berkelanjutan Pariwisata Baru di Dunia Ketiga*. Jakarta: Bagian Proyek Pengembangan Literatur Pariwisata Tahun Anggaran 2000.
- Mowforth, Martin, and Ian Munt. 1998. *Tourism and Sustainability New Tourism in the Third World*. London and New York: Routledge.
- Murphy, P.E. 1988. *Tourism: A Community Approach*. New York and London: Routledge.
- Nalayani, N.N.A.H. 2016. Evaluasi dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Di Kabupaten Badung, Bali. *JUMPA Jurnal Master Pariwisata*, 2(2), 189-198. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2016.v02.i02.p12>
- Natori, Masahiko, 2001. *A Guide Book for Tourism-Based Community Development*. Yokohama: Asia Pacific Tourism Exchange Center.
- Naisbitt, J. 1994. *Global Paradox*. Jakarta: Binapura Aksara. (terjemahan).
- Nuryanti, Windu. 1993. Concept, Perspective and Challenges. *Naskah Lengkap Laporan Konferensi Internasional mengenai Pariwisata Budaya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Oppermann, M. 1996. Rural Tourism in Southern Germany. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 86-102. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00021-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00021-6)
- Pavia, N., Floricic, T., Cerovic, M. 2015. Sustainable Sensitivity of Tourists and Sustainable Initiatives in Tourism Destination. *Tourism in Southern and Eastern Tourism*, 3, 245-258. <https://ssrn.com/abstract=2637330>
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 16 Tahun 2009 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Bali Tahun 2009 - 2029.
- Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisataaan Budaya Bali.
- Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung.
- Peraturan Daerah Kabupaten Tabanan Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Tempat Rekreasi dan Olah Raga.
- Perlas, Nicanor. 2000. *Shapping Globalization Civil Society, Cultural Power and Threfolding*. New York: CADI and Global Network

for Social Threefolding.

- Picard, Michel. 1996. *Bali Cultural Tourism and Touristic Culture*. Singapura: Archipelago Press.
- Pitana, I G. 1999. *Pelangi Pariwisata Bali*. Denpasar: PT Bali Post.
- Putra, I N.D., Pitana, I G. 2010 *Pariwisata Pro-Rakyat (Meretas Jalan Mengentaskan Kemiskinan di Indonesia)*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Prasiasa, D.P.O., Widari, D.A.D.S. 2018. *Social Media Strategic Influence in Choice of Tourism Destination*. Mauritius: LAMBERT Academic Publishing.
- Prasiasa, D.P.O., Widari, D.A.D.S. 2019. Desa Wisata Berbasis Pemberdayaan, Kemitraan, dan Penguatan Kelembagaan di Desa Terunyan, Bali. *Jurnal Sosiologi USK Media Pemikiran & Aplikasi*, 13(1), 55-71. <https://doi.org/10.24815/jsu.v13i1.13923>
- Prasiasa, D.P.O., Udiyana, I.B.G., Mahanavami, G.A., Karwini, N.K. 2021. *Paket Wisata Desa Wisata Baha*. Denpasar: Cakra Media Utama.
- Prasiasa, D.P.O. 2021. Optimalisasi Pengembangan Desa Wisata Baha Berbasis Pendampingan. *Widyabhakti Jurnal Ilmiah Populer*, 3(2), 1-8 <https://doi.org/10.30864/widyabhakti.v3i2.239>
- Prasiasa, D.P.O. 2013. *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Pretty, J.N. 1995. Participatory Learning for Sustainable Agriculture. *World Development Journal*, 23(8), 1247-1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- Ratcharak, Nattamon., Wattanakhun. 2002. Guidelines of Community Participation for Sustainable Tourism Development: The Case Study of Tambon Cherngtalay, Amphur Thalung, Changwat Phuket. (*thesis*). Phuket: Prince of Songkla University.
- Rajaratnam, S.D., Nair, V. 2015. Destination Quality an Tourist' Behavioural Intentions: Rural Tourist Destinations in Malaysia. *Journal Emerald Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 7(5), 463-472. <https://doi.org/10.1108/whatt-06-2015-0026>
- Ricard, G., Hall D. 2000. *Tourism and Sustainable Community Development*. London and New York: Routledge.

- Sagita, P.A.W. 2018. Strategi Pengembangan Desa Pangsan Sebagai Desa Wisata Di Kecamatan Petang Kabupaten Badung. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.3664.24482>
- Salfutra, R.W., Darwance. 2019. Pendampingan Dalam Pengembangan Dan Pengelolaan Sektor Pariwisata Di Desa Pasirputih Melalui Peningkatan Kesadaran Masyarakat Di Bidang Hukum. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Bangka Belitung*, 6(1), 6–15.
- Suansri, Potjana. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project.
- Tarigan, A. 2000. Implementasi Kebijakan Jaring Pengaman Sosial: Studi Kasus Program Pengembangan Kecamatan di Kabupaten Dati II Lebak, Jawa Barat. (*Tesis Magister Administrasi Publik Universitas Gadjah Mada Yogyakarta*).
- Tosun, C. 1999. Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process. *Anatolia Journal*, 10(2), 113-134. <https://doi.org/10.1080/13032917.1999.9686975>
- UNDP and World Tourism Organization. 1981. *Tourism Development Plan for Nusa Tenggara Indonesia*. Madrid.
- Wearing, S. 2001. *Volunteer Tourism: Experiences That Make a Different*. Oxon: CABI. <https://doi.org/10.1079/9780851995335.0000>
- World Bank. 1986. *World Development Report*.
- World Tourism Organization. 2013. *Tourism Highlights*. Madrid.
- World Tourism Organization. 2002. *Aviation and Tourism Policies, Balancing the Benefit*. London: Routledge.
- World Tourism Organization. 1990. *Social and Cultural Impact of Tourism Movements*. Madrid: World Tourism Organization.
- Xu, H. dan Sofield, T. 2013. Sustainability in Chinese Development Tourism Policies. *Journal of Current Issues in Tourism*, 19(13), 1337-1355. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.849665>

INDEKS

A

Afrika 61, 62
Arnstein 8, 9, 149
Ascherson 13
ASEAN x, 28, 38, 59, 145
Audumon 63

B

Badung vi, viii, 49, 51, 52, 55, 86,
89, 112, 113, 114, 115, 117,
118, 119, 123, 124, 125, 126,
127, 152, 153
Bangli vi, 48, 49, 51, 52, 56, 57, 68,
86, 89, 100, 106, 111, 113,
126
Banjarnegara 69
Beraban 21
Bogor 66, 77

C

Cary 8
Cohen 7, 8, 150
Covid-19 1, 125, 131

D

Darma Putra 22, 149
Daya tarik wisata 1
Denpasar ii, vi, 49, 52, 58, 66, 86,
113, 126, 149, 150, 151, 153,
158
Dunia Ketiga 10, 13, 152

E

Ende 70
Erawan 16, 18, 59, 150

F

France 80, 150

G

Gianyar vi, 48, 49, 51, 52, 55, 56,
86, 90, 94, 113, 126

H

Hadinoto 59, 150

I

Ida Bagus Oka 48
Indonesia 1, 9, 10, 15, 34, 47, 64,
65, 85, 86, 101, 112, 146,
150, 151, 153, 154, 157
Inskeep 2, 66, 79, 151
Intayon 8

J

Jakarta 66, 149, 150, 151, 152,
153, 157
Jatiluwih 48, 50, 54, 68, 80, 115,
126
Jawa Tengah 69
Jayapura 69
Jembrana vi, 49, 50, 52, 58, 86,
89, 113, 126
Jerman 61

K

Karangasem vi, 49, 52, 57, 58,
68, 69, 70, 86, 89, 113, 126
Karyono 11, 151
kearifan lokal 2, 13, 27, 41, 65,
81, 129, 135, 136
Kediri 21, 22, 54
Kenya 61
Kepariwisata kerakyatan 17
Kertalangu 58, 66
Klungkung vi, 49, 51, 52, 56, 86,
89, 113, 126

L

Lombok 69

M

Mbah Maridjan 78
Mowforth 10, 82, 85, 152
Muangthai 61
Munt 10, 152
Murphy 3, 72, 152

N

Ngada 70
Nusa Dua 61

P

pariwisata berbasis masyarakat
iv, v, vi, 3, 4, 5, 7, 11, 14,
15, 16, 17, 18, 19, 20, 21,
22, 23, 24, 27, 48, 65, 79,
80, 85, 86, 87, 88, 89, 90,
91, 92, 93, 94, 95, 97, 98,
111, 140, 145, 146, 147
Penglipuran 48, 51, 56, 68, 126
perencanaan pariwisata 11
Picard 63, 79, 153
Pitana 18, 19, 22, 61, 153
postfordism 10, 13
Pretty 8, 9, 82, 153
Purbalingga 70

S

Sebatu 48, 51, 56, 126
Senegal 61, 62

Sleman 69

stakeholders 11, 29, 60, 70, 95, 96,
98, 116, 122, 123, 124, 142,
148

sumber daya pariwisata 3, 13, 14,
24, 26, 70, 72

Surabaya 66
Swiss 61, 151

T

Tabanan vi, 21, 48, 49, 50, 52, 54,
55, 68, 86, 89, 113, 115, 126,
152

Tanah Lot 21, 22, 117, 118, 120,
122, 124

Tosun 8, 9, 154

tri hita karena 13, 47, 80, 81, 99

U

UMKM 4, 74
Uphoff 7, 8, 150

W

Wattanakhun 7, 153
Wearing 4, 73, 154
Wisata Pedesaan 2, 66
WTO 15, 16, 71, 101

Y

Yogyakarta 48, 66, 69, 78, 150,
151, 152, 154

Yunani 61

TENTANG PENULIS



Dewa Putu Oka Prasiasa, meraih gelar Doktor (Dr.) bidang ilmu Kajian Budaya dengan Konsentrasi Pariwisata dari Program Pascasarjana Universitas Udayana, ditempuh tahun 2006-2010. Tahun 2008 mengikuti Program *Sandwich* di Faculty of Hospitality and Tourism Prince of Songkla University Phuket Campus untuk memperdalam *Community Based Tourism* atas beasiswa Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia. Gelar Magister Manajemen (M.M.) dengan Konsentrasi Pemasaran Pariwisata diraih dari Sekolah Pascasarjana Universitas Sahid Jakarta, ditempuh tahun 1998-2000. Sebelumnya, menyelesaikan Program Diploma 4 Pariwisata (A.Par) dari Universitas Udayana, ditempuh tahun 1989-1993. Pendidikan dasar dan menengah diselesaikan di Singaraja (tahun 1976-1988). Dosen Berprestasi Kopertis Wilayah III Jakarta (tahun 2004 dan tahun 2011) dan Dosen Berprestasi LLDikti Wilayah VIII tahun 2019 ini telah menulis beberapa buku, semuanya berkaitan dengan keahliannya di bidang pariwisata, diantaranya: *Wacana Kontemporer Pariwisata* (2011); *Pengembangan Wisata Bahari di Indonesia* (2012), buku ini diterbitkan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif; *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat* (2013), merupakan produk hilirisasi dari penelitian yang memperoleh Insentif Penulisan Buku Teks tahun 2011 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia; *Desa Wisata Potensi dan Strategi Pengembangan* (2017); *Social Media Strategic Influence in Choice of Tourism Destination* (2018); dan *Paket Wisata Desa Wisata*

Baha (2021), buku ini merupakan luaran dari Hibah *Matching Fund* tahun 2021 dari Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi. Saat ini tercatat sebagai Dosen PNS LLDikti Wilayah VIII dpk pada Universitas Dhyana Pura Bali pada Program Studi S1 Manajemen.”



Dewa Ayu Diyah Sri Widari adalah Dosen Tetap Akademi Pariwisata (AKPAR) Denpasar. Gelar Doktor (Dr.) dalam bidang Ilmu Pariwisata diraih dari Program Doktor Pariwisata Universitas Udayana pada tahun 2019 dengan predikat *Cumlaude*. Meraih gelar Magister Pariwisata (M.Par.) pada tahun 2015 dari Program Studi Magister

Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana. Sebelumnya, menyelesaikan Program Diploma 4 Pariwisata dari Universitas Udayana (A.Par) pada tahun 1995. Adapun buku-buku yang telah ditulis yaitu: *Desa Wisata Potensi dan Strategi Pengembangan* (2017) dan *Managing World Cultural Heritage* (2019).