

# Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat

*by* Dewa Putu Oka Prasiasa

---

**Submission date:** 04-May-2020 11:22PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1315704616

**File name:** Buku\_2.doc (19.1M)

**Word count:** 58250

**Character count:** 401009

# **Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat**

**Oleh:**

**Dewa Putu Oka Prasiasa**

## DAFTAR ISI

Kata Pengantar \_\_\_ iii

Daftar Isi \_\_\_ vi

### Bab. I

Gambaran Umum Perkembangan Pariwisata

- A. Perkembangan Pariwisata Modern \_\_\_ 1
- B. Pariwisata Dalam Perekonomian \_\_\_ 8
- C. Peluang dan Tantangan Pengembangan Pariwisata \_\_\_ 16

### Bab. II

Destinasi Pariwisata

- A. Pengertian Destinasi Pariwisata \_\_\_ 23
- B. Destinasi sebagai Produk Pariwisata \_\_\_ 26
- C. Siklus Hidup Destinasi \_\_\_ 32
- D. Rencana Strategis Destinasi Pariwisata \_\_\_ 33

### Bab. III

Pengelolaan Destinasi Pariwisata

- A. Isu Strategis Pengelolaan Destinasi Pariwisata \_\_\_ 44
- B. Sosial Media dalam Pengelolaan Destinasi Pariwisata \_\_\_ 51
- C. Aspek Sosial Budaya dalam Pengelolaan Destinasi Pariwisata \_\_\_ 59
- D. Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Sumber Daya di Destinasi Pariwisata \_\_\_ 63

### Bab. IV

Dampak Sosial Budaya di Destinasi Pariwisata

- A. Dampak Sosial Budaya \_\_\_ 72
- B. Dampak terhadap Perubahan Mata Pencaharian pada Masyarakat \_\_\_ 75
- C. Dampak terhadap Perubahan Perilaku pada Masyarakat \_\_\_ 80
- D. Dampak terhadap Perubahan Adat dan Tradisi pada Masyarakat \_\_\_ 83
- E. Konflik Sosial di Destinasi Pariwisata \_\_\_ 85

Bab. V

Pariwisata Berbasis Masyarakat

- A. Partisipasi Masyarakat \_\_\_\_ 107
- B. Karakteristik Pariwisata Berbasis Masyarakat \_\_\_\_ 114
- C. Respons Strategis Pariwisata Berbasis Masyarakat \_\_\_\_ 121

Bab. VI

Kajian Budaya dan Destinasi Pariwisata

- A. Teori-teori Kajian Budaya \_\_\_\_ 127
- B. Karakteristik Kajian Budaya \_\_\_\_ 135
- C. Kajian Budaya (Cultural Studies) dan Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat \_\_\_\_ 139

Bab. VII

Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat di Destinasi Pariwisata

- A. Tingkat Keterlibatan Masyarakat \_\_\_\_ 143
- B. Komodifikasi \_\_\_\_ 169
- C. Hegemoni terhadap Keterlibatan Masyarakat \_\_\_\_ 191
- D. Kontra-hegemoni Masyarakat \_\_\_\_ 195

Bab. VIII

Kesimpulan \_\_\_\_ 215

Daftar Pustaka

Glosarium

Glosarium Khusus

Indeks Nama

Indeks Subjek

# BAB I

## GAMBARAN UMUM PERKEMBANGAN PARIWISATA

### A. PERKEMBANGAN PARIWISATA MODERN

Sejarah perkembangan pariwisata mulai dari jaman kuno hingga memasuki era globalisasi menunjukkan bahwa pariwisata sebagai industri mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan yang terjadi dapat dilihat dari perubahan pola perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan, perkembangan berbagai sarana maupun prasarana yang diperlukan untuk menunjang perjalanan wisatawan hingga berkembangnya berbagai kondisi dalam industri pariwisata, baik yang bersifat internasional maupun nasional. Pada subbab ini, diuraikan beberapa aspek untuk memberikan gambaran secara umum mengenai perkembangan pariwisata.

#### Kondisi Pariwisata Internasional

Organisasi internasional antara lain Bank Dunia, Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB), dan *World Tourism Organization* (WTO) telah mengakui bahwa pariwisata merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia terutama yang menyangkut kegiatan sosial dan ekonomi. Bila pada awal abad ke-20 kegiatan pariwisata hanya dinikmati oleh segelintir orang-orang yang relatif kaya, kini telah menjadi bagian dari hak azasi manusia, sebagaimana yang dinyatakan oleh John Naisbit dalam bukunya *Global Paradox* bahwa “*where once travel was considered a privilege of the moneyed elite now it is considered a basic human right*”.

Berdasarkan data yang dikutip dari WTO, pada tahun 2000 wisatawan mancanegara jumlahnya mencapai 698 juta orang dan mampu menciptakan pendapatan sebesar US\$ 476 milyar. Dominasi tujuan pariwisata pun berubah, tidak lagi terkonsentrasi di Eropa Barat dan Amerika Utara. Pangsa pasar wisatawan internasional terbesar di dunia yaitu kawasan Eropa, diprediksi akan mengalami penurunan dari 59,8% tahun 1995 menjadi 45,9% pada tahun 2010. Pangsa pasar ke dua terbesar diduduki oleh kawasan Asia Timur dan Pasifik yaitu 25,4%. Dari sisi

pangsa pasar maupun rata-rata pertumbuhan, kawasan Asia Timur dan Pasifik berada di urutan ke dua di dunia.

Dari perspektif ekonomi makro, pemulihan ekonomi sedang menjalar ke berbagai negara. Hal ini memberi dampak pada peningkatan perkiraan jumlah wisatawan mancanegara yang bepergian ke luar negeri (*outbound*). Menurut *euromonitor international*, perkiraan jumlah wisatawan *outbound* berbagai negara seperti tabel di bawah ini:

Tabel 1.1 Perkiraan Jumlah Wisatawan Outbound Berbagai Negara

Negara Asal	Jumlah Wisatawan Outbound (dalam ribuan)				
	2009	2010	2011	2012	2013
India	8.672,4	8.994,4	9.434,3	10.054,5	10.936,2
Cina	35.707,4	33.149,7	35.177,3	38.603,3	32.380,6
Taiwan	8.017,2	7.551,4	7.820,1	8.237,1	8.840,8
Belanda	18.342,5	18.565,3	18.720,6	18.894,4	9.058,2
Perancis	26.929,0	27.129,2	27.707,0	28.365,3	29.200,9
Rusia	31.121,4	31.726,6	32.558,8	33.205,0	33.800,2
Korea Selatan	10.718,8	10.781,4	11.131,1	11.607,3	12.217,8
Inggris	68.362,7	69.683,2	71.111,5	73.790,0	76.239,6
Australia	5.797,0	5.738,2	5.918,5	6.244,2	6.834,7
Jepang	15.532,2	14.724,1	14.830,3	15.115,5	15.574,7
Arab Saudi	3.700,9	3.610,7	3.551,7	3.537,3	3.498,9
Jerman	81.339,2	82.315,3	83.550,0	84.970,3	86.669,8
Malaysia	12.690,8	12.524,6	12.474,8	12.552,6	12.763,3

Sumber: Newsletter Informasi Pemasaran Pariwisata Vol. 1 No. 7, Juli 2010  
Halaman 20.

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, apabila dilihat perbandingan antara tahun 2009 dengan tahun 2010 terdapat beberapa negara yang diperkirakan jumlah wisatawan *outbound*-nya mengalami penurunan yaitu China, Taiwan, Australia, Jepang, Arab Saudi dan Malaysia. Sedangkan tahun 2010 sampai tahun 2013 hampir sebagian besar perkiraan jumlah wisatawan *outbound* dari berbagai negara mengalami peningkatan. Hal ini akan memberikan peluang kepada negara-negara destinasi pariwisata untuk menjadikan negara asal wisatawan *outbound* tersebut sebagai target pasar.

WTO memperkirakan bahwa akhir tahun 2010 jumlah wisatawan dunia akan

mencapai 1,046 milyar orang dan pada akhir tahun 2020 diperkirakan menjadi 1,602 milyar orang. Dari jumlah tersebut masing-masing 231 juta dan 438 juta orang berada di kawasan Asia Timur dan Pasifik dan akan mampu menciptakan pendapatan dunia sebesar US\$ 2 triliun pada tahun 2020. Selain adanya perkembangan dari jumlah wisatawan, saat ini terjadi perubahan pola konsumsi (*consumer behaviour pattern*) wisatawan. Wisatawan tidak lagi terfokus hanya ingin santai atau menikmati *sun, sea*, dan *sand* akan tetapi selera mereka semakin meningkat yakni untuk menikmati kreasi budaya (*culture*), peninggalan sejarah (*heritage*) serta ekowisata (*nature*) dari suatu daerah atau negara. Disamping itu, saat ini konsumen pariwisata adalah wisatawan yang memiliki informasi dan lebih berpengalaman, mereka juga lebih fleksibel dan mandiri, spontan dan selalu ingin aktif. Dengan adanya perubahan pola konsumsi dari wisatawan, dapat merupakan peluang sekaligus tantangan pengembangan pariwisata di suatu destinasi. Perubahan pola konsumsi ini juga merupakan suatu indikasi, bahwa dalam pariwisata internasional telah berkembang jenis pariwisata baru yang bercirikan: permintaan akan liburan yang independen, permintaan akan pilihan dan fleksibilitas liburan meningkat, pemakaian teknologi informasi semakin meningkat, *computer reservation system* menjadi alternatif yang fleksibel untuk alternatif liburan, dan peningkatan atas kepedulian lingkungan.

### **Kondisi Pariwisata Indonesia**

Perkembangan industri pariwisata Indonesia mengalami pasang surut sebagai akibat adanya perubahan ekonomi global. Selain perubahan ekonomi global, faktor-faktor dari dalam negeri seperti krisis ekonomi, politik, berbagai bencana alam, dan berjangkitnya wabah penyakit juga memberi pengaruh bagi perkembangan industri pariwisata Indonesia.

Dengan adanya peningkatan pariwisata dunia, berbagai negara turut menikmati dampak dari peningkatan tersebut terutama pada periode tahun 1990-1996. Krisis ekonomi yang melanda Indonesia sejak tahun 1997 memberi pengaruh terhadap penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, akan tetapi industri

pariwisata mulai mengeliat lagi ketika memasuki era tahun 2000-an. Data WTO mencatat dampak krisis global yang muncul bulan Oktober 2008, mengakibatkan penurunan pertumbuhan pariwisata dunia. Selama bulan Januari sampai April 2008 pertumbuhan pariwisata Eropa turun 10,4%, pertumbuhan pariwisata Kawasan Pasifik turun 6,1%, pertumbuhan pariwisata Amerika turun 5,4%, dan pertumbuhan pariwisata Timur Tengah turun 18,1%. Sebaliknya, pertumbuhan pariwisata Afrika mengalami peningkatan 3,1%, pariwisata Asia tumbuh 1,2%, dan pertumbuhan pariwisata Indonesia meningkat 1,5%. Pada tingkat ASEAN, pertumbuhan pariwisata Malaysia naik 4,4%, pertumbuhan pariwisata Filipina naik 0,18%, dan pertumbuhan pariwisata Indonesia mampu mengalami kenaikan 1,38%, sedangkan negara-negara lainnya di tingkat ASEAN mengalami penurunan pertumbuhan. Perkembangan pariwisata apabila dilihat dari kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia, seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 1.2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara ke Indonesia Tahun 2002-2009

Tahun	Jumlah Wisman (orang)
2001	5.153.620
2002	5.033.400
2003	4.467.021
2004	5.321.165
2005	5.002.101
2006	4.871.351
2007	5.570.000
2008	6.429.027
2009	6.323.730

Sumber: Informasi Pemasaran Pariwisata Vol. 1 No. 5, Mei 2010 Halaman 12.

Mengacu pada Tabel 1.2 terjadi perubahan yang fluktuatif dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2001 sampai tahun 2009. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara sebanyak 5,1 juta pada tahun 2001 meningkat menjadi 6,3 juta pada tahun 2009 atau terjadi peningkatan sebesar 23,51%.



115  
Sedangkan pada tahun 2010 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia sudah mencapai 7.002.466 orang dari target yang ditetapkan sebanyak 6.750.000 orang atau terjadi peningkatan 252.466 orang.

96  
Keberhasilan kinerja kepariwisataan juga tercermin dari meningkatnya jumlah pergerakan wisatawan nusantara. Pergerakan wisatawan nusantara dalam kurun waktu tahun 2001-2008 telah terjadi pertumbuhan yang berfluktuasi dengan rata-rata sebesar 2,08% per tahun. Dengan semakin berkembangnya pariwisata Indonesia, untuk lebih mendorong wisatawan nusantara melakukan perjalanan wisata di dalam negeri, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata telah mencanangkan suatu program yang diberi nama “Kenali Negerimu Cintai Negerimu”. Program ini ditujukan untuk lebih memperkenalkan daya tarik wisata dari semua destinasi pariwisata yang ada di tanah air. Sehingga dengan lebih mengenal potensi wisata yang dimiliki diharapkan wisatawan nusantara akan semakin banyak yang melakukan kunjungan wisata di dalam negeri, selain itu juga diharapkan akan dapat menumbuhkan rasa cinta pada tanah air sekaligus mempererat persatuan dan kesatuan bangsa.

Dengan semakin kondusifnya iklim pertumbuhan pariwisata, baik pariwisata dunia maupun pariwisata dalam negeri, maka Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata menetapkan target jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia tahun 2010-2014 adalah sebagai berikut: (1) tahun 2010 sebanyak 6.750.000 orang, (2) tahun 2011 sebanyak 7.100.000 orang, (3) tahun 2012 sebanyak 7.500.000 orang, (4) tahun 2013 sebanyak 8.000.000 orang, dan (5) tahun 2014 sebanyak 8.600.000 orang.

30  
Untuk dapat meraih jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia sesuai dengan target yang sudah ditetapkan, berbagai rencana strategis telah ditetapkan oleh Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata melalui Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2010-2014 yang sudah ditetapkan melalui Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: PM.105/UM.001/MKP/2010 tanggal 2 Nopember 2010. Berbagai upaya telah dilakukan guna mencapai target jumlah kunjungan wisatawan mancanegara, antara

lain dengan memberikan kemudahan bagi wisatawan dari kawasan ASEAN yang berkunjung ke Indonesia melalui program *Visa on Arrival* (VoA). Program ini dimulai sejak tanggal 1 Februari 2009 dengan pengoperasian *Visa on Board* (VoB). *Visa on Board* merupakan layanan pengurusan dokumen keimigrasian berupa pemberian *Visa on Arrival* pada saat kedatangan di pesawat. Dengan adanya fasilitas ini maka wisatawan bisa mengurus keimigrasian di dalam pesawat sehingga mereka tidak perlu menunggu berjam-jam hanya untuk menyelesaikan keimigrasiannya. Pemberlakuan *Visa On Board* (VoB) saat ini memang baru terbatas untuk penerbangan Garuda Indonesia rute dari Narita (Jepang), namun diharapkan bisa diberlakukan untuk negara destinasi lain seperti Korea, Cina, dan Australia.

Transportasi sebagai salah satu sarana yang diperlukan oleh wisatawan, terus berkembang mengikuti era teknologi modern. Dengan semakin berkembangnya transportasi yang didukung oleh perkembangan teknologi informasi, semakin memudahkan wisatawan untuk melakukan perjalanan sekaligus menyebabkan dunia semakin “susut”. Wisatawan dalam melakukan perjalanan dapat menggunakan transportasi darat, laut, maupun udara. Dari ketiga moda transportasi tersebut, yang paling memberikan pengaruh signifikan dan kemudahan bagi wisatawan untuk mencapai destinasi pariwisata adalah transportasi udara.

Maskapai penerbangan terus meningkatkan pelayanannya dengan pengoperasian pesawat jenis boeing maupun airbus dengan berbagai spesifikasi yang berpengaruh terhadap kecepatan maupun kapasitas penumpang. Selain itu penerapan *low cost carrier* juga ikut memberi andil bagi perkembangan dunia transportasi. Di Indonesia, sebelum era tahun 1990-an penggunaan pesawat terbang untuk melakukan perjalanan masih didominasi konsumen menengah ke atas, bahkan bisa dikatakan pesawat terbang merupakan transportasi “mahal”. Setelah memasuki era tahun 2000-an pesawat terbang bukan lagi menjadi transportasi mahal, akan tetapi konsumen menengah ke bawah sudah mampu menggunakan pesawat terbang sebagai alternatif transportasi baik untuk perjalanan jarak jauh maupun jarak menengah. Begitu juga dengan perjalanan ke luar negeri, maskapai penerbangan saling berlomba

menerapkan tarif penerbangan murah. Hal ini semakin mendorong wisatawan mancanegara untuk melakukan perjalanan ke berbagai negara.

Maskapai penerbangan yang melayani penerbangan ke luar negeri, terus menambah rute penerbangan langsung (*direct flight*). Penambahan rute penerbangan langsung, semakin memberikan kemudahan bagi wisatawan bukan hanya untuk pasar wisata jarak dekat (*short haul*), tetapi juga untuk pasar wisata jarak menengah (*medium haul*) dan jarak jauh (*long haul*). Sebagai contoh, maskapai penerbangan Garuda Indonesia selain melayani penerbangan langsung ke Amsterdam dan beberapa negara di benua Eropa juga menambah rute dan frekwensi penerbangan ke Benua Australia. Sriwijaya Air menambah *direct flight* untuk tujuan ASEAN, Asia, dan Australia. Demikian juga dengan maskapai penerbangan lain, terus menambah rute dan frekwensi penerbangan langsung mereka.

Meningkatnya penggunaan transportasi udara untuk perjalanan dapat diketahui dari data Badan Pusat Statistik, yaitu jumlah penumpang angkutan udara domestik pada bulan Januari-Mei 2010 mencapai 16,4 juta orang atau naik 22,06% dibanding periode yang sama pada tahun 2009 sebesar 13,5 juta orang. Jumlah penumpang internasional mencapai 3,6 juta orang atau naik 26,59% dibanding periode yang sama tahun 2009 sebesar 2,9 juta orang. Sebagai perbandingan, jumlah penumpang angkutan laut dalam negeri pada bulan Januari-Mei 2010 sebesar 2,5 juta orang.

Fasilitas makan dan minum tentu saja tidak bisa dipisahkan dari kebutuhan wisatawan sebagai bagian dari produk wisata. Sebagai negara penerima wisatawan (*tourist receiving countries*) akan selalu berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan termasuk juga dalam memenuhi “selera” dalam hal makanan dan minuman. Memang tidak bisa dipungkiri untuk memenuhi “selera” wisatawan seringkali harus mengimpor berbagai makanan dan minuman sehingga “kebocoran devisa” tidak bisa dihindari. Karena keinginan untuk memberi kepuasan bagi wisatawan, membuat para pengusaha yang bergerak dalam penyediaan makanan dan minuman melakukan berbagai usaha untuk menyediakan berbagai hidangan yang sesuai dengan “*taste*”

wisatawan yang datang dari berbagai negara. Di berbagai destinasi pariwisata Indonesia, wisatawan saat ini bisa mencari makanan yang sesuai dengan selera mereka, mulai dari restoran mewah sampai pedagang di pinggir jalan yang sudah banyak menyediakan makanan barat dengan harga kaki lima.

Berkembangnya wacana pelestarian budaya akan dapat memberi dampak terhadap pemenuhan “selera” wisatawan, karena makanan dan minuman merupakan salah satu manifestasi budaya. Dengan gencarnya usaha untuk memperkenalkan makanan dan minuman tradisional membuat wisatawan mancanegara mulai menyesuaikan dan menyukai makanan dan minuman khas dari tempat wisata yang mereka kunjungi. Restoran mewah saat ini tidak hanya menyajikan makanan internasional tetapi makanan dan minuman tradisional turut disajikan. Pada komunitas wisatawan nusantara, makanan dan minuman tradisional juga mendapat tempat tersendiri. Banyaknya tayangan mengenai makanan dan minuman tradisional di berbagai media membuat masakan khas dari berbagai daerah di Indonesia semakin dikenal. Hal ini membuat wisatawan nusantara yang berkunjung ke suatu destinasi pariwisata selalu memasukkan masakan khas daerah sebagai bagian dari tujuan perjalanan mereka. Karena itulah makanan dan minuman khas suatu daerah melahirkan bentuk wisata yang dikenal dengan istilah “wisata kuliner”, yang saat ini menjadi tren tersendiri dalam kegiatan wisata.

## **B. PARIWISATA DALAM PEREKONOMIAN**

Sebagai makhluk sosial, manusia mempunyai kebutuhan yang beraneka ragam, mulai dari kebutuhan primer yaitu makanan (pangan), kebutuhan sekunder yaitu pakaian (sandang), hingga kebutuhan tersier yaitu kebutuhan akan tempat tinggal (papan). Berkembangnya peradaban membuat seseorang tidak hanya memerlukan kebutuhan yang termasuk kebutuhan primer dan sekunder, tetapi kini kebutuhan untuk bersantai atau berlibur menjadi kebutuhan yang tidak bisa dipisahkan dalam kehidupan manusia modern.

<sup>15</sup> Menurut Undang-undang Kepariwisataan Nomor 10 Tahun 2009, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dari batasan mengenai pengertian pariwisata, disebutkan bahwa pariwisata merupakan suatu <sup>32</sup> perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, dari satu tempat ke tempat lain, dengan tujuan bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata sebagai konsumen yang menikmati perjalanan tersebut untuk memenuhi keinginan yang bermacam-macam.

Dari kedua pengertian mengenai pariwisata tersebut dapat dikemukakan bahwa selama melakukan perjalanan, wisatawan akan memerlukan berbagai fasilitas dan adanya keinginan yang bermacam-macam sesuai dengan tujuan perjalanannya. Tujuan perjalanan wisatawan antara lain untuk bersenang-senang (berlibur), mengunjungi teman atau kerabat, menghadiri pertemuan, kesehatan, olah raga, studi maupun keagamaan.

Sebagai bagian dari kegiatan perekonomian, seluruh aktivitas yang terkait dengan kepariwisataan perlu dibuat kuantitatifnya dengan mempergunakan statistik sebagai alat bantu. Tujuannya adalah agar dapat tercermin keadaan yang sesungguhnya dari pencapaian suatu kegiatan yang direncanakan, sehingga masyarakat yang tidak langsung bergerak dalam kegiatan kepariwisataan melalui statistik kepariwisataan dapat mengetahui dan mengerti perkembangan dari perencanaan kepariwisataan secara nasional.

<sup>5</sup> Penyajian angka-angka statistik kepariwisataan selama ini didasarkan pada data sekunder dari berbagai lembaga yang terlibat langsung dengan kedatangan wisatawan mancanegara antara lain: Imigrasi, Biro Pusat Statistik (saat ini bernama Badan Pusat Statistik), Bank Indonesia, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, Dinas Pariwisata Daerah (Disparda), serta Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI). Akibatnya, terjadi kendala yaitu apabila angka-angka statistik terkait wisatawan mancanegara tersebut dibandingkan dengan angka statistik negara asal wisatawan mancanegara seringkali tidak sesuai. Karena itulah <sup>6</sup> pada tahun 1991

WTO dalam *International Conference on Travel and Tourism Statistics* di Ottawa, merekomendasikan diterapkannya metode pengukuran tentang sumbangan pariwisata terhadap perekonomian yang disebut dengan *Tourism Satellite Account (TSA)*. Standar statistik ini mengacu kepada *UN System of Accounts* yang dipergunakan untuk survei sesuai standar internasional mengenai sumbangan pariwisata terhadap perekonomian dan keterkaitannya dengan sektor ekonomi lainnya, konsumsi yang dilakukan oleh wisatawan baik untuk sektor pariwisata maupun untuk sektor lainnya. Indonesia melalui Badan Pusat Statistik dan Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata mulai menerapkan dan mengembangkan TSA pada tahun 2001 yang dikenal dengan istilah Neraca Satelit Pariwisata Nasional (NESPARNAS).

Negara yang mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, dengan adanya lalu lintas orang-orang (wisatawan) dapat memberi kontribusi bagi perekonomian di negara tersebut. Bahkan pendapatan yang diperoleh dari pengembangan industri pariwisata dapat dan telah dijadikan salah satu sektor andalan dalam perolehan devisa di beberapa negara, melebihi ekspor bahan-bahan mentah maupun hasil tambang.

Sektor pariwisata semakin berperan dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat. Besar kecilnya pengaruh pariwisata secara ekonomis dapat digolongkan ke dalam empat kelompok yaitu pengaruh terhadap pendapatan, lapangan pekerjaan, neraca pembayaran, dan investasi (Sammeng, 2000:176)

### **Pengaruh Pariwisata Terhadap Pendapatan**

Industri pariwisata mampu memberikan sumbangan terhadap penerimaan devisa yang sangat diperlukan untuk membiayai pembangunan nasional, meringankan hutang negara, dan memelihara nilai tukar (kurs) mata uang rupiah terhadap mata uang asing. Karena besarnya kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan penerimaan devisa sehingga pariwisata dijadikan sebagai salah satu sektor andalan dalam perekonomian nasional, bahkan pariwisata mampu bersaing dalam pemberian

pendapatan devisa bagi Negara. Apabila dilihat dari *ranking* perolehan devisa pariwisata terhadap komoditas ekspor lain, dapat disajikan seperti tabel berikut ini:

Tabel 1.3 Ranking Perolehan Devisa Pariwisata Terhadap Komoditas Ekspor Indonesia

2007		2008		2009	
Jenis komoditi	Nilai (juta USD)	Jenis komoditi	Nilai (juta USD)	Jenis komoditi	Nilai (juta USD)
Minyak dan gas bumi	22.088,60	Minyak dan gas bumi	29.126,30	Minyak dan gas bumi	19.018,30
Minyak kelapa sawit	7.868,64	Minyak kelapa sawit	12.375,57	Minyak kelapa sawit	10.367,62
Karet olahan	6.179,88	Karet olahan	7.579,66	Pariwisata	6.298,02
Pakaian jadi	5.712,87	Pariwisata	7.377,00	Pakaian jadi	5.735,60
Pariwisata	5.345,98	Pakaian jadi	6.092,06	Karet olahan	4.870,68
Alat listrik	4.835,87	Alat listrik	5.253,74	Alat listrik	4.580,18
Tekstil	4.177,97	Tekstil	4.127,97	Tekstil	3.602,78
Bahan kimia	3.402,58	Kertas dan barang dari kertas	3.796,91	Kertas dan barang dari kertas	3.405,01
Kertas dan barang dari kertas	3.374,84	Makanan olahan	2.997,17	Makanan olahan	2.960,73
Kayu olahan	3.076,88	Kayu olahan	2.821,34	Kayu olahan	2.275,32
Makanan olahan	2.264,00	Bahan kimia	2.754,30	Bahan kimia	2.155,41

Sumber : Badan Pusat Statistik (2010)

Berdasarkan data mengenai ranking perolehan devisa terhadap komoditas ekspor lainnya, pada tahun 2007 perolehan devisa pariwisata mampu menduduki posisi lima besar, dan terjadi peningkatan posisi pariwisata dalam perolehan devisa bila dibandingkan dengan tahun 2006 yang menduduki posisi enam besar. Bahkan pada tahun 2009 pariwisata berada di urutan ke tiga sebagai penyumbang devisa terbesar di bawah minyak dan gas bumi, dan minyak kelapa sawit. Dengan terus meningkatnya posisi pariwisata dalam penerimaan devisa sehingga diperlukan berbagai upaya-upaya dari semua pihak agar industri pariwisata tetap bisa memberikan sumbangan yang besar.

Selain pariwisata dapat memberikan pendapatan devisa bagi negara, sektor pariwisata juga memberi kontribusi terhadap pendapatan yang diterima oleh pemerintah pusat maupun daerah yaitu yang bersumber dari pajak dan retribusi. Dalam kaitan dengan penerimaan pajak, pada tahun 2008 dampak ekonomi pariwisata

terhadap penciptaan pajak sebesar 8,28 triliun (4,25%) dari total pajak nasional sebesar 194,74 triliun.

Dengan adanya pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara diharapkan dapat meningkatkan pendapatan yang diterima oleh masyarakat. Pengeluaran wisatawan berkaitan dengan kebutuhan berupa makan dan minum, akomodasi, transportasi, hiburan, cenderamata, dan yang lainnya. Dilihat dari kebutuhan wisatawan akan produk wisata, maka wisatawan sebagai konsumen harus datang sendiri untuk membeli produk wisata ke tempat produk tersebut dihasilkan. Berhubung produk wisata tersebut berada pada tempat yang terpencar di kota-kota maupun di daerah pedesaan (pantai, pegunungan, pertanian, perkebunan, dan lain sebagainya), maka pengeluaran wisatawan terjadi pula di tempat-tempat yang terpencar. Karena itulah pariwisata pada hakekatnya merupakan sektor kegiatan yang paling ampuh untuk pemerataan.

Peran pariwisata sebagai andalan untuk pemerataan akan lebih jelas apabila dikaitkan dengan penyebaran daya tarik wisata di seluruh pelosok. Suatu studi yang dilakukan oleh Erawan (1994) menemukan bahwa, rendahnya tingkat ketimpangan pembagian pendapatan di Bali dibandingkan dengan ketimpangan secara nasional terkait dengan kemajuan pariwisata di Bali. Pemerataan itu sendiri dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni pemerataan struktural, sektoral, dan spasial. Ketiga macam pemerataan tersebut sepenuhnya terjadi dalam kegiatan kepariwisataan. (1) Pemerataan struktural terlihat pada pihak-pihak yang menerima pengeluaran wisatawan, yakni para pengusaha besar (pemilik hotel, taman-taman rekreasi, dankawasan wisata), para pengusaha menengah (*supplier* dan *retailer*) dan para pengusaha kecil serta perorangan (toko cenderamata, pengerajin, seniman, dan lain-lain); (2) Pemerataan sektoral, tercermin pada keterkaitan pariwisata dengan sektor-sektor lain, seperti: pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, perindustrian, jasa-jasa transportasi, telekomunikasi, perbankan, asuransi, dan lain-lainnya; dan (3) Pemerataan spasial, tergambar pada tersebarnya daya tarik dan kawasan wisata di seluruh penjuru (perkotaan, pedesaan, darat, laut, pulau besar dan pulau kecil).



### **Pengaruh Pariwisata Terhadap Lapangan Pekerjaan**

Manfaat lain yang dapat diraih dari pengembangan pariwisata adalah penciptaan lapangan kerja, bahkan industri pariwisata termasuk kategori sektor padat karya. Selain dari kemampuan menciptakan lapangan kerja yang cukup besar, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga yang tidak memiliki ketrampilan (*unskilled*), setengah terampil, terampil, dan bahkan sampai dengan tingkat eksekutif.

Lapangan kerja yang tercipta dari industri pariwisata dapat digolongkan ke dalam tiga kelompok, yaitu lapangan kerja langsung, lapangan kerja tidak langsung, dan lapangan kerja ikutan. Lapangan kerja langsung adalah pekerjaan-pekerjaan yang tersedia pada jajaran industri pariwisata, misalnya: akomodasi, transportasi, restoran, biro perjalanan, daya tarik wisata dan fasilitas bisnis pariwisata. Lapangan kerja tidak langsung adalah pekerjaan-pekerjaan yang tersedia pada pabrik, toko, dan usaha-usaha lain yang diperlukan oleh pengusaha di luar pariwisata untuk melayani wisatawan secara tidak langsung, misalnya: sektor pertanian, perkebunan, peternakan, perikanan, industri manufaktur dan industri jasa. Lapangan kerja ikutan (*induced*), yaitu lapangan kerja yang tercipta akibat dari pengeluaran orang-orang yang bekerja secara langsung atau tidak langsung pada industri pariwisata.

Sebagai gambaran, peranan industri pariwisata dalam penyerapan tenaga kerja pada tahun 2008 memberi kontribusi sebanyak 6,98 juta orang (6,81%) dari lapangan kerja nasional sebanyak 102,55 juta orang. Target kontribusi pariwisata terhadap penyediaan lapangan kerja nasional pada tahun 2011 sebanyak 8,10 juta orang dan pada akhir tahun 2014 ditargetkan sebanyak 9,20 juta orang.

### **Pengaruh Pariwisata Terhadap Neraca Pembayaran**

Setiap negara memiliki neraca berjalan (*current account*) yang merupakan catatan atau gambaran transaksi perekonomian untuk jangka waktu tertentu (biasanya setahun). Semua transaksi dicatat pada sisi kredit (atas semua penerimaan yang berasal dari luar negeri) dan pada sisi debet (atas semua kewajiban membayar kepada

pihak asing). Selanjutnya neraca pembayaran (*balance of payment*) suatu negara dihitung dengan mengurangkan nilai debit atas nilai kredit dari negara yang bersangkutan. Apabila nilai kreditnya lebih besar daripada nilai debetnya, maka neraca pembayaran disebut surplus, tetapi sebaliknya apabila nilai kreditnya lebih besar daripada nilai debetnya, maka neraca pembayarannya disebut defisit.

Penerimaan neraca pembayaran sektor pariwisata bersumber dari ekspor barang (seperti *souvenir* dan kerajinan tangan), ekspor jasa (tenaga kerja pariwisata) dan yang lainnya. Sedangkan pengeluaran neraca pembayaran sektor pariwisata berupa impor barang (seperti makanan dan minuman serta perlengkapan hotel), impor jasa (tenaga kerja asing pariwisata), warga negara ke luar negeri, dan yang lainnya. Kinerja pariwisata Indonesia berdasarkan neraca perjalanan wisata (*travel balance*) dengan melihat aliran devisa yang masuk (*inflows*) dikurangi dengan aliran ke luar (*outflows*) oleh wisatawan nusantara yang bepergian ke luar negeri, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 1.4** Kinerja Pariwisata Indonesia Berdasarkan Neraca Perjalanan Wisata (*travel balance*)

Tahun	Kinerja Pariwisata Indonesia (dalam ribuan)		
	<i>Inflows</i>	<i>Outflows</i>	<i>Net</i>
2004	4.798	3.507	1.291
2005	4.522	3.584	938
2006	4.448	4.030	418
2007	5.346	4.904	442
2008	7.377	5.397	1.981
2009	4.619	3.575	1.044

Sumber: Bank Indonesia & Depbudpar (Survei Outbound setiap tahun)

Pada tahun 2004 angka *net* (*inflows* dikurangi *outflows*) menunjukkan fluktuasi yang cenderung naik kembali (*rebound*). Pada tahun 2004 nilai *net* yang diperoleh mencapai US\$ 1.291, selanjutnya pada tahun 2006 memiliki nilai yang paling rendah sekitar US\$ 418. Kemudian secara bertahap pada tahun 2007 naik sebesar 5,7%, dan pada tahun 2008 nilai *net* naik ke angka US\$ 1.981.

### **Pengaruh Pariwisata Terhadap Investasi**

Seperti kegiatan bisnis lainnya, industri pariwisata memerlukan sarana dan prasarana serta fasilitas umum, yang tentu saja semuanya memerlukan investasi. Apabila suatu destinasi pariwisata maupun kawasan wisata baru dikembangkan, akan memerlukan investasi awal yang besar. Keperluan dana investasi dimulai dengan biaya studi awal. Studi ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh daerah yang akan dikembangkan sebagai destinasi pariwisata. Setelah potensi cukup ditemu-kenali, maka studi tersebut perlu dilanjutkan untuk mengetahui kelayakan (*feasibility*) terutama dilihat dari segi kelayakan ekonomis (*economic feasibility*). Apabila studi kelayakan (*feasibility study*) menghasilkan indikasi positif maka diperlukan investasi lanjutan, dimulai dengan penyediaan dan pematangan lahan, pembangunan prasarana dan sarana, dan penyediaan fasilitas umum.

Sedangkan kalau destinasi pariwisata atau kawasan wisata sudah berjalan dan berkembang, maka investasi yang diperlukan terutama berupa biaya pemeliharaan. Pemeliharaan diperlukan agar destinasi pariwisata atau kawasan wisata yang bersangkutan tetap mempunyai daya tarik dan menyenangkan bagi wisatawan sehingga lama tinggal mereka akan bisa diperpanjang. Biaya investasi akan lebih besar lagi apabila dilakukan perluasan, sehingga diperlukan tambahan kapasitas prasarana, sarana, dan fasilitas umum.

Pengembangan suatu destinasi pariwisata maupun kawasan wisata memang memerlukan investasi yang besar. Akan tetapi pengembangan destinasi pariwisata maupun kawasan wisata biasanya akan menarik investor lain yang berkaitan langsung atau tidak langsung dengan pariwisata. Investasi yang berkaitan langsung atau tidak langsung dengan pariwisata antara lain: usaha cenderamata, usaha olah raga, usaha pemasokan (*supply*) keperluan hotel dan restoran misalnya sayur-sayuran, buah-buahan, daging, ikan, dan lain sebagainya. Jadi destinasi pariwisata maupun kawasan wisata dapat berfungsi sebagai pusat pertumbuhan (*growth centre*) bagi daerah sekitarnya. Oleh karena itulah banyak negara dengan sengaja menjadikan pariwisata sebagai pusat pertumbuhan. Spanyol misalnya, pada tahun 1960-an banyak daerah di

negara tersebut yang tumbuh dan berkembang dimulai dengan kesuksesan pengembangan pariwisata. Menurut Sammeng (2000:194), hal serupa terjadi juga di negara-negara lainnya seperti: Hawaii, Tunisia dan Perancis dengan Languedoc-Roussillon.

### C. PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

Selain mengkaji pengaruh pariwisata dari sisi ekonomi terhadap pendapatan, lapangan pekerjaan, neraca pembayaran maupun investasi, pembahasan pengembangan pariwisata dari sisi peluang dan tantangan juga perlu dilakukan. Karena dengan mengetahui peluang dan tantangan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya, akan dapat dijadikan sebagai acuan dalam pengembangan pariwisata sehingga pariwisata tidak saja dapat memberi manfaat dari sisi ekonomi akan tetapi diharapkan pengembangan pariwisata bisa terus berkelanjutan. Indonesia memiliki beranekaragam kekayaan yang dijadikan potensi dalam pengembangan pariwisata. Berikut ini adalah beberapa keunggulan Indonesia yang dihimpun dari beberapa sumber, yaitu sebagai berikut:

1. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.504 pulau (termasuk 9.634 pulau yang belum diberi nama dan 6.000 pulau yang tidak berpenghuni). Diantara pulau-pulau tersebut, tiga dari enam pulau terbesar di dunia ada di Indonesia, yaitu Kalimantan (pulau terbesar ke tiga di dunia dengan luas 539.460 km<sup>2</sup>), Sumatera (473.606 km<sup>2</sup>), dan Papua (421.981 km<sup>2</sup>).
2. Indonesia adalah negara maritim terbesar di dunia dengan perairan seluas 93.000 km<sup>2</sup> dan panjang pantai sekitar 81.000 km atau hampir 25% panjang pantai di dunia.
3. Dari spesies ikan, Indonesia memiliki spesies ikan hiu terbanyak di dunia yaitu 150 spesies.
4. Merupakan negara megabiodiversity ke dua di dunia, sebagai contoh Indonesia memiliki biodiversity anggrek terbesar di dunia (6.000 jenis anggrek), mulai dari yang terbesar (anggrek macan atau *grammatophyllum speciosum*) sampai yang

terkecil (*taeniophyllum*, yang tidak berdaun), termasuk anggrek hitam yang langka dan hanya terdapat di Papua.

5. Dari kekayaan fauna, terdapat binatang purba yang masih hidup yakni komodo merupakan kadal terbesar dan satu-satunya di dunia dengan panjang bisa mencapai 3 meter dan beratnya bisa mencapai 90 kilogram, yang terdapat di Pulau Komodo Nusa Tenggara Timur (NTT).
6. Kekayaan alam bawah laut juga tidak kalah menarik, alam bawah laut Wakatobi (Sulawesi Tenggara) memiliki 750 spesies karang dari 850 spesies yang ada di dunia. Dibandingkan dengan Red Sea hanya memiliki 200 spesies dan Karibia hanya memiliki 70 spesies.

Wilayah Indonesia dengan letak geografis yang strategis yakni diantara dua benua dan dua samudera, dalam pengembangan pariwisata menghadapi persaingan yang ketat khususnya dengan negara-negara Kawasan Asia Tenggara. Thailand, Malaysia, Indonesia, Singapura, dan Filipina merupakan lima negara destinasi pariwisata utama di Asia Tenggara. Dalam hal persaingan, kelima negara destinasi pariwisata tersebut memiliki kekuatan dan kelemahan dalam pemasaran pariwisatanya. Adapun kekuatan maupun kelemahan dari masing-masing negara destinasi pariwisata tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5 Kekuatan dan Kelemahan 5 Negara Destinasi Pariwisata Utama ASEAN di Luar Indonesia

Negara Destinasi Pariwisata	Kekuatan	Kelemahan
Thailand	1. Atraksi wisata budaya 2. Infrastruktur, fasilitas dan pelayanan pariwisata	1. Citra negatif pariwisata 2. Dominasi kepemilikan usaha oleh orang asing
Malaysia	1. Aksesibilitas 2. Fasilitas dan pelayanan pariwisata	1. Kemampuan untuk menahan wisman lebih lama 2. Keragaman atraksi wisata
Singapura	1. Infrastruktur dan aksesibilitas (hubungan penerbangan) 2. Fasilitas dan pelayanan wisata	1. Keterbatasan destinasi 2. Kemampuan untuk menahan wisman lebih lama
Filipina	1. Atraksi wisata alam dan budaya 2. Keragaman destinasi	1. Keamanan 2. Citra negatif pariwisata

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa kekuatan masing-masing negara pada umumnya terletak pada kemampuan untuk menyediakan infrastruktur dan aksesibilitas. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya rute maupun frekwensi penerbangan dari dan menuju negara destinasi pariwisata sehingga semakin memberi kemudahan wisatawan untuk mencapai negara-negara tersebut. Selain itu dari penyediaan berbagai sarana (fasilitas) serta pelayanan wisatanya memiliki standar yang tinggi sehingga mampu bersaing di era globalisasi ini. Sedangkan dari kelemahan yang dimiliki oleh negara-negara destinasi tersebut yaitu kurangnya kemampuan untuk menahan wisman lebih lama. Kendala ini disebabkan karena terbatasnya keanekaragaman atraksi dan daya tarik wisata yang ditawarkan sehingga wisatawan yang berkunjung kurang mendapatkan variasi dalam berwisata, yang mempengaruhi lama tinggal mereka di negara tersebut.

Dari kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh negara-negara pesaing dalam pengembangan pariwisata khususnya Kawasan Asia Tenggara, sebagai perbandingan maka berikut ini juga diuraikan aspek-aspek yang merupakan kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*) serta peluang (*opportunities*) dalam pengembangan pariwisata Indonesia.

Tabel 1.6 Kekuatan, Kelemahan, dan Peluang Pengembangan Pariwisata Indonesia

7 Kekuatan	16 Kelemahan	Peluang
1. Kekayaan budaya 2. Kekayaan daya tarik wisata alam 3. Keragaman aktivitas wisata yang dapat dilakukan 4. Lokasi wisata bahari terbaik di dunia 5. Kekayaan dan jenis ragam kuliner 6. Kehidupan masyarakat ( <i>living culture</i> ) yang khas	1. Pengemasan daya tarik wisata 2. Terbatasnya diversifikasi produk 3. Masih lemahnya pengelolaan destinasi pariwisata 4. Kualitas pelayanan wisata 5. Disparitas pembangunan kawasan pariwisata 6. Interpretasi, promosi dan komunikasi pemasaran 7. Kualitas SDM 8. Kondisi keamanan	1. Keramahmataman penduduk 2. Kemajemukan masyarakat 3. Jumlah penduduk yang dapat berperan serta dalam kepariwisataan

Aspek lain yang mempengaruhi peluang dan tantangan dalam pengembangan pariwisata (termasuk terhadap destinasi pariwisata) yaitu penerapan Otonomi Daerah (OTDA). Adapun isu-isu strategis penerapan Otonomi Daerah di sektor pariwisata menurut Sumadi (2008:80-81) adalah sebagai berikut:

1. Timbulnya persaingan antar daerah

Persaingan antar daerah dan persaingan pariwisata bukan mengarah pada peningkatan komplementaritas dan pengkayaan alternatif berwisata. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti: lemahnya pemahaman tentang pariwisata serta tidak adanya pedoman dari pemerintah pusat maupun provinsi. Akibatnya, pengembangan pariwisata daerah sejak masa otonomi lebih dilihat secara parsial, artinya banyak daerah yang mengembangkan pariwisata tanpa melihat, menghubungkan dan bahkan menggabungkan dengan daerah tetangganya maupun provinsi/kabupaten/kota terdekat. Bahkan cenderung meningkatkan persaingan antar wilayah, yang pada akhirnya akan berdampak buruk terhadap kualitas produk yang dihasilkan.

2. Kondisi pengembangan pariwisata Indonesia yang masih bertumpu pada daerah tujuan wisata utama tertentu saja

Dengan adanya pemusatan kegiatan pariwisata pada destinasi utama, menyebabkan terlampauinya daya dukung daerah tersebut sementara daerah yang lainnya tidak berkembang sebagaimana mestinya. Selain itu kekhasan dan keunikan atraksi dan aktivitas wisata yang ditawarkan masih belum menjadi suatu daya tarik bagi kedatangan wisatawan mancanegara karena produk yang ditawarkan tidak dikemas dengan baik dan menarik seperti yang dilakukan oleh negara-negara pesaing.

3. Situasi dan kondisi daerah yang berbeda

Dengan situasi dan kondisi daerah yang berbeda baik dari potensi wisata alam, ekonomi, adat budaya, mata pencaharian, kependudukan, dan lain sebagainya akan menuntut pola pengembangan yang berbeda pula, baik dari segi cara atau metode, prioritas, maupun penyiapannya. Proses penentuan pola pengembangan

16 ini membutuhkan peran aktif dari semua pihak agar sifatnya integratif, komprehensif, dan sinergis.

#### 4. Banyaknya daerah tujuan wisata yang sangat potensial

16 Indonesia memiliki banyak daerah tujuan wisata yang potensial, 38 namun sayangnya belum bisa dijual atau mampu bersaing dengan daerah-daerah tujuan wisata baik di kawasan regional maupun internasional. Hal tersebut semata-mata karena daya tarik yang tersedia belum dikemas secara professional, 16 rendahnya mutu pelayanan yang diberikan, atau karena belum dibangunnya citra (*image*) yang membuat wisatawan tertarik untuk datang mengunjungi daerah tujuan wisata.

Dalam pengembangan pariwisata diperlukan analisis mengenai peluang yang dapat diraih serta tantangan yang dihadapi. Selain faktor-faktor seperti yang sudah dikemukakan di atas masih banyak lagi faktor-faktor yang menentukan peluang dan tantangan. Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan untuk melakukan analisis terhadap tantangan dan peluang pasar, yaitu:

##### 1. Pendekatan paradigma

141 Dalam pendekatan paradigma, analisis peluang dan tantangan dijabarkan ke dalam tiga tataran yaitu: (a) tataran internasional, (b) Tataran Regional Asia Pasifik, dan (c) Tataran Nasional.

##### a. Tataran Internasional

Pada tataran internasional, isu-isu strategis yang dapat dikategorikan sebagai tantangan sekaligus peluang, adalah: (1) proses globalisasi (liberalisasi ekonomi perdagangan dan industri), (2) meningkatnya apresiasi terhadap Hak Azasi Manusia (HAM), (3) kualitas layanan jasa pariwisata (*quality tourism services*), dan (4) isu lingkungan hidup.

##### b. Tataran Regional Asia Pasifik

Dalam tataran ini dilakukan analisis mengenai pertumbuhan pariwisata di kawasan Asia Pasifik yang meliputi sub kawasan pariwisata Asia Timur Jauh, Asia Tenggara, Oceania dan Asia Selatan. Selanjutnya diadakan analisis posisi



Indonesia sebagai bagian dari Kawasan Asia Tenggara dibanding dengan sub kawasan yang lain.

c. Tataran Nasional

Dalam lingkup nasional faktor-faktor seperti penerapan otonomi daerah, supremasi hukum, secara langsung maupun tidak langsung akan berpengaruh terhadap peluang dan tantangan pengembangan pariwisata.

2. Pendekatan Pengaruh Eksternal dan Internal

Pendekatan ini menggunakan analisis multi variable. Yang termasuk kedalam kategori ini adalah (a) Variabel Eksternal, dan (b) Variabel Internal.

a. Variabel eksternal

Yang termasuk kedalam variabel eksternal adalah: (1) *Gross National Product* (GDP) pangsa pasar pariwisata Indonesia, (2) rasio antara jumlah *outbound* dengan jumlah penduduk (*travel propensity*), (3) pangsa pasar ke Indonesia dibanding total *outbound* ke negara-negara lain, (4) posisi Indonesia diantara negara-negara ASEAN, (5) tingkat penggunaan transportasi udara ke Indonesia, (6) tingkat pilihan Indonesia sebagai *single destination*, (7) pola pengaturan perjalanan dengan menggunakan paket wisata, (8) tingkat kunjungan ulang (*repeater*), dan (9) penggunaan maskapai penerbangan nasional.

b. Variabel internal

Yang termasuk kedalam variabel internal adalah: (1) penerimaan devisa, (2) pangsa pasar wisatawan mancanegara ke Indonesia, (3) tingkat pertumbuhan pasar wisatawan mancanegara ke Indonesia, (4) tingkat penggunaan akomodasi hotel, (5) rata-rata pengeluaran wisatawan mancanegara per hari ke Indonesia, (6) rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara di Indonesia, (7) motivasi/maksud kunjungan wisatawan mancanegara untuk berlibur, (8) tingkat motivasi/maksud kunjungan wisatawan mancanegara untuk bisnis, dan (9) tingkat motivasi/maksud kunjungan wisman untuk *Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition* (MICE).

Beberapa data yang berkaitan dengan peluang dan tantangan pengembangan pariwisata bila dihubungkan dengan pendekatan kekuatan pengaruh eksternal maupun internal, sudah diuraikan pada penjelasan sebelumnya. Sedangkan dari pendekatan paradigma, selain isu-isu strategis seperti yang sudah juga disebutkan di atas, saat ini juga berkembang paradigma baru dalam pengembangan pariwisata antara lain: pariwisata berkesinambungan (*sustainable tourism*), pariwisata sebagai penghapusan kemiskinan (*poverty alleviation*), pariwisata sebagai wahana pelestarian budaya (*culture preservation*), dan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Berkaitan dengan berkembangnya paradigma baru pariwisata, maka buku ini lebih mengkhususkan untuk membahas mengenai hal-hal yang berkaitan dengan destinasi pariwisata berbasis masyarakat.

## BAB II DESTINASI PARIWISATA

### A. PENGERTIAN DESTINASI PARIWISATA

Menurut Ricardson dan Fluker (2004:48) destinasi pariwisata didefinisikan sebagai berikut:

*“A significant place visited on a trip, with some form of actual or perceived boundary. The basic geographic unit for the production of tourism statistics”.*

Dalam mengkaji destinasi pariwisata, sering juga dipakai istilah *region* yang oleh Ricardson dan Fluker (2004:49) didefinisikan sebagai berikut:

*“(1) A grouping of countries, usually in a common geographic area, (2) An area within a country, usually a tourism destination area.”*

Sedangkan menurut Kusudianto (1996:8), destinasi wisata dapat digolongkan berdasarkan ciri-ciri destinasi tersebut, yaitu seperti berikut ini:

1. Destinasi sumber daya alam, seperti iklim, pantai, hutan.
2. Destinasi sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater, dan masyarakat lokal.
3. Fasilitas rekreasi, seperti taman hiburan.
4. *Event* seperti Pesta Kesenian Bali, Pesta Danau Toba, pasar malam.
5. Aktivitas spesifik, seperti kasino di Genting Highland Malaysia, Wisata Belanja di Hongkong.
6. Daya tarik psikologis, seperti petualangan, perjalanan romantis, keterpencilan.

Dengan mengacu pada ciri-ciri destinasi tersebut, berdasarkan hasil kajian yang dilakukan oleh para pihak terhadap wisatawan yang telah menikmati produk destinasi pariwisata, berdasarkan tingkat kepentingannya dapat disajikan seperti pada Tabel 2.1 berikut ini.

Tabel 2.1 Tingkat Kepentingan Sifat Destinasi Menurut Wisatawan

Tingkat Kepentingan Sifat Destinasi (dari terpenting sampai kurang penting)	Hasil Kajian Para Pihak			
	PATA (1967)	American Express (1977)	PATA (1984)	Dirjen Pariwisata (1993)
94 1	Masyarakat yang ramah dan hangat	Pemandangan alam yang indah	Pemandangan alam yang indah	Pemandangan alam yang indah
2	Akomodasi yang nyaman	Sikap ramah penduduk lokal	Masyarakat yang ramah dan hormat	Kehidupan alam yang indah
3	Pemandangan yang indah	Akomodasi yang layak	Akomodasi yang bersih dan modern	Kebudayaan masyarakat tradisional
4	Harga-harga yang layak	Istirahat dan santai	Tidak mahal untuk dikunjungi	Kerajinan dan kesenian
5	Adat istiadat kehidupan masyarakat	Tarif penerbangan	Stabilitas politik negara yang dikunjungi	Pantai

Sumber: Kusudianto (1996:20)

Selanjutnya World Tourism Organization (2004) memberikan definisi destinasi sebagai berikut:

*“a local tourism destination is a physical space in which a visitor spend at least one overnight. It included tourism product such as tourism support services and attraction, and tourism resources within one day’s return travel time. It has physical and administrative boundaries defining its management, and image and perceptions defining its market competitiveness. Local destinations incorporate various stakeholders often including a host community, and can nest and network to from larger destination.”*

Definisi lain yang dikutip adalah dari *Encyclopedia of Tourism*. Dari definisi ini destinasi dikaitkan dengan origin. Destinasi adalah tempat wisatawan bermaksud

melewatkan waktu di luar lingkungan pemukimannya (*away from home*). Destinasi dapat merupakan “*suatu self-contained, a village or a town or a coty; a region or an island or a country. Furthermore, a destination may be a single location, a set of multi-destinations as a part of a tour, or event a moving destination, such as a cruise. ... The success of a geographical unit as a destinations is primarily determined by several factors: (i) attractions, (ii) amenities, (iii) accessibilities, (iv) image and (v) prices.*” Istilah destinasi sering kali dirancukan oleh istilah produk (Jafar Jafari (ed), 2000).

Menurut Undang-Undang <sup>34</sup> Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan pada Bab I Pasal 1 disebutkan bahwa <sup>21</sup> destinasi pariwisata yang diidentikkan dengan daerah tujuan wisata didefinisikan sebagai <sup>21</sup> kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Jika batasan destinasi <sup>149</sup> pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tersebut dikaitkan dengan Rancangan Naskah Akademik Undang-Undang Kepariwisataan (2006), maka yang dimaksud destinasi wisata adalah suatu tempat atau wilayah yang tidak selalu identik dengan wilayah administratif, tetapi lebih kepada suatu konstruk mental, bersifat dinamik, sesuai dengan hubungan antara masyarakat dengan lingkungan yang membentuk tempat tersebut dan terbentuk karena karakteristik spasial, temporal, dan sosiokultural, memiliki nama dan makna dan oleh karenanya memiliki citra tertentu. Di dalamnya tercantum komponen-komponen produk pariwisata: daya tarik, pelayanan dan sumber daya wisata lainnya. Unsur penting dalam destinasi adalah masyarakat. Istilah destinasi dapat dipakai dalam berbagai skala: lokal, wilayah, nasional, dan bahkan internasional. Destinasi lokal mencakup masyarakat yang terwadahi di dalamnya, dan jejaring yang membentuk destinasi yang lebih besar skalanya.

Menurut Myra P. Gunawan (2000), jika destinasi pariwisata dikategorikan sebagai suatu sistem, maka akan terdapat tiga karakter yang penting yaitu:

1. Hirarki – ada destinasi utama dan ada destinasi penunjang, ada yang besar dan ada kecil skalanya; tidak semua destinasi (lokal) mempunyai posisi yang sama.
2. Struktur – misalnya ada pintu gerbang (internasional atau regional), ada *staging area* dan ada *touristic area* dengan daya tariknya; dilihat dari sisi lain, ada kota besar, kota kecil, pedesaan, atau kawasan wisata yang mengalami urbanisasi.
3. Jejaring – hubungan keterkaitan antara destinasi dengan ‘origin’, tempat asal wisatawan, dan jejaring hubungan antar destinasi. Hubungan ini dapat diartikan sebagai hubungan fisik (prasarana penghubung) dan jejaring non fisik.

Mengacu pada beberapa batasan di atas, maka destinasi pariwisata merupakan suatu wilayah dimana wisatawan dapat menikmati variasi dari berbagai jenis pengalaman selama berwisata. Sebagai sebuah wilayah, Ritchie and Crouch (2003) dalam Vanhove (2005:108) mengemukakan ada beberapa jenis dan tingkatan dari destinasi pariwisata, yaitu: negara, kawasan yang luas yang terdiri dari beberapa negara, provinsi atau daerah administrasi lain, kawasan yang dilokalisasi, kota, dan lokasi yang unik dengan sumber daya/potensi yang luar biasa (seperti taman nasional).

## **B. DESTINASI SEBAGAI PRODUK PARIWISATA**

Sejak tiba di destinasi pariwisata, wisatawan tidak saja membutuhkan akomodasi, akan tetapi juga membutuhkan makanan dan minuman, atraksi, cenderamata, dan kebutuhan lainnya untuk mendukung aktivitas yang akan dilakukannya. Semua yang dibutuhkan wisatawan selama berada di destinasi pariwisata disebut produk pariwisata. Istilah produk pariwisata oleh UN-WTO didefinisikan sebagai:

*“... any good or service purchased by, or consumed by, a person defined as a visitor.”*

Sedangkan pelayanan (*service*) oleh Ricardson dan Fluker (2004:49) didefinisikan sebagai:

“... any activity or benefit one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product.”

15 Produk yang dibeli oleh wisatawan pada usaha-usaha kepariwisataan kebanyakan berupa pelayanan (*service*). Pelayanan tersebut dapat berupa pelayanan 15 akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, pelayanan paket wisata, ataupun pelayanan informasi oleh seorang pramuwisata pada suatu tur.

Pelayanan yang diberikan oleh usaha-usaha kepariwisataan tersebut hanya dapat dirasakan dan tidak dapat dilihat (*intangible*) serta tidak terkait dengan kepemilikan dari sebuah produk pariwisata. Sebuah pelayanan menurut Ricardson dan Fluker (2004:49) memiliki karakteristik sebagai berikut:

1. *Intangibility*

Pada karakteristik ini, produk pariwisata tidak dapat dilihat, dirasakan, dan dicicipi. Walaupun demikian, karakteristik ini dijadikan pertimbangan oleh wisatawan dalam membeli produk pariwisata. Setelah menikmati produk pariwisata, seorang wisatawan akan memperoleh pengalaman berwisata dengan berbagai penilaiannya.

2. *Inseparability*

Wisatawan dalam mengonsumsi pelayanan terkait dengan produk pariwisata yang dibelinya tidak dapat dilepaskan dari penyedia pelayanan. Tanpa adanya penyedia pelayanan, wisatawan tidak dapat mengonsumsi pelayanan. Namun demikian, agen perjalanan dapat mewakili penyedia pelayanan dalam menjual produk pariwisata. Dalam hal ini agen perjalanan bertindak sebagai perantara.

3. *Variability*

Produk yang dihasilkan oleh penyedia layanan pariwisata tidak dapat distandarisasi output-nya. Dengan demikian, diantara usaha-usaha pariwisata sulit sekali diperoleh kualitas pelayanan yang sama meskipun produknya sama. Wisatawan tidak akan memperoleh pelayanan yang sama dari penyedia pelayanan pariwisata setiap waktu atau kepada setiap orang.

#### 4. *Perishability*

Pelayanan tidak dapat disimpan, artinya produksi dan konsumsi terjadi dalam waktu bersamaan. Sebuah maskapai penerbangan, jika tempat duduk (*seat*) tidak laku terjual, ini berarti perusahaan penerbangan tersebut tidak memperoleh pendapatan dari *seat* yang tidak terjual tersebut.

Produk yang bersifat *tangible* dan *intangible* tersebut jika ditujukan untuk memenuhi kepuasan wisatawan selama wisatawan beraktivitas pada siklus perjalanan wisata (meninggalkan tempat tinggalnya untuk menuju destinasi pariwisata dan kembali lagi ke tempat asalnya), semua produk dan pelayanan tersebut disebut *total tourism product*. Menurut Ricardson dan Fluker (2004:50) *total tourism product* adalah:

*“the combination of all the service elements which a tourist consumes from leaving home to returning.”*

Setelah wisatawan menikmati produk dan pelayanan, akan dapat dibedakan antara harapan (yang dipikirkan wisatawan sebelum mengkonsumsi produk dan pelayanan) dengan kenyataan (yang diterima wisatawan setelah mengkonsumsi produk dan pelayanan). Jika ada perbedaan antara harapan dan kenyataan, menimbulkan *gap* dan dapat mengarah pada ketidakpuasan baik terhadap produk maupun terhadap pelayanan yang diterima oleh wisatawan.

Produk yang bersifat *tangible* dan *intangible* tersebut menjadi dasar komponen pelayanan di destinasi pariwisata. Adapun komponen-komponen tersebut adalah sebagai berikut.

##### 1. Atraksi destinasi

Atraksi pada suatu destinasi dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) yaitu atraksi alam, atraksi budaya, dan atraksi buatan manusia. Atraksi alam berupa laut, pantai, gunung, danau, sungai, fauna langka, flora langka, kawasan lindung, cagar alam dan pemandangan alam. Atraksi budaya dapat berupa upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara



turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat istiadat lokal dan museum. Sedangkan atraksi buatan manusia dapat berupa sarana dan fasilitas olah raga, permainan layangan, hiburan, ketangkasan, taman rekreasi, taman nasional dan pusat-pusat perbelanjaan.

Atraksi yang bersifat buatan manusia pada dasarnya serupa tetapi tidak sama dengan atraksi budaya, yakni keduanya merupakan hasil rekayasa atau budidaya manusia. Perbedaannya adalah terletak pada kurun waktu perekayasaan dan penciptaannya. Atraksi budaya biasanya yang dimaksud adalah hasil ciptaan manusia di masa lampau, sedangkan atraksi buatan manusia dimaksudkan sebagai hasil rekayasa manusia pada masa kini atau yang baru. Atraksi alam hampir semuanya dapat disaksikan dan dikunjungi setiap hari, kecuali fauna langka dan flora langka. Demikian pula halnya dengan atraksi buatan manusia, hampir seluruhnya dapat dikunjungi dan disaksikan setiap hari, kecuali atraksi yang bersifat hiburan membutuhkan persiapan sebelumnya dan sudah mempunyai jadwal tertentu. Sedangkan atraksi budaya, pada umumnya tidak dapat dinikmati dan dikunjungi setiap hari, kecuali bangunan bersejarah, peninggalan arkeologi, museum dan peninggalan cagar budaya.

## 2. Fasilitas destinasi

Merupakan komponen dari sebuah destinasi yang dapat membuat wisatawan memutuskan untuk tinggal di destinasi. Komponen tersebut dapat berupa akomodasi, restoran, serta pelayanan informasi. Khusus pelayanan informasi, merupakan suatu hal yang penting dalam era globalisasi sekarang ini. Informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan dari destinasi antara lain: visa, iklim, mata uang lokal, bahasa, kehidupan sehari-hari, atraksi wisata, hotel, transportasi, makanan dan minuman lokal, harga dan lain-lain.

## 3. Aksesibilitas

Salah satu komponen penting dari destinasi adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan tersebut

bisa dalam jarak dekat, menengah dan jauh. Untuk melakukan perpindahan tersebut dibutuhkan alat-alat transportasi dengan berbagai moda transportasi. Transportasi udara terdiri dari penerbangan berjadwal, penerbangan carter dan taxi udara. Transportasi darat terdiri dari kereta api, bus wisata (*coach*), taxi dan kendaraan pribadi. Transportasi tirta terdiri dari kapal samudera, kapal penyeberangan dan kapal pesiar. Pemilihan berbagai moda transportasi tersebut didasarkan pada motivasi wisatawan, ketersediaan waktu serta kemampuan secara ekonomi. Berbagai moda transportasi itulah menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan destinasi pariwisata.

4. Citra (*image*)

Citra atau *image* terbentuk sedemikian rupa sehingga dapat menjadi faktor pendorong bagi seorang wisatawan untuk berwisata ke destinasi pariwisata. Untuk memperkuat citra suatu destinasi pariwisata, perlu memperhatikan daya dukung: fisik, sosial budaya, ekonomi, dan prasarana. Adapun kriteria dari masing-masing daya dukung untuk membentuk citra tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 2.2 Kriteria Daya Dukung Pembentuk Citra Destinasi Pariwisata

Daya Dukung	Kriteria
Fisik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemeliharaan kebersihan dan pencegahan pencemaran.</li> <li>2. Kelancaran, ketertiban dan keselamatan arus lalu lintas pada koridor dan pusat-pusat kegiatan pariwisata.</li> <li>3. Pemeliharaan mutu dan kekhasan desain arsitektur bangunan.</li> <li>4. Pemeliharaan keseimbangan ekosistem flora dan fauna sehingga keindahan panorama alam tetap lestari.</li> </ol>
Sosial Budaya	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelestarian nilai-nilai dan adat istiadat khas setempat.</li> <li>2. Pelestarian dan pembudayaan keramah tamahan.</li> <li>3. Pelestarian monumen dan bangunan-bangunan bersejarah.</li> <li>4. Pemeliharaan mutu kreasi kerajinan dan seni pertunjukan.</li> </ol>
Prasarana	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Fasilitas dan pelayanan transportasi memenuhi standar</li> </ol>

	yang layak (bersih, aman, nyaman, dan tepat waktu). 2. Fasilitas umum dan pelayanan yang menyenangkan. 3. Fasilitas dan pelayanan lain yang layak.
Ekonomi	1. Harga-harga memenuhi prinsip <i>value for money</i> . 2. Nilai tukar mata uang stabil.

#### 5. Harga (*price*)

Harga merupakan jumlah akumulatif biaya yang dibayar karena menikmati berbagai produk wisata selama perjalanan wisata. Harga yang dibayar tergantung pada kualitas produk wisata yang dikonsumsi selama berwisata di destinasi pariwisata. Dengan demikian besar kecilnya harga yang dibayar tergantung pada tipe, kualitas, kuantitas, dan jarak destinasi pariwisata.

Harga merupakan variabel yang lentur (*flexible variables*) dan berada dalam kendali destinasi. Oleh karena itu penentuan harga bagi destinasi dapat merupakan (a) panduan dan bantuan bagi destinasi untuk menentukan tingkat harga sesuai dengan kemudahan yang ada, (b) panduan dan bantuan dalam menentukan apakah harga akan dijadikan elemen aktif atau pasif bagi sebuah rencana pemasaran destinasi, (c) bantuan dalam menetapkan sasaran yang ingin dicapai berdasarkan patokan harga yang ada, dan (d) panduan dan bantuan dalam menentukan kebijakan dan struktur harga bagi sebuah destinasi.

Mengenai harga dalam sebuah destinasi pariwisata perlu diadakan koordinasi untuk mencegah perbedaan yang mencolok berupa ‘perang tarif’. Memang ada berbagai alasan mendasar yang menyebabkan terjadinya perbedaan harga yaitu faktor musiman. Terkait dengan faktor musiman ini, yang perlu diwaspadai adalah musim sepi yang dapat memicu terjadinya ‘perang tarif’. Untuk mencegah ‘perang tarif’ ini peranan pemerintah dan swasta dapat memainkan peranan yang penting untuk menciptakan keharmonisan dalam penetapan harga di kalangan usaha-usaha pariwisata pada destinasi pariwisata.

### C. SIKLUS HIDUP DESTINASI

Menurut Richardson dan Flucker (2004:51) yang dimaksud dengan siklus hidup destinasi (*destination lifecycle model*) adalah sebagai berikut:

“ A model that characteristic each stage in the lifecycle of a destination (and destination areas and resort area) including introduction, growth, maturity, and decline and/or rejuvenation.”

Siklus hidup destinasi merupakan model untuk memahami evolusi sebuah produk (termasuk destinasi pariwisata), yang terdiri dari tahap pengenalan (*introduction*), pertumbuhan (*growth*), pendewasaan (*maturity*) dan/atau peremajaan (*rejuvenation*).

Terkait dengan berbagai kendala yang dihadapi dalam implementasi model siklus hidup destinasi terutama masa waktu sebuah siklus dan adanya faktor-faktor lain yang berpengaruh pada perkembangan destinasi, model berikut ini memadukan antara siklus hidup destinasi dengan *strategic positioning*. Adapun modelnya adalah sebagai berikut.

Tabel 2.3 Siklus Hidup Destinasi dengan *Strategic Positioning*

No.	Siklus Hidup Destinasi	<i>Strategic Positioning</i>	Keterangan
1.	Perintisan	Pembinaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendorong pengembangan secara agresif sehingga terjadi kombinasi antara <i>product</i> dengan <i>market driven</i>.</li> <li>Mendorong pengembangan secara agresif (<i>product driven</i>).</li> <li>Mendorong pengembangan secara selektif.</li> </ol>
		Strategi	<ol style="list-style-type: none"> <li>Investasi sedikit lebih cepat di atas tuntutan pasar.</li> <li>Investasi secepat tuntutan pasar.</li> <li>Investasi secara selektif.</li> <li>Investasi atau divestasi.</li> </ol>
		Pembinaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Mendorong pengembangan secara agresif dengan mengkombinasikan <i>product</i> dengan <i>market driven</i>.</li> <li>Mendorong pengembangan secara selektif.</li> </ol>
			<ol style="list-style-type: none"> <li>Investasi untuk keberlanjutan tingkat</li> </ol>

2.	Pembangunan	Strategi	<p>pertumbuhan dan menciptakan <i>barrier entry</i> untuk pesaing baru.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Investasi untuk meningkatkan tingkat pertumbuhan dan memperbaiki posisi.</li> <li>3. Investasi secara selektif untuk memperbaiki posisi.</li> <li>4. Investasi dan divestasi.</li> </ol>
3.	Pemeliharaan	Pembinaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendorong pengembangan secara agresif (<i>market driven</i>).</li> <li>2. Mendorong pengembangan secara selektif.</li> <li>3. Mendorong penyehatan.</li> </ol>
		Strategi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Re-investasi seperlunya.</li> <li>2. Re-investasi minimum dan atau secara selektif.</li> <li>3. Investasi secara selektif atau divestasi.</li> </ol>
4.	Revitalisasi	Pembinaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mendorong pengembangan secara selektif.</li> <li>2. Mendorong penyehatan.</li> </ol>
		Strategi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Re-investasi seperlunya.</li> <li>2. Re-investasi secara minimum dan pemeliharaan.</li> <li>3. Disinvestasi</li> </ol>

Sumber: diadopsi dari Mardjuka (2010) dan disesuaikan.

Model seperti terlihat pada Tabel 2.3 tidak selalu sesuai dengan situasi dan kondisi destinasi pariwisata. Modifikasi terhadap model khususnya terhadap *strategic positioning* bisa dilakukan sepanjang mengacu pada sumber daya (terutama sumber daya budaya) dan karakteristik dari masing-masing destinasi pariwisata.

#### D. RENCANA STRATEGIS DESTINASI PARIWISATA

Mengacu pada Riview Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2010-2014, berikut ini akan disajikan beberapa hal terkait pembangunan pariwisata Indonesia pada umumnya dan destinasi pariwisata pada khususnya. Beberapa hal tersebut adalah keberhasilan dan permasalahan, sasaran strategis, arah kebijakan dan strategi, serta program.

### **Keberhasilan dan Permasalahan**

Pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan di Indonesia telah menunjukkan keberhasilan. Keberhasilan tersebut sebagai berikut:

1. Peningkatan kinerja kepariwisataan selama Pembangunan Jangka Menengah Nasional periode tahun 2005-2009 dengan peningkatan penerimaan PDB dari Rp 2,295.83 triliun pada tahun 2004 menjadi Rp 4,954.03 triliun pada tahun 2008. Pertumbuhan ekonomi PDB pariwisata selalu berada di atas pertumbuhan ekonomi nasional dari tahun 2005 sampai tahun 2008. Tahun 2008 pertumbuhan PDB pariwisata mencapai angka 6,31% sedangkan PDB nasional sebesar 6,06%, kontribusi PDB pariwisata terhadap PDB nasional pada tahun 2008 mencapai angka 3,09%.
2. Meningkatnya jumlah pergerakan wisatawan nusantara dari 195,770 juta perjalanan pada tahun 2001 menjadi 225,042 juta perjalanan pada tahun 2008. Peningkatan pergerakan wisatawan nusantara selama tahun 2001-2008 menghasilkan peningkatan pengeluaran dari Rp 58,71 triliun di tahun 2001 menjadi 123,17 triliun di tahun 2008 atau meningkat 109,79%. Pergerakan wisatawan nusantara dalam kurun waktu tahun 2001-2008 telah terjadi pertumbuhan yang berfluktuasi dengan rata-rata sebesar 2,08% per tahun.
3. Jumlah kunjungan wisman sebanyak 5,1 juta pada tahun 2001 meningkat menjadi 6,2 juta pada tahun 2008, atau meningkat sebesar 21,5%. Sementara itu, penerimaan devisa meningkat dari US\$ 5,4 miliar pada tahun 2001 menjadi US\$ 7,3 miliar pada tahun 2008 atau meningkat sebesar 35,89%. Dalam kurun waktu tahun 2001-2008 telah terjadi peningkatan kunjungan wisman rata-rata sebesar 4,4% per tahun, dan penerimaan devisa rata-rata sebesar 12,56% per tahun.
4. Perolehan devisa dari sektor pariwisata cukup mengembirakan selama periode tahun 2005-2008. Devisa dari sektor pariwisata selalu berada dalam posisi enam besar dibandingkan komoditas lainnya, pada tahun 2008 devisa sektor pariwisata berada di urutan ke empat sebagai penyumbang devisa terbesar di bawah minyak dan gas bumi, minyak kelapa sawit dan karet olahan.

5. Apabila dilihat dari kinerja pariwisata Indonesia terhadap kinerja pariwisata global, dari data tahun 2008 menunjukkan bahwa kinerja pariwisata Indonesia masih menunjukkan nilai positif (+) dilihat dari pertumbuhan kunjungan wisatawan dunia. Dari data yang ada pada tahun 2008 kinerja pariwisata Indonesia terhadap pariwisata dunia menunjukkan bahwa pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan kunjungan wisatawan dunia, Indonesia mencapai angka pertumbuhan wisatawan sebesar 12,8% sedangkan dunia menunjukkan angka 2,00%.

Dari keberhasilan yang sudah dicapai oleh pariwisata Indonesia tersebut, berdasarkan atas kondisi umum dan tantangan Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN) Tahun 2005-2025, maka untuk jangka waktu 2010-2014 terdapat permasalahan sebagai berikut: (1) kesiapan destinasi pariwisata nasional; (2) pemanfaatan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi (*information and communication technology/ICT*) sebagai sarana pemasaran dan promosi; (3) kualitas serta kuantitas serta profesionalisme sumber daya manusia (SDM) pariwisata; (4) jumlah dan nilai investasi di bidang pariwisata; dan (5) kemitraan dan kerjasama antara pemerintah dan swasta termasuk masyarakat (*public and private partnership*).

Permasalahan tersebut di atas bermuara pada daya saing pariwisata Indonesia dibandingkan negara lain di dunia. Daya saing pariwisata Indonesia menurut *The Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) Report 2009* yang diterbitkan oleh *World Economic Forum (WEF)* 2009, Indonesia menempati urutan ke-81 di antara 133 negara di dunia. Apabila dilihat dari peringkat regional maka daya saing pariwisata Indonesia berada pada posisi ke-15 dari 25 negara di kawasan Asia Pasifik dan ke-5 di antara 8 negara Asean. Indeks Daya Saing Pariwisata Dunia yang dikeluarkan oleh WEF dinilai dengan 14 pilar. Ke-14 pilar tersebut adalah kebijakan dan peraturan, pariwisata berkelanjutan, keamanan dan keselamatan, kesehatan, prioritas sektor *tourism and travel*, infrastruktur transportasi udara, infrastruktur transportasi darat, infrastruktur pariwisata, infrastruktur InfoKomTek, daya saing

21  
harga, sumber daya manusia, afinitas, sumber daya alam, dan sumber daya budaya. Dari setiap pilar memiliki variabel yang disebut sub pilar dengan jumlah 73 sub pilar. Dari 73 sub pilar tersebut mencakup semua hal yang berkaitan dengan pembangunan pariwisata di suatu negara baik yang berkaitan langsung dengan industri pariwisata (di bawah kendali langsung institusi pariwisata) maupun yang tidak terkait langsung dengan industri pariwisata (di bawah kendali sektor/instansi lain).

Berdasarkan metode penilaian di atas, maka nilai tertinggi dari 14 pilar penilaian indek daya saing tersebut menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia memiliki daya saing unggul pada pilar “daya saing harga”, artinya Indonesia adalah destinasi dunia nomor 3 dunia yang murah untuk dikunjungi karena harga hotel yang bersaing, pajak tiket dan jasa bandara yang dinilai rendah dan harga bahan bakar minyak (BBM) yang terjangkau. Pilar-pilar lainnya yang memiliki nilai kurang baik mencakup antara lain: pilar kebijakan/peraturan, pilar lingkungan, pilar keselamatan dan keamanan, pilar kesehatan, dan pilar infrastruktur teknologi informasi.

### Sasaran Strategis

19  
Mengacu pada Visi dan Misi Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2010-2014, dirumuskan tujuan sebagai berikut:

- 19  
1. Meningkatkan kesadaran, apresiasi, kreativitas dan pemahaman masyarakat terhadap nilai dan keragaman budaya.
2. Meningkatkan kualitas perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan warisan budaya.
3. Mengembangkan kepariwisataan yang mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan kesejahteraan masyarakat.
4. Meningkatkan kapasitas sumberdaya pembangunan kebudayaan dan pariwisata.
5. Mewujudkan pengelolaan tugas dan fungsi Kementerian Kebudayaan dan Kepariwisataan yang bersih dan berwibawa.



Atas dasar tujuan tersebut, khusus yang terkait dengan destinasi pariwisata, sasaran strategis yang hendak <sup>101</sup> dicapai dalam kurun waktu tahun 2010-2014 adalah sebagai berikut:

1. Terwujudnya <sup>134</sup> destinasi pariwisata yang berdaya saing internasional, ditandai dengan hal-hal sebagai berikut:
  - a. Jumlah tenaga kerja di bidang pariwisata yang disertifikasi sebanyak 50 ribu orang pada akhir tahun 2014, dengan jumlah tenaga kerja yang disertifikasi per tahun untuk periode 2010-2014 sebagai berikut: <sup>65</sup> tahun 2010 sebanyak 5.000 orang, tahun 2011 sebanyak 15.000 orang, tahun 2012 sebanyak 15.000 orang, tahun 2013 sebanyak 10.000 orang, dan tahun 2014 sebanyak 5.000 orang.
  - b. Jumlah daerah tujuan wisata baru sebanyak 29 buah pada akhir tahun 2014.
2. Terwujudnya kapasitas pengelolaan destinasi pariwisata, yang ditandai dengan jumlah dan kualitas pengelolaan destinasi pariwisata yang dikembangkan (*Destination Management Organization*) sebanyak 15 buah pada akhir tahun 2014.
3. Terwujudnya diversifikasi destinasi pariwisata, ditandai oleh hal-hal sebagai berikut:
  - a. Berkembangnya <sup>78</sup> pariwisata berbasis pedesaan sebanyak 2.000 desa wisata melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Bidang Pariwisata pada tahun 2014, dengan jumlah desa wisata yang dikembangkan pada periode 2010-2014 adalah: tahun 2010 sebanyak 200 desa wisata, tahun 2011 sebanyak 674 desa wisata, tahun 2012 sebanyak 978 desa wisata, tahun 2013 sebanyak 700 desa wisata, dan tahun 2014 sebanyak 822 desa wisata.
  - b. Jumlah pola perjalanan (*travel pattern*) sebanyak 16 buah pada akhir tahun 2014.

## Arah Kebijakan dan Strategi

Dalam rangka melaksanakan arah kebijakan pengembangan destinasi pariwisata yang berkelanjutan, maka strategi diarahkan dengan:

1. Peningkatan konsolidasi akses transportasi mancanegara dan dalam negeri, terutama ke 10 (sepuluh) tujuan pariwisata Indonesia.
2. Perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan prasarana dan sarana pendukung pariwisata serta meningkatkan kualitas dan standar pelayanan minimum pariwisata.
3. Penataan dan diversifikasi daya tarik wisata alam bahari, wisata budaya dan wisata buatan termasuk *event* dan olah raga.
4. Pengembangan kawasan strategis pariwisata berbasis wisata bahari, alam, dan budaya di luar Jawa dan Bali.
5. Pengembangan destinasi pariwisata di pulau-pulau terdepan, terluar, dan wilayah perbatasan.
6. Pengembangan daya tarik wisata dan inovasi produk yang berbasis lingkungan.
7. Peningkatan koordinasi lintas sektor dan lintas *stakeholders* pengembangan daya tarik wisata.
8. Penataan kebijakan dan manajemen daya tarik wisata dan produk pariwisata.
9. Pemanfaatan media cetak, elektronik dan *public figure* dan media kesenian tradisional.
10. Pengamanan dan kenyamanan oleh masyarakat di destinasi.
11. Peningkatan pemberdayaan masyarakat di pedesaan melalui peningkatan PNPM Mandiri bidang pariwisata.
12. Peningkatan efektifitas pengelolaan destinasi pariwisata melalui peningkatan koordinasi dan keterpaduan pembangunan pariwisata dan Destination Management Organization (DMO).
13. Peningkatan dan penguatan basis data dan informasi destinasi dan PMPN Mandiri bidang pariwisata.

## Program

Berdasarkan arah kebijakan dan strategi tersebut di atas, maka kegiatan-kegiatan prioritas sebagai pelaksanaan penugasan khusus kementerian tahun 2010-2014 yang dilaksanakan melalui Program Pengembangan Destinasi adalah:

1. Melakukan konsolidasi akses transportasi mancanegara dan dalam negeri, terutama ke-10 tujuan pariwisata Indonesia.
2. Mendorong perbaikan dan peningkatan kualitas jaringan prasarana dan sarana pendukung pariwisata.
3. Meningkatkan kapasitas pemerintah dan pemangku kepentingan pariwisata lokal untuk mencapai tingkat mutu pelayanan dan *hospitality* manajemen yang kompetitif di kawasan Asia.
4. Mendorong peningkatan iklim investasi pariwisata.

Sedangkan kegiatan-kegiatan prioritas sesuai dengan tugas pokok dan fungsi Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata melalui Program Pengembangan Destinasi Pariwisata tahun 2010-2014 adalah sebagai berikut:

1. Pengembangan usaha, industri dan investasi pariwisata, antara lain melalui penataan kebijakan usaha pariwisata di 31 jenis usaha dan turunannya, dukungan pada pengembangan usaha, fasilitasi pembentukan GIPI, Penyusunan *Travel Pattern* dan Paket Wisata yang siap dijual, bimbingan teknik pelayanan prima, peningkatan kapasitas organisasi, koordinasi penataan dan pelayanan bebas visa kunjungan singkat, *visa on board*, *visa on line*, peningkatan pelayanan di bandara, pelabuhan laut, daerah perbatasan, koordinasi pengembangan jaringan transportasi multimoda antar daerah di 10 Destinasi, kemitraan usaha pariwisata, UMKM dan Industri Kreatif di bidang pariwisata, dukungan dan kerjasama lintas sektor, peningkatan iklim investasi dan promosi terpadu pariwisata, perdagangan dan investasi (*Tourism, Trade and Investment*), penyusunan dan penerapan kebijakan dan peraturan perundangan dalam bidang usaha dan industri pariwisata termasuk kebijakan percadangan, skema insentif, sebagai turunan dari UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pemantauan dan Evaluasi.

2. Pengembangan standarisasi pariwisata, antara lain melalui penyusunan materi uji kompetensi, pelatihan untuk master assessor dan assessor, penyusunan dan penerapan pedoman sertifikasi usaha, fasilitasi pembentukan Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU), kerjasama standar dalam dan luar negeri, penyusunan dan penerapan kebijakan dan peraturan perundangan dalam bidang standarisasi sebagai turunan dari UU No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pemantauan dan Evaluasi.
3. Pengembangan daya tarik pariwisata, antara lain melalui Penataan Manajemen Produk dan Kebijakan Daya Tarik Wisata Bahari, Wisata Budaya dan Wisata Buatan di 29 destinasi (Pulau Abang – Kepulauan Riau; Bromo, Tengger, Semeru – Jawa Timur; Toba, Nias – Sumatera Utara; Pangandaran – Jawa Barat; Mentawai – Sumatera Barat; Sleman – DIY; Danau Sentarum – Kalimantan Barat; Bunaken – Sulawesi Utara; Candi Borobudur, Dieng, Karimunjawa – Jawa Tengah; Gunung Rinjani, Gunung Tambora – NTB; Toraja – Sulawesi Selatan; Pulau Komodo, Danau Kelimutu – NTT; Danau Batur – Bali; Kepulauan Seribu, Kota Tua – DKI Jakarta; Tanjung Lesung – Banten; Raja Ampat – Papua Barat; Pulau Weh Sabang – NAD; Pulau Togeang, Pulau Tomini – Sulawesi Tengah; Pulau Wakatobi – Sulawesi Tenggara; Banda – Maluku; Tanjung Putting – Kalimantan Tengah; Derawan – Kalimantan Timur); penetapan daya tarik wisata nasional, penetapan destinasi pariwisata nasional dan kawasan strategis pariwisata atau kawasan khusus pariwisata berdasarkan *destination assessment*, pengembangan daya tarik wisata berbasis lingkungan untuk keamanan, keselamatan dan kenyamanan sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan berbasis masyarakat, memelihara, mengembangkan dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata, kajian daya tarik wisata, penyusunan dan penerapan kebijakan pengembangan daya tarik pariwisata, pengembagn pulau-pulau terdepan dan daerah perbatasan yang memiliki potensi pariwisata, koordinasi dan keterpaduan dengan lintas sektor seperti: Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Kehutanan, Kementerian Kelautan dan Perikanan,

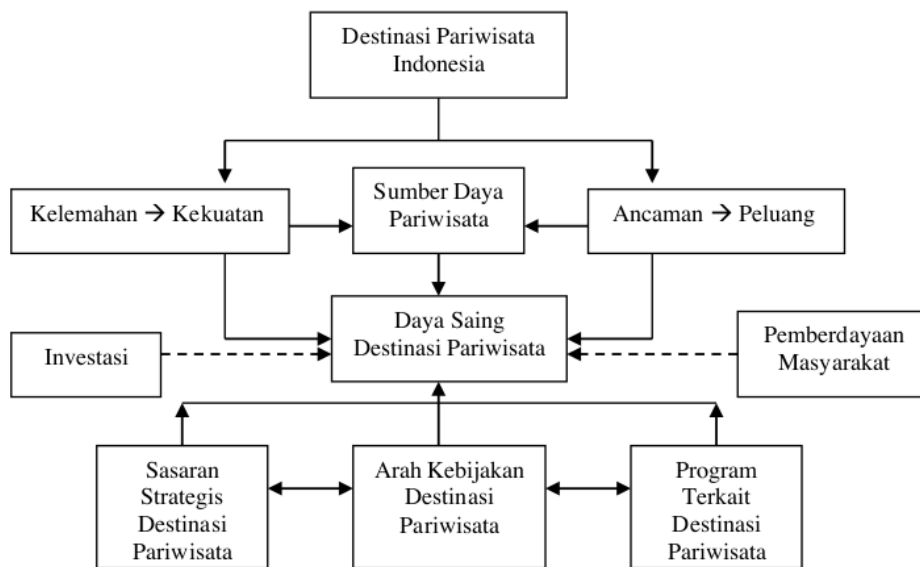
Kementerian Perhubungan untuk pendudukan pengembangan daya tarik pariwisata di daerah, Pemantauan dan Evaluasi.

4. Pemberdayaan masyarakat di destinasi pariwisata, antara lain melalui penyusunan petunjuk teknis penerapan sadar wisata, peningkatan kesadaran masyarakat dalam menerapkan unsur-unsur sapta pesona, bimbingan penyuluhan untuk pemerintah daerah dalam gerakan sadar wisata, penerapan kode etik pariwisata di destinasi pariwisata, pemanfaatan media cetak, elektronik dan *public figure*, pemanfaatan media massa dan kesenian tradisional, dukungan *event* tradisional, fasilitasi pengamanan dan kenyamanan oleh masyarakat di destinasi, koordinasi dan kerjasama lintas sektor, Pemantauan dan Evaluasi.
5. Peningkatan <sup>45</sup> Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri bidang pariwisata, antara lain melalui peningkatan daya tarik di desa wisata, peningkatan usaha yang dilakukan masyarakat di desa wisata, peningkatan pemberdayaan masyarakat di desa wisata, peningkatan kapasitas masyarakat dan usaha masyarakat desa berbasis industri kreatif, dukungan dan kerjasama lintas sektor, kemitraan dengan tour operator dan usaha pariwisata untuk mendatangkan wisatawan ke desa; pengembangan desa wisata dilakukan melalui penentuan kriteria, dukungan usaha pariwisata dan pelayanan, pengelolaan desa wisata, Pemantauan dan Evaluasi.
6. Untuk kelancaran kegiatan prioritas, diperlukan dukungan manajemen dan dukungan teknis lainnya dari Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, antara lain melalui kajian perencanaan destinasi pariwisata, peningkatan *destination management*, penataan database, informasi dan pencitraan destinasi, inventarisasi *baseline* dan *destination assessment*, pembangunan sarana dan prasarana pariwisata di daerah, koordinasi dan kerjasama dengan lintas sektor dalam pembangunan prasarana dan sarana di destinasi pariwisata dan peningkatan koordinasi dan keterpaduan pembangunan pariwisata dan pendukungnya untuk pengembangan *Destination Management Organization* (DMO), dukungan peningkatan kapasitas pegawai, kerjasama

teknis dalam dan luar negeri, penyelenggaraan *event* nasional dan internasional, penetapan penghargaan destinasi pariwisata, peningkatan pengelolaan administrasi keuangan, umum dan personalia, monitoring dan evaluasi akuntabilitas pembangunan destinasi pariwisata.

Berdasarkan uraian rencana strategis destinasi pariwisata (yang mencakup keberhasilan dan permasalahan, daya saing, sasaran strategis, arah kebijakan dan program), dapat diajukan model hipotetis pembentuk daya saing destinasi pariwisata seperti gambar berikut ini:

Gambar 2.1 Model Hipotetis Daya Saing Destinasi Pariwisata



Dari model hipotetis seperti Gambar 2.1 di atas dapat diuraikan sebagai berikut: untuk menciptakan daya saing destinasi pariwisata, maka sumber daya pariwisata (daya tarik wisata, aksesibilitas dan/atau transportasi pariwisata, sarana dan prasarana serta fasilitas pariwisata, dan budaya masyarakat) perlu didukung oleh pemberdayaan masyarakat lokal serta investasi yang bersifat ‘minim dan terbatas’. Artinya investasi diusahakan sekuat mungkin berasal dari dalam negeri, dan kalaupun

terpaksa ada investasi dari luar negeri itupun hanya terbatas pada bidang-bidang yang betul-betul tidak mampu dikerjakan oleh sumber daya manusia lokal (lingkup Kabupaten/Kota, Provinsi dan bahkan Nasional). Dalam tataran makro (nasional), sumber daya pariwisata yang sudah mendapat sentuhan dari investasi yang bersifat 'minim dan terbatas' serta pemberdayaan masyarakat lokal, perlu dibarengi dengan dukungan sasaran strategis, arah kebijakan serta program yang terkait dengan destinasi pariwisata. Perlu digarisbawahi, bahwa program-program yang ditujukan untuk destinasi pariwisata mutlak memperhatikan karakteristik dan potensi budaya masing-masing destinasi pariwisata.

### BAB III PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA

#### A. ISU STRATEGIS PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA

<sup>15</sup> Destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Oleh karena satu destinasi pariwisata dapat <sup>72</sup> berada dalam satu atau lebih wilayah administratif serta melibatkan fasilitas dan aksesibilitas pariwisata, maka pengelolaan destinasi pariwisata menjadi suatu kebutuhan yang tergolong penting. Hal ini karena dalam pengelolaan destinasi pariwisata mencakup pemanfaatan sumberdaya yang tersedia melalui tahapan-tahapan yang bersifat terpadu untuk mencapai tujuan-tujuan terkait destinasi pariwisata, yaitu tahap perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian/evaluasi, baik untuk tingkat lokal, regional, nasional dan bahkan internasional. Kenyataan di lapangan, masyarakat sebenarnya sudah ada yang menerapkan tahapan-tahapan yang bersifat terpadu tersebut antara lain dengan memanfaatkan pranata sosial kemasyarakatan dan pranata budaya yang ada di masing-masing daerah tempat destinasi pariwisata tersebut.

<sup>133</sup> Indonesia sebagai negara yang kaya akan potensi dan sumber daya pariwisata, dalam rangka mengarahkan pencapaian tujuan pariwisata nasional antara lain memanfaatkan *positioning* destinasi pariwisata untuk meningkatkan daya saing produk, serta dapat dipergunakan oleh pemangku kepentingan untuk mengelola sekaligus menjamin pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan (*sustainability destination*). <sup>49</sup> Dalam rangka pengembangan pariwisata dan pengelolaan destinasi <sup>57</sup> pariwisata, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan



Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota dapat dijadikan landasannya.

Untuk dapat berkembang secara berkelanjutan, isu strategis dalam destinasi pariwisata adalah pengelolaan destinasi. Terkait dengan pengelolaan destinasi pariwisata, ada beberapa model pengelolaan destinasi pariwisata seperti berikut ini:

Tabel 3.1 Model Pengelolaan Destinasi Pariwisata

Unsur Pengelola	Fungsi	Pembagian Kontribusi
Pranata Masyarakat Lokal	Model ini melibatkan pranata masyarakat lokal sebagai pengelola utama, sedangkan pemerintah dan pelaku pariwisata sebagai mitra. Semua yang terlibat saling melengkapi kekurangan masing-masing mitra sehingga pengelolaan menjadi satu kesatuan yang utuh dan terpadu. Dalam konteks ini terjadi pemberdayaan masyarakat melalui pranata masyarakat lokal. Kelemahan model ini adalah pranata masyarakat lokal lemah dalam pengelolaan destinasi pariwisata.	?
Pelaku Pariwisata	Pelaku pariwisata sebagai pengelola utama, sedangkan masyarakat dan pemerintah menjadi mitra kerja. Kelemahan model ini adalah masyarakat sering dijadikan objek komodifikasi, pemberdayaan masyarakat relatif sedikit, dan adanya potensi konflik antara pelaku pariwisata dengan masyarakat.	?
Pemerintah	Pengelolaan destinasi pariwisata dapat berwujud badan usaha milik negara. Kelemahan model ini adalah partisipasi masyarakat terbatas, keuntungan yang dinikmati masyarakat cukup kecil, dan masyarakat sukar melakukan kontrol.	?
Badan Pengelola	Model ini menengahkan keterpaduan antara pranata masyarakat lokal, pelaku pariwisata dan pemerintah. Semua unsur terlibat dalam pengelolaan destinasi pariwisata berdasarkan peranannya masing-masing yang disepakati bersama.	?

Dari model pengelolaan destinasi pariwisata sesuai Tabel 3.1, masing-masing model dapat berdiri sendiri ataupun digabungkan satu dengan lainnya sesuai dengan karakteristik masing-masing destinasi pariwisata. Sehubungan dengan pariwisata berbasis masyarakat, implementasi masing-masing model tersebut mengedepankan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat di destinasi pariwisata. Keuntungan dan manfaat bagi masyarakat tidak semata-mata berdasarkan ekonomi, tetapi yang jauh lebih penting adalah keberlanjutan dari sisi budaya dan lingkungan.

Untuk mewujudkan keberlanjutan destinasi pariwisata, pola interaksi antara unsur pengelola dengan destinasi pariwisata seperti Gambar berikut ini.

Gambar 3.1 Pola Interaksi Unsur Pengelola dengan Destinasi Pariwisata



Pola interaksi antara unsur pengelola dengan destinasi pariwisata dibedakan menjadi empat, yaitu:

1. Interaksi antara pranata masyarakat lokal dengan destinasi pariwisata, berwujud pemberdayaan pranata yang ada di masyarakat seperti pelibatan *banjar*, *dasan* atau *gubug* (sebutan desa di Lombok), *nagari* (sebutan desa di Sumatera Barat). Dengan pemberdayaan pranata masyarakat lokal tersebut secara langsung dan tidak langsung masyarakat mendapat manfaat dari destinasi pariwisata.

9  
2. Interaksi antara pemerintah dengan destinasi pariwisata, melalui kebijakan-kebijakan tidak saja terkait dengan destinasi pariwisata, tetapi kebijakan-kebijakan sektor pariwisata yang lebih pro-rakyat dan pro-pranata kemasyarakatan lokal sehingga betul-betul manfaat dari destinasi pariwisata dirasakan oleh masyarakat pada tingkat akar rumput.

9  
3. Interaksi antara pelaku pariwisata dan destinasi pariwisata, lebih diarahkan pada investasi yang bersifat ‘terbatas dan terkendali’, artinya investasi hanya dilakukan terhadap hal-hal yang memang sangat diperlukan oleh destinasi pariwisata dengan skala prioritas pada investasi yang berasal dari modal lokal. Bahkan pada kasus-kasus tertentu, seharusnya steril dari investasi dari luar negeri. Hal ini dimaksudkan agar efek menetes (*trickle down effect*) dari destinasi pariwisata benar-benar dirasakan oleh masyarakat pada destinasi pariwisata.

9  
4. Interaksi antara badan pengelola dengan destinasi pariwisata. Interaksinya bersifat kemitraan dan badan pengelola terdiri dari masyarakat, pemerintah dan usaha pariwisata. Ketiga komponen dari badan pengelola satu sama lain berfungsi sebagai mitra kerja untuk saling memperkuat, sehingga destinasi pariwisata menjadi berdaya saing. Untuk membangun daya saing, menurut Takeuchi (1996) dapat dilakukan dengan cara *knowledge creating organization and knowledge network*. Dikaitkan dengan destinasi pariwisata, daya saing dapat diciptakan dengan mentransformasikan data menjadi informasi, selanjutnya informasi dirubah menjadi ide, ide dirubah menjadi produk (*tangible* dan *intangible*), dan produk itulah selanjutnya membentuk pengetahuan yang akan menentukan daya saing sebuah destinasi pariwisata. Selain itu, menurut Porter (1990) dalam Vanhove (2005:115) ada beberapa determinan untuk menciptakan nilai kompetitif suatu destinasi pariwisata, yaitu sebagai berikut:

- 20
1. *Factor conditions, or the destination's position regarding factors of production necessary to compete in the tourism industry.*
  2. *Demand conditions, or the nature of (home) demand for tourism products and services.*

3. *Related and supporting industries/activities – i.e. the presence or absence in the region of supplier industries and related industries.*
4. *Market structure, rivalry, organization and strategies, or the condition in the destination governing how companies are created, organized and managed, and the nature of (domestic) rivalry.*

Selain isu pengelolaan destinasi pariwisata, untuk menjamin keberlanjutan sebuah destinasi pariwisata, isu-isu komodifikasi terkait kualitas produk, sarana dan prasarana dari dan ke destinasi, dan ketersediaan SDM pariwisata menjadi suatu yang penting. Secara empiris, berbagai isu yang terkait dengan komodifikasi di destinasi pariwisata perlu mendapatkan penanganan yang komprehensif. Hal ini karena sektor pariwisata dikenal sebagai sektor yang memiliki kegiatan sangat kompleks, multi sektor, dan multi produk. Karena bersifat kompleks, maka keberhasilan untuk menghasilkan produk yang berdaya saing akan sangat ditentukan oleh kolaborasi, koordinasi, dan saling memperkuat dari para pemangku kepentingan yang ada di setiap destinasi pariwisata serta menjalankan peran dan fungsinya masing-masing.

Harus disadari, bahwa pemerintah memiliki keterbatasan dalam mengelola sumber daya pariwisata. Oleh karena itu revitalisasi pranata kemasyarakatan lokal yang ada di destinasi pariwisata dapat merupakan salah satu solusi untuk mengatasi keterbatasan sumber daya dalam pengelolaan destinasi pariwisata, yang menyangkut peningkatan peran masyarakat lokal (secara langsung dan tidak langsung) dalam berbagai aktivitas di destinasi pariwisata, penataan lingkungan di sekitar destinasi pariwisata, peningkatan kualitas produk dan pemasaran destinasi pariwisata dengan mempergunakan kekuatan jaringan di antara *stakeholders* pariwisata.

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 destinasi pariwisata. Terkait dengan isu koordinasi dalam pengelolaan destinasi pariwisata, tidak dapat dilepaskan dari Otonomi Daerah dan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab VII Pasal 18 yang menyatakan “Pemerintah

dan/atau Pemerintah Daerah mengatur dan mengelola urusan kepariwisataan sesuai dengan peraturan perundang-undangan”. Lebih lanjut Bab IX Pasal 33 menyuratkan bahwa koordinasi strategis lintas sektor dapat terjadi pada tataran kebijakan, program dan kegiatan kepariwisataan. Koordinasi lintas sektor tersebut meliputi bidang pelayanan kepabeanan, keimigrasian, dan karantina; keamanan dan ketertiban; prasarana umum yang mencakup jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi dan kesehatan; dan bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri.

Destinasi pariwisata sebagai bagian dari industri pariwisata, untuk dapat menghasilkan produk yang berdaya saing tidak bisa terlepas dari aktor utama yang ada di balik destinasi pariwisata. Pengungkapan aktor utama merupakan suatu isu yang strategis, karena dari aktor inilah kontribusi yang sangat signifikan akan berawal. Dalam pengelolaan destinasi pariwisata, ada sejumlah aktor utama yang diidentifikasi memberikan kontribusi yang signifikan terhadap destinasi pariwisata antara lain: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, Pemerintah Daerah (Provinsi, Kabupaten/Kota), Asosiasi Profesi Pariwisata, Usaha Pariwisata, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), Perguruan Tinggi, Masyarakat, Investor, 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 destinasi pariwisata. Masing-masing aktor bersinergi dalam suatu organisasi guna memberikan kontribusi yang optimal bagi upaya mendorong keberhasilan sebuah destinasi pariwisata.

Isu pengelolaan, komodifikasi, koordinasi, dan aktor utama dalam pengelolaan destinasi pariwisata perlu mendapatkan penanganan yang serius dan holistik. Harapannya adalah hadirnya destinasi pariwisata yang memberikan manfaat secara berkelanjutan dari sisi budaya, lingkungan, dan ekonomi. Untuk mendukung pencapaian tersebut, perlu dibarengi dengan peningkatan kualitas pengalaman wisatawan di destinasi pariwisata, pengembangan sumber daya manusia, melakukan survei terkait produk di destinasi pariwisata, menghindari dampak negatif terhadap masyarakat lokal dan lingkungan (*resources stewardship*), menciptakan lingkungan

usaha yang lebih baik melalui visi pengembangan yang jelas, kerjasama dengan pemangku kepentingan, sosialisasi kebijakan, dan mentaati peraturan yang terkait tata ruang serta *zoning*.

Mengacu pada Pedoman Manajemen Pengembangan Destinasi Pariwisata (2010:22), indikator keberhasilan manajemen destinasi pariwisata adalah:

1. Pemerintah Daerah dan pemangku kepentingan terkait memahami tentang Manajemen Destinasi Pariwisata dan pembangunan pariwisata berkelanjutan.
2. Pemerintah Daerah mampu merumuskan dokumen perencanaan Manajemen Pariwisata yang berbasis masyarakat.
3. Pemerintah Daerah mampu mengimplementasikan dokumen perencanaan Manajemen Destinasi Pariwisata.
4. Terwujudnya destinasi pariwisata yang memiliki daya saing tinggi yang diukur dengan:
  - bertambahnya jumlah wisatawan;
  - meningkatnya lama tinggal wisatawan;
  - meningkatnya kepuasan wisatawan;
  - meluasnya kesempatan kerja dan kesempatan berusaha;
  - meningkatnya kualitas lingkungan di sekitar destinasi;
  - meningkatnya kemitraan antar *stakeholder* dalam pengembangan destinasi.

Mengacu pada indikator terwujudnya destinasi pariwisata yang memiliki daya saing tinggi yang diukur dengan peningkatan kemitraan antar *stakeholder*, menurut Liga Suryadana (2010) ada beberapa tantangan dalam program kemitraan di sektor pariwisata yaitu:

1. Kurangnya kesadaran di antara para pelaku di sektor pariwisata akan pentingnya kegiatan kemitraan dalam pengembangan pariwisata;
2. Rendahnya dukungan dari instrumen legal yang ditetapkan oleh pengelola daerah;
3. Kurangnya sumber daya yang ditempatkan atau dialokasikan untuk memperkuat program kemitraan;
4. Kecurigaan atau kurangnya pemahaman di antara mitra kunci kegiatan kemitraan;

5. Kurangnya kebijakan yang jelas tentang kebijakan kemitraan;
6. Rendahnya pengaturan dalam implementasi kegiatan program/projek dengan skema kerja kemitraan.

## **B. SOSIAL MEDIA DALAM PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA**

Pengelolaan destinasi pariwisata bersifat kompleks sebagai akibat karakteristik yang berbeda-beda dari masing-masing destinasi. Perbedaan karakteristik destinasi tersebut mempengaruhi pemilihan sosial media (*website*, *internet*, *facebook*, dan *twitter*) yang ditujukan untuk wisatawan oleh destinasi pariwisata, dengan tujuan menata kualitas pelayanan dan promosi guna meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan wisatawan. Untuk mewujudkan tujuan tersebut, sebuah destinasi pariwisata perlu merencanakan, mengimplementasikan dan mengendalikan pemanfaatan jejaring teknologi informasi yang terpadu dengan partisipasi masyarakat, pelaku pariwisata, dan pemerintah dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan, pengelolaan dan promosi destinasi untuk meningkatkan jumlah dan kualitas kunjungan wisatawan.

Penggunaan teknologi informasi di destinasi pariwisata secara langsung dan tidak langsung akan berkaitan dengan budaya masyarakat setempat. Pengintegrasian teknologi informasi tersebut perlu dibarengi dengan sikap kewaspadaan karena masing-masing destinasi pariwisata memiliki karakteristik yang berbeda-beda, di samping teknologi informasi yang cocok pada suatu negara belum tentu cocok diterapkan di destinasi pariwisata yang ada di Indonesia. Jika kondisi ketidakcocokan tersebut dipaksakan, penerapan teknologi informasi dapat saja menimbulkan kondisi kontra-produktif terhadap destinasi pariwisata. Satu hal yang tidak dapat dipungkiri, menurut Yuliar (2008:21) teknologi berpautan erat dengan kehidupan manusia dan kehadiran tataran sosial yang baru. Dengan demikian, teknologi tidak saja berpengaruh pada *technoware* (perangkat keras), *infoware* (dokumen/informasi yang ada di dalamnya), dan *orgaware* (lembaga tempat teknologi diterapkan), akan tetapi akan berpengaruh juga terhadap *humanware* (manusia yang terlibat).

Terkait dengan pengaruh penggunaan sosial media (internet) terhadap jumlah kunjungan wisatawan, negara Amerika Serikat, Jerman, Jepang dan Inggris adalah negara-negara terbesar pengguna teknologi informasi internet yaitu mencapai 79% dari populasi internet dunia. Keempat negara tersebut menyumbang 41% dari pendapatan pariwisata dunia (WTO, 1997). Internet tidak semata-mata hanya merupakan hasil temuan teknologi, akan tetapi dapat mendidik manusia untuk menemukan informasi (termasuk segala sesuatu tentang destinasi pariwisata). Dengan demikian, penggunaan sosial media (internet) untuk destinasi pariwisata dapat menjadikan wisatawan hidup jauh lebih mudah (*to make life much easier*) dan wisatawan dapat berhubungan dengan sumber informasi tanpa melalui perantara.

Harus diakui bahwa sosial media yang berupa *website* adalah media atau alat yang ampuh untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Meskipun demikian, yang perlu diperhatikan terkait penggunaan teknologi informasi adalah (1) kualitas informasi yang ditampilkan mencakup otentisitas, keakuratan dan kebenaran; dan (2) pembudayaan penggunaan teknologi pariwisata bagi *stakeholders* yang terkait. Khusus yang terakhir ini menjadi penting, karena penggunaan teknologi kadangkala menjadi kurang efektif dan tidak produktif akibat kekurangsiapan masyarakat penerimanya sebagai akibat hambatan budaya (*culture barrier*).

Keampuhan peranan *website* dalam mempromosikan destinasi pariwisata, di kalangan marketer dikenal *new-truth* berikut ini:

*“ if you are not online, then you are not on-sale. If your destination is not on the Web then it may well be ignored by the millions of people who now have access to the internet and who expect that every destination will have a comprehensive presence on the Web. The Web is the new destination marketing battleground and if you are not in there fighting then you cannot expect to win the battle for tourist dollars.”*

Hasil dari implementasi penjualan *online* terhadap destinasi pariwisata di beberapa negara dapat diuraikan berikut ini: (a) Belanda, penjualan *on-line* terus berkembang dengan tingkat pertumbuhan 20% lebih. Total tahun 2008 penjualan *online* sudah mencapai nilai EUR 2,3 miliar. Nilai ini merupakan 24% dari total nilai penjualan



tahun 2008; (b) Korea Selatan, di antara wisatawan *outbound*, 34,1% memperoleh informasi dari internet dalam persiapan untuk sebuah perjalanan ke luar di tahun 2007 yang menggunakan agen perjalanan. *Online Travel Agent*, salah satu kunci agen perjalanan *online*, mengalami 33% kenaikan penjualan berasal dari wisatawan *outbound* pada tahun 2007, penjualan tiket pesawat dan kamar hotel juga meningkat; (c) Australia, meskipun masih merupakan segmen yang kecil, paket spa mengalami perkembangan paling cepat pada tahun 2008 naik 32%. Pemesanan secara *online* di ritel travel mencapai 11% dari total pasar ritel travel, sebagian besar berasal dari transaksi sederhana seperti dari penerbangan dan pemesanan hotel; (d) Jerman, pemesanan *online* tumbuh dengan penetrasi *broadband* yang meningkat dan aliansi strategis dalam bentuk penjualan layanan pelengkap dan iklan yang kuat. Pangsa pasar internet tertinggi di transportasi udara (43%), rental mobil (30%) dan hotel (24%) (Newsletter Informasi Pemasaran Pariwisata Kemenbudpar, Vol. 1 No. 7 Juli 2010 halaman 11).

Penggunaan sosial media (*website*, internet, *facebook*, dan *twitter*) masih menghadapi berbagai kendala dalam kaitan memenuhi kebutuhan informasi bagi pengguna, termasuk informasi tentang destinasi pariwisata. Adapun kendala yang dihadapi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Kendala Penggunaan Sosial Media di Destinasi Pariwisata

Media	Kendala
<i>Website</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Update</i> informasi di <i>website</i> yang terlambat, dapat berakibat wisatawan tidak mendapatkan informasi yang <i>up to date</i> tentang suatu destinasi pariwisata (seperti produk, <i>event</i>, <i>service</i>, <i>transportation</i>).</li> <li>2. Terbatasnya jumlah SDM lokal di destinasi pariwisata yang mampu mengorganisasikan informasi destinasi pariwisata di <i>website</i>, sehingga tergantung pada konsultan.</li> <li>3. Terbatasnya <i>website</i> dengan fitur interaktif.</li> <li>4. Pada destinasi pariwisata tertentu, masih terkendala dengan dukungan jaringan komunikasi.</li> </ol>
<i>Facebook</i>	Penggunaan <i>facebook</i> terkait dengan topik, jika topiknya menarik dapat menimbulkan tanggapan yang besar. Topik-

	topik yang menarik bisa saja diciptakan oleh pengelola destinasi pariwisata (seperti topik liburan musim panen apel di Batu Malang, topik liburan musim upacara <i>ngaben</i> di Bali, dll.). Diperlukan kreatifitas tinggi bagi pengelola destinasi pariwisata yang mempergunakan <i>facebook</i> sebagai ajang mempromosikan produknya.
<i>Twitter</i>	Penggunaan <i>twitter</i> erat kaitannya dengan figur, oleh karena itu jika sosial media ini akan digunakan dalam pengelolaan destinasi pariwisata, maka pemilihan figur harus menjadi pertimbangan utama, agar distribusi/sebaran informasi dapat merata ke semua strata yang ada di masyarakat.

Terlepas dari semua kendala seperti yang telah diuraikan pada Tabel 3.2, harus diakui bahwa penggunaan sosial media pada destinasi pariwisata dapat memperoleh keuntungan antara lain: (1) mempercepat waktu sampainya informasi terkait destinasi pariwisata dari masyarakat ke pemerintah dan sebaliknya dari pemerintah ke masyarakat; (2) memotong jalur birokrasi, karena substansi yang akan disampaikan langsung dapat dikirim ke institusi/lembaga dan orang yang benar-benar terkait; dan (3) informasi yang disampaikan bersifat terbuka dan dapat diakses oleh setiap *stakeholders* pengelola destinasi pariwisata.

Penggunaan sosial media pada destinasi pariwisata merupakan fenomena kebudayaan kontemporer yang hanya dapat dipahami di dalam totalitasnya, yaitu relasi-relasi serta aturan-aturan main (*rules*) atau kode (*codes*) yang mengaturnya sehingga mampu memproduksi makna tertentu (*meaning*). Pilihan tanda-tanda (*paradigmatic*) dan aturan main pengkombinasianya harus dikombinasikan sehingga diproduksi makna secara sosial.

Penggunaan media dalam suatu kebudayaan berkaitan dengan semiotika sebagai salah satu kajian dalam kajian budaya (*cultural studies*). Semiotika telah berkembang menjadi model atau paradigma bagi *cultural studies*. Penggunaan metode semiotika sangat sentral dalam *cultural studies*, seperti: sastra, media, film, televisi, video, budaya populer, budaya massa, budaya anak muda, subkultur dan

iklan. Selanjutnya, semiotika melihat fenomena tersebut sebagai bahasa, tanda, dan makna.

Dengan meminjam kajian budaya (*cultural studies*) sebagai acuan untuk memperkaya perspektif tentang media (termasuk sosial media) dalam pengelolaan destinasi pariwisata, menurut Piliang (2005:1-8) adalah meliputi: era media dan informasi, hegemoni media, era pos-media dan pos-informasi, dromologi media, dan banalitas media.

### **Era Media dan Informasi**

‘Era media’ adalah era yang di dalamnya media berkembang sebagai bagian dari proses industrialisasi. Industrialisasi itu membentuk media massa. Istilah ‘massa’ sebagai bagian dari spirit industrialisasi (produksi massa), diartikan sebagai sesuatu yang rendah, bawah, murahan, vulgar, umum atau rata-rata. Istilah ‘massa’ biasanya dikaitkan dengan kelompok mayoritas yang dikendalikan oleh kelompok minoritas yang mempunyai standar hidup lebih tinggi. Dikaitkan dengan persoalan selera (*taste*), istilah ‘massa’ menunjukkan pada suatu standar ‘selera orang yang kebanyakan’ ada ‘selera massa’ (*mass taste*).

Dengan berkembangnya industrialisasi di Eropa, khususnya lewat peran kapitalisme dalam memproduksi benda-benda kebudayaan sebagai komoditi, maka budaya massa mendapatkan pengaruh yang kuat dari industrialisasi dan komodifikasi, sehingga menimbulkan pergeseran makna kata ‘massa’ dalam ‘budaya massa’, dari sekedar konotasi rendah, bawah atau rata-rata, menjadi sesuatu yang ‘diproduksi secara industri’ atau ‘diproduksi secara standar’, lewat apa yang disebut ‘produksi massa’ (*mass production*).

Media adalah sebuah tempat membentuk manusia dari posisi sebagai ‘individu’ menjadi ‘subjek’, yaitu sebagai sasaran atau orang yang merasa ‘dipanggil’ oleh sebuah ide, konsep, makna atau keyakinan tertentu. Media kerap menjadi ruang untuk menaturalisasikan sebuah lukisan realitas yang sebetulnya adalah ‘realitas

palsu' (*pseudo reality*). Dengan perkataan lain, media kerap membentuk subjek yang salah (*false subject*) atau kesadaran palsu (*false consciousness*).

### **Hegemoni Media**

Pembentukan opini publik merupakan hal yang sangat sentral dalam prinsip hegemoni, untuk itu diperlukan mediasi berupa ruang publik termasuk media sebagai ruang publik. Media sebagai sebuah ruang dengan bahasa dan simbol-simbol diproduksi dan disebarluaskan, tidak dilihat sebagai sebuah alat kekuasaan dominan yang pasif, sebaliknya dilihat sebagai sebuah ruang tempat berlangsungnya sebuah perang bahasa atau perang simbol (*symbolic battle-field*), dalam rangka memperebutkan permainan publik atas gagasan-gagasan ideologis yang diperjuangkan, melalui pertarungan antara sebuah hegemoni dengan hegemoni tandingan (*counter hegemony*).

Dalam rangka memenangkan penerimaan publik, kekuatan bahasa dan simbol (*symbolic power*) mempunyai peranan yang sangat sentral dalam media. Modal bahasa dan simbol sangat penting dalam penguasaan perhatian dan kesadaran massa. Yang menentukan tidak hanya sistem gagasan atau oleh makna-makna (*meanings*) dan nilai-nilai (*value*) yang dominan, akan tetapi yang lebih penting adalah bagaimana bahasa, makna, dan nilai-nilai dominan tersebut selalu dipertanyakan, digugat, dilawan lewat berbagai bentuk perjuangan politik simbol (*politics of signification*).

### **Era Pos-media dan Pos-informasi**

Peralihan dari masyarakat industri ke masyarakat pos-industri dapat dilihat sebagai peralihan dari masyarakat informasi ke arah masyarakat pos-informasi (*post-information society*). Dalam abad informasi, media menjadi tempat penyampaian informasi dan kebenaran informasi. Sedangkan dalam era pos-informasi, media digunakan tidak lagi sebagai penyampai kebenaran, melainkan sebagai ajang 'permainan bebas tanda dan informasi' sehingga menggiring pada kegalauan

informasi (*chaos*). Era pos-media adalah ketika media menjadi medan permainan bebas informasi.

Melalui kemampuan teknologi, media merekayasa citra sehingga yang disajikan bukanlah gambaran realitas, akan tetapi versi realitas yaitu realitas yang telah terdistorsi. Media berkembang sedemikian rupa sehingga menjelma menjadi simulakrum yang di dalamnya menciptakan distorsi realitas. Kejadian-kejadian nyata disaring dan disajikan dalam bentuk yang lebih baik. Citraan yang ditampilkan di televisi, video, sosial media (*website, internet, facebook, twitter*) kini dapat diciptakan, direkayasa atau dibuatkan simulakrumnya. Menurut Baudrillard (1983) citra adalah topeng realitas, kamufase realitas, atau hiperealitas, menyembunyikan kebenaran yang sesungguhnya. Di dalamnya semua dianggap lebih nyata dari kenyataan, isu lebih dipercaya ketimbang informasi.

Berbagai citra di layar televisi tak lebih dari cara-cara penopeng informasi (*masquerade of information*). Citra-citra yang ditampilkan menjadi citra yang dikosongkan dari informasi, disebabkan berbagai citra itu ditampilkan dalam rangka menopengi, mendistorsi atau pemalsuan realitas yang sesungguhnya. Berbagai citra gambar dalam aneka peristiwa (seperti perang) ditampilkan seakan sebagai sebuah informasi (kemanusiaan atau kekejaman), padahal sebuah disinformasi.

Simulakrum informasi yang berlangsung secara terus menerus pada satu titik akan menimbulkan kondisi ketidakpercayaan pada informasi itu sendiri, bahkan pada setiap informasi. Simulakrum menggiring informasi ke arah ketidakpastian atau *chaos*, yang dapat menimbulkan berbagai persoalan dalam pencarian kebenaran. Simulakrum menciptakan krisis kepercayaan terhadap informasi itu sendiri, karena informasi tidak lagi mengungkapkan kebenaran dan tidak lagi merepresentasikan realitas.

### **Dromologi Media**

Dengan berkembangnya logika kecepatan di masyarakat, berkembanglah sebuah budaya oleh Paul Virilio disebut budaya dromologi, yaitu sebuah budaya yang

bergerak ke arah kecepatan yang tanpa kendali. Kondisi percepatan di segala bidang (produksi, konsumsi, tontonan) telah membentuk sebuah ruang kehidupan yang terperangkap ke dalam gaya hidup serba cepat. Hidup terperangkap pada pola kesetiaan (*instantaneous*) atau temporalitas (*temporality*) yaitu segala sesuatu hadir seketika untuk kemudian lenyap secara cepat dan digantikan oleh yang lainnya, secara tanpa akhir. Kekuatan informasi digital menciptakan lingkungan hidup yang terus menerus berubah. Inilah yang disebut dengan pergolakan yang terus menerus ditandai oleh jeda yang singkat. Kecepatan perubahan ini kadang tak terduga dan terjadi secara tiba-tiba, sehingga menimbulkan efek kekacauan.

Kecepatan media menggiring pada semacam ekstasi media, yaitu hanyutnya manusia di dalam kecepatan dan percepatan perubahan. Baudrillard menyebutnya sebagai ekstasi komunikasi (*ecstasy of communication*). Kecepatan (citra, informasi, komunikasi) telah menggiring pada kehidupan yang serba segera, instan dan cepat, selain itu sekaligus memerangkap manusia di dalam arus kecepatan itu sendiri yaitu dengan menjadikan kecepatan sebagai sebuah bentuk ketergantungan.

### **Banalitas Media**

Media kini menjadi sebuah ruang, yang di dalamnya apa-apa dahulu dirahasiakan kini dibuka untuk massa. Media adalah sebuah tempat, yang di dalamnya rahasia-rahasia di dalam ruang pribadi (*private space*) dibawa dan dipertontonkan di dalam ruang publik (*public space*). Rahasia-rahasia ruang pribadi itu kini di ruang publik menjadi milik massa. Media kini kehilangan perannya sebagai ruang publik akibat adanya ekspose ruang-ruang pribadi.

Baudrillard (1990:55) menyebutkan kecenderungan ini sebagai semacam pencabulan (*obscene*), yang menjelaskan fenomena sosial yang lebih luas (sosial, politik, budaya, informasi, media), yang di dalamnya berlangsung penelanjangan segala bentuk rahasia, pengeksposan segala bentuk tanda, pengungkapan segala bentuk makna. Dalam pencabulan tersebut, menurut Baudrillard yang terjadi adalah

semacam ‘hiper-visibilitas’ yaitu menampilkan ke dalam ruang media segala yang banal, tanpa ada batas dan pembatas.

Banalitas informasi adalah ketika apapun dijadikan informasi. Banalitas komoditi adalah kondisi ketika apapun dijadikan komoditi. Banalitas tanda adalah sebuah kondisi ketika apapun dijadikan tanda (*sign*) dan diberikan makna (status, prestise, simbol) serta dikemas ke dalam rangkaian perbedaan sosial dan gaya hidup. Yang berlangsung adalah semacam pertandaan berlebihan (*over signified*), yaitu ketika tanda, citra dan makna menjajah ke dalam hampir semua sudut-sudut kehidupan sosial. Di dalam dunia banalitas informasi, apapun dirubah menjadi informasi, menjadi tontonan, menjadi berita, menjadi data. Tidak peduli betapapun banalnya sesuatu, ia tetap menjadi subjek informasi. Massa yang dikepung oleh berjuta tanda dan citra, tidak mampu lagi menginternalisasikan dan mensublimasikan makna yang dihasilkan.

### **C. ASPEK SOSIAL BUDAYA DALAM PENGELOLAAN DESTINASI PARIWISATA**

Pengelolaan destinasi pariwisata merupakan suatu tindakan yang bersifat kolektif (*collective action*), yang di dalamnya diasumsikan terdapat berbagai macam komunitas dengan membawa latar belakang budayanya masing-masing. Dalam konteks pengelolaan destinasi pariwisata, kondisi yang heterogen ini perlu didekati dengan pengelolaan destinasi pariwisata dari perspektif sosial budaya. Dengan adanya pendekatan dari perspektif sosial budaya, perbedaan persepsi, perbedaan opini, dan perbedaan tindakan dalam mengelola destinasi pariwisata dapat dieleminir.

Pengelolaan destinasi pariwisata menjadi salah satu isu strategis dalam pembangunan pariwisata, karena hal ini terkait dengan keberlanjutan sebuah destinasi. Selama ini destinasi pariwisata selalu diidentikkan dengan kebutuhan pembangunan fisik semata, padahal dalam pengelolaan destinasi pariwisata unsur budaya merupakan salah satu penentu dan bahkan mendominasi keberhasilan pengelolaan tersebut, antara lain dengan mempergunakan pranata sosial

kemasyarakatan. Dengan demikian diantara orang-orang yang terlibat akan terjadi ikatan yang bersifat emosional sebagai akibat mereka berasal dari pranata sosial kemasyarakatan yang sama. Hal ini diperkuat oleh Glotov (2004) yang menyatakan bahwa penggunaan institusi sosial dapat dimaknai sebagai bentuk keteraturan kegiatan dengan cara-cara bertindak yang menjamin kelangsungan dan kestabilan ikatan-ikatan emosional dan sosial masyarakat.

Perlunya mengimplementasikan aspek sosial budaya masyarakat, seperti dalam pengelolaan destinasi pariwisata, juga telah lama menjadi perhatian para ahli. Baker dan Cameron (2008) misalnya, menyatakan bahwa terdapat tiga faktor sosial dan budaya yang perlu mendapatkan perhatian yaitu: (1) sikap masyarakat terhadap pengembangan destinasi, (2) nilai budaya dan gaya hidup, dan (3) penciptaan peluang kerja dan peningkatan mutu hidup penduduk lokal. Jika perspektif sosial budaya ini diaplikasikan dalam pengelolaan destinasi pariwisata, maka ada sejumlah bukti empiris yang dapat disajikan. Bukti empiris tersebut adalah sebagai berikut:

Pertama, sikap masyarakat terhadap pengelolaan destinasi pariwisata. Penelitian yang dilakukan oleh Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung dan Sekolah Tinggi Pariwisata Bali (dalam Mertha, 2000) terhadap penataan kawasan pariwisata Pantai Kedonganan, Jimbaran, Badung-Bali, menghasilkan rekomendasi yaitu (1) Kedonganan dibangun sebagai kawasan pariwisata; (2) ditetapkan sebagai zona sosial budaya, keagamaan dan zona ekonomi; (3) hanya dibangun sebanyak 12 kafe; dan (4) ditata kembali dengan konsep keberlanjutan (*sustainability*) dan *community based development*. Rekomendasi hasil penelitian tersebut selanjutnya disosialisasikan kepada seluruh anggota masyarakat melalui rapat *banjar*. Walaupun ada beberapa anggota *banjar* menolak penataan, namun karena sebagian besar masyarakat menginginkannya, maka keputusannya menata kembali, namun jumlah kafe yang mereka setuju menjadi 24 buah, dengan alasan masing-masing *banjar* diberikan kesempatan mengelola empat kafe. Hasil rapat *banjar* tersebut selanjutnya diajukan kepada pemerintah. Selanjutnya pemerintah melalui Bupati Badung mengeluarkan rekomendasi Nomor 603 Tahun 2006 dan ditindaklanjuti oleh *desa adat* dengan



menyerahkan kafe-kafe tersebut kepada *banjar* yang ada, sehingga masing-masing *banjar* mengelola empat kafe. Ke-6 *banjar* tersebut adalah Banjar Pasek, Banjar Kerthayasa, Banjar Pengenderan, Banjar Anyar Gede, Banjar Ketapang, dan Banjar Kubu Alit.

Kedua, nilai budaya dan gaya hidup. Sua Bali Language and Culture yang berlokasi di Desa Kemenuh, Blahbatuh, Gianyar-Bali adalah contoh adanya daya tarik wisata pada destinasi pariwisata yang menawarkan akomodasi dilengkapi dengan pengenalan nilai-nilai budaya dan gaya hidup masyarakat Bali. Nilai-nilai budaya Bali yang diperkenalkan antara lain kesederhaan, kerja keras, hidup mandiri, dan penghargaan terhadap budaya lokal. Pengenalan nilai-nilai budaya Bali tersebut dibarengi dengan pengenalan gaya hidup. Pengenalan gaya hidup dilakukan dengan mengajak wisatawan berbelanja ke pasar tradisional untuk membeli bahan makanan tradisional sekaligus melihat aktivitas masyarakat lokal di pasar tradisional. Setelah kembali ke lokasi akomodasi, bahan makanan yang dibeli di pasar tradisional tersebut selanjutnya dimasak oleh wisatawan (dengan didampingi oleh karyawan) menjadi makanan tradisional Bali dengan mempergunakan bahan-bahan serta peralatan masak tradisional. Setelah selesai memasak, selanjutnya makanan tersebut dihidangkan dengan mempergunakan peralatan lokal. Pada saat wisatawan menikmati makanan hasil olahannya, diikuti dengan diskusi tentang makanan tersebut sekaligus diiringi tari-tarian. Aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan selama di Sua Bali Language and Culture sebagian besar terkait dengan pengenalan nilai budaya dan gaya hidup masyarakat Bali. Wisatawan yang sering datang adalah dari kelompok penulis dan peneliti termasuk kalangan akademisi dari mancanegara.

Ketiga, penciptaan peluang kerja dan peningkatan mutu hidup penduduk lokal. Menurut Mertha (2000:3), sebelum tahun 1982 kehidupan masyarakat Kedonganan, Jimbaran, Badung-Bali menggantungkan diri dari sebagai nelayan dan petani ladang/tegalan dengan hasil utama berupa kelapa, bengkuang, jagung, ketela pohon, dan kacang-kacangan. Hasil ladang inilah yang mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kelapa hasil ladangnya diolah menjadi minyak, dan

ampas hasil olahannya dimanfaatkan untuk makanan ternak peliharaannya. Demikianlah kehidupan masyarakat Kedonganan pada awalnya, subsisten dan hanya cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Jangankan tabungan, kadangkala saat musim paceklik tiba (musim angin barat), beras tidak ada dan terpaksa barang-barang digadaikan bahkan dijual untuk membeli beras. Rumah mereka sangat sederhana, berlantai tanah tanpa tembok dan beratap alang-alang atau *kelangsah*.

Pada tahun 1995, pariwisata Bali berkembang pesat. Kesempatan tersebut dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat Kedonganan untuk berusaha di bidang *seafood café*, yang pada awalnya hanya enam buah dan semuanya dimiliki oleh warga asli Kedonganan. Perkembangan kafe tersebut sangat pesat, sehingga kurang dari lima tahun pemiliknya sudah menjadi orang kaya baru (OKB). Seiring dengan berjalannya waktu, berkembangnya kawasan tersebut juga diikuti oleh usaha penataan dengan konsep *community based development*, baik penataan kepemilikan dan pengelolaan kafe, penataan kawasan di luar kafe, serta penataan kawasan Pantai Kedonganan. Hasil penataan tersebut adalah sebagai berikut: (1) di bidang sosial budaya dan lingkungan hidup berupa: (a) pengaturan zona di pantai berdampak positif terhadap sinkronisasi kegiatan masyarakat Kedonganan, (b) kafe-kafe di Kedonganan beserta lingkungannya menjadi cukup rapi, (c) kegiatan upacara yang berlangsung di Pantai Kedonganan terlaksana dengan baik tanpa masyarakat merasa terganggu oleh aktivitas kafe, (d) kelestarian lingkungan terjaga karena tidak ada lagi pengelola kafe yang membuang sampah ke laut, (e) tumbuh aktivitas kesenian (penari dan penabuh) yang mendukung operasional kafe, dan (f) meningkatnya pendidikan masyarakat karena kondisi ekonomi mereka membaik; (2) di bidang sosial ekonomi berupa: (a) kegiatan ekonomi masyarakat meningkat pesat, (b) adanya kontribusi pengelola kafe kepada *Desa Adat* Kedonganan, (c) tumbuh kegiatan ekonomi yang *related* dengan kafe seperti transportasi, *supplier*, pemain musik kawasan, (d) persaingan menjadi semakin sehat; (3) di bidang kepariwisataan, selain menikmati *seafood*, wisatawan dapat melakukan aktivitas berenang, *jogging*, *sun bathing*, *fishing*, fotografi, olah raga pantai dan kegiatan *outbound*.

Dari contoh-contoh yang merupakan bukti empiris tersebut, pengelolaan destinasi pariwisata berbasis masyarakat dengan muatan utama budaya lokal, menunjukkan semakin terbukanya ruang bagi masyarakat lokal dan muatan lokal (tradisi, norma, kearifan lokal, sumber daya pariwisata lokal, pranata sosial kemasyarakatan) untuk ikut mewarnai pengelolaan destinasi pariwisata atau pengelolaan kawasan yang ada dalam sebuah destinasi pariwisata. Dengan keterlibatan masyarakat lokal khususnya yang ada di destinasi pariwisata, dapat mempermudah melakukan kontrol terhadap berbagai hal yang terkait pengelolaan destinasi pariwisata.

Representasi keterlibatan masyarakat lokal dan kearifan lokal pada pengelolaan destinasi pariwisata, memerlukan antisipasi dari pemangku kepentingan khususnya dari sisi profesionalisme serta kompetensi. Bagi destinasi pariwisata yang sudah berkembang, profesionalisme dan kompetensi dalam pengelolaan destinasi pariwisata oleh masyarakat lokal bukan merupakan halangan. Namun bagi destinasi pariwisata yang baru berkembang ataupun bagi destinasi pariwisata yang masuk kategori rintisan awal, tentu pengelolaan oleh masyarakat lokal dapat menjadi persoalan tersendiri. Oleh karena itu diperlukan sinergi diantara pemangku kepentingan, untuk sedini mungkin mempersiapkan masyarakat lokal tidak saja dari sisi profesionalisme dan kompetensi, namun yang jauh lebih penting adalah masyarakat lokal dengan kondisi sosial budaya setempat mampu menjadi pengelola sekaligus tuan rumah yang baik bagi wisatawan. Oleh karena itu, implementasi *sapta pesona* di destinasi pariwisata merupakan suatu keharusan.

#### **D. PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN SUMBER DAYA DI DESTINASI PARIWISATA**

Pada masa lalu pengelolaan sumberdaya sering mendapatkan sorotan yakni fenomena termarginalkannya masyarakat lokal untuk memperoleh manfaat dari sumberdaya yang ada di destinasi pariwisata. Untuk itu, agar terjamin implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada destinasi pariwisata diperlukan upaya untuk

mengedepankan peran serta dan tanggungjawab masyarakat setempat. Masyarakat sebagai salah satu *stakeholders* harus dilibatkan dalam pengelolaan berbagai sumberdaya pariwisata di wilayah mereka. Menurut Ascherson (2000) masyarakat lokal memiliki hak azasi untuk menginterpretasikan dan mengelola sumberdaya yang mereka miliki. Lebih lanjut Neil Faulkner (2000) mengemukakan konsep yang disebut “*Democratic Archaeology from Below*”, yang pada dasarnya mengedepankan partisipasi masyarakat pada semua jenis dan tingkat pekerjaan. Kearifan lokal dan lembaga tradisional yang berkembang di masyarakat bersangkutan dalam pengelolaan sumberdaya harus tetap dipelihara dan dilibatkan. Pemerintah ataupun instansi yang berwenang berperan sebagai fasilitator dalam pengelolaan sumberdaya budaya yang ada di destinasi pariwisata.

Salah satu sumberdaya pariwisata yang ada di destinasi pariwisata dan mutlak mengedepankan pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaannya adalah sumber daya budaya (*cultural capital*), yang pada era global sudah masuk ke ranah industri budaya. Menurut Pitana (2006:255-256) industri budaya terjadi karena pariwisata budaya memanfaatkan berbagai aspek kebudayaan secara massal dalam suatu sistem produksi. Sistem produksi mencakup aspek produksi dan reproduksi, distribusi, dan atau pemasaran produk, dan konsumsi pada produk tersebut.

Kecenderungan pariwisata global adalah tumbuhkembangnya kesadaran wisatawan untuk mengkonsumsi warisan budaya masa lalu. Tujuannya adalah mencari identitas budaya sekaligus otentisitas. Upaya untuk memahami warisan budaya masa lalu (*cultural heritage*) tidak hanya dilakukan di wilayah negara sendiri, tetapi juga secara lintas negara. Warisan budaya masa lalu dianggap sebagai modal (*cultural capital*) dalam pengembangan pariwisata budaya (Richards, 1996). Dalam fenomena ini, terjadi interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal. Masyarakat lokal yang memiliki hambatan dalam berinteraksi dengan wisatawan (seperti hambatan *skill* dan *knowledge*) perlu diberikan sentuhan berupa pelatihan dan pendidikan sehingga mereka diharapkan menjadi berdaya untuk berinteraksi dengan

wisatawan, sekaligus memberikan peluang kepada mereka untuk mengambil manfaat dari interaksi dengan wisatawan tersebut.

<sup>28</sup> Daerah tujuan wisata (destinasi pariwisata) harus memiliki empat komponen, yaitu daya tarik (*attraction*), mudah dicapai karena adanya transportasi lokal dan terminal (*access*), tersedianya berbagai fasilitas seperti akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat perbelanjaan dan pelayanan lain (*amenities*), dan organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary services*) (Cooper dkk, 1995:81). Dalam kaitannya dengan pelayanan kepada wisatawan di destinasi pariwisata, maka keberadaan pranata sosial kemasyarakatan lokal perlu mendapat perhatian serius untuk dipergunakan. Hal ini sekaligus merupakan upaya untuk lebih memberdayakan masyarakat melalui pranata sosial kemasyarakatan lokal yang tumbuh dan berkembang di masyarakat.

Pasal 4, ayat 2 Kode Etik Pariwisata Dunia antara lain menyebutkan bahwa kegiatan dan kebijakan pariwisata wajib <sup>37</sup> diarahkan dalam rangka penghormatan terhadap warisan kekayaan seni, arkeologi dan budaya, yang harus dilindungi dan diserahkan kepada generasi penerus. Dalam Pasal 5, ayat 1, Kode Etik Pariwisata Dunia menyatakan bahwa <sup>37</sup> penduduk setempat harus diikutsertakan dalam kegiatan kepariwisataan dan secara adil menikmati keuntungan ekonomis, sosial, dan budaya yang mereka usahakan.

Sejalan dengan Kode Etik Pariwisata Dunia, ICOMOS (*International Council of Monument and Site*) pada sidangnya bulan Oktober 1999 telah mengadopsi *International Cultural Tourism Charter* tentang pengelolaan warisan budaya yang dimanfaatkan untuk kepentingan pariwisata sebagai berikut:

“Konservasi warisan budaya merupakan media atau sarana untuk melakukan pertukaran budaya antara wisatawan domestik maupun internasional dengan masyarakat lokal, dan pemahaman tentang warisan budaya haruslah menjadi prioritas pertama. Apabila terjadi konflik kepentingan antara wisatawan di satu sisi, dan masyarakat lokal di pihak lain, maka pengelolaan sumber daya budaya harus dilaksanakan secara berkelanjutan untuk kepentingan generasi kini maupun yang akan datang. Masyarakat lokal atau penduduk asli harus dilibatkan dalam

perencanaan konservasi dan pariwisata, serta konservasi dan pariwisata tersebut harus menguntungkan masyarakat lokal.”

Menurut Woodley (1992), masyarakat lokal memiliki sejumlah kendala dalam pengembangan kepariwisataan antara lain sebagai berikut: (1) masyarakat lokal sering kurang bahkan tidak mempunyai visi atau pemahaman tentang pengembangan pariwisata; (2) rendahnya minat (*interest*) dan kesadaran masyarakat lokal terhadap kepariwisataan, karena hal itu dianggap sesuatu yang berasal dari luar kebudayaan mereka; (3) kualitas sumber daya manusia yang dimiliki masyarakat lokal umumnya terbatas di bidang kepariwisataan; (4) kesenjangan budaya (*cultural barrier*) antara masyarakat lokal dengan wisatawan yang sering berbeda satu dengan lainnya; dan (5) faktor ekonomi dan investasi yang sangat menentukan dalam pengembangan industri pariwisata sering tidak dimiliki masyarakat lokal.

Untuk mengatasi berbagai kesenjangan antara wisatawan dengan masyarakat lokal, Reisinger (1997) menganjurkan beberapa hal yang harus ditempuh, antara lain: (1) masyarakat lokal harus diberikan pendidikan, pemahaman, dan apresiasi terhadap budaya asing/wisatawan; (2) sebaliknya, wisatawan harus diberikan informasi tentang budaya masyarakat lokal; (3) perlu adanya standarisasi internasional bila terjadi perbedaan kebudayaan antara masyarakat lokal dan wisatawan; dan (4) rasio wisatawan dengan masyarakat lokal harus dimonitor.

Pengembangan pariwisata nasional yang didasarkan atas transformasi dari ekonomi agraris menuju ekonomi jasa, memerlukan pemberdayaan masyarakat. Menurut Prasiasa (2010:366-367) pola-pola pemberdayaan yang dapat dilakukan antara lain sebagai berikut: (1) pola swadaya, kegiatan yang bertumpu pada masyarakat dengan segala hambatan dan kendalanya. Masyarakat melakukan pengumpulan dana secara bertahap yang berasal dari hasil kegiatan usaha yang dilakukan untuk dimanfaatkan dalam pengembangan usaha pariwisata; (2) pola kemitraan, merupakan bentuk kerjasama dengan memadukan unsur kekuatan (modal dalam skala besar) yang dimiliki oleh pengusaha besar dan menengah dengan unsur kemandirian dari wilayah setempat, baik sumber daya manusia maupun sumber daya

lainnya, dengan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat, dan saling menguntungkan; (3) pola pendampingan, merupakan pola pembinaan yang dilakukan oleh pihak-pihak seperti lembaga swadaya masyarakat, sepanjang masyarakat setempat belum memiliki kemampuan dan kemandirian.

Mengacu pada pola-pola pemberdayaan masyarakat di atas, maka arah pemberdayaan masyarakat lokal di destinasi pariwisata dapat ditujukan pada: (1) mendorong perkembangan usaha ekonomi produktif dan kreatif di bidang pariwisata, (2) terciptanya kesetaraan gender pada keterlibatan masyarakat lokal di destinasi pariwisata, (3) kemitraan yang kuat antar usaha di sektor pariwisata, (4) penyaluran hasil usaha masyarakat lokal yang semakin terbuka dan luas, (5) tumbuhnya lembaga perekonomian berbasis budaya lokal di destinasi pariwisata, (6) terciptanya iklim yang kondusif berdasarkan implementasi Sapta Pesona di destinasi pariwisata, dan (7) pada masyarakat tumbuh rasa cinta dan bangga terhadap tanah airnya, dan dengan kemampuan yang dimilikinya diharapkan mampu melaksanakan perjalanan wisata ke destinasi-destinasi pariwisata yang ada di Indonesia.

Dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 1999 tentang Otonomi Daerah, pola pembagian retribusi dari pengelolaan daya tarik wisata yang ada di suatu destinasi pariwisata menjadi sangat bervariasi. Sebagai contoh:

1. Kabupaten Badung (Bali) pengelolaan daya tarik wisata sepenuhnya dilakukan oleh masyarakat lokal. Retribusi serta pungutan yang diperoleh dari daya tarik wisata yang dikelola sepenuhnya diserahkan kepada masyarakat lokal yang mengelola daya tarik wisata tersebut.
2. Menurut hasil penelitian Palguna (2001:168-169) dan Laksmi (2003:190-191), pengelolaan Alas Kedaton dan Tanah Lot Kabupaten Tabanan (Bali) dilakukan secara kemitraan antara pemerintah, swasta dan lembaga *desa adat*. Aparat pemerintah Kabupaten Tabanan masih ikut dalam urusan pengelolaan Alas Kedaton dan Tanah Lot. Dengan demikian berarti kemandirian masyarakat tampaknya belum terwujud secara operasional dari kedua daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan tersebut.

3. Dominasi pemerintah daerah terhadap masyarakat lokal dalam pengelolaan daya tarik wisata yang berupa desa wisata juga ditunjukkan oleh hasil penelitian Prasiasa (2010:196) di Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan (Bali). Berdasarkan SK Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001, dari sisi pembagian hasil pungutan retribusi dan parkir masuk ke desa wisata, pendistribusiannya adalah sebagai berikut: petugas pemungut 20%, Pemerintah Kabupaten Tabanan 30%; Desa Dinas Jatiluwih (aparatus pemerintah di desa) 17,5%; *Desa Adat* Jatiluwih 19,5%; dan *Desa Adat* Gunungsari 13%. Pembagian seperti ini menunjukkan bahwa dominasi pemerintah terhadap masyarakat lokal masih kuat dalam hal pembagian hasil pungutan retribusi ke daya tarik wisata yang berupa desa wisata.
4. Mengacu pada Surat Keputusan Bupati Gianyar Nomor 10 Tahun 2003 dalam hal pengelolaan daya tarik wisata Goa Gajah di Kecamatan Blahbatuh Kabupaten Gianyar (Bali), pola pembagian retribusinya adalah sebagai berikut: masyarakat *pengempon* pura Goa Gajah memperoleh 21% dari hasil retribusi dan donasi setelah dipotong upah pungut petugas; masyarakat *Desa Adat* Bedulu memperoleh bagian 12,5%; kantor Badan Pelestarian Peninggalan Purbakala Bali, NTB, dan NTT memperoleh 2,5%; Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar memperoleh 60% dari penghasilan dipotong upah pungut petugas (Rawat, 2003:96).

Berdasarkan beberapa pola pembagian retribusi hasil pengelolaan daya tarik wisata di Kabupaten Badung, Kabupaten Tabanan, dan Kabupaten Gianyar tersebut di atas, menunjukkan bahwa tampaknya ada korelasi antara pola pembagian retribusi hasil pengelolaan daya tarik wisata dengan penentuan sektor-sektor yang diprioritaskan untuk menyumbangkan pendapatan terbesar terhadap **Pendapatan Asli Daerah (PAD)** dari masing-masing kabupaten/kota. Dengan demikian akan dapat terjadi pola-pola pembagian retribusi sebagai berikut: (1) kabupaten/kota yang mendistribusikan seluruhnya kepada masyarakat lokal hasil pendapatan dari retribusi masuk daya tarik wisata, (2) kabupaten/kota yang mendistribusikan sebagian (prosentase kabupaten/kota masih dominan) kepada masyarakat lokal hasil



pendapatan dari retribusi masuk daya tarik wisata, (3) ada kabupaten/kota yang mendistribusikan separuhnya (prosentase kabupaten/kota dan masyarakat lokal sama) hasil pendapatan dari retribusi masuk daya tarik wisata, dan (4) kabupaten/kota yang mendistribusikan sebagian besar (prosentase masyarakat lokal lebih dominan) hasil pendapatan dari retribusi masuk daya tarik wisata kepada masyarakat lokal.

Untuk dapat berperan dominan dalam pengelolaan daya tarik wisata di destinasi pariwisata, pemberdayaan adalah salah satu alternatifnya. Secara konseptual, pemberdayaan (*empowerment*) berasal dari kata ‘power’ (kekuasaan atau keberdayaan). Kekuasaan dikaitkan dengan kemampuan untuk membuat orang lain melakukan apa yang kita inginkan, terlepas dari keinginan dan minat mereka. Kekuasaan terkait dengan pengaruh dan kontrol, dengan demikian kekuasaan mengasumsikan sebagai sesuatu yang tidak berubah atau tidak dapat dirubah. Dengan demikian, pemberdayaan terkait kekuasaan dapat terjadi karena dua hal, yaitu (1) bahwa kekuasaan dapat berubah, jika kekuasaan tidak dapat berubah, pemberdayaan tidak mungkin terjadi dengan cara apapun; dan (2) bahwa kekuasaan dapat diperluas, ini berarti kekuasaan tidak statis melainkan dinamis.

Person (1994:112-113) menyatakan bahwa proses pemberdayaan umumnya dilakukan secara kolektif. Menurutnya, tidak ada literatur yang menyatakan pemberdayaan terjadi dalam relasi satu-lawan-satu. Meskipun cara seperti ini dapat meningkatkan rasa percaya diri klien, hal ini bukan strategi utama pemberdayaan. Dalam beberapa situasi, strategi pemberdayaan dapat saja dilakukan secara individual, meskipun pada gilirannya strategi ini pun tetap terkait dengan kolektivitas, dalam arti mengkaitkan klien dengan sumber atau sistem dari luar dirinya.

Pemberdayaan dapat dilakukan melalui tiga aras atau matra pemberdayaan (*empowerment setting*) yaitu aras mikro, mezzo, dan makro.

1. Aras Mikro. Pemberdayaan dilakukan secara individu melalui bimbingan, *stress management*, *crisis intervention*. Tujuannya adalah membimbing atau melatih klien dalam menjalankan tugas-tugas. Model ini sering disebut pendekatan berpusat pada tugas (*task centered approach*).

2. Aras Mezzo. Pemberdayaan dilakukan terhadap sekelompok klien. Pemberdayaan dilakukan dengan mempergunakan kelompok-kelompok sebagai media intervensi. Pendidikan, latihan, dan dinamika kelompok biasanya digunakan sebagai strategi untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, ketrampilan, dan sikap-sikap klien agar memiliki kemampuan memecahkan permasalahan yang dihadapi.
3. Aras Makro. Pendekatan ini disebut juga sebagai strategi sistem besar (*large-system strategy*), karena sasaran perubahan diarahkan pada sistem lingkungan yang lebih luas. Perencanaan kebijakan, pengorganisasian masyarakat, manajemen konflik, adalah beberapa strategi dalam pendekatan ini. Strategi sistem besar memandang klien memiliki kompetensi untuk memahami situasi mereka sendiri, dan memilih serta menentukan strategi yang tepat untuk bertindak.

Pencapaian tujuan pemberdayaan dapat dilakukan melalui penerapan pendekatan pemberdayaan masyarakat (Suharto, 1997:218-219) yang meliputi: pemungkinan, penguatan, perlindungan, penyokongan, dan pemeliharaan. Adapun uraiannya adalah sebagai berikut:

1. Pemungkinan: menciptakan suasana atau iklim yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal. Pemberdayaan harus mampu membebaskan masyarakat dari sekat-sekat kultural dan struktural yang menghambat.
2. Penguatan: memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya. Pemberdayaan harus mampu menumbuhkembangkan segenap kemampuan dan kepercayaan diri masyarakat yang menunjang kemandirian mereka.
3. Perlindungan: melindungi masyarakat terutama kelompok-kelompok yang lemah agar tidak tertindas dari kelompok kuat, menghindari terjadinya persaingan yang tidak seimbang (apalagi tidak sehat) antara yang kuat dengan yang lemah, dan mencegah terjadinya eksploitasi kelompok kuat terhadap kelompok lemah.

Pemberdayaan harus diarahkan pada penghapusan segala jenis diskriminasi dan dominasi yang tidak menguntungkan rakyat kecil.

4. Penyokongan: memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan peranan dan tugas-tugas kehidupannya. Pemberdayaan harus mampu menyokong masyarakat agar tidak terjatuh ke dalam keadaan dan posisi yang semakin lemah dan terpinggirkan.
5. Pemeliharaan: memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai kelompok dalam masyarakat. Pemberdayaan harus mampu menjamin keselarasan dan keseimbangan yang memungkinkan setiap orang memperoleh kesempatan berusaha.

Dari tataran konsep dan fakta (yang berupa hasil penelitian) seperti yang telah disajikan di atas termasuk kajian-kajian pariwisata yang telah dilakukan sebelumnya, terkait pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan sumber daya di destinasi pariwisata, nampaknya cenderung menempatkan masyarakat lokal sebagai pihak yang lemah. Sehingga terkesan masyarakatlah yang butuh pariwisata, bukan pariwisata yang butuh masyarakat. Kondisi ini secara objektif dapat terjadi karena dua penyebab, yaitu (1) Destinasi pariwisata cenderung berkembang karena adanya pendekatan *top-down*. Dengan pendekatan seperti ini, apapun produk yang akan dikembangkan memerlukan waktu yang lama dari perencanaan hingga operasional, sehingga begitu produk yang direncanakan tersebut digulirkan kebutuhan pasar sudah berubah; dan (2) Adanya faktor kekurangiapan masyarakat lokal dalam menyambut dan menerima program-program terkait destinasi pariwisata.

## **BAB IV**

### **DAMPAK SOSIAL BUDAYA DI DESTINASI PARIWISATA**

#### **A. DAMPAK SOSIAL BUDAYA**

Dampak merupakan akibat dari suatu proses yang terjadi dalam kurun waktu tertentu. Karena akibat dari suatu proses yang terjadi tersebut memiliki rentang waktu, maka dalam perjalanannya akibat tersebut dapat mengalami penolakan dan bahkan penerimaan. Jika yang terjadi penerimaan, maka berarti ada sikap penyesuaian (*adjustment*) yang dilakukan oleh salah satu pihak, namun jika yang terjadi penolakan berarti ada pihak yang tidak menghendaki masuknya unsur-unsur dari luar. Apapun hasilnya, yang jelas dampak tersebut selalu dibarengi dengan perubahan (*change*).

Sesuai dengan sifatnya, perubahan itu selalu meniadakan hal-hal lama dan diganti dengan hal-hal yang baru. Dengan demikian di kalangan masyarakat, jika sudah mengacu kepada hal-hal baru, maka akan sulit sekali untuk dikembalikan ke hal-hal yang lama. Kalaupun bisa diupayakan ke hal-hal lama, tidak sepenuhnya bisa berjalan karena terkait dengan ruang dan waktu. Lebih lanjut, perubahan tersebut ada yang dikehendaki dan ada juga yang tidak dikehendaki. Jika perubahan itu dikehendaki, dengan melalui proses perencanaan maka dampaknya dapat diprediksi dan biasanya lebih banyak bernilai positif. Namun jika perubahan tersebut tidak dikehendaki, maka perubahan itu akan menyisakan persoalan sosial.

Sosial-budaya selalu dikaitkan dengan masyarakat. Kehidupan sosial dipengaruhi oleh struktur sosial dan pranata sosial dalam konteks budaya. Oleh karena itu dalam sosial-budaya, ada norma dan nilai yang diyakini oleh masyarakat. Penegakan nilai dan norma yang berisi aturan-aturan dan kesepakatan-kesepakatan tersebut biasanya dilakukan oleh adat dari masyarakat yang bersangkutan. Selain adat, konteks sosial-budaya dapat juga dilihat dari ritual, tempat suci, pakaian, perilaku, serta pola pikir. Dengan demikian, dampak sosial-budaya sebagai akibat

interaksi masyarakat dengan pariwisata dapat dilihat dari unsur-unsur adat, ritual, tempat suci, pakaian, perilaku, serta pola pikir.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005:109) dampak pariwisata terhadap masyarakat di destinasi pariwisata dapat dikategorikan menjadi tiga, yaitu: (1) dampak terhadap sosial-ekonomi, (2) dampak terhadap sosial-budaya, dan (3) dampak terhadap lingkungan. Lebih lanjut menurut Pitana dan Gayatri (2005:115), dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial-budaya masyarakat sebenarnya tidak dapat dilihat dari satu faktor saja, melainkan meliputi banyak faktor yang ikut berperan dalam mengubah kondisi sosial-budaya tersebut, seperti: pendidikan, media massa, transportasi, komunikasi, maupun sektor-sektor pembangunan lainnya yang menjadi wahana dari perubahan sosial budaya, serta dinamika internal masyarakat itu sendiri. Dalam melihat dampak sosial budaya terhadap masyarakat setempat, masyarakat tidak dipandang sebagai sesuatu yang memadukan faktor-faktor yang bersifat internal secara keseluruhan (*internally totally integrated entity*), melainkan harus juga melihat faktor-faktor lain yang ada.

Di kalangan masyarakat, berkembang logika 'bola bilyard' yang mengasumsikan bahwa perubahan sosial-budaya terjadi karena adanya budaya luar yang dibawa oleh wisatawan menghantam budaya lokal yang ada di masyarakat. Logika masyarakat ini sejalan dengan asumsi Martin (1998:171) dalam Pitana dan Gayatri (2005:116) dengan tiga asumsinya sebagai berikut:

1. Perubahan terjadi sebagai akibat adanya intrusi dari luar, umumnya dari sistem sosial-budaya yang superordinat terhadap penerima yang lebih lemah.
2. Perubahan tersebut umumnya bersifat destruktif bagi budaya *indigenous* (lokal) yang menerimanya.
3. Perubahan tersebut akan membawa pada homogenisasi budaya, identitas etnik akan tenggelam dalam bayangan sistem industri dengan teknologi barat, birokrasi nasional dan internasional, *a consumer-oriented-economy* (ekonomi yang berorientasi pada konsumen), dan *jet-age lifestyles* (perubahan gaya hidup yang cepat).

Ketiga asumsi tersebut di atas memiliki kelemahan, karena kebudayaan masyarakat merupakan cerminan dari dinamika masyarakat yang cenderung berubah, atau menurut Burke (2001:178) kebudayaan sebagai sesuatu yang aktif dan bukan pasif dan menurut Kleden (2002) kebudayaan sebagai sesuatu yang dikonstruksi secara sosial.

Cohen (1984:236-266) secara teoretis<sup>4</sup> mengelompokkan dampak sosial-budaya menjadi sepuluh kelompok besar, yaitu:

1. Dampak terhadap keterkaitan dan keterlibatan antara masyarakat setempat dengan masyarakat yang lebih luas, termasuk tingkat ekonomi dan ketergantungannya.
2. Dampak terhadap hubungan interpersonal antara anggota masyarakat.
3. Dampak terhadap dasar-dasar organisasi/kelembagaan sosial.
4. Dampak terhadap migrasi dari dan ke daerah pariwisata.
5. Dampak terhadap ritme kehidupan sosial masyarakat.
6. Dampak terhadap pola pembagian kerja.
7. Dampak terhadap stratifikasi dan mobilitas sosial.
8. Dampak terhadap distribusi pengaruh dan kekuasaan.
9. Dampak terhadap meningkatnya penyimpangan-penyimpangan sosial.
10. Dampak terhadap bidang kesenian dan adat istiadat.

Selanjutnya, menurut Pizam dan Milman (1984) dalam Pitana dan Gayatri (2005:118)<sup>25</sup> mengklasifikasikan dampak sosial-budaya pariwisata atas enam, yaitu:

1. Dampak terhadap aspek demografis (jumlah penduduk, umur, perubahan piramida kependudukan).
2. Dampak terhadap mata pencaharian (perubahan pekerjaan, distribusi pekerjaan).
3. Dampak terhadap aspek budaya (tradisi, keagamaan, bahasa).
4. Dampak terhadap transformasi norma (nilai, moral, peranan seks).
5. Dampak terhadap modifikasi pola konsumsi (infrastruktur, komoditas), dan
6. Dampak terhadap lingkungan (polusi, kemacetan lalu lintas).

Dengan mengacu pada pengklasifikasian dampak sosial-budaya yang dilakukan oleh para ahli tersebut di atas, terkait dengan dampak sosial-budaya di

destinasi pariwisata akan diuraikan (1) dampak terhadap perubahan mata pencaharian, (2) dampak terhadap perubahan perilaku, (3) dampak terhadap perubahan adat dan tradisi, dan (4) konflik sosial di destinasi pariwisata.

## **B. DAMPAK TERHADAP PERUBAHAN MATA PENCAHARIAN PADA MASYARAKAT**

Berkembangnya suatu wilayah menjadi sebuah destinasi pariwisata sudah barang tentu akan menimbulkan suatu perubahan. Perubahan tersebut dapat terjadi pada seluruh aspek kehidupan masyarakat, salah satu di antaranya adalah perubahan mata pencaharian. Perubahan ini umumnya terjadi karena adanya keinginan dari masyarakat di destinasi pariwisata untuk merubah kondisi ekonominya, baik yang bersifat individu, keluarga, kelompok usaha ataupun kelompok masyarakat. Perubahan terhadap mata pencaharian tersebut dapat memposisikan pekerjaan di bidang pariwisata menjadi dua jenis, yaitu: (1) pekerjaan pokok atau pekerjaan utama, dan (2) pekerjaan sampingan. Jika posisi pekerjaan di bidang pariwisata tersebut sebagai “pekerjaan pokok” atau “pekerjaan utama”, maka masyarakat (secara individu atau kelompok) akan bekerja pada jenis-jenis pekerjaan yang terkait secara ‘langsung’ dengan pariwisata, seperti akomodasi, usaha perjalanan, usaha restoran, usaha daya tarik wisata. Namun apabila posisi pekerjaannya merupakan “pekerjaan sampingan”, maka masyarakat (secara individu atau kelompok) akan bekerja pada jenis-jenis pekerjaan yang terkait secara ‘tidak langsung’ dengan pariwisata akan tetapi pekerjaan tersebut mendukung pembangunan pariwisata, seperti petani sayur, peternak, nelayan, sopir taksi, kuli penggarap kebun, dan lain-lain.

Dari dua jenis pekerjaan di bidang pariwisata tersebut dan bila dikaitkan dengan posisi jenis pekerjaan terhadap pariwisata, maka dari sisi keterlibatan masyarakat pada berbagai jenis usaha di suatu destinasi pariwisata akan dapat digambarkan pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1 Analisis Keterlibatan Masyarakat di Destinasi Pariwisata

Langsung (pada Usaha Pariwisata)	Tidak Langsung (di luar Usaha Pariwisata)	
	Individu	Kelompok Masyarakat
1. Aktif	1. Aktif	1. Pasif
2. Bekerja secara langsung	2. Bekerja secara tidak langsung	2. Secara kolektif tidak bekerja
3. Sebagai pencari	3. Sebagai pencari	3. Sebagai penerima
4. Merupakan pekerjaan pokok dan utama	4. Pekerjaan sampingan	4. Memiliki atau tidak memiliki pekerjaan

Terkait dengan perubahan mata pencaharian masyarakat di destinasi, penelitian Dloyana Kusumah dkk. (2008:51) di Nias Selatan menunjukkan bahwa sebelum berkembang menjadi destinasi pariwisata, masyarakat desa-desa tradisional umumnya bermata pencaharian sebagai petani kebun dan ladang. Ketika mulai dikenal sebagai destinasi pariwisata, sebagian masyarakat mulai berusaha di bidang pariwisata, seperti membuat kerajinan tangan, berlatih tari perang, dan berlatih lompat batu untuk atraksi pariwisata. Meskipun demikian, usaha di bidang pariwisata masih bersifat mata pencaharian sampingan. Hal ini dikarenakan jumlah kunjungan wisatawan yang masih rendah karena keterbatasan sarana dan prasarana transportasi, sehingga belum dapat dipergunakan sebagai sandaran hidup.

Seiring dengan perjalanan waktu, dengan semakin dikenalnya Nias Selatan sebagai destinasi pariwisata, juga berdampak terhadap perubahan mata pencaharian, perubahan perilaku serta perubahan adat-istiadat dan tradisi (Dloyana Kusumah dkk., 2008:55-66). Perubahan mata pencaharian terhadap masyarakat Nias Selatan adalah sebagai berikut:

1. Berkaitan dengan hubungan antar desa, terjadi persaingan antar desa untuk menunjukkan desanya sebagai desa yang paling memiliki potensi budaya. Diantara desa-desa tradisional, Desa Bawomataluwo adalah yang paling dikenal dan paling sering dikunjungi wisatawan. Hal ini dikarenakan tinggalkan budaya yang dimiliki paling lengkap dari desa-desa lainnya, mulai dari rumah adat,



patung-patung megalitik, maupun eksistensi struktur sosial masyarakatnya. Bahkan *omo sebua* yang terdapat di Desa Bawomataluwo adalah yang terbesar dibandingkan dengan *omo sebua* di desa-desa lain. Dari sejarah perkembangannya, masih terdapat desa-desa lain yang berumur lebih tua dari Desa Bawomataluwo. Hal ini menimbulkan perasaan “kalah bersaing” dari warga desa lain. Kondisi ini menimbulkan prasangka-prasangka negatif untuk menjatuhkan warga Desa Bawomataluwo di mata wisatawan. Pekerjaan utama masyarakat sebagai petani, dengan berkembangnya destinasi di Nias Selatan, masyarakatnya memiliki pekerja sampingan sebagai pembuat kerajinan dan penari Tari Perang serta Lompat Batu.

2. Pada kasus rumah adat Woloan, awalnya usaha penjualan rumah adat bukan merupakan mata pencaharian utama, karena mata pencaharian utama mereka adalah pertanian. Ketika mulai dikenal sebagai destinasi pariwisata pada tahun 1980-an, sedikit demi sedikit masyarakat mulai beralih menjadikan usaha pembuatan rumah adat sebagai mata pencaharian utama. Bidang usaha pertanian tidak ditinggalkan. Mereka tetap meluangkan waktu untuk bekerja di ladang pertanian dan kebun. Waktu yang disepakati adalah hari Minggu dan Senin, pada hari-hari tersebut mereka tidak melakukan aktivitas pembuatan rumah adat.
3. Pada kasus kompleks Mera Waruga di Kelurahan Woloan I, tidak terjadi perubahan mata pencaharian utama pada masyarakat. Masyarakat tetap bermata pencaharian di bidang pertanian. Hal ini ditandai dengan tidak adanya aktivitas usaha masyarakat di bidang pariwisata, seperti: penjualan *souvenir* atau menjadi pemandu wisata. Hal ini dikarenakan kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata ini relatif sedikit, terutama hanya ketika ada *event* pertunjukan kesenian di amphiteater.
4. Perubahan mata pencaharian dari nelayan tradisional ke usaha dan jasa pariwisata tampak terlihat pada masyarakat di Taman Laut Nasional Bunaken. Setelah berkembang menjadi destinasi pariwisata, masyarakat sekitar banyak yang beralih profesi menjadi pengusaha penyewaan perahu, penyewaan alat-alat selam

(*snorkling*), penjualan *souvenir*, pembuatan kerajinan dari kerang dan bambu. Keberadaan *cottage*, *resort* dan restoran di Pulau Bunaken mampu menampung 80% pegawai dari masyarakat sekitar Bunaken terutama dari generasi muda. Sebagian masyarakat sekitar Bunaken juga sebagai pegawai di lembaga-lembaga pengelola Taman Laut Nasional Bunaken (*Bunaken Local Tourism Association*), Dewan Pengelola Taman Laut Nasional Bunaken (DPTLNB), Pusat Informasi Bunaken, dan LSM domestik dan asing. Pekerjaan sebagai nelayan tetap mereka kerjakan di luar jam kerja sebagai pegawai, dengan tujuan untuk menambah penghasilan.

5. Di Pantai Malalayang, masyarakat tetap bermata pencaharian sebagai nelayan. Sedangkan usaha-usaha di sektor pariwisata, seperti penyewaan sepeda air, berjualan boneka pelampung, berjualan makanan, dan lain-lain, hanya sebagai mata pencaharian sampingan. Hal ini tidak terlepas dari kondisi Pantai Malalayang yang hanya ramai setiap hari Minggu dan hari libur nasional.
6. Masyarakat Sumaru Endo, semula bermata pencaharian sebagai petani ladang dan nelayan Danau Tondano. Setelah berkembang menjadi destinasi pariwisata, sebagian masyarakat terutama generasi tua menjadikan usaha di sektor pariwisata sebagai pekerjaan sampingan, antara lain dengan berjualan di area wisata Sumaru Endo. Sebagian masyarakat yang bermata pencaharian sebagai nelayan danau mengembangkan tambak/keramba di tepian danau untuk membudidayakan ikan. Hasil panennya kemudian dijual ke restoran-restoran yang banyak terdapat di sepanjang tepi danau. Sementara itu generasi mudanya bekerja sebagai pegawai di PT. Sky Connection, perusahaan yang mengelola destinasi pariwisata Sumaru Endo.
7. Pada destinasi pariwisata Bukit Kasih Kanonang, masyarakat tetap tidak meninggalkan mata pencaharian utama mereka sebagai petani. Mata pencaharian di sektor pariwisata hanya dijadikan sebagai pekerjaan sampingan yaitu sebagai pedagang. Hal ini dikarenakan destinasi ini hanya ramai di hari Minggu dan hari libur nasional.

Uraian di atas secara ringkas dapat disajikan seperti tabel berikut ini:

**Tabel 4.2** Dampak Pengembangan Destinasi Pariwisata terhadap Perubahan Mata Pencaharian Masyarakat Nias Selatan

Destinasi Pariwisata	Mata Pencaharian Sebelumnya	Mata Pencaharian Sektor Pariwisata	Sifat Mata Pencaharian Sektor Pariwisata	Keterangan
Desa Tradisional Nias Selatan	Petani	Membuat kerajinan, Tari Perang, dan Lompat Batu	Sampingan	Jumlah wisatawan sedikit
Rumah Adat Woloan	Petani	Usaha pembuatan rumah adat	Utama	Pesanan meningkat
Mera Waruga	Petani	-	-	Jumlah wisatawan sedikit
Taman Laut Nasional Bunaken (TLNB)	Nelayan	1. Pengusaha penyewaan perahu, dan alat selam 2. Penjual <i>souvenir</i> 3. Menjadi karyawan lembaga pengelola TLNB 4. Menjadi karyawan <i>resort, cottages</i> dan restoran	Sampingan  Sampingan Utama  Utama	Jumlah wisatawan banyak
Pantai Malalayang	Nelayan	Penjual makanan, penjual pelampung, dan penyewaan sepeda air serta ban	Sampingan	Ramai pada hari Minggu dan Libur Nasional
Sumaru Endo	Petani, dan Nelayan Danau	1. Berjualan 2. Usaha Tambak 3. Pegawai Sumaru Endo	Sampingan Utama Utama	Jumlah wisatawan banyak
Bukit Kasih Kanonang	Petani	Berjualan	Sampingan	Ramai pada hari Minggu dan Libur Nasional

Sumber: Dloyana Kusumah dkk. (2008:58)

### C. DAMPAK TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU PADA MASYARAKAT

Perubahan perilaku masyarakat di destinasi pariwisata Nias Selatan menurut Dloyana Kusumah dkk. (2008:59-62) disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah karena pengaruh dari masyarakat, sedangkan faktor eksternal adalah pengaruh dari perilaku wisatawan yang datang ke Nias Selatan. Perubahan perilaku yang terjadi antara lain:

1. Timbul sikap memaksa dari masyarakat kepada wisatawan untuk membeli hasil-hasil kerajinan dan menyaksikan kemampuan lompat batu dengan tarif yang tinggi. Hal ini dipicu oleh sedikitnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke desa-desa tradisional Nias Selatan dan terbatasnya lapangan pekerjaan di bidang pertanian. Masyarakat yang tidak tertampung bekerja di bidang pertanian terpaksa menganggur, dan satu-satunya jalan untuk memperoleh penghasilan adalah menawarkan jasa atau barang dagangan secara paksa kepada wisatawan.
2. Pada masyarakat di destinasi wisata pembuatan rumah adat Woloan tidak terjadi perubahan perilaku masyarakat. Etika dan moral mereka masih cukup kuat. Hal ini karena interaksi wisatawan dengan masyarakat tidak terlalu intens, karena waktu kunjungan yang relatif singkat. Kontrol sosial yang kuat dari masyarakat dan gereja membuat perilaku masyarakat masih terjaga.
3. Masyarakat yang tinggal di Mera Waruga mengalami perubahan perilaku orientasi nilai, yaitu dari *social oriented* ke *money oriented*. Hal ini dipicu oleh tindakan Yayasan Manasarang dan Pakasaan Tombulu yang mengganti rugi *waruga* yang akan direlokasi di dalam kompleks Mera Waruga. Masyarakat melihat hal ini sebagai kesempatan untuk memperoleh uang dalam jumlah besar, yakni dengan meminta ganti rugi *waruga* yang ada di tanah ladang miliknya dengan harga tinggi.
4. Masyarakat di Taman Laut Nasional Bunaken yang berprofesi sebagai pramuwisata banyak yang mengubah gaya penampilannya dengan meniru penampilan wisatawan mancanegara, seperti: rambut dicat, telinga/hidung

ditindik, tato pada tubuh, gaya bicara dan cara berpakaian. Selain itu timbul perkawinan antar bangsa, terutama wanita setempat dengan pria mancanegara. Pengaruh perilaku wisatawan terhadap masyarakat di sekitar Taman Laut Nasional Bunaken cukup kuat karena intensitas interaksi cukup mendalam dan cukup lama. LSM dan NGO juga berperan penting merubah perilaku masyarakat, antara lain tumbuh kesadaran akan pelestarian lingkungan dan menjaga taman laut pada seluruh lapisan masyarakat di Pulau Bunaken dan sekitarnya.

5. Masyarakat di sekitar Pantai Malalayang, tidak mengalami perubahan perilaku akibat pariwisata. Namun pada malam hari pantai sering digunakan oleh mudamudi yang berasal dari luar wilayah setempat untuk berpacaran. Kondisi ini juga dipicu karena pantai tersebut berlokasi di tepi jalan raya Manado-Tombariri.
6. Di daerah Sumaru Endo, perubahan perilaku boleh dikatakan tidak tampak. Namun dahulu pernah terjadi gangguan keamanan dan kenyamanan pengunjung yang dilakukan oleh pemuda desa setempat. Wujud gangguan tersebut antara lain <sup>53</sup> meminta uang secara paksa kepada wisatawan dan mabuk-mabukan. Hal ini disebabkan karena pemuda desa tersebut tidak diberikan kesempatan bekerja di destinasi pariwisata Sumaru Endo. Setelah mereka diberi kesempatan bekerja, gangguan tersebut sudah tidak terjadi lagi.
7. Pada destinasi pariwisata Bukit Kasih Kononang, perubahan perilaku masyarakat juga tidak tampak. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh jarak yang jauh dengan rumah-rumah penduduk. Selain itu, sifat destinasi yang lebih mengarah pada bentuk wisata religi, ditandai dengan keberadaan Gereja Bukit Sion dan tempat-tempat ibadah umat beragama lainnya.

Dari uraian perubahan perilaku di atas, dapat dikemukakan bahwa faktor eksternal tidak akan berpengaruh kepada perubahan perilaku apabila intensitas interaksi antara masyarakat dengan wisatawan tidak mendalam, seperti pada kasus destinasi Rumah Adat Woloan, Pantai Malalayang, dan Bukit Kasih Kanonang. Sebaliknya perubahan perilaku yang dipicu oleh faktor internal akan tampak, walaupun sebenarnya intensitas interaksi dengan wisatawan tidak terlalu mendalam, seperti yang terjadi

pada masyarakat di destinasi pariwisata desa-desa tradisional Nias Selatan, Mera Waruga, dan Sumaru Endo. Sedangkan pada kasus Taman Laut Nasional Bunaken, faktor eksternal memang terjadi karena intensitas interaksi yang mendalam antara wisatawan dengan masyarakat sekitar destinasi.

Secara ringkas perubahan perilaku masyarakat di destinasi pariwisata Nias Selatan adalah seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.3 Dampak Pengembangan Destinasi Pariwisata terhadap Perubahan Perilaku Masyarakat Nias Selatan

Destinasi Pariwisata	Bentuk Perubahan Perilaku	Faktor Pencetus Perubahan Perilaku
Desa Tradisional Nias Selatan	Tindakan pemaksaan terhadap wisatawan untuk membeli hasil kerajinan	1. Sedikitnya wisatawan yang datang berkunjung sehingga pemasukan tidak ada 2. Terbatasnya lapangan kerja di bidang pertanian
Rumah Adat Woloan	Tidak ada perubahan perilaku	1. Interaksi dengan wisatawan terbatas 2. Ada kontrol sosial dari masyarakat dan gereja
Mera Waruga	Perubahan orientasi nilai dari <i>social oriented</i> ke <i>money oriented</i>	Upaya Yayasan Manasarang dan Pakasaan memberi ganti rugi dipandang sebagai kesempatan untuk meraup keuntungan pribadi
Taman Laut Nasional Bunaken (TLNB)	1. Perilaku pramuwisata meniru penampilan wisatawan mancanegara 2. Perkawinan antara penduduk lokal dengan wisatawan 3. Timbul kesadaran melestarikan lingkungan dan menjaga taman laut	1. Intensitas interaksi antara wisatawan dengan pramuwisata tinggi 2. Pemikiran ke depan untuk kesinambungan daya tarik wisata dan penyuluhan LSM serta NGO
Pantai Malalayang	Pemanfaatan pantai untuk tempat berpacaran oleh orang luar	Lokasi pantai yang terbuka dan di tepi jalan raya
Sumaru Endo	Melakukan tindakan yang mengganggu keamanan dan kenyamanan wisatawan	Pemuda desa tidak tertampung dalam lapangan pekerjaan di destinasi pariwisata
Bukit Kasih Kanonang	Tidak ada perubahan perilaku	1. Lokasi destinasi yang jauh dari pemukiman 2. Merupakan tempat wisata relegi

Sumber: Dloyana Kusumah dkk. (2008:62)

#### **D. DAMPAK TERHADAP PERUBAHAN ADAT DAN TRADISI PADA MASYARAKAT**

Menurut Dloyana Kusumah dkk. (2008:63), perubahan adat dan tradisi di Nias Selatan dapat terjadi baik sebelum destinasi pariwisata tersebut berkembang maupun setelah berkembang. Jika perubahan tersebut terjadi sebelum berkembangnya destinasi Nias Selatan, maka pariwisata tidak bisa dianggap faktor penyebabnya. Perubahan adat istiadat dan tradisi yang terjadi menurut Dloyanah Kusumah dkk. (2008:63-66) adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat desa-desa tradisional di Nias Selatan, jauh sebelum berkembang destinasi pariwisata, masyarakat telah melupakan nilai-nilai dari tinggalkan budayanya. Perubahan tersebut tidak dipicu perkembangan destinasi pariwisata, melainkan akibat masuknya agama Katholik dan Kristen Protestan. Masuknya kedua agama ini menyebabkan kepercayaan asli Nias hanya dianggap sebagai kepercayaan animisme dan dinamisme justru oleh masyarakatnya sendiri. Demikian kuatnya pengaruh kedua agama itu, hingga kepercayaan asli mereka tinggalkan, dan pada saat itu sudah tidak ada lagi tokoh masyarakat yang mampu menjelaskan nilai-nilai sakral yang terkandung dalam batu-batu megalitik yang ada di sekitar rumahnya. Tradisi megalitik mengalami degradasi jauh sebelum berkembang menjadi destinasi pariwisata. Hal ini berimplikasi semakin langkanya penyelenggaraan upacara-upacara adat.
2. Pada masyarakat pembuat rumah adat Woloan, Sulawesi Utara, setelah berkembang sebagai destinasi pariwisata, tradisi *mapalus* (bergotong royong) menjadi hilang. Sebelumnya, masyarakat masih saling membantu dalam membangun rumah adat tanpa mendapat imbalan jasa. Namun tradisi ini sekarang ditinggalkan karena masyarakat sekarang memilih bekerja dengan mendapat upah harian.
3. Pada masyarakat di sekitar kompleks Mera Waruga, tradisi melestarikan waruga sebagaiinggalan budaya nenek moyangnya, telah lama hilang sebelum kompleks tersebut dikenal sebagai destinasi pariwisata. Hal ini dipicu oleh masuknya agama

Kristen dan Protestan, yang menggantikan kepercayaan asli Minahasa. Kegiatan yang dilakukan oleh Yayasan Manasarang dan Pakasaan Tombulu mengumpulkan *waruga-waruga* yang ada di kebun dan lahan penduduk tidak lain adalah dalam upaya melestarikaninggalan budaya tersebut, walaupun mendapat tentangan dari tokoh agama, tokoh adat, dan sebagian aparat pemerintah. Mereka khawatir upaya pelestarian tersebut akan menghidupkan kembali kepercayaan asli Minahasa.

4. Pada masyarakat di sekitar Taman Laut Nasional Bunaken, perkembangan destinasi pariwisata justru menghidupkan kembali tradisi-tradisi lama, bahkan memunculkan adat dan tradisi baru, seperti: tradisi Sapu Laut, olah raga tradisional Baku Dukung, lomba memasak makanan tradisional, lomba perahu, dan lain-lain. Tradisi tersebut dikemas dalam *calender of event* yang disebut Festival Pantai Manado. Festival tersebut dirintis oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Manado sejak tahun 2011.
5. Masyarakat di Pantai Malalayang tampaknya tidak mengalami perubahan terhadap adat dan tradisi. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh tidak digunakannya pantai sebagai tempat penyelenggaraan adat dan tradisinya.
6. Destinasi Sumaru Endo, di tepi Danau Tondano, keberadaan tempat wisata ini justru mendorong terjadinya penguatan adat dan tradisi, yang ditandai dengan semakin semaraknya aktivitas kesenian tradisional yang ditampilkan. Semua aktivitas kesenian tradisional diatur dalam *calendar of event* yang diprakarsai oleh pengelola Sumaru Endo. Masyarakat yang terlibat umumnya dari generasi muda.
7. Bukit Kasih Kanonang yang bernuansa relegi, tampaknya justru tidak menunjukkan perubahan adat dan tradisi. Hal ini disebabkan oleh lokasi yang jauh dari pemukiman penduduk dan tidak digunakan untuk kegiatan adat dan tradisi masyarakat.

Adapun dampak destinasi pariwisata terhadap perubahan adat dan tradisi masyarakat Nias Selatan secara ringkas dapat disajikan seperti tabel berikut ini:



Tabel 4.4 Dampak Pengembangan Destinasi Pariwisata terhadap Perubahan Adat dan Tradisi Masyarakat Nias Selatan

Destinasi Pariwisata	Bentuk Perubahan Adat dan Tradisi	Faktor Penyebab Perubahan	Waktu Perubahan
Desa Tradisional Nias Selatan	Hilangnya tradisi megalitik	Masuknya agama Kristen dan Katholik	Sebelum menjadi destinasi
Rumah Adat Woloan	Hilangnya tradisi <i>mapalus</i> (gotong royong)	Masyarakat memilih bekerja dengan upah harian	Setelah menjadi destinasi
Mera Waruga	Masyarakat tidak melestarikan <i>waruga</i>	Masuknya agama Kristen dan Katholik	Sebelum menjadi destinasi
Taman Laut Nasional Bunaken (TLNB)	Hidup kembalinya tradisi lama dan munculnya tradisi baru	Keberadaan Festival Pantai Manado	Setelah menjadi destinasi
Pantai Malalayang	Tidak ada perubahan	-	-
Sumaru Endo	Penguatan adat dan tradisi, khususnya yang berkaitan dengan kesenian	Keberadaan <i>calendar of event</i> yang diprakarsai oleh pengelola Sumaru Endo	Setelah menjadi destinasi
Bukit Kasih Kanonang	Tidak ada perubahan	-	-

Sumber: Dloyana Kusumah dkk. (2008:66)

## E. KONFLIK SOSIAL DI DESTINASI PARIWISATA

Dalam pengelolaan destinasi pariwisata, seringkali diantara para pihak yang terlibat timbul konflik sosial. Terkait dengan konflik sosial di destinasi pariwisata, berikut ini disajikan dua buah hasil penelitian yaitu (1) konflik sosial di Desa Wisata Jatiluwi yang merupakan hasil penelitian Prasiasa (2010), dan (2) konflik sosial di Nias Selatan yang merupakan hasil penelitian Dloyana Kusumah dkk. (2008).

### Konflik Sosial di Desa Wisata Jatiluwi

Penyajian difokuskan pada konflik kepentingan yang terjadi diantara masyarakat, pengusaha pariwisata, dan pemilik kekuasaan di desa wisata. Desa wisata

menurut WTO merupakan salah satu bentuk *community based tourism* di destinasi pariwisata.

Bali sebagai destinasi pariwisata dengan julukan "Pulau Seribu Pura", akhir-akhir ini banyak mendapat perhatian terkait dengan menjamurnya pembangunan fasilitas kepariwisataan pada radius kesucian pura. Pembangunan fasilitas kepariwisataan berupa akomodasi pada radius kesucian pura menimbulkan konflik situs sakral atau tempat suci (*sacred site*). Dalam edisi Juni 1995, *Inside Indonesia* pernah menurunkan artikel berjudul *Letter from a Sacred Site*. Begitu juga laporan Warren (1993) yang berjudul *Whose Tourism? Balinese Fight back*, menyatakan bahwa situs sakral dan tempat suci merupakan sumber paling mutakhir dari konflik.

Pembangunan akomodasi yang berupa "Vila Petali" merupakan bagian dari pengembangan Desa Wisata Jatiluwih menimbulkan konflik tentang kawasan suci. Meminjam gagasan Verhaar (1999) telah terjadi vilanisasi di zona suci pura dan tidak bisa dianggap sebagai suatu perilaku yang spontanitas atau replektual, melainkan suatu tindakan sosial yang bisa diposisikan sebagai tanda atau teks sosial yang mencerminkan suatu ideologi yang ada di baliknya. Konflik tersebut terjadi karena pembangunan vila berada pada kawasan pura *dang kahyangan*. Konflik tersebut berkembang menjadi konflik kepentingan, hegemoni, serta menimbulkan perlawanan masyarakat. Perlawanan masyarakat tersebut dilatarbelakangi oleh upaya untuk mengamankan radius kesucian pura serta penegakan pelaksanaan *trihita karana* di desa wisata. Menurut Habermas (2006), masyarakat desa ini dapat digolongkan sebagai masyarakat yang tidak terjebak oleh logika komodifikasi yang rasionalitas instrumental.

Pembangunan "Vila Petali" tidak bisa dilepaskan dari pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata. Untuk memberikan gambaran keterkaitan antara pembangunan "Vila Petali" dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, berikut ini diuraikan rencana pengembangannya.

Pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata pada tahun 1992 berawal dari keinginan untuk menjadikan pariwisata sebagai sektor andalan (*leading sector*)

serta menjadi alternatif wisata sesuai tren pasar pada Pelita V (1989-1994). Dalam hal ini orientasi pilihan wisatawan pada hotel besar dan modern sesuai dengan standar dan norma internasional telah banyak bergeser. Pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata direncanakan menghasilkan produk berupa keseluruhan suasana pedesaan yang asli, baik alam dan panoramanya maupun kehidupan sosial-budaya masyarakatnya. Komponen produknya adalah: (1) akomodasi, yaitu rumah penduduk yang dijadikan fasilitas sejenis *homestay* dengan peningkatan fasilitas, sanitasi, dan hygiene; (2) makanan dan minuman (dilayani oleh penduduk sendiri, baik secara unit keluarga maupun secara kolektif dengan aksentuasi makanan setempat); (3) atraksi berupa perjalanan melihat suasana keseharian, pengolahan sawah/ladang/pekerjaan, dan kesenian rakyat di desa setempat; (4) cenderamata berupa kerajinan penduduk setempat yang unik dengan mempergunakan bahan-bahan setempat (Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknis Desa Wisata Terpadu di Bali, 1992:1-2).

Secara substansial, penanganan tata ruang dari rencana detail teknis desa wisata ini mempergunakan beberapa konsep sebagai berikut: (1) desa wisata direncanakan bukan sebagai atraksi wisata (semata-mata menjadikan manusia dan lingkungan desa sebagai objek museum untuk ditonton dan dinikmati), melainkan sebagai bentuk pemanfaatan usaha pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat; (2) desa wisata dilihat sebagai sebuah sel hidup yang terkait dengan jaringan yang lebih besar dan mempunyai berbagai elemen yang tidak boleh ditinggalkan; sebagai sebuah sel, desa harus dijaga kemandiriannya dan memiliki batas-batas pertumbuhan dan perkembangan; dan (3) setiap perkembangan dan program pembangunan yang akan direncanakan terhadap desa akan ditolokkan terhadap berbagai sistem norma, adat, dan budaya setempat (Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknis Desa Wisata Terpadu di Bali, 1992:9).

Berdasarkan rencana pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tersebut serta adanya Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Provinsi Bali Nomor 15 Tahun 1988 tentang 15 Kawasan Wisata di Bali dan ditambah dengan keluarnya Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Provinsi Bali Nomor 528 Tahun

1993 yang menetapkan 21 Kawasan Wisata di Bali, yakni merupakan embrio masuknya pemodal besar ke Bali. Penetapan kawasan wisata di atas merupakan fenomena pengembangan pariwisata yang bersifat menyebar (*dispersed development*) dengan salah kawasan sebagai pusat penyebaran wisatawan.

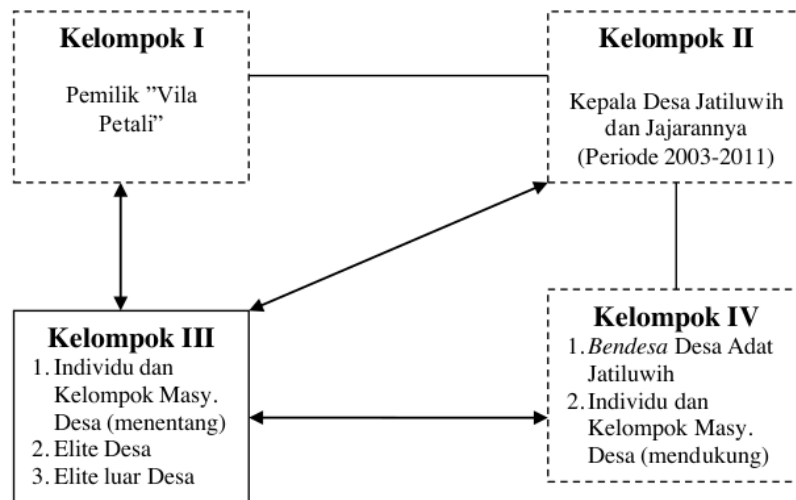
Melalui rencana pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata serta adanya Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Provinsi Bali Nomor 15 Tahun 1988 tentang 15 Kawasan Wisata di Bali dan ditambah dengan keluarnya Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Provinsi Bali Nomor 528 Tahun 1993 yang menetapkan 21 Kawasan Wisata di Bali, juga berdampak pada iklim investasi di Desa Wisata Jatiluwih. Dalam hal ini, Surya dkk. (2005:30) menyebutkan bahwa dengan direncanakannya Desa Jatiluwih sebagai desa wisata, pada proses selanjutnya pemerintah Kabupaten Tabanan mengundang investor untuk membuka usaha di Jatiluwih, yang berarti pula pembebasan tanah dan pengusuran terhadap beberapa rumah penduduk.

Dengan adanya kedua Surat Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Provinsi Bali di atas, rencana pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata serta undangan pemerintah Kabupaten Tabanan kepada investor untuk membuka usaha di Desa Jatiluwih merupakan iklim yang dimanfaatkan oleh pengusaha pariwisata untuk membangun vila di sebelah utara Pura Luhur Petali. Pembangunan fisik vila dimulai sekitar tahun 2001, berawal dari dibelinya sebidang tanah di tengah hutan milik salah seorang warga yang tinggal di Dusun Jatiluwih Kawan. Proses jual beli tanah tersebut terjadi sekitar tahun 1990-an dan bersamaan dengan rencana pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata.

Dalam pembangunan fisik "Vila Petali" selanjutnya, pembangunan tersebut banyak ditentang oleh masyarakat Desa Jatiluwih, termasuk oleh Kepala Desa Jatiluwih periode tahun 1999-2003. Namun, upaya yang dilakukan oleh masyarakat serta Kepala Desa Jatiluwih periode tahun 1999-2003 tersebut tidak dilanjutkan oleh Kepala Desa Jatiluwih periode tahun 2003-2007 dan tahun 2007-2011. Dengan tidak adanya kesamaan pandangan terhadap rencana pengembangan Desa Wisata Jatiluwih

antara perencana, masyarakat, dan pengusaha pariwisata, maka pembangunan vila tersebut menimbulkan konflik, seperti Gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1 Pihak-Pihak yang Berkonflik Terkait Pembangunan "Vila Petali"



Keterangan:  $\longleftrightarrow$  Ada Konflik     $\text{—}$  Tidak ada Konflik  
   Dalam satu Kelompok

Berdasarkan Gambar 4.1, konflik kepentingan yang terjadi terkait pembangunan "Vila Petali" melibatkan empat kelompok, masing-masing sebagai berikut: (1) Kelompok I adalah pemilik "Vila Petali"; (2) Kelompok II adalah Kepala Desa Jatiluwih dengan jajarannya; (3) Kelompok III terdiri atas individu dan kelompok masyarakat di Desa Jatiluwih (menentang), elite masyarakat Desa Jatiluwih, elite luar desa yang ada di Kabupaten Tabanan; (4) Kelompok IV terdiri Bendesa Desa Adat Jatiluwih, individu, dan kelompok masyarakat desa setempat (mendukung).

Dari empat kelompok yang berkonflik, jika disederhanakan hanya terdiri atas dua group saja, yaitu Group I terdiri atas (1) pemilik "Vila Petali", (2) Kepala Desa Jatiluwih dengan jajarannya pada periode tahun 2003-2011, (3) *Bendesa* Desa Adat Jatiluwih (Periode Jabatan 2007-2011), dan (4) individu dan kelompok masyarakat desa setempat (yang mendukung "Vila Petali"). Selanjutnya, Group II terdiri atas (1) individu dan kelompok masyarakat di Desa Jatiluwih (yang menentang "Vila Petali"), (2) elite masyarakat Desa Jatiluwih, dan (3) elite luar desa dari Kabupaten Tabanan.

Terkait dengan konflik yang terjadi, salah seorang anggota masyarakat desa setempat menyatakan bahwa mereka tidak menerima kalau desanya rusak dengan kehadiran pariwisata. Sudah jelas-jelas sebuah bangunan berada dan melanggar kesucian pura, toh masih diteruskan pembangunannya. Mereka betul-betul tidak mengerti dengan sikap yang lebih berpihak kepada pengusaha pariwisata daripada masyarakatnya sendiri, termasuk sikap yang membiarkan terjadinya pencemaran budaya, membuat kotor (*leteh*) pura di desa tersebut (wawancara dengan Wayan Sumiata tanggal 17 September 2008).

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa terdapat anggota masyarakat yang merasakan kekecewaan terhadap pembangunan pariwisata, karena menimbulkan penodaan terhadap kesucian pura serta pelanggaran-pelanggaran lainnya. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakcocokan antarmasyarakat. Ketidakcocokan ini merupakan salah satu sumber konflik, baik antarmasyarakat maupun antara masyarakat dengan pemilik kekuasaan. Lebih lanjut fenomena tersebut juga menunjukkan bahwa perlawanan masyarakat murni membela radius kesucian pura dan tidak diikuti oleh nuansa ekonomi sehingga meneguhkan tesis Warren (1993) yang menyatakan bahwa situs sakral (*sacred area*) merupakan sumber paling mutakhir dari konflik. Selain itu, keberpihakan kepada pengusaha pariwisata sejalan dengan pandangan Hoogendijk (1996) yang menyatakan bahwa negara tergantung pada ekonomi pasar untuk memperoleh pendapatan dan oleh karena itu negara lebih menjadi pelayan bagi pemodal daripada bekerja untuk masyarakat dan kepentingan umum.

Dalam kaitan ini karena hegemoni terjadi antara masyarakat dengan pemilik kekuasaan, maka fokus kajian selanjutnya adalah masyarakat dan pemilik kekuasaan. Sesuai dengan Gambar 4.1, maka "masyarakat" melingkupi mereka yang menentang "Vila Petali", sedangkan "pemilik kekuasaan" melingkupi Kepala Desa Jatiluwih periode tahun 2003-2011 bersama-sama dengan jajarannya serta masyarakat yang mendukung keberadaan "Vila Petali". Pemilik vila dimasukkan ke dalam "pemilik kekuasaan" karena kepentingan pemilik vila sebagai pengusaha dilindungi oleh "pemilik kekuasaan". Oleh karena itu, untuk selanjutnya, pemakaian kata "masyarakat" dan "pemilik kekuasaan" berarti sudah melingkupi batasan di atas.

Hegemoni pemilik kekuasaan dan perlawanan masyarakat dalam pembangunan "Vila Petali" terjadi karena adanya konflik kepentingan antara masyarakat Desa Wisata Jatiluwih di satu pihak dengan pemilik kekuasaan yang membela pengusaha pariwisata di pihak lain. Pengembangan desa wisata di Desa Jatiluwih juga menimbulkan dampak, antara lain dilirikinya tanah-tanah untuk membangun fasilitas pendukung desa wisata. Dalam hal ini tidak dapat disangkal, ternyata tempat yang tinggi dan merupakan hutan serta berada pada radius kesucian pura juga dilirik oleh pengusaha. Tanah yang seharusnya dilindungi oleh petani ternyata berhasil dikuasai oleh pengusaha pariwisata. Setelah dikuasai, dibangunlah vila pada tanah tersebut. Keberhasilan pembangunan "Vila Petali" di tengah hutan yang berada pada radius kawasan suci menunjukkan adanya <sup>100</sup>kepentingan-kepentingan yang saling berbeda di antara para pihak yang terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Dilihat dari kepentingan yang ada dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, kepentingan masyarakat didukung oleh elite desa dan elite luar desa dari Kabupaten Tabanan murni untuk mempertahankan wilayahnya agar terhindar dari dampak negatif akibat pariwisata. Namun kepentingan pemilik kekuasaan menyatu dengan kepentingan pengusaha pariwisata, yang lebih banyak bersifat ekonomi kapitalistik. Sehubungan dengan hal ini, menurut Sirtha (2001:4), bentuk-bentuk perlawanan masyarakat lokal terhadap pembangunan industri pariwisata yang tidak

memperhatikan lingkungan dan nilai budaya masyarakat, yakni (1) pembatalan pembangunan proyek wisata yang mengganggu kelestarian lingkungan; (2) pengalihan pengelolaan kawasan wisata dari suatu lembaga formal kepada *desa adat*; dan (3) kesepakatan *desa adat* dengan industri pariwisata yang saling menguntungkan dalam mengelola aset potensi kepariwisataan. Konflik kepentingan dan perlawanan masyarakat dalam pembangunan "Vila Petali" disajikan pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.5** Konflik Kepentingan yang Menyebabkan Terjadinya Hegemoni dan Perlawanan Masyarakat dalam Pembangunan "Vila Petali"

	Pihak yang Konflik	
	Masyarakat Desa Wisata Jatiluwih	Pemilik Kekuasaan
Sumber/Alasan Konflik	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mempertahankan kesucian pura sesuai <i>bhisama</i></li> <li>2. Melanggar <i>trihita karana</i></li> <li>3. Bertentangan dengan <i>trimandala</i></li> <li>4. Melindungi sumber daya alam dan lingkungan yang perlu dilestarikan</li> </ol>	Pengembangan Desa Wisata Jatiluwih perlu diikuti dengan pembangunan fasilitas pendukungnya, di samping untuk kesejahteraan masyarakat dan penyerapan tenaga kerja
Pendapat mengenai Alasan Lawan Konflik	Pembangunan fasilitas pendukung desa wisata diperlukan, tetapi tetap harus menghormati <i>trihita karana</i> serta hal-hal lain terkait agar pura tidak <i>leteh</i>	Pembelian tanah sudah sah, dan pada waktu proses jual beli aparat desa sudah mengetahui
Bentuk Tindakan terhadap Lawan Konflik	Perlawanan terhadap pemilik kekuasaan dan pengusaha "Vila Petali"	Hegemoni terhadap masyarakat
Pendukung atau yang Didukung	Elite luar desa, terutama yang tinggal di Kabupaten Tabanan	Pengusaha "Vila Petali" dan pemilik kekuasaan

Sumber: Prasiasa (2010)

Pada Tabel 4.5 di atas terlihat adanya perbedaan kepentingan dari komponen yang terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, yaitu masyarakat (dimensi budaya), pengusaha pariwisata (dimensi ekonomi), dan pemilik kekuasaan (dimensi



politik). Konflik kepentingan sebenarnya terjadi antara masyarakat dengan pengusaha pariwisata, tetapi karena apa yang menjadi keinginan pengusaha "Vila Petali" difasilitasi oleh pemilik kekuasaan akibat kekuasaan politik yang dimilikinya, maka pemilik kekuasaan ikut terlibat dalam konflik kepentingan. Seharusnya pemilik kekuasaan membela kepentingan masyarakat, tetapi yang terjadi sebaliknya sehingga perlawanan yang timbul adalah perlawanan masyarakat terhadap pemilik kekuasaan yang menyatu dengan pengusaha "Vila Petali".

Fenomena di atas sejalan dengan pendapat Bagus (2004:262) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata yang bersifat (desa wisata) memerlukan tanah. Lebih lanjut, menurut Bagus, tanah di Bali memiliki posisi sentral terkait dengan berbagai aspek kehidupan bermasyarakat, seperti: adat, agama, dan kekerabatan. Hubungan yang rumit tersebut dalam kenyataannya tidak sedikit menimbulkan gangguan berupa konflik, ketegangan antarkeluarga, keluarga dengan desa, keluarga dengan pemilik kekuasaan, dan sudah tentu melibatkan pengusaha pariwisata. Untuk yang terakhir ini mendapatkan dukungan dari pemerintah sehingga konflik tersebut tidak mudah dipecahkan, dan bahkan menimbulkan ketegangan serta konfrontasi, di samping pengorbanan berupa tenaga, dana, dan waktu.

Mengingat lokasi tempat dibangunnya "Vila Petali" berada pada area radius kesucian Pura Luhur Petali, maka permasalahan yang timbul juga terkait dengan adat dan agama. Di samping itu, karena pembangunan "Vila Petali" berada di tengah hutan, dalam hal ini hutan sebagai tempat penyerapan air tanah, maka pembangunan tersebut akan dapat mempengaruhi ketersediaan air tanah. Jika ketersediaan air tanah terganggu, maka dapat mengancam sawah-sawah, ternak-ternak, serta semua kehidupan yang mengandalkan sumber air dari hutan di Desa Wisata Jatiluwih.

Meskipun terdapat kebijakan untuk mendorong pembangunan fasilitas-fasilitas kepariwisataan dalam rangka pengembangan pariwisata, selayaknya kebijakan tersebut diwaspadai. Apalagi Provinsi Bali sudah memiliki Perda Nomor 3 Tahun 1991 tentang Pariwisata Budaya dan Perda Nomor 4 Tahun 1996 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Daerah Tingkat I Bali, yang kemudian diganti dengan

<sup>64</sup> Perda Nomor 3 Tahun 2005 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Bali. Pembangunan vila yang berada di tengah-tengah hutan jelas-jelas bertentangan dengan kedua Perda tersebut.

Dari sisi Perda <sup>64</sup> tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Bali, pembangunan "Vila Petali" yang berada di tengah hutan sebelah utara Pura Luhur Petali, yakni merupakan bagian dari kawasan hutan yang mendapatkan perlindungan. Sebagai kawasan hutan berfungsi memberikan perlindungan kepada kawasan sekitarnya ataupun di bawahnya, di samping <sup>86</sup> sebagai pengatur tata air, pencegahan banjir dan erosi, serta pemeliharaan kesuburan tanah. Selanjutnya, dari sisi Perda tentang Pariwisata Budaya, <sup>51</sup> penyelenggaraan pariwisata budaya dilaksanakan berdasarkan azas manfaat usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, percaya pada diri sendiri dan perikehidupan keseimbangan, keserasian, serta keselarasan yang berpedoman pada falsafah *trihita karana*. Pelanggaran berupa pembangunan vila di tengah hutan dari sisi *trihita karana* dapat mengganggu keseimbangan hubungan antara manusia dengan lingkungannya (*palemahan*) sehingga akhirnya akan merugikan manusia, mengingat alam/lingkungan tidak bisa dikuasai.

Pada kurun waktu tahun 2001 hingga tahun 2005, masyarakat terus melakukan perlawanan, meskipun terkadang terdengar nyaring dan terkadang sayup-sayup. Namun, bara api tetap menyala, menginginkan "Vila Petali" dibongkar (meskipun sampai sekarang belum dibongkar). Perlawanan dilakukan karena (1) tempat dibangunnya vila berada di tengah hutan sehingga dapat mengganggu kelestarian hutan sebagai sumber air; (2) tempat dibangunnya vila tersebut berada pada kawasan suci, apalagi di bawah bangunan vila terdapat *beji* Pura Bujangga, di samping dekat dengan Pura Luhur Petali; (3) pembangunan vila tersebut belum memiliki izin. Atas dasar itulah masyarakat setempat melakukan perlawanan, dengan dorongan utama melindungi pura-pura di desa setempat agar kesucian tidak tercemar. Apalagi masyarakat setempat meyakini bahwa hutan merupakan suatu tempat yang suci sehingga apa pun akan mereka lakukan untuk mempertahankan kesucian wilayah pura, termasuk kesucian hutan.

Terkait dengan adanya keinginan untuk membongkar vila tersebut, sebagian besar masyarakat yang menginginkan kawasan sekitar pura *dang kahyangan* tidak tercemar, mendukung pembongkaran vila tersebut. Dalam hal ini, salah satu masyarakat yang mendukung pembongkaran tersebut yang juga salah satu pemuka masyarakat dan mantan Pengurus Badan Pertimbangan Desa (BPD) Desa Jatiluwih menyatakan sebagai berikut:

*"Masyarakat deriki sampun keweh pisan minabdabin sane nuenang vilane sane megenah ring utare Pura Luhur Petali. Sane pinih ageng dados unteng pikayunan masyarakat iriki tuah asiki, mangda vilane punika kebongkar, sawireh ngerauhang leteh tur nenten wenang wenten jadmasekadi lanang istri sane sampun merabian megenah ring tengahing wana sane kesuciang, tur ngungkulin beji pura iriki."*

Artinya:

Masyarakat di desa ini (Desa Jatiluwih) sudah sukar sekali memberitahu pemilik vila yang berada di sebelah utara Pura Luhur Petali. Yang menjadi inti pemikiran masyarakat disini hanya satu, supaya vila ini dibongkar, sebab menimbulkan kotor dan tidak benar ada pasangan suami istri tinggal di tengah hutan yang disucikan, dan berada di atas sumber air pura disini (wawancara dengan Nyoman Utama pada tanggal 24 Juni 2008).

Ungkapan di atas merupakan cerminan kuatnya pemahaman masyarakat setempat terhadap ideologi *trihita karana*, sehingga pura-pura yang ada di sekitar desa setempat, terlebih-lebih Pura Luhur Petali sebagai pura *dang kahyangan*, betul-betul dijaga kesuciannya. Adapun vila yang berlokasi di tengah hutan dan dikenal sebagai "Vila Petali", serta banyak menuai protes dari masyarakat terkait kesucian Pura Luhur Petali ditunjukkan oleh Gambar 4.2 berikut ini:

Gambar 4.2 Hutan Lokasi "Vila Petali" di Desa Wisata Jatiluwih



Dokumen: Koleksi Pribadi (2008)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa keberatan masyarakat terhadap pembangunan di tengah hutan (seperti pembangunan "Vila Petali") dapat dilihat dari dua aspek, yaitu aspek religius, dalam hal ini terkait dengan matra *parhyangan*; dan aspek duniawi terkait dengan matra *palemahan*. Dari sisi matra *palemahan*, jika dikaitkan dengan konsep politik lingkungan (*political ecology*), Bryant et al. (1993) menyatakan bahwa pengaruh perubahan lingkungan jarang yang netral sehingga banyak masyarakat menderita akibat ketidaksamaan sosio-ekonomik.

Untuk memberikan gambaran yang rinci tentang konflik dalam pembangunan "Vila Petali", dilakukan penelusuran melalui dua cara. (1) Secara internal, yang meliputi (a) penelusuran dari atas, dimaksudkan sebagai upaya untuk menemukan informasi terkait dengan keberadaan bangunan "Vila Petali" dengan cara mencari informasi langsung kepada aparat desa, pengurus *Desa Adat* Jatiluwih, serta dari agamawan desa setempat; (b) penelusuran dari bawah, yaitu dengan cara mendatangi masyarakat, tokoh-tokoh masyarakat (termasuk elite masyarakat desa) guna mencari informasi terkait pembangunan vila tersebut. (2) Secara eksternal, yang meliputi

penelusuran terhadap berita-berita di media massa, dalam hal ini penelusuran untuk mencari berita di koran lokal *Bali Post*.

Hasilnya, secara internal, khususnya pada penelusuran dari atas, hampir dapat dikatakan tidak mendapatkan informasi apa-apa, dan kalau pun ada hanyalah informasi lisan yang kurang jelas. Namun, pada saat melakukan penelusuran dari bawah, banyak informasi yang didapatkan dari masyarakat setempat, utamanya dari elite desa setempat yang memang menentang keberadaan "Vila Petali". Informasi yang diperoleh, baik secara lisan maupun berupa surat-surat yang terkait pembangunan vila tersebut, kasus "rumah contoh" serta surat-surat terkait kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan. Dalam kaitan ini, secara eksternal, diperoleh guntingan berita dari koran lokal *Bali Post*.

Adapun pokok-pokok terpenting isi masing-masing dokumen yang terkait dengan pembangunan "Vila Petali" sebagai berikut:

1. Pada tanggal 14 Januari 2002 Kepala Desa Jatiluwih mengeluarkan surat Nomor 660.1/13/DJ perihal pemberitahuan kepada pengusaha "Vila Petali" agar mengurus surat izin bangunan sesuai peruntukan dan menghentikan pembangunan sebelum surat izin selesai.
2. Karena Camat Penebel menerima tembusan surat sesuai point 1, maka Camat Penebel mengirim surat kepada Bupati Tabanan dengan Nomor 300/068/Trantib tanggal 22 Januari 2002 perihal pemberitahuan kepada Bupati Tabanan bahwa bangunan "Vila Petali" itu belum memiliki Izin Mendirikan Bangunan (IMB), di samping berpengaruh kepada kesucian pura serta kemungkinan besar dapat merusak hutan penyangga yang mengakibatkan kerugian bagi orang banyak.
3. Bupati Tabanan mengirim surat kepada pengusaha "Vila Petali". Surat Bupati Tabanan Nomor 593.3/440/T.Pem tanggal 8 Februari 2002, yang isinya "Vila Petali" merupakan suatu pelanggaran, karena belum dilandasi dengan Rekomendasi Prinsip Lokasi, Izin Lokasi, dan Izin Mendirikan Bangunan serta lokasi bangunan berdekatan dengan Pura Luhur Petali dan Pura Rsi Bujangga.

4. Tanggal 2 Desember 2002 keluar surat dari Bupati Tabanan kepada pengusaha "Vila Petali" Nomor 300/1088/KBL. Trantib berupa PERINGATAN I (Pertama). Intinya agar pemilik vila dengan kesadaran sendiri untuk membongkar bangunan tersebut dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari sejak diterimanya surat peringatan.
5. Surat Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Kabupaten Tabanan Nomor 172/1773/DPRD perihal Rekomendasi yang isinya agar Bupati Tabanan menindak tegas pemilik vila.
6. Tanggal 19 Desember 2002 keluar surat dari Bupati Tabanan kepada pengusaha "Vila Petali", Nomor 300/1309/KBL. Trantib berupa PERINGATAN II (Kedua). Intinya diperintahkan kepada pemilik vila agar selambat-lambatnya dalam jangka waktu 7 (tujuh) hari terhitung dari sejak surat diterima, bangunan tersebut sudah dibongkar, dan apabila pemilik tidak mengindahkan maka pembongkaran akan dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan.
7. Tanggal 31 Desember 2002 keluar surat dari Bupati Tabanan kepada pengusaha "Vila Petali", Nomor 300/1376/KBL. Trantib berupa PERINGATAN III (Ketiga). Intinya sekali lagi diperingatkan agar selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari terhitung sejak surat diterima agar membongkar bangunan tersebut dan apabila tetap tidak mengindahkan, maka pembongkaran akan dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan.

Meskipun perlawanan masyarakat dari tahun 2001 hingga keluarnya Surat Peringatan III dari Bupati Tabanan Nomor 300/1376/KBL. Trantib belum berhasil, tetapi masyarakat tidak pernah menyerah. Di sela-sela sunyi senyapnya perlawanan masyarakat untuk menentang dan menuntut agar "Vila Petali" dibongkar, keluarlah surat dari *Bendesa Desa Adat Jatiluwih* periode tahun 2003-2007 dengan Nomor 134/DAJ/XI/04 tanggal 26 November 2004. Surat tersebut ditujukan kepada Kepala Dinas Kehutanan Tabanan. Latar belakang surat itu dibuat karena ada kecurigaan dari yang bersangkutan terhadap Dinas Kehutanan Tabanan, kalau-kalau pengusaha "Vila Petali" mendapat rekomendasi dalam membangun vila di tengah hutan, yang banyak dipermasalahkan oleh masyarakat Desa Wisata Jatiluwih.

Kepala Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan melalui suratnya Nomor 522/509/DISHUT tanggal 23 Desember 2005 (sebagai jawaban atas surat *Bendesa Desa Adat* Jatiluwih Nomor 134/DAJ/XI/04 tanggal 26 November 2004) menyatakan penjelasan bahwa belum pernah memberikan rekomendasi apa pun terhadap pemanfaatan di sekitar situs/kawasan suci Pura Luhur Petali, kecuali menyangkut pembangunan di bidang kehutanan.

Dengan terus munculnya pihak-pihak yang berjuang untuk melawan pembangunan "Vila Petali" di kawasan suci Pura Luhur Petali, khususnya yang dimotori oleh elite desa, yakni menunjukkan bahwa hegemoni yang terjadi tidak mencapai seluruh lapisan masyarakat. Hal ini karena ada upaya untuk mempertentangkan terus substansi dari konflik kepentingan yang timbul pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Fenomena ini menunjukkan keterpecahan masyarakat dalam melakukan kontra-hegemoni.

Dalam posisi negara sebagai penghegemoni, sebenarnya negara menurut Hegel (dalam Budiman, 1996:5) menjadi agen sejarah untuk membantu manusia yang sekarang berproses menjadi manusia yang sempurna di kemudian hari. Keinginan negara adalah keinginan umum untuk kebaikan semua orang. Namun, apa yang dikemukakan Hegel tersebut selalu dipertentangkan (dalam kaitan pariwisata dapat menyejahterakan masyarakat serta mempertahankan budaya dan adat) sehingga ada sekelompok masyarakat yang terhegemoni dan ada juga sekelompok masyarakat yang tidak terhegemoni. Hal ini sesuai dengan kebaruan pemikiran Gramsci (dalam Jackson, 1992) bahwa hegemoni tidak pernah secara utuh dicapai dalam masyarakat dan hegemoni terus dipertentangkan.

Walaupun mendapatkan Surat Peringatan sebanyak tiga kali dari Bupati Tabanan (Surat Bupati Tabanan Nomor 300/1088/KBL.Trantib, Nomor 300/1309/KBL.Trantib, dan Nomor 300/1376/KBL/Trantib), rupanya pengusaha "Vila Petali" dengan dukungan aparat Desa Jatiluwih dan intelektual tradisional terus melanjutkan pembangunannya. Berlanjutnya pembangunan vila tersebut, di samping sebagai cermin *life service* berupa pengeluaran peringatan-peringatan, juga sebagai

cermin kuatnya hegemoni pemilik kekuasaan sekaligus merupakan pengingkaran janji pemilik kekuasaan yang menyatakan akan membongkar vila tersebut pada Juni 2002 (Bali Post, 17 Mei 2002). Padahal eksekusi vila tersebut sudah mendapatkan dukungan dari intelektual tradisional di sekitar Pura Luhur Petali, seperti: dari *Pengemong* Pura Manik Selaka, *Pengemong* Pura Rsi, dan dari *Paruman Saba Desa Pakraman* se-Kecamatan Penebel. Namun demikian, vila tersebut masih berdiri dengan kokohnya. Adapun vila tersebut seperti Gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3 "Vila Petali" (Tampak Samping)



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Vila Petali setiap harinya dihuni oleh dua orang, merupakan suami istri, dan bertugas menjaga, merawat, serta mengoperasikan vila bila ada yang menginap. Terkait dengan keberadaan vila tersebut, menurut salah seorang pegawainya mengatakan sebagai berikut "saya senang tinggal di vila karena dapat hidup tenang, dan bisa menikmati keindahan Kabupaten Tabanan dari atas vila".

Dalam pembangunan "Vila Petali", konflik kepentingan dan hegemoni adalah masalah kepemimpinan yang tidak memihak kepada masyarakat, yang dampaknya tercermin pada hubungan antara masyarakat dengan pemilik kekuasaan.



Kepemimpinan saat itu tidak memperhatikan aspirasi masyarakat desa setempat dan berakibat pada tidak terselesaikannya kasus "Vila Petali". Kasus tersebut sempat menjadi sumber konflik diantara para pihak yang mempunyai kepentingan.

Perlawanan masyarakat terhadap keberadaan "Vila Petali" terus dilakukan oleh elite desa dan didukung oleh elite luar desa dari Kabupaten Tabanan. Perlawanan yang dilakukan berorientasi kepada terciptanya produk yang berupa peraturan untuk mengatur pembangunan berbagai fasilitas yang kemungkinan akan berkembang dengan keberadaan Desa Wisata Jatiluwih.

Perjuangan elite desa beserta elit luar desa boleh dikatakan berhasil. Keberhasilan tersebut ditandai dengan keluarnya Peraturan Bupati Tabanan Nomor 9 Tahun 2005 tentang Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) Kawasan Pelestarian Alam dan Budaya Jatiluwih, ditetapkan oleh Pejabat Bupati Tabanan pada tanggal 16 Mei 2005. Dalam hal ini RDTR tersebut berlaku selama sepuluh tahun dari tahun 2005 hingga tahun 2014 (Bab III, Pasal 8 Peraturan Bupati Tabanan Nomor 9 Tahun 2005).

Munculnya RDTR Kawasan Pelestarian Alam dan Budaya Jatiluwih sesuai Peraturan Bupati Tabanan Nomor 9 Tahun 2005 merupakan usaha pemerintah untuk mengambil hati masyarakat setempat beserta elite desa serta elite luar desa yang seakan-akan membela kepentingan masyarakat desa setempat. Namun sejatinya, keluarnya RDTR tersebut tidak lebih dari adanya usaha untuk mengulur-ulur waktu terhadap keberadaan "Vila Petali". Oleh karena hingga kini (enam tahun sejak pemberlakuan RDTR tersebut) belum ada implementasi yang jelas dari RDTR tersebut, khususnya terkait dengan bangunan di sekitar kawasan suci serta bangunan lainnya yang melanggar Perda tentang RDTR.

Mungutip Baudrillard yang mengacu pada pandangan Bourdieu (dalam Dwipayana, 2004:53-82) menyatakan bahwa sesungguhnya *desa adat* berada di tengah-tengah medan kekuasaan (*the field of power*). Medan kekuasaan tersebut tercipta dalam serangkaian pertarungan kekuasaan (*power game*), yang melibatkan berbagai macam aktor dan struktur, yakni dari tingkat lokal hingga global. Pertarungan kekuasaan itu mengambil berbagai bentuk, yakni dari yang terbuka

(vulgar) sampai bentuk yang tersembunyi (laten). Dalam bentuknya yang terbuka, pertarungan kekuasaan itu berupa konflik yang terjadi pada teritorial *desa adat*, dengan melibatkan tidak saja aktor-aktor domestik, tetapi juga entitas politik lokal. Pertarungan kekuasaan yang tersembunyi dapat dibaca dari adanya pertarungan diskursif dalam berbagai tema, antara lain tema-tema pembangunan yang bersifat global seperti pembangunan berkelanjutan dan pembangunan berbasis masyarakat.

Dalam hal ini Dwipayana (2000:105-132) berpandangan bahwa *desa adat* adalah *kalangan* bagi konflik kuasa dari dua ranah. *Pertama*, konflik di lingkup *desa adat*, yang meliputi konflik antara individu versus *desa adat*, seperti ditunjukkan oleh kasus *kesepekan*, pertarungan antar *dadia*. *Kedua*, konflik di *desa adat* yang melibatkan kekuatan eksternal, seperti pemerintah, investor, termasuk konflik akibat persaingan antarpartai politik atau yang paling mutakhir adalah kompetisi dalam pemilihan wakil rakyat dan pemilihan kepala daerah.

Sejalan dengan Dwipayana, Desa Jatiluwih dan *Desa Adat* Jatiluwih sendiri menjadi kancah dan tempat kekuasaan sehingga menjadi tempat pertarungan kuasa, aktor, dan struktur. Pertarungan kekuasaan tersebut mengambil bentuk konflik kepentingan (terbuka) dan hegemoni (tersembunyi). Dalam konflik yang terjadi tidak saja melibatkan antara individu dengan *desa adat*, tetapi juga melibatkan pihak eksternal, dalam hal ini pemilik kekuasaan, pengusaha vila, dan elite luar desa dari Kabupaten Tabanan yang menentang keberadaan "Vila Petali". Elite luar desa inilah yang memfasilitasi perjuangan elite desa dan kelompok masyarakat yang menentang keberadaan "Vila Petali". Elite luar desa dari Kabupaten Tabanan ini menjadi tempat menyampaikan keluhan karena masyarakat sudah mengalami kebuntuan apabila berurusan dengan lembaga formal dan nonformal yang ada di desa setempat. Dengan adanya bantuan elite luar desa, terutama yang berasal dari Kabupaten Tabanan, membuat perjuangan masyarakat untuk menegakkan kesucian wilayah pura menjadi semakin berkembang dan semakin 'nyaring' menyuarakan keinginan masyarakat setempat yang tidak rela kesucian puranya terganggu.

### Konflik Sosial di Destinasi Pariwisata Nias Selatan

Perkembangan destinasi pariwisata diharapkan mampu mendorong dan mempercepat perbaikan ekonomi masyarakat di sekitar destinasi pariwisata. Namun dalam kenyataannya, perkembangan destinasi pariwisata tersebut ternyata dapat memunculkan konflik sosial baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Berdasarkan hasil penelitian Dloyana Kusumah dkk. (2008), destinasi pariwisata Nias Selatan dalam perkembangannya juga menimbulkan konflik sosial. Adapun konflik sosial yang ditimbulkan seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.6 Konflik Sosial di Destinasi Pariwisata Nias Selatan

Destinasi Pariwisata	Konflik Sosial yang Terjadi	Faktor Pencetus Konflik Sosial
Desa Tradisional Nias Selatan	Terjadinya gempa bumi tahun 2004 dan 2005 beberapa LSM memberikan pembinaan dan pelatihan pembuatan kerajinan, namun kesulitan dalam pemasaran	Sulitnya prasarana dan sarana untuk memasarkan
Rumah Adat Woloan	Persaingan antar desa	Desa Bawomataluwo paling banyak dikunjungi wisatawan
	Persaingan harga untuk memperebutkan pelanggan	Tidak ada lembaga atau koperasi yang mengatur dan membagi rata penjualan rumah adat
	Persaingan memperebutkan tukang	Hilangnya etika untuk menghargai pengusaha yang telah memakai tukang terlebih dahulu
Mera Waruga	Penentangan upaya pelestarian yang dilakukan Yayasan Manasarang dan Pakasaan Tombulu	Kekhawatiran akan kembalinya kepercayaan asli Minahasa sebelum masuknya agama Kristen
Taman Laut Nasional Bunaken (TLNB)	Konflik antar beberapa pelaku usaha pariwisata karena melanggar kesepakatan	Keinginan untuk memperoleh keuntungan pribadi tanpa mempertimbangkan kerugian bagi orang lain
Pantai Malalayang	Konflik antar pelaku usaha dengan oknum pemerintah tentang bantuan fasilitas pariwisata	Oknum pemerintah memanfaatkan bantuan tersebut untuk menarik kutipan dari masyarakat
Sumaru Endo	Terjadi gangguan keamanan dan kenyamanan oleh pemuda desa	Para pemuda desa tidak diberikan kesempatan untuk bekerja di Sumaru Endo
	Sebagian penjual mengeluhkan sepi pengunjung di lokasi yang baru	Lokasi berjualan yang baru dianggap terlalu jauh dari pusat tempat berwisata
Bukit Kasih	Terjadi penyimpangan	Iuran bersifat sukarela, sehingga besarnya

Kanonang	kesepakatan bagi hasil antara pengelola GMIM Desa Kanonang dengan Badan Pengelola Bukit Kasih Kanonang	pendapaatn dari wisatawan yang berkunjung tidak tercatat
----------	--	--

Sumber: Dloyana Kusumah dkk. (2008:70-71)

Berdasarkan uraian pada Tabel 4.6, secara umum faktor penyebab terjadinya konflik sosial di destinasi pariwisata Nias Selatan adalah disebabkan oleh: sarana dan prasarana (sulitnya sarana dan prasarana pemasaran), jumlah kunjungan wisatawan (perbedaan jumlah wisatawan yang berkunjung ke masing-masing desa di Nias Selatan), kelembagaan di destinasi pariwisata (tidak adanya kelembagaan untuk mengatur secara adil penjualan rumah adat), etika (saling membajak tenaga kerja antar pengusaha), relegiusitas (kekhawatiran kembalinya kepercayaan animisme dan dinamisme), ekonomi (keinginan memperoleh keuntungan pribadi), oknum pemerintah (keterlibatan oknum pemerintah dalam menarik kutipan dari masyarakat dengan dalih membayar setoran untuk mengangsur sepeda air di Pantai Malalayang, padahal sepeda air tersebut merupakan hibah), letak geografis (lokasi berjualan masyarakat setelah direlokasi terlalu jauh dengan tempat wisata), dan transparansi (iuran dari wisatawan tidak tercatat).

Dari uraian pada Tabel 4.6 dapat dikemukakan bahwa para pihak yang terlibat dalam konflik sosial di destinasi pariwisata Nias Selatan yaitu masyarakat, pengusaha pariwisata dan pemerintah melalui oknumnya. Konflik sosial tersebut terjadi antara masyarakat dengan masyarakat, masyarakat dengan pemerintah, masyarakat dengan pengusaha pariwisata, dan pemerintah dengan pengusaha pariwisata.

Jika konflik sosial yang terjadi di Desa Wisata Jatiluwih (Tabel 4.5) dibandingkan dengan konflik sosial yang terjadi di destinasi pariwisata Nias Selatan (Tabel 4.6), berdasarkan faktor penyebabnya dapat dikemukakan seperti tabel berikut ini:

Tabel 4.7 Perbandingan Konflik Sosial antara Desa Wisata Jatiluwih dengan Konflik Sosial Nias Selatan Berdasarkan Faktor Penyebabnya

No.	Faktor Penyebab Konflik di Destinasi Pariwisata	Lokasi Konflik	
		Desa Wisata Jatiluwih	Nias Selatan
1.	Sarana dan prasarana	X (pembangunan “Vila Petali” untuk sarana akomodasi)	X (Sarana dan prasarana pemasaran sulit)
2.	Jumlah kunjungan wisatawan antar objek dalam satu destinasi		X
3.	Kelembagaan di destinasi		X
4.	Etika antar pengusaha pariwisata		X
5.	Religiusitas	X (mempertahankan radius kesucian pura)	X (Kekhawatiran kembalinya kepercayaan asli Minahasa yaitu animisme dan dinamisme)
6.	Ekonomi (pendapatan atau pembagian pendapatan)		X
7.	Keterlibatan pemerintah (aparatur atau oknum)	X ( <i>law enforcement</i> pemerintah lemah dalam menegakkan <i>fatwa/bhisama</i> terkait radius kesucian pura)	X (pemerintah lewat aparat/oknum di destinasi lebih fokus pada aspek ekonomi dari pada aspek sosial, budaya, dan lingkungan)
8.	Letak geografis		X
9.	Transparansi	X (menyangkut besaran/prosentase pembagian hasil pungutan retribusi antara masyarakat dengan pemerintah)	X (menyangkut besaran/prosentase pembagian hasil pungutan retribusi antara masyarakat dengan pengelola)

Dari perbandingan di atas terlihat bahwa faktor penyebab konflik dari kedua lokasi tersebut bisa sama, akan tetapi jenis konflik yang terjadi untuk masing-masing lokasi akan berbeda. (1) Konflik yang disebabkan oleh sarana dan prasarana, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik pembangunan sarana pariwisata berupa akomodasi, sedangkan di Nias Selatan berupa konflik menuntut ketersediaan prasarana dan sarana pemasaran produk yang dihasilkan oleh desa-desa di destinasi pariwisata Nias

Selatan; (2) Konflik yang disebabkan oleh religiusitas, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik radius kesucian pura, sedangkan di destinasi pariwisata Nias Selatan berupa kekhawatiran kembalinya kepercayaan Minahasa berupa kepercayaan animisme dan dinamisme; (3) konflik yang disebabkan oleh keterlibatan pemerintah (aparap atau oknum), di Desa Wisata Jatiluwih berupa lemahnya penegakan fatwa (*bhisama*) terkait radius kesucian pura, sedangkan di destinasi pariwisata Nias Selatan berupa adanya oknum/aparat yang lebih memandang destinasi pariwisata dari sisi ekonomi, kurang memperhatikan aspek budaya dan lingkungan; dan (4) konflik yang disebabkan oleh faktor transparansi, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik prosentase pembagian retribusi masuk antara masyarakat dengan pemerintah, sedangkan di Nias Selatan juga berupa konflik prosentase pembagian retribusi antara masyarakat dengan pengelola.

Dengan demikian secara operasional penanganan konflik untuk masing-masing destinasi pariwisata akan berbeda, sehingga diperlukan kemampuan manajemen konflik bagi para pihak yang terlibat dalam pengelolaan destinasi pariwisata.

## **BAB V**

### **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 <sup>55</sup> 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 di dalamnya) 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 berikut ini:

Tabel 5.1 Tipologi Partisipasi Masyarakat

<sup>10</sup>				
7. Self mobilization	←	8. Citizen control	Degrees of Citizen Power	→
		7. Delegate power		
6. Interactive participation		6. Partnership		<u>Spontaneous Participation</u> Bottom-up, active participation, direct participation, participation in decision making, authentic participation, self planning
5. Functional participation		5. Placation	Degrees of Citizen Tokenism	
4. Participation for material incentive	←	4. Consultation		
3. Passive consultation		3. Informing		
2. Passive participation	←	2. Therapy	Non Participation	→
1. Manipulative participation		1. Manipulation		
				<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
<b>Pretty (1995)</b>	<b>Arnstein (1971)</b>			<b>Tosun (1999)</b>	

Sumber: Tosun (2004)

Pariwisata sebagai andalan perekonomian dalam operasionalnya bertumpu pada kebudayaan serta partisipasi masyarakat di destinasi pariwisata. Hal ini berarti permintaan terhadap produk wisata oleh wisatawan terkait dengan kebudayaan dan partisipasi masyarakat di destinasi pariwisata. 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 pemeratakan 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 destinasi pariwisata 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 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 5.2 berikut ini.

**Tabel 5.2** Beberapa Isu pada Efektivitas Pendekatan Partisipasi Masyarakat Dalam Perencanaan Pariwisata

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

Sumber: Richards and Derek Hall (2000)

Ada sejumlah keuntungan yang dapat diperoleh dalam pengembangan pariwisata dengan partisipasi 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 pada destinasi pariwisata. Hal ini perlu dilakukan karena partisipasi dan pemberdayaan masyarakat pada destinasi pariwisata 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 pada destinasi pariwisata 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 di antara pemangku kepentingan untuk peningkatan produk dan kualitas pelayanan (kepada masyarakat lokal, wisatawan nusantara, dan wisatawan mancanegara).

Dalam kerangka kajian budaya (*cultural studies*), destinasi pariwisata 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.

104 Dalam pengembangan destinasi pariwisata, keterlibatan masyarakat setempat tidak hanya sebagai objek, tetapi juga sebagai subjek. Menurut Ascherson (dalam Ardika, 2007:121) keterlibatan masyarakat setempat/lokal adalah karena masyarakat 31 lokal memiliki hak azasi untuk menginterpretasikan, memelihara, dan mengelola sumber daya budaya yang mereka miliki. Untuk menciptakan pengelolaan sumber daya di bidang pariwisata yang mampu melibatkan masyarakat setempat/lokal 121 dalam menjaga keseimbangan dan keharmonisan lingkungan hidup, sumber daya dan kepuasan wisatawan guna keberlanjutan sistem sosial, budaya, dan ekonomi, maka pengembangan pariwisata di sebuah destinasi tidak bisa dilepaskan dari kearifan lokal yang ada di daerah tersebut. Sebagai contoh, pengembangan pariwisata di Bali tidak bisa dilepaskan dari kearifan lokal *trihita karana*. Dalam hal ini *trihita karana* 81 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 di destinasi 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 destinasi pariwisata, sehingga diharapkan dapat mendukung pariwisata berbasis masyarakat. Jika kondisi ini tercipta, menurut Gee and 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 destinasi 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 destinasi pariwisata.

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 menurut WTO di atas 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. 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) 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.

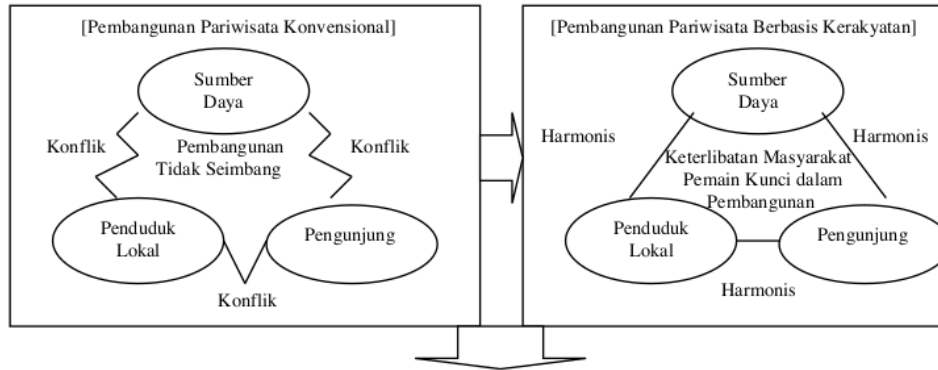
Pariwisata berbasis masyarakat menurut Erawan (2003) memiliki karakteristik sebagai berikut:

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 kerakyatan adalah sebagai berikut:

Gambar 5.1  
Konsep dan Arti Penting Pembangunan Pariwisata Berbasis Kerakyatan



- 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

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 objek wisata Tanah Lot, *Desa Adat Beraban*, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan (Bali). Adapun uraiannya adalah seperti berikut ini:

Tanah Lot berlokasi di *Desa Adat Beraban*, dan secara otomatis masyarakatnya sebagai penjungjung (*penyungjung*) 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 objek 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 objek wisata Tanah Lot terus dilakukan oleh masyarakat setempat. Hadirnya orde reformasi dimanfaatkan oleh masyarakat Desa Beraban untuk kembali memperjuangkan hak-hak mereka dalam pengelolaan objek wisata Tanah Lot. Dengan mempergunakan Peraturan Daerah (Perda) Nomor 10 Tahun 1999 tentang Pengelolaan Tempat Rekreasi dan Olah Raga sebagai landasan penjuangan memperoleh hak dalam pengelolaan objek 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 objek 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 destinasi pariwisata pada 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 destinasi pariwisata tersebut. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat pada destinasi pariwisata harus mempertimbangkan dengan sungguh-sungguh empat pertimbangan utama, yaitu: aksesibilitas, pelestarian lingkungan (budaya dan alam), kemajuan ekonomi, serta pengelolaan yang berkesinambungan. Dari keempat pertimbangan utama dalam pengembangan destinasi pariwisata berbasis masyarakat tersebut, masing-masing mengandung isu pokok sebagai berikut:

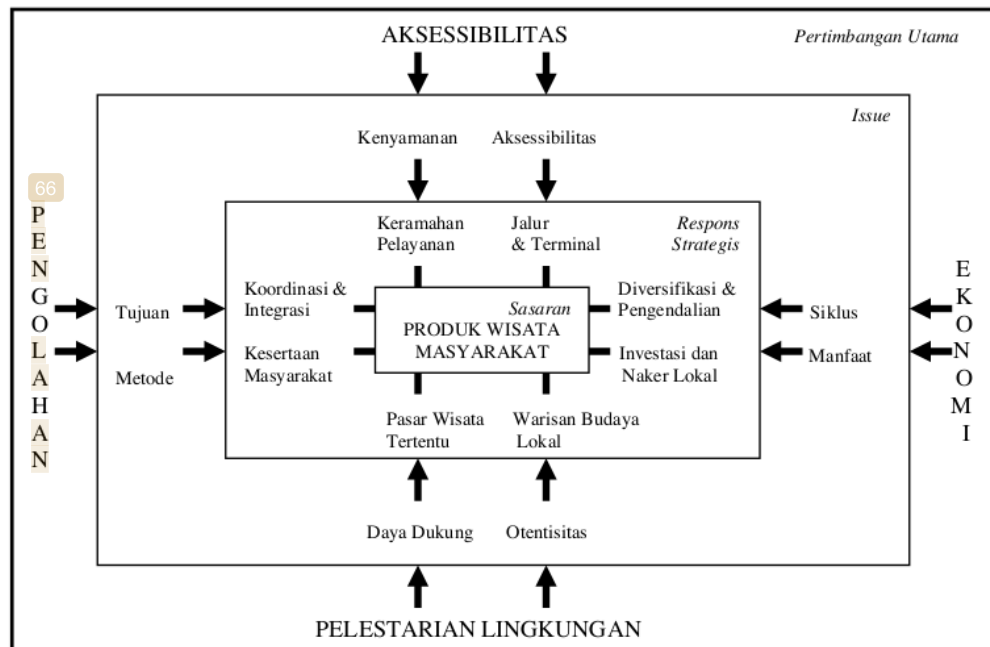
1. Aksesibilitas dengan isu pokok: kenyamanan dan keramahtamahan.
2. Pelestarian lingkungan dengan isu pokok: otentisitas dan keramahtamahan.
3. Kemajuan ekonomi dengan isu pokok: manfaat dan siklus bisnis.
4. Pengelolaan yang berkesinambungan dengan isu pokok: tujuan dan metode.

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 destinasi pariwisata berbasis masyarakat. Apabila gambaran umum tersebut dituangkan dalam diagram akan terlihat seperti berikut ini:

Gambar 5.2 Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

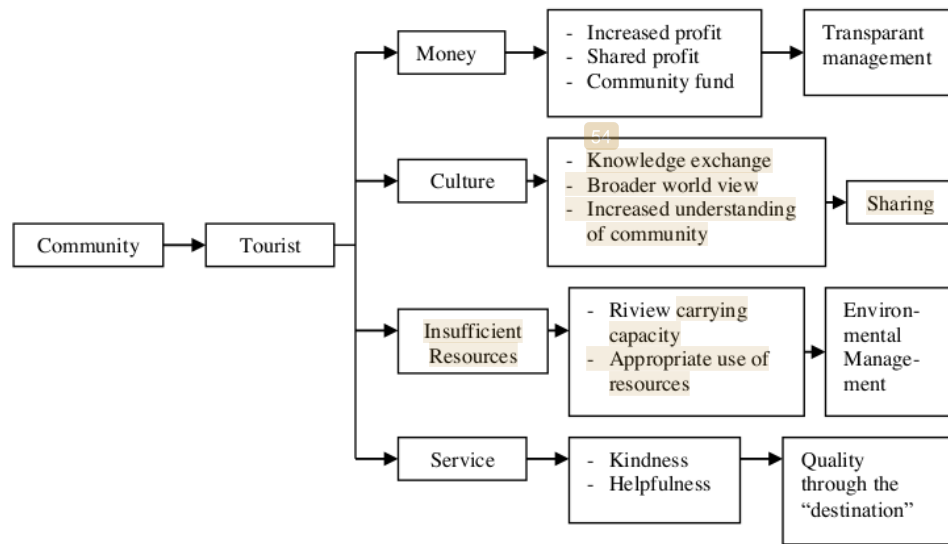


Sumber: diadopsi dari Sammeng (2000:235)

Kemanfaatan atau keuntungan yang dinikmati oleh masyarakat di destinasi pariwisata akan berimbang positif secara nasional antara lain meliputi: penerimaan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan partisipasi masyarakat dalam upaya pelestarian sumber daya pariwisata. Pendekatan pengembangan destinasi pariwisata yang berbasis pada pembangunan masyarakat 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 sebagai berikut:

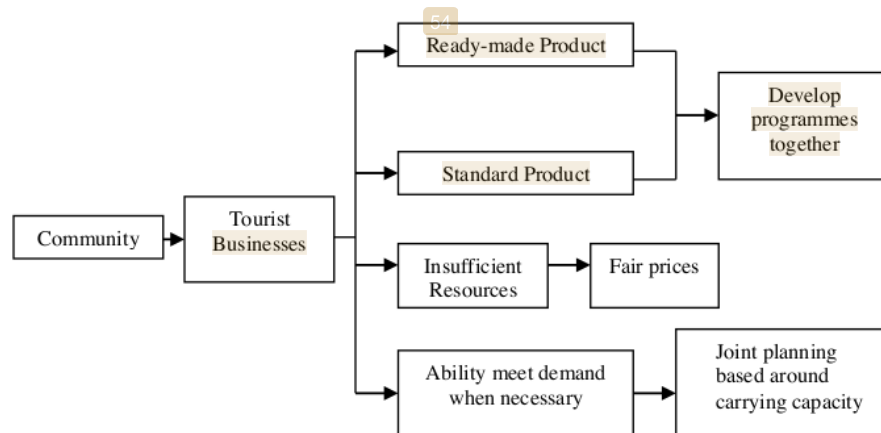
Gambar 5.3 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat (Hubungan antara Masyarakat dengan Wisatawan)



Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)

Dari Gambar 5.3 di atas 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 ini 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 dari destinasi pariwisata.

Gambar 5.4 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat (Hubungan antara Masyarakat dengan Dunia Usaha Pariwisata)



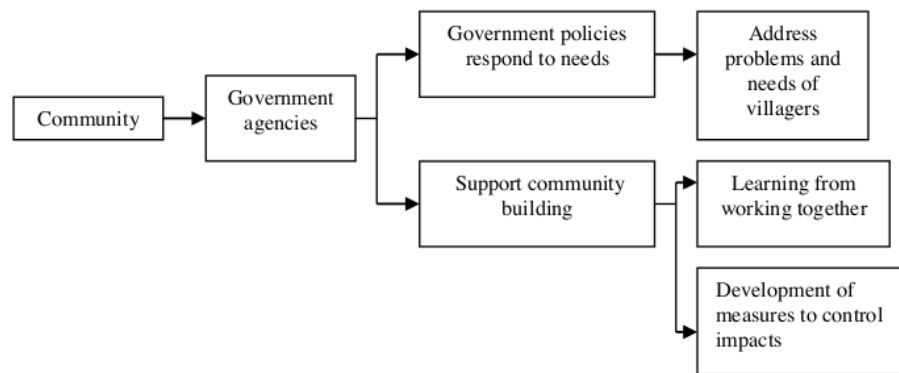
Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)

Berdasarkan Gambar 5.4, 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.

Gambar 5.5 Kontrol Masyarakat Terhadap Pariwisata Berbasis Masyarakat (Hubungan antara Masyarakat dengan Pemerintah)



Sumber: diadopsi dari Sounsri (2003)

Gambar 5.5 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 mengkomodir permasalahan dan kebutuhan dari masing-masing destinasi pariwisata. Hal ini karena masing-masing destinasi pariwisata 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 destinasi pariwisata.

Beberapa hal yang dapat dijadikan indikator untuk mengukur pengelolaan destinasi pariwisata yaitu:

1. Adanya harmonisasi, kerjasama, dan kemitraan yang baik dari para pihak yang terlibat dalam pengelolaan destinasi pariwisata (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 destinasi pariwisata, 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 destinasi pariwisata semakin meningkat daya saingnya, baik antar destinasi secara nasional atau antar destinasi 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 destinasi pariwisata, 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 destinasi pariwisata.

## **BAB VI**

### **KAJIAN BUDAYA DAN DESTINASI PARIWISATA**

#### **A. TEORI-TEORI KAJIAN BUDAYA**

Kemunculan teori-teori kritis dalam kancah teori-teori sosial tidak bisa dilepaskan dari pergulatan paradigma ilmu pengetahuan yang berkembang di dunia Barat. Adapun yang dimaksud paradigma adalah apa yang menjadi pokok persoalan yang semestinya dipelajari oleh suatu cabang ilmu pengetahuan. Paradigma tidak saja membantu merumuskan tentang apa yang seharusnya dipelajari, tetapi bagaimana seharusnya menjawab, dan aturan-aturan apa yang harus diikuti untuk menginterpretasikan informasi yang dikumpulkan dalam menjawab persoalan-persoalan tersebut (Ritzer, 1986; Saifuddin, 2005; Kuhn, 2002). Bahkan yang tidak kalah pentingnya, perdebatan menyangkut masalah nilai guna suatu ilmu pengetahuan, yakni nilai teoretis dan pragmatis dan dimensi-dimensi ideologis yang ada dibalik ilmu pengetahuan itu sendiri. Dengan kata lain, bisa pula dikemukakan bahwa aspek yang sering diperdebatkan adalah aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi termasuk di dalamnya aspek metodologinya.

Perdebatan tersebut diwakili oleh dua paradigma besar, yakni paradigma naturalistik positivistik dan paradigma humanistik kulturalistik. Kedua paradigma ini melahirkan metodologi penelitian kualitatif. Pergulatan tersebut terus berlanjut sampai memunculkan teori kritis, postmodernisme, maupun kajian budaya.

Terkait dengan destinasi pariwisata berbasis masyarakat, teori-teori kajian budaya yang dikemukakan lebih kepada teori-teori kritis yang terkait dengan pergulatan di antara pemangku kepentingan dalam destinasi pariwisata, khususnya terkait dengan pembelaan (*advocacy*) terhadap masyarakat pada implementasi pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) di destinasi pariwisata. Teori-teori tersebut adalah teori hegemoni (*hegemony theory*), teori komodifikasi (*commodification theory*), teori dekonstruksi (*deconstruction theory*), dan teori diskursus kekuasaan/ pengetahuan (*power/knowledge discourse theory*).

### **Teori Hegemoni**

Istilah hegemoni berasal dari bahasa Yunani dari kata *hegeisthi*, berarti 'memimpin' atau 'kepemimpinan'. Dalam praktiknya, di Yunani diterapkan untuk menunjukkan dominasi posisi yang diklaim oleh negara-negara kota. Hegemoni mengacu kepada pengertian kepemimpinan hegemoni *proletariat* serta perwakilan-perwakilan politik mereka serta aliansi-aliansi dengan kelompok lain seperti kaum borjuis kritis dan intelektual yang berkeinginan bersama untuk menjatuhkan pemerintahan Yunani saat itu. Batasan ini kemudian dijadikan basis material oleh tokoh Marxis Rusia dalam mendefinisikan perjuangan politiknya (Patria, 1999:115-116). Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi, teori hegemoni kemudian berkembang di Inggris, Italia, dan Jerman. Pengembangan teori hegemoni di Italia dilakukan oleh filsuf Marxis Italia Antonio Gramsci (1891-1937). Hegemoni mengacu pada cara kelompok dominan dalam masyarakat untuk mendapatkan dukungan dari kelompok-kelompok sub-ordinasi melalui proses kepemimpinan intelektual dan moral (Gramsci, 1971:57). Oleh karena dijebak dengan diskursus tertentu, pihak yang dikuasai dibuat setuju atau berkonsensus untuk dikuasai.

Teori hegemoni yang dicetuskan oleh Gramsci juga dapat dielaborasi melalui penjelasannya tentang basis dari supremasi kelas, yang artinya bahwa supremasi sebuah kelompok mewujudkan diri sebagai dominasi dan sebagai kepemimpinan intelektual dan moral. Pernyataan tersebut menunjukkan adanya totalitas yang didukung oleh kesatuan dua konsep, yaitu kepemimpinan dan dominasi. Dominasi lebih menekankan pada pembentukan kepatuhan dengan cara memberikan hadiah, baik uang maupun sumbangan atau bisa juga dalam bentuk hukuman (Sugiono, 1999; Fakih, 2001). Hubungan dua momen disebut oleh Gramsci sebagai perspektif ganda. Gramsci menggunakan simbol *centaur*, dalam mitologi Yunani *centaur* adalah makhluk setengah binatang setengah manusia. *Centaur* digunakan untuk melukiskan manusia sebagai perspektif ganda, yaitu gabungan antara kekuasaan dan kesepakatan, otoritas dan hegemoni, kekerasan dan kesopanan.

Gramsci menyatakan bahwa hegemoni bukanlah dominasi dan kekuasaan, melainkan hubungan persetujuan dengan menggunakan pendekatan kepemimpinan politik dan ideologi. Menurutnya, ada dua syarat yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan kelas hegemoni, yaitu (1) hegemoni tidak berarti memaksakan ideologi kelas tertentu seperti dipahami masyarakat luas; (2) ideologi tidak terbentuk secara serta merta, proses kelahirannya tergantung pada pola-pola hubungan kekuatan selama terjadi aliansi. Hegemoni tidak dipaksakan dari atas, hegemoni diperoleh melalui negosiasi dan kesepakatan (Gramsci, 1971; Ratna, 2004:9-10; Patria, 1999:117-119).

Hegemoni merupakan penguasaan berdasarkan konsensus atau persetujuan yang secara langsung atau tidak langsung dan secara terbuka atau diam-diam mempengaruhi struktur-struktur kognitif dan afektif yang dikuasai. Dalam hal ini semakin canggih hegemoni dilaksanakan semakin tidak kelihatan kekuasaan yang dijalankan. Hal itu terjadi karena yang dikuasai sudah masuk dalam pola-pola berpikir, berkata, dan bertindak yang menguasai. Pihak-pihak yang dihegemoni menerima gagasan-gagasan, nilai-nilai, dan kepemimpinan kelompok penghegemoni bukan karena dipaksa, baik secara fisik maupun karena dibujuk untuk melakukannya, tetapi mereka sendiri memiliki alasan-alasan tersendiri untuk menerimanya. Dalam hegemoni, konsensus memang dibuat oleh para penghegemoni, tetapi konsensus tersebut dibuat berdasarkan kepentingan-kepentingan yang terhegemoni.

Teori ini dapat dipergunakan pada destinasi pariwisata untuk melihat hegemoni yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan dan pengusaha pariwisata terhadap masyarakat. Hegemoni pengusaha pariwisata terhadap pemilik kekuasaan, dapat berawal dari keinginan pemilik kekuasaan untuk memperoleh manfaat dari aktivitas industri pariwisata. Pengusaha pariwisata sebagai pedagang besar (*wholesalers*) dapat mewujudkan keinginan pemilik kekuasaan tersebut, sepanjang pemilik kekuasaan mampu memenuhi keinginan pengusaha pariwisata. Dalam hal ini hegemoni kapitalis lebih dominan menjadi faktor pengikat terhadap segala sesuatu yang terkait dengan

aktivitas pariwisata, termasuk partisipasi masyarakat pada aktivitas kepariwisataan di destinasi pariwisata.

### **Teori Komodifikasi**

Komodifikasi adalah kapitalisme menjadikan sesuatu secara langsung dan sengaja (dengan penuh kesadaran dan perhitungan) sebagai sebuah komoditas belaka. Barker (2004:408) mengemukakan bahwa komodifikasi sebagai proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme di mana objek, kualitas, dan tanda dijadikan sebagai komoditas dan komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual di pasar.

Sebagai sebuah gejala ekonomi yang cenderung mengacu pada gejala kontemporer (kemasakinian), pariwisata tidak terelakkan lagi dari komodifikasi. Komodifikasi memiliki pengertian yang sangat luas, tidak saja terkait dengan produksi dan diperjualbelikan, tetapi aspek konsumsi dan distribusi juga menjadi lingkup dari komodifikasi. Dalam hal ini Fairclough (1995:207) mengatakan sebagai berikut:

*“Commodification is the process whereby social domains and institutions, whose concern is not producing commodities in the narrower economic sense of goods for sale, come nevertheless to be organized and conceptualized in terms of commodity production, distribution, and consumptions.”*

Komodifikasi merupakan proses sosial dan institusional, tidak saja terfokus pada produksi komoditi yang berupa barang untuk diperjualbelikan, akan tetapi lebih kepada pengorganisasian dan pembatasan terhadap komoditi, yang menyangkut aspek produksi, distribusi, dan konsumsi. Sementara itu, Karl Marx dan George Simmel dalam Turner (1992:115-138) menyatakan bahwa munculnya gejala komodifikasi dalam seluruh aspek kehidupan manusia lebih disebabkan oleh ekonomi uang yang didasarkan atas semangat menciptakan keuntungan sebanyak-banyaknya.

Dengan semangat tersebut, para pelaku industri pariwisata berusaha melakukan berbagai upaya agar bisa meng-komodifikasi-kan semua produk untuk

dijual, baik berupa barang maupun jasa. Dengan demikian, proses komodifikasi tersebut sebenarnya sudah terjadi dari proses penciptaan produk sampai produk terdistribusi dan kemudian dinikmati oleh wisatawan sehingga semua siklus yang dilalui syarat dengan komodifikasi.

Lebih lanjut Burns dan Holden (dalam Ardika, 2007:94) menyatakan bahwa pariwisata dapat menimbulkan proses komodifikasi terhadap budaya masyarakat lokal karena budaya dianggap sebagai daya tarik wisata. Di sisi lain, pariwisata juga dapat menjaga ke-*ajeg*-an dan kelestarian budaya masyarakat lokal.

Teori komodifikasi dapat dipergunakan untuk mengkaji dan menganalisis komodifikasi yang terjadi pada destinasi pariwisata termasuk komodifikasi pada partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi pariwisata. Komodifikasi pada destinasi dapat berupa komodifikasi sumber daya pariwisata, komodifikasi geografis, dan komodifikasi berbagai aktivitas kehidupan masyarakat lokal. Segala bentuk komodifikasi tersebut dilakukan oleh kapitalis (pengusaha pariwisata). Tujuannya, hanya semata-mata berdasarkan kepentingan untuk memperoleh uang, tanpa memperhatikan kelestarian budaya masyarakat lokal.

Dengan mengatasnamakan uang, antara lain kawasan religius pada destinasi pariwisata dikorbankan demi mendukung fasilitas yang dibutuhkan destinasi pariwisata. Hal ini terjadi karena hubungan yang erat antara kapitalis (pengusaha pariwisata) dengan kekuasaan, sehingga hubungan ini merupakan sumber terjadinya komodifikasi terhadap berbagai sumber daya di destinasi pariwisata.

### **Teori Dekonstruksi**

Dekonstruksi sering diartikan sebagai pembongkaran, perlucutan, penghancuran, penolakan dan berbagai istilah dalam kaitannya dengan penyempurnaan arti semula. Dalam hal ini, pembongkaran yang dilakukan memiliki tujuan yang hendak dicapai, yaitu penyusunan kembali ke dalam tatanan dan tataran yang lebih signifikan, yakni sesuai dengan hakikat objek sehingga aspek-aspek yang

dianalisis dapat dimanfaatkan semaksimalnya. Menurut Kristeva (1980:36-37) dekonstruksi merupakan gabungan antara hakikat destruktif dan konstruktif.

Derrida sebagai tokoh utama teori ini, dalam perkembangannya muncul sebagai seorang yang membuat makna ganda dan makna tersembunyi yang merupakan cara baru dalam membaca dan menulis. Pandangannya dikategorikan sebagai poststrukturalisme karena semua yang ada dianggap teks. Bahan pokok semua teks atau apa pun adalah makna-makna yang perlu diurai atau didekonstruksi. Pandangan mengenai realitas yang objektif harus dicurigai, kemudian terhadap makna-makna itu harus dilakukan interpretasi baru secara kritis (Lajar, 2005:163).

Teori Dekonstruksi berusaha mengadakan perubahan dengan sesuatu yang dihasilkan sendiri, sesuatu yang tidak hanya sekedar mengambil begitu saja atau mengambil alih dari yang sudah tersedia dalam tradisi pemikiran yang hendak dikritiknya. Oleh karena itu, untuk melawan kesewenangan cara berpikir yang selalu menemukan makna tunggal sebuah teks, Derrida melakukan dekonstruksi terhadap konsep yang merupakan titik awal pemikiran dan usaha berpikir modern. Pemikiran Barat Modern terlebih dahulu harus dibongkar agar dapat dibangun kembali cara berpikir yang baru dan terbuka, yang menerima model pendekatan apa saja terhadap realitas sebagai teks.

Menurut Derrida, strukturalisme telah mencapai keterbatasannya dan gagal membahas hakikat struktur. Gerakan ini tidak pernah mencapai simpulan mengenai peranan "pusat" yang pernah paradoks, dalam hal ini bahwa pusat yang berdasarkan definisinya bersifat unik memang merupakan pusat dalam suatu struktur yang di samping mengendalikan struktur, sekaligus terlepas dari strukturalitas. Hal ini disebabkan oleh pemikiran klasik mengenai struktur bisa mengatakan bahwa pusat secara paradoksal berada di dalam struktur dan sekaligus di luarnya (Hart, 2002:73).

Kaum strukturalisme menganggap teks adalah otonom yang lepas dari konteks sehingga teks lepas dari dunia yang melahirkan teks itu sendiri. Menurut pandangan ini, makna yang tersurat dan tersirat dalam teks yang otonom harus dicari dalam teks tanpa harus mengaitkan dengan konteksnya. Dengan kehadiran pandangan



ini, muncul pemahaman baru yaitu poststrukturalisme yang memberikan tempat pada konteks dalam menentukan makna sebuah teks. Kaum poststrukturalisme menolak sebuah makna yang sudah tenang dan mapan. Poststrukturalisme berpandangan bahwa makna senantiasa berada dalam proses menjadi atau tidak pernah final sehingga makna adalah suatu arus interpretasi atas interpretasi.

Dalam pandangan Derrida terdapat dua interpretasi atas interpretasi, yaitu pertama berupaya memaparkan impian-impian suatu kebenaran atas asal-usul, sedangkan yang kedua mendukung permainan dan berupaya melampaui manusia atau humanisme. Jenis yang pertama merupakan interpretasi metafisik dan jenis yang kedua merupakan interpretasi non-metafisik. Menurut Derrida, apa pun jenis interpretasi itu tidak dapat dinilai benar dan salah, tetapi harus dinilai kuat dan lemah. Hal ini disebabkan interpretasi bukanlah dipilih oleh subjek, melainkan ia memaksakan dirinya sendiri kepada subjek. Jadi, ketika seorang membaca teks, ia senantiasa memasuki wilayah konflik antara kekuatan-kekuatan yang telah mendahului subjektivitas pembaca (Hart, 2002:77).

Dalam konteks inilah pemikiran Derrida diperdebatkan karena usahanya untuk memikirkan kembali kategori-kategori pemikiran yang merupakan problem bagi semua pandangan kolonialisme, modernisme, strukturalisme, dan yang lainnya. Jadi, dekonstruksi adalah suatu metode analisis yang dikembangkan oleh Derrida dengan membongkar struktur dan kode-kode bahasa, khususnya struktur oposisi pasangan, ucapan/tulisan, ada/tiada, murni/tercemar, sehingga menciptakan satu permainan tanda yang tanpa akhir dan tanpa makna akhir (Piliang, 2004:318).

Dekonstruksi dapat dipergunakan untuk mendekonstruksi pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) setelah mengkaji dan menganalisis makna keterlibatan masyarakat di destinasi pariwisata. Hasil pendekonstruksian tersebut dapat berupa pariwisata kerakyatan berkelanjutan, pariwisata inti rakyat, dan pariwisata pro-rakyat.

### **Teori Diskursus Kekuasaan/Pengetahuan**

Diskursus adalah cara menghasilkan pengetahuan beserta praktik sosial yang menyertainya, bentuk subjektivitas yang terbentuk darinya, relasi kekuasaan yang ada dibalik pengetahuan dan praktik sosial, serta saling keterkaitan di antara semua aspek tersebut (Foucault, 2002:9). Diskursus memuat kepentingan pembuatnya sehingga merupakan akumulasi konsep ideologis yang didukung oleh tradisi, kekuasaan, lembaga, dan berbagai macam modus penyebaran pengetahuan. Diskursus lebih luas pengertiannya dari wacana atau pernyataan yang berupa kata-kata yang sifatnya hanya di permukaan.

Teori diskursus kekuasaan/pengetahuan dimasukkan ke dalam ranah teori poststrukturalisme. Poststrukturalisme secara sederhana dapat dikatakan berarti 'melawan', sehingga poststrukturalisme ini pada intinya melawan teori-teori yang sudah lama menguasai khazanah pengetahuan. Foucault (2002:13) menyatakan bahwa poststrukturalisme merupakan reaksi terhadap strukturalisme yang membongkar setiap klaim akan oposisi pasangan, hierarki dan validitas kebenaran universal, sebaliknya menjungjung tinggi permainan bebas tanda serta kestabilan makna dan kategori intelektual.

Foucault dengan analisis genealogi poststrukturalis, yang diadopsi dari Nietzsche, membahas hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan serta jalinan hubungan dalam formasi diskursif. Hal ini berarti dalam genealogi ada kerangka kerja konseptual yang memungkinkan diterimanya beberapa moda pemikiran dan ditolaknya beberapa moda pemikiran lainnya. Lebih lanjut Storey (2003:132) juga mengemukakan bahwa analisis genealogi berkaitan dengan hubungan antara kekuasaan dan pengetahuan. Dalam hal ini beroperasinya kekuasaan dan pengetahuan itu pada formasi diskursif, juga dapat menolak dan menerima moda sebuah pemikiran.

Dalam teori Diskursus Kekuasaan/Pengetahuan, Foucault memaknai kekuasaan tidak berada dalam konteks kepemilikan yang terkait dengan sumber-sumber kekuasaan tertentu, tetapi kekuasaan itu dipraktikkan dalam suatu lingkup,

yakni dalam lingkup itu ada posisi-posisi strategis yang terkait antara satu dengan yang lainnya. Setiap kekuasaan selalu menimbulkan pretensi akan timbulnya rezim kebenaran tertentu yang disebarakan dengan media wacana dari sebuah kekuasaan (Eriyanto, 2001:67). Terkait dengan hal itu, ada pernyataan Mills (1997:18) yang patut disimak, yakni seperti berikut ini:

*“Truth is the world; it is produced by virtue of multiple constrain. Each society has its regime of truth; its general politics of truth; that is the types of discourse it harbours and causes to functions as true; the mechanisms and instances which enable one to distinguish true from false statements, the way in which each is sanctioned; the techniques and procedures which are valorized for obtaining truth; the status of those who are charged with saying what count as true.”*

Foucault juga menyatakan bahwa kerangka kerja yang dibuat oleh mereka yang berkuasa akan ditetapkan melalui hubungan-hubungan kekuasaan yang mendasarinya (Fakih, 1997:169). Hal ini berarti bahwa setiap wacana yang terkait dengan kebudayaan akan bisa dilepas dari magnet ”kepentingan” dan ”kekuasaan.”

Jika dikaitkan dengan destinasi pariwisata berbasis masyarakat, teori Diskursus Kekuasaan/Pengetahuan dapat dipergunakan untuk mengkaji dan menganalisis kepentingan yang ada pada pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata, serta beroperasinya kekuasaan/pengetahuan pada partisipasi masyarakat di destinasi pariwisata.

## **B. KARAKTERISTIK KAJIAN BUDAYA**

Dengan mengacu pada Agger, teori kritis dan teori postmodern bisa diterapkan pada studi-studi yang berkarakteristik kajian budaya. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari karakteristik kajian budaya, sebagai “... salah satu contoh terbaik teori kritis interdisipliner yang benar-benar meliputi berbagai sumber teoretis dan disiplin” (Agger, 2003: 247-248). Kajian budaya tidak saja mengambil gagasan dari sosiologi budaya Marxis, teori kritis Mazhab Frankfurt dan postmodern, termasuk di dalamnya poststrukturalisme (teori pengetahuan dan bahasa) (Agger, 2003).

Terkait dengan destinasi pariwisata berbasis masyarakat, teori-teori kritis yang bersumber dari kajian budaya dapat dipergunakan untuk mengkaji hal-hal yang terkait destinasi pariwisata seperti table berikut ini:

Tabel 6.1 Karakteristik Kajian Budaya dan Penerapannya pada Destinasi Pariwisata

No.	Karakteristik Kajian Budaya	Penerapan pada Destinasi Pariwisata
1.	Kajian budaya bertujuan mengkaji berbagai kebudayaan, praktek budaya serta kaitannya dengan kekuasaan. Tujuannya adalah mengungkapkan dimensi kekuasaan dan bagaimana kekuasaan itu mempengaruhi berbagai bentuk kebudayaan (socio-politik, ekonomi, pengetahuan, hukum).	Pengkajian terhadap kepentingan yang ada pada pengembangan destinasi pariwisata, beserta praktek-praktek kekuasaan yang ada dalam operasionalisasi sebuah destinasi pariwisata.
2.	Kajian budaya tidak membahasakan kebudayaan yang terlepas dari konteks sosial-politik, melainkan sebaliknya, yakni mengkaji masalah budaya dalam konteks sosial politik terhadap masalah kebudayaan yang tumbuh dan berkembang.	Pengkajian terhadap kehidupan multikulturalisme di destinasi pariwisata serta perubahan sikap dan perilaku masyarakat akibat pengelolaan destinasi pariwisata dari yang bersifat lokal menjadi global.
3.	Dalam kajian budaya, budaya dikaji dari aspek objek lokasi tindakan selalu dalam tradisi kritis. Kajian ini mengandung makna bahwa kajian tidak hanya bertujuan merumuskan teori-teori, tetapi juga suatu tindakan praksis yang bersifat emansipatoris.	Penelitian terhadap partisipasi masyarakat di destinasi pariwisata dari tahap perencanaan hingga pelaksanaan, termasuk di dalamnya penelitian partisipatoris.
4.	Kajian budaya berusaha mendekonstruksi (membongkar) aturan-aturan, dan pengkotakan-pengkotakan ilmiah konvensional, lalu berusaha mendamaikan pengetahuan yang objektif, subjektif (intuitif), universal dan lokal. Kajian budaya tidak saja memberikan penghargaan pada identitas bersama, tetapi juga mengakui saling keterkaitan dimensi subjek (tivitas) dan objek (tivitas) dalam penelitian.	Untuk mengkaji destinasi pariwisata, tidak saja bertumpu pada penelitian kuantitatif, akan tetapi penelitian kualitatif jauh lebih penting. Penelitian kualitatif dapat menerapkan gagasan hermeneutika dekonstruksinis Derrida, hermeneutik kritis atau histories-hermeneutik Habermas dan metode ganeologis Foucault.
5.	Kajian budaya tidak merasa steril dari nilai-nilai (tidak bebas nilai) akan tetapi melibatkan diri dengan nilai dan pertimbangan moral masyarakat modern	Terjadinya komodifikasi terhadap sumber daya pariwisata di destinasi pariwisata, budaya konsumen, gaya hidup, budaya industri, budaya pop

serta tindakan politik dan konstruksi sosial. Dengan demikian kajian budaya tidak saja bertujuan memahami realitas masyarakat atau budaya, tetapi juga merubah struktur dominasi, struktur budaya yang menindas dalam masyarakat kapitalis industrial.	dan masyarakat konsumsi merupakan tema-tema yang penting sebagai bahan kajian pada destinasi pariwisata.
--	--

Sumber: Diadopsi dari Lubis (2006) dan Sardar dan van Loon (2001), dengan contoh-contoh penerapan pada destinasi pariwisata oleh penulis.

Berdasarkan Tabel 6.1, teori-teori kritis yang diterapkan oleh kajian budaya dalam ilmu lain (termasuk pada ilmu pariwisata) tidak semata-mata terkait dengan karakteristiknya, tetapi dapat dihubungkan dengan pemaknaan kajian budaya tentang kebudayaan sebagaimana yang dipaparkan oleh Storey berikut ini:

“Budaya dalam *cultural studies* lebih didefinisikan secara politis ketimbang secara estetis. Objek kajian *cultural studies* bukanlah budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sempit, yakni sebagai objek kehadiluhungan (‘seni tinggi’), juga bukan budaya yang didefinisikan dalam pengertian yang sama-sama sempit, melainkan budaya yang dipahami sebagai teks dan praktik hidup sehari-hari” (Storey, 2007:2).

Latar belakang kelahiran kajian budaya di Inggris, tidak saja sebagai suatu bentuk kajian alternatif atas kelemahan teori kritis yang bercorak paradigma nostalgik, tetapi disadari pula oleh keinginan untuk mengaplikasikan (melokalisasi) teori kritis dalam konteks lokal. Menurut Turner (2002:333) dengan keadaan seperti ini, kaum intelektual Inggris hanya berfungsi sebagai pipa aliran pemikiran Eropa daratan kepada masyarakat yang berbahasa Inggris, namun peran “intelektual penyampai” ini juga digabungkan dengan persoalan-persoalan bangsa Inggris itu sendiri, seperti transformasi sejarah kaum pekerja dan kemunculan kebudayaan massa. Terlepas dari segala bentuk perubahan paradigma teori dan kosa kata yang dipakai, yang jelas kaum intelektual Inggris masih terpusat pada transformasi kebudayaan kelas buruh akibat komodifikasi dan komersialisasi.

Dengan demikian penerapan teori kajian budaya pada destinasi pariwisata bisa dimaklumi, terutama terkait aspek karakteristik kajian budaya seperti pada Tabel

6.1 di atas. Selain aspek karakteristik, aspek teoretis kajian budaya bisa diterapkan pada destinasi pariwisata dengan bantuan penerapan *Critical Discourse Analysis* (CDA) sebagai alternatif metodologi. Hal ini dapat terjadi karena:

“Dalam *cultural studies* seakan-akan tidak ada batas-batas objek kajian yang jelas dapat dikemukakan antar berbagai bidang ilmiah yang dikemukakan tadi. *Cultural studies* dengan leluasa dan bebas bergerak dari satu teori ke teori lainnya, dari satu metodologi ke metodologi lain, dari satu disiplin ke disiplin lainnya. *Cultural studies* mengambil apa saja yang dibutuhkan dari bidang ilmu lain, lalu mengadopsinya untuk disesuaikan dengan tujuannya, tanpa mengikuti aturan keilmiah konvensionil, sehingga disebut anti-disiplin” (Lubis, 2006:144; Sardar van Loon, 2001:8).

Berdasarkan gagasan tersebut maka pandangan Horgan (2005) dalam bukunya “*The End of Science: Senjakala Ilmu Pengetahuan*” dapat dikaitkan dengan kajian budaya. Gagasan ini tidak bisa terlepas dari adanya kenyataan bahwa kajian budaya (*cultural studies*) sangat gemar melakukan “perselingkuhan” lintas disiplin secara kompleks. Karena itu kajian budaya tidak saja disebut anti-disiplin, tetapi bisa juga disebut “kajian perselingkuhan lintas-disiplin”. Sebagai contohnya adalah dalam buku tentang destinasi pariwisata berbasis masyarakat ini, analisis beserta contoh-contohnya dikaitkan dengan teori kritis dari kajian budaya dengan keberpihakan pada masyarakat. Hal ini tentunya sesuai dengan “roh” kajian budaya yaitu membela yang terpinggirkan. Menurut kajian budaya, pariwisata berbasis masyarakat, pariwisata inti rakyat, PNPM Mandiri desa wisata, dan pariwisata pro-rakyat, lebih dilihat sebagai sebuah diskursus. Oleh karenanya, waktu yang akan menguji terutama dari sisi dampak nyata terhadap sosial-budaya, lingkungan, dan ekonomi masyarakat lokal.

Walaupun demikian, kajian budaya tetap harus terikat pada pakemnya, seperti tercermin pada Tabel 6.1 di atas. Kerangka teoretiknya berpegang pada teori kritis, baik teori kritis Mazhab Frankfurt maupun teori-teori kritis postmodern termasuk di dalamnya teori poststrukturalis. Menurut Lubis (2006:186) *cultural studies* dan kajian budaya kontemporer lebih tertarik menggunakan metode kualitatif dalam penelitiannya (hermeneutika dan fenomenologi sebagaimana dengan variannya),

karena metode ini mempertimbangkan masalah, konteks budaya, ideologi, kepentingan, kuasa, dalam menjelaskan budaya dan maknanya. Metode hermeneutik dan fenomenologi memungkinkan “deskripsi mendalam” dan “multiplisitas paradigma kerangka konseptual” sesuai dengan pandangan kajian budaya kontemporer.

Berdasarkan uraian tersebut maka “perselingkuhan kajian budaya dengan ilmu pariwisata” akan lebih baik bertumpu pada penelitian kualitatif, dan dapat mengacu pada paradigma histories-hermeneutika atau humanistik-kulturalistik. Aktualisasinya, tidak saja mengikuti metode konvensional, misalnya metode etnografi, tetapi juga metode lainnya, yaitu metode dekonstruksi, metode hermeneutika maupun semiotika serta metode geneologi sehingga kajian terhadap berbagai dimensi terkait ilmu pariwisata dapat bersifat lebih kritis dan bukan kajian-kajian yang bersifat strukturalis. Dengan demikian, paradigma naturalistik positivistik yang melahirkan kajian bersifat kuantitatif tentu kurang tepat dipakai dalam penelitian pada destinasi pariwisata berbasis masyarakat.

### **C. KAJIAN BUDAYA (*CULTURAL STUDIES*) DAN DESTINASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT**

Kajian budaya (*cultural studies*) melihat destinasi pariwisata berbasis masyarakat dari sisi hubungan diantara pemangku kepentingan. Hubungan diantara pemangku kepentingan (masyarakat, pengusaha pariwisata, dan pemerintah) lebih kepada terjadinya hegemoni yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan dan kapitalis kepada masyarakat melalui kebijakan-kebijakan yang bersifat *top down* dan sentralistik dengan mempergunakan diskursus. Dalam kondisi demikian, terjadi kontra-hegemoni yang dilakukan oleh masyarakat. Dari konteks hubungan pemilik kekuasaan dengan kapitalis (pengusaha pariwisata), yakni dapat dilihat komodifikasi yang dilakukan oleh kapitalis terhadap potensi destinasi pariwisata (alam, budaya, atraksi serta tempat yang memiliki daya tarik berupa keindahan dan keunikan).

Konteks hubungan antara kapitalis (pengusaha pariwisata) dengan pemilik kekuasaan dalam destinasi pariwisata, seharusnya posisi pemilik kekuasaan (negara) adalah netral. Namun pada beberapa kasus, Hoogendijk (1996:69-70) menunjukkan posisi negara yang memihak pengusaha (kapitalis), seperti berikut ini:

“Negara lazim digambarkan sebagai semacam wasit yang netral antara pekerja dan modal, yang merupakan antagonisme tradisional. Namun, negara kenyataannya sangat tergantung pada ekonomi pasar untuk memperoleh pendapatan dan karena itu negara lebih menjadi pelayan bagi pemodal daripada pekerja atau kita sebut saja masyarakat pada umumnya dan kepentingan umum. Oleh karena itu, salah satu kesulitan sekarang adalah bagaimana mempertahankan lingkungan menghadapi kepentingan ekonomi dan pembangunan jangka pendek.”

Hal senada juga diwacanakan oleh *Bali Post* (9 September 2006) yang pada intinya menyatakan, “Selama ini dukungan pemerintah ke pemilik modal besar terlalu besar, sehingga keberpihakan terhadap rakyat yang menjadi cikal bakal pariwisata melemah”. Wacana ini menunjukkan adanya kesangsian terhadap netralitas pemilik kekuasaan dalam destinasi pariwisata berbasis masyarakat.

Dari perspektif kajian budaya, wacana tersebut merupakan pemahaman baru mengenai destinasi pariwisata berbasis masyarakat. Di samping sebagai sesuatu yang dikonstruksi secara sosial (Milner, 1996:11; Kleden, 2002), pemahaman tersebut dapat dikatakan sebagai pemaknaan baru atau pemaknaan kebudayaan yang semakin luas sebagai sesuatu yang aktif dan bukan pasif (Burke, 2001:178) atau kebudayaan sebagai kata kerja (Fay, 2002:87).

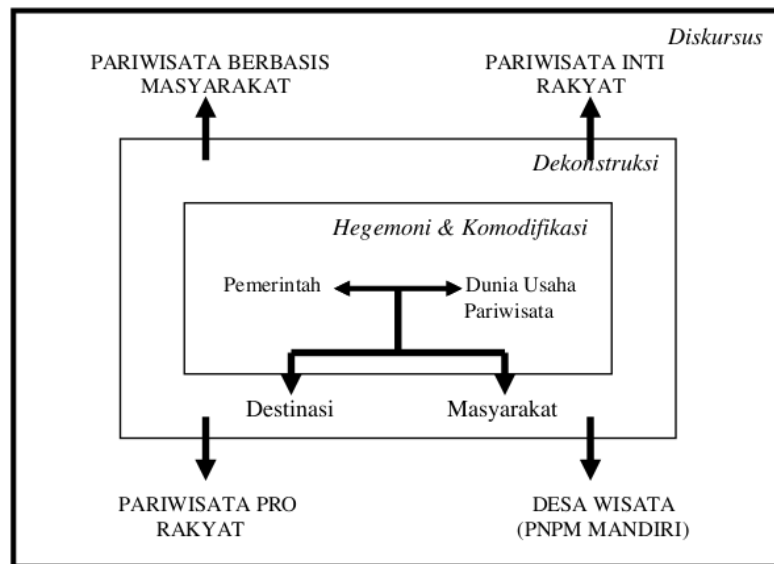
Dengan teori postmodernisme, kajian budaya mendekonstruksi pariwisata berbasis masyarakat menjadi pariwisata kerakyatan berkelanjutan, pariwisata inti rakyat, pariwisata pro-rakyat dan Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri melalui desa wisata. Dekonstruksi ini terjadi karena kesadaran masyarakat akan pentingnya pembangunan pariwisata yang berdimensi kerakyatan kian meningkat. Jika keberhasilan dekonstruksi dibarengi dengan fakta bahwa destinasi pariwisata betul-betul membawa makna positif bagi seluruh aspek kehidupan masyarakat, maka tesis Westand Brechin (1991) serta Wells dan Brandon



(1992) yang menyatakan bahwa manfaat pariwisata selama ini lebih banyak berpihak kepada para pemilik modal yang umumnya berasal dari masyarakat di luar destinasi pariwisata akan dapat dipatahkan. Tetapi jika yang terjadi sebaliknya, destinasi pariwisata berskala besar dan padat modal tidak melibatkan masyarakat setempat, sehingga masyarakat menjadi termarginalkan, maka tesis tersebut benar adanya dan bahkan sejalan dengan Carnea (1991) yang menyatakan bahwa baik di negara maju dan negara berkembang masyarakatnya sering tidak berdaya untuk mempengaruhi pengembangan pariwisata.

Secara hipotetis, implementasi teori-teori kajian budaya pada destinasi pariwisata berbasis masyarakat seperti model berikut ini:

Gambar 6.1 Model Implementasi Teori Kajian Budaya dalam Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat



Model Gambar 6.1 menjelaskan bahwa hubungan antara pemilik kekuasaan (sebagai dimensi politik) dengan pengusaha pariwisata (sebagai dimensi ekonomi) melahirkan hegemoni dan komodifikasi. Hegemoni dan komodifikasi berdampak

tidak saja terhadap masyarakat setempat, juga terhadap destinasi pariwisata dengan segala potensi atau sumber daya pariwisatanya. Berbagai macam reaksi terjadi pada destinasi pariwisata akibat hegemoni dan komodifikasi, membuat produk-produk pariwisata mengalami pendefinisian ulang (pembongkaran) yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan. Hasil dari pembongkaran tersebut, lahirlah produk-produk seperti pariwisata berbasis masyarakat, pariwisata inti rakyat, pariwisata pro-rakyat atau Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM Mandiri) desa wisata. Semua produk tersebut hanya dimensi ruang dan waktu yang akan menguji, terutama dari sisi kebermanfaatan yang diperoleh oleh masyarakat di tingkat akar rumput terhadap berbagai produk di destinasi pariwisata. Jika kebermanfaatan kurang dirasakan oleh masyarakat tempat produk tersebut dikembangkan (masyarakat di sekitar destinasi pariwisata) maka berbagai produk tersebut hanyalah semacam diskursus, yang selanjutnya masih perlu pengkajian dalam rangka betul-betul memberikan kontribusi signifikan terhadap masyarakat baik dari sisi sosial-budaya, lingkungan, dan ekonomi.

## **BAB VII**

### **IMPLEMENTASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DI DESTINASI PARIWISATA**

Destinasi pariwisata memiliki beragam produk pariwisata, baik yang berupa alam, budaya, ataupun hasil buatan manusia. Salah satu produk pariwisata di destinasi pariwisata yang mengkombinasikan alam dan budaya dan termasuk dalam pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*) adalah desa wisata (WTO, 2002). Terkait dengan pariwisata berbasis masyarakat di destinasi pariwisata, berikut disajikan implementasinya di Desa Wisata Jatiluwih, Kecamatan Penebel Kabupaten Tabanan Provinsi Bali.

Analisis terhadap implementasi pariwisata berbasis masyarakat dilakukan dengan mempergunakan kajian budaya (*cultural studies*) dari aspek keterlibatan masyarakat, komodifikasi, hegemoni, dan kontra-hegemoni. Analisis terhadap aspek-aspek tersebut dilakukan dengan kajian budaya, karena selama ini kajian-kajian tentang pariwisata lebih banyak mengacu pada teori-teori strukturalisme. Untuk memberikan perspektif lain dari keterlibatan masyarakat pada destinasi pariwisata, berikut ini disajikan hasil kajian bidang pariwisata yang meminjam teori-teori postmodern *cultural studies*, khususnya untuk mengkaji implementasi pariwisata berbasis masyarakat di desa wisata.

#### **A. TINGKAT KETERLIBATAN MASYARAKAT**

Pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata, diarahkan pada terciptanya interaksi setengah langsung (interaksi antara wisatawan dengan penduduk setempat dengan kegiatan berbentuk *one day trip*). Bentuk kegiatan *one day trip* berupa makan dan aktivitas bersama antara penduduk setempat dengan wisatawan, kemudian wisatawan kembali ke akomodasinya. Pada awal perencanaan pengembangannya, pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih diarahkan pada suatu tipe terbuka (*spontaneous*). Tipe ini digunakan dengan harapan wilayah desa tempat desa

wisata tersebut dikembangkan tumbuh menyatu dengan struktur kehidupan masyarakat setempat.

Dalam kerangka pembangunan pariwisata yang mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat, Pitana (1999:75) menyatakan bahwa keterlibatan masyarakat setempat pada setiap tahap pengembangan kepariwisataan di suatu destinasi pariwisata merupakan syarat utama. Dengan demikian, kunci utama pariwisata berbasis masyarakat adalah (1) keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup, (2) sumber daya, dan (3) kepuasan wisatawan yang diciptakan oleh kemampuan masyarakat itu sendiri. Ketiga faktor tersebut menjadi prioritas untuk keberlanjutan sistem sosial, budaya, dan ekonomi.

Keterlibatan masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, pada tahap awal perencanaan berupa mengikuti rapat-rapat. Keikutsertaan dalam rapat-rapat tersebut oleh masyarakat desa setempat dimaknai lebih kepada mendengarkan ceramah daripada menyuarakan apa yang menjadi keinginan masyarakat. Dengan demikian, prinsip *bottom-up* yang menjadi ciri pariwisata berbasis masyarakat tidak dapat diwujudkan. Fenomena ini menunjukkan suatu bentuk praktik kekuasaan yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan terhadap masyarakat Desa Jatiluwih, dengan mempergunakan pengetahuan sebagai alat untuk mencapai kepentingan. Untuk mencapai kepentingannya, pemilik kekuasaan mempergunakan diskursus yang seakan-akan untuk memenuhi kepentingan masyarakat, senyatanya diskursus tersebut berisi kepentingan dari pemilik kekuasaan.

Menurut Sanapiah (dalam Slamet, 1993:34) bila program-program pembangunan dikonstruksikan dari atas akibatnya akan menyuburkan inersia. Artinya, masyarakat pasif, menunggu perintah, mengharapkan belas kasihan, dan tidak dinamis. Selanjutnya, jika dikaitkan dengan pariwisata berbasis masyarakat (yang merupakan kebalikan dari pembangunan konvensional yang bersifat sentralistik dan *top-down*), menurut Korten (dalam Pujaastawa dkk., 2005:30) pembangunan dengan paradigma yang dibalik ini menuntut adanya partisipasi masyarakat lokal dalam berbagai tahap pembangunan sehingga pengelolaan pembangunan benar-benar

dilakukan oleh mereka yang hidup dan kehidupannya paling dipengaruhi oleh pembangunan tersebut.

Menurut Korten (1987), konsep pembangunan dengan paradigma lama hampir secara total mengalami kegagalan, yaitu karena (1) struktur sosial desa terstrata diabaikan perencana program, (2) program dan sasaran diformulasikan secara sentral, (3) implementasi dilaksanakan melalui struktur birokrasi yang konvensional dan sedikit sekali memperhatikan kemampuan masyarakat, (4) sedikit sekali usaha yang dilakukan untuk memandirikan masyarakat, (5) kurang memperhatikan sumber daya, dan (6) amat kecil perhatian yang diberikan untuk pengendalian dan peningkatan taraf hidup orang miskin.

Berangkat dari kegagalan-kegagalan di atas, dan dampak negatif terhadap masyarakat itu sendiri, maka perencanaan dari atas ke bawah sudah ditinggalkan dan digantikan dengan pembangunan paradigma baru yang dinamakan perencanaan dari bawah ke atas (*bottom up planning*). Dalam model perencanaan dari bawah ke atas, partisipasi rakyat bukan saja penting, tetapi amat penting (Korten, 1990; Slamet, 1993; Fakultas Teknik UGM, 1992).

Terkait dengan paradigma baru yang lebih memberikan peran kepada masyarakat untuk mewujudkan pembangunan yang lebih berdaulat, Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada (1992:18-19) mengajukan konsep pendekatan partisipasi dalam pengembangan desa wisata. Adapun yang menjadi dasar pertimbangannya adalah sebagai berikut:

1. Masyarakat adalah orang-orang bijak, yakni dengan pengalaman yang diwarisi ratusan tahun, mengetahui dengan baik sumber daya yang ada di wilayahnya. Mereka mengetahui dengan baik sifat-sifat alam di daerahnya, perilaku mereka umumnya terbentuk sebagai adaptasi dari lingkungan alamnya sehingga mereka adalah tuan rumah (*host*) yang aktif dan bukan objek.
2. Pendekatan fisik dan ekonomis semata-mata tidak menjamin keberhasilan program pembangunan. Nilai-nilai sosial budaya merupakan hal mutlak yang

harus diperhitungkan dalam setiap pembangunan. Masyarakat setempat adalah orang yang paling tahu tentang nilai sosial budaya masyarakatnya.

3. Melibatkan partisipasi masyarakat sejak awal lebih menjamin bahwa program/projek yang direncanakan benar-benar merupakan respons atas *felt-need* masyarakat setempat, kapasitas yang ada, dan lebih menjamin pula adanya komitmen masyarakat karena adanya rasa memiliki yang kuat.
4. Program-program yang melibatkan masyarakat sejak dini pada berbagai tahap pembangunan (perencanaan, pengambilan keputusan, dan pelaksanaan) umumnya akan mampu menghasilkan program-program yang memang *compatible* dengan apa yang ada sebelumnya dan apa yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Projek atau pun program yang *compatible* dengan situasi yang ada dalam masyarakat, biasanya mempunyai tingkat kesinambungan yang lebih tinggi. Berdasarkan argumentasi di atas, setiap langkah keputusan perencanaan di dalam pengembangan desa wisata harus mencerminkan masyarakat adat secara aktif, yang ikut dalam proses pengambilan keputusan. Terkait dengan penelitian ini, keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih juga dilakukan dalam bentuk partisipasi.

Selanjutnya, untuk memahami lebih jauh tentang partisipasi masyarakat dalam pembangunan perlu diacu pandangan Perserikatan Bangsa-Bangsa. Dalam hal ini Perserikatan Bangsa-Bangsa memberikan definisi partisipasi sebagai keterlibatan aktif dan bermakna dari massa penduduk pada tingkatan-tingkatan (a) di dalam proses pembentukan keputusan untuk menentukan tujuan-tujuan, (b) pelaksanaan program secara sukarela, (c) pemanfaatan hasil-hasil suatu program atau projek, dan (d) adanya kemungkinan penolakan program atau projek oleh masyarakat.

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).

Ketujuh prinsip tersebut minimal diupayakan terkait dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Dalam kerangka mewujudkan pembangunan pariwisata berkelanjutan pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, masyarakat setempat berharap agar pengembangan desa wisata di desanya berpedoman pada *trihita karana*. Tujuan dari harapan masyarakat desa tersebut adalah agar desa wisata berjalan baik, serasi, dan selaras dengan kebudayaan Bali, serta anak cucu bisa menyaksikan dan memperoleh manfaat dari desa wisata.

Fenomena harapan masyarakat tersebut 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 *trihita karana* sebagai pedoman dalam pengembangan pariwisata. Fenomena tersebut juga menunjukkan bahwa konsep *trihita 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 Jatiluwih perlu secara konsisten menerapkan *trihita karana*. Dalam hal ini, mata *palemahan* (hubungan manusia dengan lingkungannya) yang merupakan komponen dari *trihita karana* memiliki fungsi serta nilai-nilai yang mengikat berbagai pihak yang berinteraksi pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Pengembangan dengan keterlibatan (*involvement*) 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 kontekstual 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 sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya.

Pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tidak bisa terlepas dari keterlibatan masyarakat, yakni berwujud partisipasi masyarakat secara langsung atas kegiatan yang dilaksanakan. Partisipasi masyarakat merupakan salah satu faktor pendukung dalam upaya pengembangan. Aspek partisipasi masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, 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:

1. Partisipasi manipulatif, yakni partisipasi orang-orang yang mewakili organisasi resmi, tetapi mereka tidak terpilih dan tidak memiliki kekuasaan.
2. Partisipasi pasif, yakni partisipasi terhadap apa yang telah diputuskan oleh orang lain atau terhadap apa yang telah terjadi dan diberitahukan secara sepihak oleh manajemen projek tanpa mendengarkan tanggapan orang lain. Dalam hal ini informasi yang ada hanya milik ahli eksternal.
3. Partisipasi dengan konsultasi, yakni partisipasi yang diawali dengan konsultasi kepada ahli eksternal.
4. Partisipasi untuk bahan insentif, yakni partisipasi dengan menyediakan sumber-sumber, seperti sebagai tenaga kerja atau menyediakan sebidang lahan.
5. Partisipasi fungsional, yakni partisipasi dengan melibatkan ahli eksternal sebagai alat untuk mencapai tujuan projek setelah keputusan mayor dihasilkan. Dalam hal ini keterlibatan masyarakat membantu ahli eksternal.
6. Partisipasi interaktif, yakni partisipasi sebagai hak, bukan hanya untuk mencapai tujuan projek, 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.

7. Mobilisasi sendiri, yakni partisipasi dengan mengambil inisiatif sendiri.

Berdasarkan tingkatannya, keterlibatan masyarakat yang berbentuk partisipasi dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih akan diuraikan sebagai berikut:

### **Tahap Persiapan**

Pada tahap persiapan, partisipasi masyarakat setempat dalam menyongsong kehadiran pengembangan desa wisata dilakukan dengan cara mengikuti sosialisasi. Istilah sosialisasi lebih dikenal sebagai "ceramah" atau "pertemuan". Dalam keseharian masyarakat setempat, ceramah, atau pertemuan dipahami sebagai kegiatan berkumpul di suatu tempat, mendengarkan, dan diam. Pengertian itulah yang selama ini tertanam pada pikiran sebagian besar masyarakat desa setempat.

Berdasarkan catatan pada Buku Tamu Kantor Kepala Desa Jatiluwih, setidaknya terjadi dua puluh empat kali sosialisasi pada bidang kepariwisataan sejak Januari 1992 hingga Juli 2006 atau sejak persiapan pengembangan hingga berjalannya pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Sosialisasi yang dilakukan pada periode tersebut berupa penyuluhan, pemantauan, pembinaan, inventarisasi, ceramah, kunjungan, penjajagan, dan tindak lanjut. Sosialisasi dilakukan dengan mengerahkan tokoh-tokoh formal dan informal untuk memberikan pengarahan kepada masyarakat tentang pentingnya pengembangan pariwisata dalam rangka peningkatan kesejahteraan, penciptaan lapangan kerja, serta perbaikan perekonomian masyarakat desa. Dengan demikian, secara tidak langsung, masyarakat desa tersebut 'harus menyetujui' pengembangan desanya sebagai sebuah desa wisata.

Pada awal pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata, muncul "janji-janji" yang akan diperoleh masyarakat desa setempat pada pengembangan desa wisata. Janji-janji tersebut yakni berupa (1) pelestarian adat, budaya, dan agama; (2) penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat; serta (3) peningkatan pendapatan daerah. Untuk mendukung tercapainya 'janji-janji' yang disampaikan

pada sosialisasi-sosialisasi di desa setempat, masyarakat setempat diharapkan kesadarannya terlibat secara langsung dalam bentuk partisipasi pada pengembangan desa wisata.

Sosialisasi yang dilakukan terkait pengembangan Desa Wisata Jatiluwih dengan berbagai bentuknya, dilakukan dengan mempergunakan janji-janji hegemonik, yang merupakan suatu bentuk hegemoni dengan mempergunakan wacana sebagai medianya. Janji-janji hegemonik tersebut menunjukkan adanya perampasan terhadap kebebasan berkreasi dan berinovasi dalam menentukan sumber kehidupan, di samping juga merupakan kontestasi dan perebutan makna atas ruang.

Pengembangan tersebut, karena diinterpretasikan lain oleh pihak-pihak yang berkepentingan, menjadi 'sarat kebutuhan tanah' untuk membangun sarana kepariwisataan. Kontestasi dan perebutan makna atas ruang ini lebih banyak dialami oleh petani pemilik tanah. Dengan berbagai macam dalih, seperti 'tanah yang tidak produktif', 'tanah yang kurang subur', petani diarahkan oleh pemilik kekuasaan melalui aparatnya di desa dan segelintir masyarakat yang berprofesi sebagai *calo* penjualan tanah untuk menjual tanah mereka. Padahal dari sisi petani, tanah dimaknai sebagai basis kekuatan budaya dan ekonomi karena merupakan warisan dari leluhur dan sebagai ladang-ladang yang produktif yang sudah mereka tanami secara turun temurun. Di samping itu, masyarakat setempat juga memberi makna religius kepada tanah. Oleh karena tanah-tanah tersebut berada di sekitar kawasan tempat suci.

Sementara itu, pihak pengusaha pariwisata memandang bahwa tanah memiliki makna ekonomi sehingga pembangunan di atas tanah tersebut tidak bertentangan dan bukan merupakan pelanggaran terhadap kawasan suci. Cara pandang pengusaha pariwisata ini justru diperkuat oleh pemilik kekuasaan berupa terbitnya Surat Keputusan tentang daya tarik wisata. Dengan dalih sebagai daya tarik wisata, pengusaha pariwisata tidak membongkar bangunan yang ada di tengah hutan pada desa setempat, dengan segala kepentingannya. Semua hal itu merupakan suatu bentuk hegemoni pemilik kekuasaan dan pengusaha pariwisata terhadap masyarakat dalam pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata.

Menurut tokoh masyarakat desa setempat, pada tahap persiapan pengembangan desa tersebut sebagai desa wisata, sosialisasi yang dilakukan tidak hanya sekali dua kali, tetapi berkali-kali. Dalam sosialisasi tersebut masyarakat diminta kesadarannya untuk berpartisipasi karena pengembangan Desa Wisata Jatiluwih adalah untuk kepentingan bersama seluruh masyarakat. Cara-cara atau gaya-gaya sosialisasi seperti itu memang sudah terbiasa dilakukan untuk membujuk semua masyarakat agar mendukung dan menyetujui pembangunan yang akan dilakukan, meskipun masyarakat harus menelan 'pil pahit' sebagai pihak yang banyak dirugikan. Bagi pihak-pihak yang menolak pembangunan yang dilakukan, mereka akan dianggap sebagai musuh yang harus disingkirkan. Agar terjadi kesamaan pandangan, pengetahuan dan kekuasaan dipergunakan untuk menghegemoni masyarakat karena semua itu merupakan proses mempengaruhi yang dilakukan secara terus menerus.

Adanya pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, mendorong pengusaha pariwisata membangun sarana pariwisata berupa akomodasi. Pada sisi lain, masyarakat setempat menyadari bahwa perlu adanya keharmonisan antara tanah dengan keharmonisan tempat suci. Terkait dengan keharmonisan tanah dengan kesucian tempat suci, salah seorang tokoh masyarakat desa setempat berharap sawah-sawah dan ladang-ladang yang ada di sekitar tempat-tempat suci (*kahyangan tiga*, pura *dang kahyangan*, dan pura *kahyangan jagat*) tetap terjaga meskipun desanya dikembangkan menjadi desa wisata.

Harapan dan keinginan salah seorang tokoh masyarakat tersebut menyiratkan upaya untuk tetap mempertahankan areal hijau, tidak saja pada lokasi sekitar tempat suci yang ada di desa setempat, juga pada seluruh areal yang berstatus jalur hijau. Hal ini, di samping untuk menjaga keharmonisan hubungan antara tempat suci dengan areal di sekitarnya juga untuk mempertahankan keseimbangan ekologi, terutama terkait dengan daya dukung (*carrying capacity*), terlebih-lebih dengan adanya pembangunan sarana pariwisata berupa akomodasi. Oleh karena itu, persoalan pembangunan sarana pariwisata berupa akomodasi oleh masyarakat desa setempat

lebih dimaknai sebagai persoalan kesucian sehingga mereka terus menerus berjuang agar lokasi pembangunan sarana pariwisata yang berupa akomodasi tidak mengganggu kesucian tempat suci.

Dengan mengacu pada tipologi Pretty (dalam Mowforth dan Maunt, 2000:146), partisipasi masyarakat pada tahap persiapan ini tergolong partisipasi manipulatif. Digolongkan demikian, karena pada tahap ini masyarakat setempat memang dilibatkan dalam sosialisasi pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, akan tetapi masyarakat setempat tidak memiliki kekuasaan untuk menolak rencana pengembangan yang telah dipersiapkan secara *top-down* (bahkan terkesan dipaksa untuk menyetujui rencana tersebut). Fenomena ini menunjukkan bahwa apa yang menjadi substansi dari pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yaitu dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat belum sepenuhnya dapat tercapai.

### **Tahap Perencanaan**

Pada tahap perencanaan, diawali dengan melakukan identifikasi kebutuhan. Tujuan dilakukannya identifikasi kebutuhan adalah untuk melihat seberapa kuat kebutuhan pengembangan sebuah produk, yakni berupa desa wisata. Setelah identifikasi kebutuhan dilakukan, langkah selanjutnya adalah melakukan analisis kemampuan, khususnya terhadap berbagai sumber daya pariwisata (sumber daya potensial untuk diubah menjadi sumber daya aktual) yang akan dinikmati oleh masyarakat setempat dan wisatawan.

Identifikasi kebutuhan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih dilakukan oleh tenaga ahli yang berasal dari luar masyarakat setempat, sehingga masyarakat desa setempat kurang mengetahui latar belakang yang pasti tentang pengembangan desanya sebagai desa wisata. Dengan mempergunakan tipologi Pretty (1995) partisipasi masyarakat setempat pada identifikasi kebutuhan bersifat fungsional, artinya masyarakat setempat berpartisipasi terhadap apa yang telah ditetapkan oleh tenaga ahli dari luar desa setempat yang diberi kepercayaan dalam pengembangan

Desa Wisata Jatiluwih. Selanjutnya, pada analisis kemampuan, masyarakat setempat hanya sebagai penerima hasil analisis yang dilakukan oleh ahli dari luar desa mereka. Hasil analisis ini digunakan untuk mendukung implementasi sebuah gagasan. Kemudian pada analisis kemampuan masyarakat setempat juga berpartisipasi secara fungsional.

Salah satu tokoh masyarakat desa setempat yang kebetulan mantan Kepala Desa menyatakan secara kebetulan diundang rapat pada awal-awal pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata. Yang bersangkutan bersama-sama dengan masyarakat yang lain hanya terdiam karena semua hal yang terkait dengan desa wisata sudah disiapkan secara *top-down* (wawancara dengan Made Sumerjaya tanggal 31 Agustus 2008). Fenomena ini menunjukkan bahwa belum terpenuhinya apa yang menjadi karakteristik pariwisata berbasis masyarakat. Menurut Nasikun (2000:26), pembangunan pariwisata berbasis masyarakat lebih memberi peluang kepada masyarakat untuk ikut berpartisipasi, yakni dari proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, ataupun penerimaan manfaat dan keuntungan.

Tahap perencanaan merupakan kelanjutan dari gagasan yang telah mengalami identifikasi kebutuhan dan analisis kemampuan. Pada tahap perencanaan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, wujud partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat berupa (1) kesediaan mereka untuk menerima kehadiran wisatawan, (2) ketersediaan sebagian masyarakat untuk mengubah tradisi lama menuju sebuah budaya pariwisata (*touristic culture*), serta (3) adanya penyerahan lahan untuk kepentingan pembangunan sarana pariwisata. Lahan yang diserahkan tersebut berubah dari sifat pendukung potensial (*potential support*) menjadi pendukung aktual (*actual support*) terhadap pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Dalam pengembangan pariwisata yang memposisikan masyarakat sebagai subjek, seharusnya mempergunakan pendekatan *bottom up* sehingga identifikasi kebutuhan, analisis kemampuan, serta tahap perencanaan melibatkan partisipasi masyarakat setempat secara dominan pada berbagai aktivitas. Hal ini karena

pengembangan desa wisata salah satu tujuannya adalah revitalisasi budaya yang ada di lokasi desa wisata tersebut.

Perencanaan pengembangan pariwisata yang melibatkan partisipasi masyarakat dapat mendorong keterbukaan dalam mengambil keputusan serta memusatkan perhatian pada kepentingan-kepentingan masyarakat. Menurut Getz (1991) pendekatan seperti ini dapat mengabaikan masalah-masalah besar tentang kekuasaan sehingga menyebabkan kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan tidak mampu berperan aktif dalam pengambilan keputusan dari sebuah perencanaan.

Dalam hal ini perencanaan yang berorientasi pada partisipasi masyarakat memposisikan pendekatan pluralistik dalam pengembangan pariwisata sehingga kekuasaan terbagi secara merata dalam masyarakat. Menurut Korten (2002), kekuasaan yang terbagi secara merata di masyarakat dalam pengembangan pariwisata merupakan cerminan 'keadilan' yang dibutuhkan oleh masyarakat yang wilayah/daerahnya mengalami pengembangan.

### **Tahap Operasional**

Partisipasi masyarakat pada tahap operasional dilihat dari dua aspek, yaitu aspek partisipasi berbentuk fisik (*physical participation*) dan aspek partisipasi berbentuk non-fisik (*non-physical participation*). Partisipasi berbentuk fisik dimaksudkan sebagai bentuk partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata, khususnya pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, yakni dengan menyediakan sumber daya yang wujud fisiknya dapat dilihat. Selanjutnya, partisipasi non-fisik dimaksudkan sebagai bentuk partisipasi masyarakat dengan menyediakan sumber daya yang tidak berwujud, tetapi hasil dari partisipasi tersebut diperlukan dalam operasionalisasi Desa Wisata Jatiluwih.

#### **1) Partisipasi berbentuk fisik**

Pada operasionalisasi Desa Wisata Jatiluwih, partisipasi berbentuk fisik dari masyarakat setempat adalah sebagai berikut:

a) Partisipasi dengan mobilisasi sendiri, artinya masyarakat dengan penuh kesadaran membangun fasilitas fisik untuk menunjang pengembangan desa wisata.

Partisipasi berbentuk fisik dengan mobilitas sendiri contoh nyatanya adalah:

(1) Tahun 1996 masyarakat Desa Wisata Jatiluwih membangun pos retribusi di ujung barat Desa Wisata Jatiluwih yaitu di *Dusun Kesambi* dan pos retribusi di ujung timur yaitu di *Dusun Gunungsari* Desa.

Setelah Desa Wisata Jatiluwih dinyatakan siap beroperasi, untuk sesegera mungkin mendapatkan pendapatan dari pariwisata, dibangunlah sebuah pos untuk pemungutan retribusi masuk desa wisata. Pos retribusi masuk pertama yang dibangun berada di sebelah barat Desa Wisata Jatiluwih tepatnya di *Dusun Kesambi*. Pembangunan pos ini dananya berasal dari swadaya murni masyarakat. Enam bulan kemudian, kembali dibangun pos retribusi masuk desa wisata di sebelah timur Desa Wisata Jatiluwih tepatnya di *Dusun Gunungsari*. Pembangunan pos retribusi di *Dusun Gunungsari* mendapat bantuan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Tabanan. Meskipun mendapat bantuan, masyarakat setempat juga mengeluarkan dana dalam bentuk swadaya.

Pada awal pengoperasiannya, kedua pos ini memungut retribusi masuk desa wisata sebesar Rp 1.500,00 (seribu lima ratus rupiah), dan untuk mobil Rp 3.300,00 (tiga ribu tiga ratus rupiah). Berdasarkan perkembangan perekonomian, mulai Desember 2005 besarnya retribusi masuk desa wisata ditingkatkan. Dalam hal ini untuk mobil sebesar Rp 5.000,00 (lima ribu rupiah) berdasarkan Perda Kabupaten Tabanan Nomor 9 Tahun 2006, dan untuk wisatawan sebesar Rp 10.000,00 (sepuluh ribu rupiah) berdasarkan Perda Kabupaten Tabanan Nomor 31 Tahun 2005 tanggal 1 November 2006. Guna menciptakan ketenangan selama berwisata, setiap wisatawan yang membayar retribusi dimasukkan pertanggungan asuransi. Pertanggungan asuransi retribusi masuk desa wisata bagi wisatawan bekerja sama dengan

Proteksindo Bali Ins. Const. & Service dengan Nomor 001/PBA-DPS/PT/V/2000 tanggal 22 Mei 2001.

Pendapatan yang diperoleh dari pemungutan retribusi masuk desa wisata dikumpulkan oleh salah satu staf di Kantor Kepala Desa Jatiluwih. Pada akhir bulan, petugas tersebut menyeter kepada Kantor Dinas Pendapatan Daerah yang ada di Kabupaten Tabanan. Selanjutnya dari Kantor Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) Kabupaten Tabanan, uang hasil pemungutan retribusi tersebut dibagi, yakni untuk Kabupaten Tabanan, Desa Dinas Jatiluwih, *Desa Adat* Jatiluwih, *Desa Adat* Gunungsari, dan untuk petugas pemungut retribusi masuk desa wisata. Sumbangan retribusi masuk daya tarik wisata terhadap pendapatan daerah Kabupaten Tabanan seperti Tabel 7.1 berikut ini:

Tabel 7.1 Besarnya Sumbangan Retribusi Masuk Desa Wisata Jatiluwih Terhadap Pendapatan Daerah Kabupaten Tabanan Tahun 2003—2007

No.	Tahun	Retribusi Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwih (Rp)
1.	2003	15.490.600,00
2.	2004	20.468.400,00
3.	2005	26.160.600,00
4.	2006	63.660.560,00
5.	2007	73.438.000,00
	J u m l a h	199.218.160,00

Sumber: diolah dari Kantor Kepala Desa Jatiluwih (2008)

Dari Tabel 7.1 sumbangan retribusi masuk Desa Wisata Jatiluwih terhadap pendapatan daerah Kabupaten Tabanan selama lima tahun (2003-2007) terus mengalami peningkatan, dengan peningkatan terbesar terjadi pada tahun 2006. Selama lima tahun tersebut, retribusi masuk Wisata Desa Wisata Jatiluwih telah menyumbang sebesar Rp 199.218.160,00 (seratus sembilan puluh



sembilan juta dua ratus delapan belas ribu seratus enam puluh rupiah) terhadap pendapatan daerah Kabupaten Tabanan.

Selain Pajak Pembangunan I (PB I), khususnya dari retribusi masuk Desa Wisata Jatiluwih, desa ini juga memberikan sumbangan terhadap pendapatan daerah melalui Pajak Bumi dan Bangunan (PBB). Pada tahun 2003, jumlah wajib pajak mencapai 739 orang dengan realisasi penerimaan PBB sebesar Rp 22.170.000,00 (dua puluh dua juta seratus tujuh puluh ribu rupiah). Selanjutnya, pada tahun 2005, jumlah wajib pajak mencapai 788 orang dengan realisasi penerimaan PBB sebesar Rp 23.640.000,00 (dua puluh tiga juta enam ratus empat puluh ribu rupiah).

Secara makro ekonomi, jika dilihat dari Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kabupaten Tabanan berdasarkan harga konstan tahun 2003-2005, sumbangan sektor perdagangan, hotel dan restoran pada tahun 2005 mencapai Rp 384.807.740.000,00 (tiga ratus delapan puluh empat milyar delapan ratus tujuh juta tujuh ratus empat puluh ribu rupiah) atau urutan kedua setelah sektor pertanian. Selanjutnya, untuk Provinsi Bali PDRB sektor perdagangan, hotel, dan restoran berdasarkan harga konstan tahun 2001-2005 mencapai Rp 6.497.875.590.000,00 (enam trilyun empat ratus sembilan puluh tujuh milyar delapan ratus tujuh puluh lima juta lima ratus sembilan puluh ribu rupiah). Pemberlakuan Otonomi Daerah pasca-Orde Baru yang ditandai dengan keluarnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 1999 tentang Pemerintah Daerah serta Undang-Undang Nomor 25 Tahun 1999 tentang Perimbangan Keuangan antara Pemerintah Pusat dan Daerah, membuat kewenangan kabupaten/kota semakin besar dalam mengatur rumah tangganya, termasuk mengatur pendapatan daerahnya. Hal ini semakin memperkuat harapan kabupaten/kota untuk memperbesar pendapatan daerahnya, khususnya melalui pendapatan dari Desa Wisata Jatiluwih. Dengan demikian hegemoni terhadap masyarakat desa setempat semakin

mendapat legitimasi dengan mengatasnamakan meningkatkan pendapatan daerah.

- (2) Tahun 1995 masyarakat Desa Wisata Jatiluwih membangun sebuah *café* (kini dikenal dengan *Café* Jatiluwih) yang modal awalnya berasal dari Program Kesejahteraan Keluarga (PKK) Desa Jatiluwih.

Pembangunan *Café* Jatiluwih pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, yakni merupakan usaha untuk menciptakan kesejahteraan masyarakat melalui penyerapan masyarakat sebagai tenaga kerja pada sarana pariwisata yang dibangun. Di samping itu, pembangunan usaha sarana pariwisata berupa *cafe* tersebut juga merupakan upaya untuk memberikan pekerjaan secara tidak langsung kepada masyarakat setempat, yakni dengan cara membeli hasil pertanian, perkebunan, serta peternakan masyarakat setempat, terutama hasil-hasil yang diperlukan untuk operasional *cafe* seperti beras, sayur-sayuran, telur, daging ayam, serta buah-buahan.

Dalam rangka mempersiapkan masyarakat setempat terlibat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, pada tahun 1995 sebanyak lima orang anggota muda-mudi (*sekaa teruna*) mendapatkan pendidikan dasar perhotelan di Balai Pendidikan dan Latihan Pariwisata Nusa Dua selama enam bulan. Setelah menyelesaikan studinya, kelima orang anggota *sekaa teruna* tersebut kembali ke desa untuk bekerja pada *Cafe* Jatiluwih dan usaha sarana pariwisata lainnya yang ada di desa setempat. Seiring berjalannya waktu, yang bekerja pada sarana pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih (pada usaha restoran/rumah makan dan penginapan) sebagian besar adalah masyarakat dari luar desa tersebut. Sedangkan masyarakat yang memperoleh pendidikan dasar perhotelan sebagian besar justru tidak bekerja pada usaha sarana pariwisata yang ada di desa setempat. Dalam hal ini, mereka bahkan bekerja ke luar desa seperti ke Denpasar atau ke kecamatan lain di luar Kecamatan Penebel sebagai lokasi Desa Wisata Jatiluwih. Menurut anggota *sekaa teruna* yang memperoleh pendidikan dasar perhotelan, hal tersebut disebabkan oleh (1)

manajemen pengelolaan usaha sarana pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih saat itu belum memadai, (2) mencari pengalaman baru, dan (3) penghargaan yang rendah terhadap pekerja dari desa setempat.

Salah seorang anggota *sekaa teruna* yang mendapatkan kesempatan memperoleh pendidikan di Balai Pendidikan Parhotelan dan Pariwisata Bali (BPLP Bali) Nusa Dua menyatakan bahwa mereka memang tertarik bekerja di bidang pariwisata (sebagai pelayan restoran), tetapi karena apa yang dijanjikan oleh pemilik restoran, yakni berupa gaji tidak sesuai dengan kenyataan, maka mereka memilih berhenti bekerja sebagai pelayan restoran. Di samping itu juga karena ketidaknyamanan akibat ada masyarakat yang protes sebagai akibat anaknya tidak diterima bekerja di restoran tersebut.

Fenomena di atas menyiratkan terjadi konflik di antara masyarakat desa setempat karena semuanya ingin dapat diterima bekerja di usaha sarana pariwisata yang ada. Dalam kaitan ini, isu ketenagakerjaan memang dipergunakan pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, yakni sebagai salah satu senjata utama untuk menjaring masyarakat setempat masuk dalam perangkat industri pariwisata yang sarat dengan kepentingan kapitalis. Dari wacana ketenagakerjaan yang digulirkan, seakan-akan bukan sarana pariwisata yang ada di desa wisata membutuhkan tenaga kerja, tetapi masyarakat desa setempatlah yang butuh pekerjaan untuk hidup. Itulah sebabnya, salah satu tokoh masyarakat melalui kata hati serta idealismenya sebenarnya tidak setuju dengan keberadaan sarana pariwisata yang ada (meskipun *café* dibangun terkait pengembangan Desa Wisata Jatiluwih) karena telah menimbulkan dampak negatif terutama terhadap sikap dan perilaku pemuda desa setempat.

Seorang tokoh intelektual tradisional yang semula menentang pembangunan sarana pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih, menuturkan bahwa kehadiran usaha sarana pariwisata saat ini justru sangat menguntungkan desa setempat. Hal ini karena (1) adanya sumbangan dari para pemilik usaha sarana

pariwisata kepada desa setempat, (2) terserapnya penduduk lokal untuk bekerja pada usaha sarana pariwisata yang ada, dan (3) masyarakat, meskipun baru sebagian kecil, dapat menyalurkan hasil pertanian dan hasil kebunnya kepada usaha sarana pariwisata yang ada sehingga memperoleh penghasilan tambahan selain dari pertanian. Sumbangan tersebut sebagai wujud 'politik etis' atau 'politik balas budi'. Politik balas budi adalah politik yang dikembangkan pada zaman penjajahan Belanda di Indonesia dan sempat diterapkan dalam menjajah Indonesia. Dengan memberikan sumbangan, para pemilik usaha sarana pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih beranggapan sudah meminimalisasi kesalahan yang dilakukan terhadap desa setempat. Pemberian sumbangan yang dilakukan oleh pengusaha pariwisata tersebut merupakan suatu bentuk hegemoni sehingga masyarakat diharapkan dapat mengikuti apa yang menjadi keinginan pengusaha pariwisata tersebut. Bahkan pada era Reformasi sekarang ini hegemoni seperti itu masih terus berlangsung. Secara samar-samar, pemilik kekuasaan lewat praktik-praktiknya masih mendukung pengusaha pariwisata. Sebagai hegemoni, masyarakat melakukan dukungan terhadap pembangunan meskipun tidak dapat dipungkiri masih banyak yang melakukan perlawanan dalam bentuk diam, pasrah menerima keadaan, dan akhirnya mengarah kepada masa bodoh (apatitis). Masyarakat sebenarnya merasakan hegemoni melalui ketidakadilan yang mereka terima, tetapi mereka tidak berdaya menghadapi hegemoni.

- (3) Salah seorang warga masyarakat Desa Wisata Jatiluwih yang tinggal di *dusun* Gunungsari Desa mendirikan usaha akomodasi yang berupa *Inn*. Letak usaha akomodasi tersebut berhadapan dengan terasering sawah yang menjadi daya tarik utama Desa Wisata Jatiluwih. Usaha akomodasi tersebut bernama Galang Kangin *Inn*. *Inn* tersebut memiliki sembilan kamar. Masing-masing kamar dilengkapi dengan sebuah kamar tempat tidur, almari pakaian, serta meja dan kursi. Setiap kamar dilengkapi dengan kamar mandi. Dari dua

orang tenaga kerja yang dipekerjakan, hanya satu orang yang berasal dari masyarakat desa setempat.

- b) Partisipasi untuk bahan insentif, yakni suatu bentuk partisipasi dari masyarakat setempat dengan menyediakan sumber-sumber untuk mendukung operasional dari desa wisata.

Partisipasi untuk bahan insentif berupa penyerahan bangunan *saka roras* untuk dipugar sebagai ‘rumah contoh’ bukan sepenuhnya terjadi karena kesadaran untuk berpartisipasi pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Hal tersebut terjadi karena pemilik bangunan memiliki kepentingan. Dengan kekuasaan (*power*) sebagai Kepala Desa dan pengetahuan (*knowledge*) yang dimilikinya, pada awalnya masyarakat mampu dihegemoni. Namun, seiring dengan pemikiran kritis yang dimiliki oleh masyarakat setempat, atas dasar keadilan (Korten, 2002) maka keberadaan rumah contoh tersebut menjadi pertanyaan di kalangan masyarakat yang mengarah pada ketegangan dan konflik.

Adapun pengembangan desa wisata, seharusnya dilandasi oleh dasar-dasar (1) manfaat untuk masyarakat setempat, (2) partisipasi masyarakat dengan perencanaan *bottom-up*, (3) azas percaya diri, dan (4) pemerataan kesempatan. Berdasarkan landasan dasar perencanaan tersebut, diharapkan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih yang mengimplementasikan pariwisata berbasis masyarakat mencapai tujuan sebagai berikut: (1) memberikan model pembangunan pariwisata yang berdampingan dan bahkan mengembangkan serta melestarikan budaya setempat, mendukung konsep pembangunan yang berkesinambungan; (2) mengakomodasi tuntutan-tuntutan situasi pariwisata berdasarkan tren terbaru, di samping memberikan alternatif lain bentuk akomodasi untuk penyegaran pada pasar hotel tradisional; (3) memberikan kesempatan pemerataan dan kesempatan berusaha serta meningkatkan daya dukung desa dengan pranata sosial kepariwisataan dan peningkatan kualitas pengelolaan; dan (4) meningkatkan kemungkinan peningkatan produksi dari

potensi yang ada dan meluaskan kemungkinan pembangunan dari potensi-potensi setempat (Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknis Desa Wisata Terpadu di Bali, 1992:3 dan 22).

Pembangunan rumah contoh di Desa Wisata Jatiluwih merupakan proyek awal dari pengembangan desa wisata di Bali pada tahun 1992. Pembangunan ini didasarkan pemikiran perlunya akomodasi bagi wisatawan yang akan berkunjung ke desa wisata. Atas dasar hasil survey petugas dari Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada, rumah salah seorang penduduk desa setempat yang juga Kepala Desa Jatiluwih dipilih untuk dijadikan rumah contoh. Berdasarkan pertimbangan ekonomis dan adanya kepentingan tertentu, pemilik rumah *saka roras* langsung memberikan persetujuan untuk memugar rumah miliknya (satu-satunya rumah di Desa Jatiluwih yang memiliki *saka roras*) sebagai salah satu akomodasi yang mengedepankan kekinian. Persetujuan yang diberikan tersebut tanpa melalui proses musyawarah dengan masyarakat sehingga menimbulkan polemik berkepanjangan di masyarakat desa setempat.

Menurut masyarakat setempat, rumah contoh tersebut selayaknya ditempatkan pada tanah milik desa, sehingga kedudukan rumah tersebut lebih netral dan desa bisa memanfaatkan untuk kegiatan yang bersifat umum. Lokasi yang diharapkan oleh masyarakat sebagai tempat rumah contoh adalah pada tanah milik desa yang berlokasi di *Café* Jatiluwih. Penetapan lokasi rumah contoh di tempat yang netral sebenarnya mendapatkan dukungan sebagian besar masyarakat setempat. Atas dasar penempatan rumah contoh yang tidak sesuai dengan keinginan sebagian besar masyarakat, beberapa tokoh masyarakat desa setempat menduga adanya kepentingan-kepentingan tersembunyi dari pemilik rumah yang pada saat itu menjabat sebagai Kepala Desa Jatiluwih.

Menurut pemilik rumah yang rumahnya dipugar menjadi rumah contoh, tindakan untuk menyetujui pemugaran rumah miliknya dilakukan mengacu pada surat dari Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada tanggal 8 Maret 1995 melalui Koordinator Peneliti Desa Wisata Terpadu yang menyebutkan beberapa

alasan pemugaran rumahnya sebagai rumah contoh, karena: (1) yang bersangkutan telah berpengalaman menerima tamu asing, (2) rumah yang bersangkutan tidak terpakai seluruhnya (ketersediaan lahan), (3) pola rumah masih cukup tradisional sehingga merupakan suatu potensi tersendiri, (4) yang bersangkutan memiliki jabatan bendesa dinas, yang dianggap suatu jabatan yang netral di tengah masyarakat dan mampu mendukung pengelolaan rumah contoh sebagai aset desa secara adil.

Fenomena ini sesuai dengan teori Kekuasaan/Pengetahuan Foucault (1980) yang menyebutkan bahwa kekuasaan adalah relasi-relasi yang bekerja dalam ruang dan waktu tertentu. Kekuasaan memproduksi kebenaran, dalam hal ini kebenaran berada di dalam jaringan relasi-relasi sirkuler dengan sistem kekuasaan yang memproduksi kebenaran serta menjaga kebenaran tersebut. Oleh karena itu, kebenaran tidak ada dengan sendirinya, kebenaran tidak berada di luar kekuasaan, tetapi berada dalam kekuasaan. Dengan demikian, menurut Foucault, kekuasaan adalah kebenaran.

Pemugaran yang dilakukan terhadap satu-satunya rumah yang memiliki tiang duabelas (*saka roras*) di Desa Wisata Jatiluwih tersebut meliputi penggantian atap genteng menjadi atap ilalang, meluruskan tembok, serta menambah kamar mandi yang dilengkapi WC duduk dan *bath tub*. Oleh karena dalam proses pemugaran hingga selesainya pemugaran terus menerus terjadi protes tanpa kekerasan dari masyarakat, maka setelah rumah tersebut selesai dipugar menjadi rumah contoh, oleh bagian projek pengembangan desa wisata di Bali rumah tersebut diserahkan kepada Pemda Kabupaten Tabanan sesuai Berita Acara Serah Terima tanggal 11 Maret 1993 Nomor: -/PPP-Bali/III/1993. Selanjutnya, rumah tersebut ditetapkan menjadi milik Pemda Tingkat II Kabupaten Tabanan.

Dalam perkembangan selanjutnya, rumah contoh hasil pemugaran projek pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tersebut dipugar lagi oleh pemiliknya. Pemugaran yang dilakukan berupa penggantian atap (dari atap *ilalang* menjadi

atap genteng) dengan beberapa tambahan serta pengurangan pada hiasan tembok rumah. *Angkul-angkul* pada tembok pagar rumah yang merupakan satu kesatuan dengan rumah contoh dibongkar. Pemugaran tersebut selesai tanggal 6 Februari 2007. Pemugaran oleh yang bersangkutan dilakukan karena rumah tersebut sudah diserahkan oleh Pemda Kabupaten Tabanan kepadanya. Penyerahan rumah contoh dari Pemda Kabupaten Tabanan kepada pemiliknya, hingga kini masyarakat setempat secara pasti belum mengetahuinya.

Penyerahan kepada pemiliknya setelah menimbulkan keresahan di desa setempat merupakan suatu dinamika dari kasus rumah contoh. Oleh karena berdasarkan surat Bupati Tabanan Nomor 556/1701/Diparda.T. tanggal 3 Juli 1993 disebutkan bahwa bangunan rumah contoh tersebut tetap menjadi milik Pemda Tingkat II Tabanan yang akan dipergunakan oleh Pemda sebagai tempat penginapan tamu-tamu resmi pemerintah Pemda Tingkat I Bali atau Pemda Tingkat II Tabanan tanpa dikenakan biaya penginapan. Dalam perkembangan selanjutnya, ternyata rencana untuk menjadikan rumah contoh tersebut sebagai tempat penginapan tamu-tamu Pemda Tingkat II Tabanan tidak terwujud, karena sudah diserahkan kembali kepada pemiliknya. Sehubungan dengan penyerahan rumah contoh dari Pemerintah Kabupaten Tabanan kepada pemiliknya, menurut pemiliknya menyatakan bahwa penyerahan rumah contoh tersebut sudah tepat karena tanah dan bangunan adalah miliknya.

Pemugaran bangunan *saka roras* dalam kaitan pemenuhan akan akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan mencerminkan akomodasi kekinian, di samping mencerminkan ketidakkonsistenan wacana-wacana yang dikembangkan pada awal pengembangan Desa Wisata Jatiluwih khususnya pelestarian adat, budaya, dan agama, juga mencerminkan telah terjadinya komodifikasi terhadap fisik bangunan yang bernilai budaya. Komodifikasi terhadap bangunan tradisional *saka roras* dimaksudkan sebagai diproduksinya model bangunan yang benar-benar baru dan sesuai dengan kekinian (sebagai hasil perubahan bentuk bangunan tradisional *saka roras*).



Selanjutnya, bangunan hasil perubahan bentuk dari bangunan tradisional tersebut dipasarkan, dan dapat dikonsumsi oleh wisatawan yang membutuhkan akomodasi saat berwisata ke Desa Wisata Jatiluwih.

Akibat perubahan fisik pada strukturnya, bangunan tersebut tidak lagi mencerminkan bangunan *saka roras*, tetapi sudah mengarah kepada rumah tinggal yang siap dikomersialkan. Hal ini berarti wacana-wacana yang berupa pelestarian adat, budaya, dan agama dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tidak terbukti, dan bahkan merupakan penodaan terhadap budaya masyarakat setempat. Kondisi terakhir rumah contoh seperti Gambar 7.1 berikut ini:

Gambar 7.1 Kondisi Terakhir Bangunan "rumah contoh"  
*Saka Roras*



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Pemugaran dalam bentuk pembongkaran terhadap bangunan tradisional menjadi bangunan yang bernilai komersial adalah untuk memenuhi keinginan (*habitus*) serta selera wisatawan. Selanjutnya, pemugaran bangunan tradisional juga merupakan hegemoni terhadap masyarakat sebagai pendukung kebudayaan.

Sehubungan dengan pembongkaran bangunan *saka roras*, pemilik rumah tersebut menyatakan karena pembongkaran bangunan miliknya untuk dijadikan sebagai rumah contoh di desa ini dan untuk menunjang pariwisata, maka yang bersangkutan menyatakan menyetujui pembongkaran tersebut. Persetujuan pemilik bangunan yang dipugar, lebih menekankan pada manfaat ekonomi pariwisata daripada mempertahankan bangunan yang bernilai budaya. Dalam hal ini, terkait dengan pemugaran tersebut, dalam penelitian ini terlihat bahwa pemugaran sebuah bangunan yang bernilai budaya seperti bangunan *saka roras* dapat terlaksana karena adanya peran perantara, yaitu intelektual organik. Peran tersebut berupa pemberian rekomendasi untuk melakukan perubahan terhadap bangunan yang bernilai budaya untuk dijadikan akomodasi pariwisata. Dengan demikian, pemilik kekuasaan telah mempergunakan intelektual organik sebagai perantara dalam melakukan hegemoni.

Gramsci (1979:9) dalam tulisannya yang berjudul *The Southern Question* menyatakan bahwa untuk melihat intelektual bukan dilihat dari hakikat intrinsik kegiatan intelektual itu sendiri. Intelektual dilihat dari posisi kegiatan itu dalam suatu sistem hubungan, yakni kegiatan-kegiatan ini mengambil tempatnya dalam sebuah hubungan sosial yang kompleks. Lebih lanjut menurut Gramsci, hubungan antara aspek material, yaitu perekonomian dengan budaya dan ideologi-ideologinya sebagai suatu hubungan kompleks yang berbalasan (*reciprocal*) yang di dalamnya manusia menjadi perantara (lihat Bocoock, t.t.:103).

## 2) Partisipasi berbentuk nonfisik

Keterlibatan masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih pada tahap operasional yang berbentuk nonfisik yaitu berupa dua hal, yaitu:

- a) Partisipasi dengan mobilitas sendiri, seperti belajar bahasa asing, belajar menari, belajar mengoperasikan gamelan. Untuk aktivitas belajar menari dan belajar mengoperasikan gamelan dilakukan di desa setempat dengan mempergunakan pelatih dari masyarakat setempat dan gamelan juga milik masyarakat desa

setempat. Selanjutnya, untuk belajar bahasa asing (khususnya bahasa Inggris), beberapa anggota masyarakat, khususnya para pemudanya belajar bahasa Inggris di antara mereka. Namun demikian, ada juga yang belajar bahasa asing dengan cara mempraktikkan langsung kepada wisatawan yang kebetulan ada di sekitar terasering sawah di Desa Wisata Jatiluwih.

- b) Partisipasi interaktif, seperti pengiriman lima orang pemuda asal Desa Jatiluwih untuk mengikuti pelatihan pariwisata. Pengiriman pemuda asal desa setempat untuk mengikuti pelatihan dalam rangka meningkatkan nilai tambah (*value added*) dan kompetensi sumber daya manusia masyarakat setempat rupanya belum menimbulkan kesadaran dan dorongan (*induced*) bagi masyarakat lain untuk meningkatkan kompetensinya (terdiri atas *skill*, *knowledge*, dan *attitude*) dalam rangka menunjang partisipasi masyarakat setempat memberikan pelayanan kepada wisatawan di Desa Wisata Jatiluwih. Dengan kompetensi yang dimiliki oleh masyarakat setempat yang terdiri atas keahlian (*skill*), pengetahuan (*knowledge*), dan sikap/perilaku (*attitude*), masyarakat setempat tidak saja memiliki nilai perbedaan dari sisi kompetensi (komparatif), tetapi juga memiliki nilai daya saing (kompetitif).

### **Tahap Pengembangan**

Setelah partisipasi pada tahap operasional yang terdiri atas partisipasi berbentuk fisik (*physical participation*) dan partisipasi berbentuk nonfisik (*non-physical participation*), maka tahap berikutnya adalah partisipasi masyarakat pada tahap pengembangan. Partisipasi pada tahap pengembangan ini dimaksudkan sebagai suatu bentuk partisipasi masyarakat untuk lebih mengembangkan produk-produk wisata yang dimiliki Desa Wisata Jatiluwih, dalam hal ini tidak saja mampu beroperasi, tetapi produk-produk tersebut mamiliki nilai lebih dibandingkan dengan produk sejenis, yakni dengan harapan mampu bersaing pada berbagai strata (lokal, regional, nasional, dan bahkan global).

Pada tahap pengembangan, partisipasi masyarakat dilakukan secara spontan. Partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat setempat berupa pengelolaan usaha penginapan, usaha warung makan dan minum, usaha kerajinan perak, usaha cuci pakaian (*laundry*), dan toko-toko penjual kebutuhan sehari-hari. Meskipun partisipasi dilakukan secara spontan, tetapi masyarakat setempat juga melakukan usaha-usaha untuk tetap mempertahankan dan melestarikan budaya lokal yang telah dimiliki sejak dahulu, yaitu budaya untuk menanam padi bali sekali dalam setahun dan pengolahan sawah dengan mempergunakan teknologi tradisional mengimbangi mesinisasi yang sudah merajalela pada aktivitas pertanian.

Upacara yang bersifat tradisional sebagai rangkaian dalam pengolahan sawah tetap dipertahankan oleh masyarakat setempat untuk dilaksanakan, seperti rangkaian upacara menanam padi bali, yakni oleh masyarakat setempat dikenal dengan *pula pali metandur* padi bali *ring carik*. Upacara yang terkait dengan penanaman padi yang masih ada adalah: (1) upacara *magpag toya*, yaitu upacara menjemput air ke mata air yang dilakukan oleh seluruh anggota *subak* pada *sasih kapat* sekitar Oktober; (2) upacara *ngusaba* yang datangnya setiap 210 hari sekali; (3) upacara *ngerasakin*, yaitu upacara setelah sawah selesai dibajak; (4) upacara *nuasen*, yaitu upacara saat hendak menanam padi; (5) upacara *ngekabuhin*, yaitu upacara saat padi berumur 38 hari; dan (6) upacara *nganyarin*, yaitu upacara saat mulai panen.

Keberadaan salah satu kesenian tradisional yang disakralkan berupa tarian *baris memedi* yang ditarikan minimal oleh enam orang dan maksimal oleh dua belas orang, terdapat sekelompok masyarakat yang menginginkan tarian *baris memedi* tersebut dikomersialkan. Sebagai *seni tari wali*, tarian ini hanya ditarikan pada saat ada upacara pembakaran mayat (*ngaben*) tingkatan menengah (*madya*) dan paling besar (*utama*) dan para penarinya membawa sejenis tempat makanan yang dibuat dari sabut pohon inang, menghias dirinya di kuburan dengan mempergunakan alat-alat penghias berupa arang, kapur, dan bajunya dari daun pisang kering. Namun, jika dikomersialkan sebagai *seni tari bebali*, hiasan penarinya sama seperti *seni tari wali*,

lokasi berhiasnya bukan lagi di kuburan, melainkan di sawah ladang, dan penarinya tidak membawa tempat makan.

Keinginan untuk mengkomersialkan tarian *baris memedi* juga muncul pada sekelompok masyarakat di Desa Wisata Jatiluwih. Tujuannya adalah para penari ingin mendapatkan hasil sampingan dari sebagai penari, sehingga mereka bisa menari tidak saja saat ada upacara *ngaben* di desa ini, tetapi ingin menari setiap saat sepanjang mendapat bayaran. Fenomena tersebut memperlihatkan bahwa sebagian dari masyarakat Desa Wisata Jatiluwih yang berprofesi sebagai penari *baris memedi* mempunyai keinginan untuk memperoleh manfaat ekonomi dari kesenian *sakral*. Jika hal ini terjadi, maka salah satu kesenian *sakral* yang ada di Desa Wisata Jatiluwih sudah menunjukkan pertanda kerusakan nilai-nilai tradisional. Kerusakan nilai-nilai tradisional erat kaitannya dengan komersialisasi dalam hubungan antarmanusia yang merupakan salah satu konsekuensi yang umum dari dampak pariwisata. Menurut Pitana dan Gayatri (2005:143) nilai-nilai moral yang umumnya mendasari hubungan sosial berubah menjadi nilai ekonomi.

Selanjutnya, terkait dengan pelaksanaan ritual dalam kehidupan masyarakat setempat, tampaknya tidak mengalami penurunan, bahkan meningkat, baik dari sisi frekuensi maupun kemegahannya. Berbagai jenis upacara (dari yang kecil hingga yang besar) terus dilaksanakan dengan lebih semarak dan khidmat, bahkan pada saat upacara besar masyarakat setempat mengalihkan perhatian sepenuhnya dari bisnis ke upacara. Kondisi ini oleh Hobsbawn (1983) disebut sebagai *reinvented tradition*. Oleh karena itu, secara umum pada tahap komersialisasi tumbuh kesadaran dari masyarakat setempat untuk tetap melestarikan budaya lokal yang sudah diwarisi sejak dahulu.

Dengan adanya keterbatasan yang ada pada masyarakat Desa Wisata Jatiluwih, seperti: (1) keterbatasan pengetahuan tentang pariwisata, (2) keterbatasan kemampuan berkomunikasi dengan wisatawan, (3) keterbatasan usaha sarana pariwisata, dan (4) keterbatasan jumlah lapangan pekerjaan, hal ini membuat

masyarakat desa setempat tidak seluruhnya dapat berpartisipasi pada usaha sarana pariwisata yang ada pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Kehadiran pekerja pendatang dari luar Desa Wisata Jatiluwih bekerja pada usaha sarana pariwisata di desa setempat dengan pengalaman dan keahlian (*skill*) yang lebih, yakni merupakan ancaman tersendiri bagi masyarakat desa setempat sehingga terjadi persaingan yang ketat dalam bisnis usaha pariwisata. Persaingan menjadi semakin tidak seimbang karena masyarakat Desa Wisata Jatiluwih yang memiliki keahlian dan pengalaman pada bidang-bidang pariwisata lebih memilih bekerja ke Denpasar atau Kabupaten Badung. Alasannya adalah lapangan pekerjaan yang lebih variatif, pendapatan yang lebih tinggi, mencari pengalaman yang lebih luas, karier yang lebih menjanjikan dan menantang, serta menghindari kehidupan yang bersifat monoton yang diperankan oleh sebagian besar masyarakat Desa Wisata Jatiluwih. Untuk menciptakan persaingan yang seimbang serta memberi arti bagi pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, sudah selayaknya masyarakat setempat yang memiliki keahlian dalam bidang pariwisata, atas dasar kesadaran bersedia kembali ke desa untuk mensukseskan program pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

### **Tahap Pengawasan**

Aspek terakhir partisipasi masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih adalah pada tahap pengawasan. Pengawasan oleh masyarakat Desa Wisata Jatiluwih sebagai penerima pariwisata, pendukung, dan sekaligus pelaku budaya bertujuan untuk mengupayakan kelestarian wilayah serta kelestarian kehidupan alam dan budaya setempat. Oleh karena itu, mutlak diperlukan keterlibatan langsung masyarakat dalam pengawasan pengembangan pariwisata, terlebih-lebih pada desa wisata yang merupakan produk pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*).

Keterlibatan masyarakat setempat untuk melakukan pengawasan terhadap pengembangan Desa Wisata Jatiluwih mengalami kendala, yang disebabkan oleh (1) perencanaan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih yang dilakukan secara *top down*

sehingga masyarakat tidak mengetahui apa yang direncanakan dan apa yang perlu diawasi; (2) masyarakat setempat tidak memiliki kompetensi untuk melakukan pengawasan; dan (3) pengawasan lebih dimaknai sebagai tindakan ‘memata-matai’ sehingga berujung pada terjadinya konflik.

Partisipasi masyarakat pada tahap pengawasan lebih bersifat praktis dan preventif, yakni untuk mencegah agar desanya sebagai salah satu desa wisata tidak tercemar dari tindakan-tindakan negatif. Selanjutnya, pengawasan yang bersifat lebih kompleks, seperti pelanggaran tata ruang dan pelanggaran kawasan suci, sebagian besar masyarakatnya bersikap malas bicara (*koh ngomong*) dan cenderung masa bodoh, padahal secara substansi seharusnya masyarakat setempat secara keseluruhan ikut mengawasi. Selama ini pengawasan yang bersifat kompleks hanya dilakukan oleh segelintir masyarakat yang kritis, termasuk elite masyarakat desa setempat.

Menurut McIntosh dan Goeldner (1986), menggarisbawahi perlunya kontrol masyarakat dalam pengembangan pariwisata, yakni tujuannya adalah (1) mempersiapkan kerangka perencanaan guna meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat melalui keuntungan ekonomi yang diperoleh dari pariwisata; (2) mengadakan program pembangunan yang sesuai dengan filosofi budaya, sosial, dan ekonomi dari masyarakat setempat; (3) mengoptimalkan kepuasan pengunjung; (4) memastikan bahwa tipe-tipe pembangunan yang dilakukan dalam lingkungan pusat-pusat kunjungan sesuai dengan tujuan dari daerah tersebut; dan (5) membangun infrastruktur dan menyediakan sarana rekreasi bagi para penduduk dan wisatawan. Lebih lanjut Amstein (1969) mengatakan bahwa dengan keterlibatan masyarakat setempat atau khalayak umum dalam perencanaan pariwisata, yakni menunjukkan bahwa masyarakat setempat akan mengadakan pengawasan yang ketat dalam proses perencanaan dan dalam proses pembuatan keputusan.

Mengutip apa yang dikatakan oleh McIntosh dan Goeldner (1986) serta Amstein (1969), terlihat bahwa pengawasan masyarakat terhadap pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tidak terlaksana karena tidak sepenuhnya program Pengembangan Desa Wisata Jatiluwih berjalan. Hal ini terkait dengan masalah

kekuasaan (*power*) serta timbulnya kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan-kepentingan terhadap pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Bahkan kelompok-kelompok yang memiliki kepentingan itu terlibat dalam pembuatan keputusan terkait dengan pengembangan yang dilakukan. Selanjutnya, jika berdasarkan tipologi Pretty (1995), partisipasi masyarakat desa setempat pada tahap pengawasan merupakan suatu bentuk partisipasi manipulatif (*manipulative participation*). Meskipun pengembangan Desa Wisata Jatiluwih merupakan implementasi prinsip pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (yang seharusnya menjadi penguat revitalisasi desa), tetapi masyarakat tidak memiliki kekuasaan (*power*) untuk mengatur dan mengawasi sendiri pengembangan desanya sebagai desa wisata.

Melalui relasi kuasa/pengetahuan (*power/knowledge*), pemilik kekuasaan secara sengaja mempergunakan berbagai macam 'wacana' pembangunan yang mengarah kepada upaya untuk menjebak masyarakat untuk mau mengikuti apa yang menjadi keinginan pemilik kekuasaan. Dengan wacana pembangunan tersebut seakan-akan masyarakat memerlukan pembangunan itu, padahal dalam kondisi seperti ini, masyarakat lebih diposisikan sebagai objek dari suatu pembangunan yang cenderung mengalami penderitaan dan kerugian dari pembangunan yang dilakukan. Bahkan dapat mengakibatkan termarjinalkannya masyarakat di tengah pembangunan yang dilaksanakan di desa mereka sendiri, seperti termarjinalkannya masyarakat Desa Jatiluwih dalam pengembangan desanya sebagai desa wisata.

## **B. KOMODIFIKASI**

Kasus-kasus yang terjadi terkait dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih menunjukkan adanya kepentingan-kepentingan yang bermain dalam lingkungan pihak-pihak yang terkait. Salah satu kasus yang terjadi pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih terkait dengan komodifikasi adalah pembangunan di sebelah utara Pura Luhur Petali yang dikenal dengan nama "Vila Petali". Pemilik kekuasaan yang didukung oleh sebagian kecil pemuka masyarakat desa setempat ingin mempertahankan keberadaan bangunan tersebut. Namun, beberapa elite desa



setempat yang didukung elite luar desa, khususnya yang berada di Kabupaten Tabanan menginginkan bangunan tersebut dibongkar. Lebih-lebih lokasi tempat pembangunan tersebut merupakan suatu wilayah kesucian pura sesuai konsep *trihita karana* dan diperkuat oleh *bhisama* tentang kesucian pura dari Parisada Hindu Dharma Pusat Nomor 11/Kep./I/PHDIP/1994. Dalam hal ini, pemilik kekuasaan sudah jelas menunjukkan keberpihakannya kepada pemilik bangunan tersebut. Akibatnya, terjadi tarik-menarik kepentingan antara sebagian masyarakat setempat yang didukung oleh elite desa serta elite luar desa dengan sebagian masyarakat setempat bersama dengan pemilik bangunan yang didukung oleh pemilik kekuasaan.

Sebelum pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata, Desa Jatiluwih hanya dikenal sebagai sebuah desa yang memiliki terasering sawah yang indah dan didukung panorama alam sekitarnya yang eksotik. Namun, setelah desa ini mengalami pengembangan sebagai desa wisata dan diikuti dengan dikeluarkannya Surat Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Tabanan Nomor 470 Tahun 1998 tentang Penetapan Desa Jatiluwih sebagai daya tarik wisata, mulailah masyarakat lokal dan global lebih mengenal berbagai potensi keindahan alam serta kehidupan budaya lokal masyarakat desa setempat.

Gambar 7.2 Pemandangan Terasering Sawah di Desa  
Wisata Jatiluwih sebagai Daya Tarik  
Utama Pariwisata



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Desa Wisata Jatiluwih semakin terkenal karena *Subak* Jatiluwih diusulkan sebagai Warisan Budaya Dunia, sesuai dengan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 590 Tahun 2002 tertanggal 23 September 2002. Hasilnya *Subak* Jatiluwih oleh UNESCO dinominasikan sebagai Warisan Budaya dan Alam Dunia dengan Nomor C 1194 pada tanggal 21 April 2004. Terkait dengan usulan tersebut, menurut Pujaastawa dkk. (2005:78-83) dukungan berupa potensi ekologis serta potensi sosial-budaya sangat penting bagi pencapaian usulan sebagai Warisan Budaya Dunia. Dalam rangka pengembangan Desa Wisata Jatiluwih potensi-potensi tersebut sangat menguntungkan yaitu sebagai salah satu daya tarik wisata di Kecamatan Penebel dan sekaligus bila berhasil akan menjadi Warisan Budaya Dunia.

Selain daya tarik berupa terasering sawah dengan panorama keindahan alam yang dilatarbelakangi oleh Gunung Batukaru, Desa Wisata Jatiluwih juga didukung oleh keunikan berupa pura-pura yang lokasinya tegak lurus dengan perbukitan di sebelah utara desa dan letaknya berjajar dari bawah menuju puncak bukit. Hal ini merupakan sumber daya budaya yang mendukung Desa Wisata Jatiluwih. Warga desa setempat merasa bangga karena desa ini dianugrahi letak geografis yang baik,

terutama dari letak pura. Oleh karena semakin ke utara letak pura semakin dekat dengan hutan, yang merupakan kawasan yang sangat disucikan, terutama mendekati areal Gunung Batukaru. Menurut kepercayaan masyarakat setempat, tempat yang tinggi adalah tempat yang suci.

Kebanggaan masyarakat desa tersebut terhadap tempat-tempat yang secara geografis letaknya lebih tinggi dari sekitarnya menunjukkan bahwa pura sebagai sumber daya budaya oleh masyarakat setempat memiliki tempat yang khusus, yakni ditempatkan pada lokasi yang mulia (lokasi yang tinggi) serta pada areal yang suci. Sumber daya budaya mempunyai karakteristik yang khas sehingga memerlukan model pengelolaan yang berbeda dibandingkan dengan sumber daya lainnya. Dalam pengelolaan sumber daya budaya diperlukan perencanaan terpadu lintas sektoral sehingga prinsip kelestarian yang menjadi tujuan akhirnya dapat terwujud.

Untuk mengelola sumber daya budaya, Mac Leod (dalam Ardika, 1995:2) mengemukakan sebuah model yang melibatkan tiga komponen penting, yaitu kalangan akademisi, pemerintah, dan masyarakat. Ketiga komponen ini dipandang mempunyai kemampuan dan kekuatan sendiri. Dalam hal ini para akademisi (budayawan) mempunyai kemampuan menjelaskan makna dan nilai sumber daya tersebut, pemerintah mempunyai kekuasaan dan kewenangan seperti dalam membuat peraturan perundang-undangan, sedangkan masyarakat mempunyai kekuatan ekonomi (pendanaan), di samping sebagai pihak yang memanfaatkan sumber daya budaya (Ardika, 1995:6; Drajat, 1999:5).

Secara rinci yang dimaksud dengan sumber daya budaya adalah hasil aktivitas manusia masa lalu, yaitu dapat berupa artefak (*artefact*), fitur (*features*), dan struktur yang meliputi bangunan, lansekap, dan sebagainya dalam suatu lokasi tertentu. Sumber daya budaya dapat berbentuk, baik material/fisik (*tangible*) maupun nonmaterial (*intangible*). Di samping itu, ada juga sumber daya budaya yang masih berfungsi atau dimanfaatkan, baik sebagai pendukung budaya tersebut (*living monument*) maupun yang tidak difungsikan lagi (*dead monument*). Selain itu, sebagai warisan budaya masa lalu, sumber daya budaya mempunyai keterbatasan, baik secara

kualitas maupun kuantitas, dalam arti terbatas (*finite*) jumlahnya, tak diperbaharui (*non-renewable*), tidak dapat dipindahkan (*non-removeable*) dan mudah rapuh (*vulnerable/fragile*) (Drajat, 1999:12).

Adanya suasana keindahan alam dengan didukung kemagisan pura, menyebabkan investor datang ke kawasan sekitar pura sehingga pada akhirnya membuat kawasan di sekitar pura ‘tidak suci’ lagi. Kesewenang-wenangan dalam pembangunan di sekitar pura yang mendapat dukungan dari pemilik kekuasaan dan sebagian masyarakat setempat yang sudah menerima politik balas budi dari pengusaha pariwisata, membuat kondisi kawasan ini mirip dengan kawasan wisata sekular lainnya di Bali, seperti yang mencuat kasusnya adalah di sekitar Pura Luhur Uluwatu. Begitu juga di Kuta dan Nusa Dua yang semuanya berlokasi di Kabupaten Badung.

Dalam hal ini tidak dapat dipungkiri lagi bahwa potensi keindahan alam serta budaya yang ada di Desa Wisata Jatiluwih merupakan aset kepariwisataan yang menjanjikan, baik bagi desa setempat maupun bagi Kabupaten Tabanan dan Provinsi Bali. Berbagai hal positif akan dapat dihasilkan oleh potensi tersebut, termasuk popularitas desa yang semakin bersinar. Dengan kata lain, terjadi pendongkrakan nama desa akibat potensi kepariwisataan yang dimiliki oleh Desa Wisata Jatiluwih.

Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Kepala Daerah Tingkat II Tabanan Nomor 470 Tahun 1998, daya tarik wisata berjumlah 24 buah. Namun, dengan keluarnya Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 337 Tahun 2004 dan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 266 Tahun 2007, maka sampai dengan Juli 2008 daya tarik wisata berjumlah 26 buah. Dari 26 daya tarik wisata tersebut, yakni empat berlokasi di Kecamatan Penebel. Keempat daya tarik wisata tersebut, yaitu (1) Areal Batukaru di Desa Wongaya Gede, (2) Jatiluwih di Desa Jatiluwih, (3) Yeh Panes Belulang di Desa Mengesta, dan (4) Yeh Panes Penatahan di Desa Penatahan. Hal ini juga berarti, bahwa di Kecamatan Penebel terdapat tiga daya tarik wisata, selain salah satunya adalah Desa Wisata Jatiluwih dengan segala potensi alam dan budayanya.

Keempat Daya Tarik Wisata di Kecamatan Penebel adalah seperti Tabel 7.2 berikut ini:

Tabel 7.2 Daya Tarik Wisata di Kecamatan Penebel Menurut Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 470 Tahun 1998, Nomor 33 Tahun 2004, dan Nomor 266 Tahun 2007

No.	Nama Daya Tarik Wisata	Lokasi (Desa/Kelurahan, Kecamatan)
1.	Areal Batukaru	Wongaya Gede, Penebel
2.	Jatiluwh	Jatiluwh, Penebel
3.	Yeh Panes Belulang	Mengesta, Penebel
4.	Yeh Panes Penatahan	Penatahan, Penebel

Selanjutnya, dilihat dari perbandingan jumlah wisatawan yang berwisata ke Desa Wisata Jatiluwh terhadap daya tarik wisata lainnya yang ada di Kabupaten Tabanan, terlihat bahwa daya tarik wisata yang berlokasi di sebelah selatan dan timur ibu kota Kabupaten Tabanan lebih mendominasi, seperti Tanah Lot dan Alas Kedaton. Dalam hal ini, dominasi tersebut terkait dengan perolehan jumlah kunjungan wisatawan.

Dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan (wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara) ke Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwh terhadap daya tarik wisata lainnya di Kabupaten Tabanan selama tahun 1998-2007, berdasarkan urutan/*ranking*, Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwh menunjukkan peningkatan, yakni pada tahun 1998 berada pada urutan/*ranking* delapan, maka pada tahun 2001 dan 2007 sudah berada pada urutan/*ranking* enam. Sementara itu, untuk tahun 2004 dan tahun 2005, urutan/*ranking* jumlah kunjungan wisatawan ke Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwh tidak bisa ditentukan karena tidak adanya data di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tabanan. Berikut disajikan jumlah kunjungan wisatawan berdasarkan urutan/*ranking* ke Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwh, seperti terlihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7.3 Urutan/*Ranking* Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwih Tahun 1998-2007

No.	Tahun	Urutan/ <i>Ranking</i> Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwih
1.	1998	<i>Ranking</i> (8) setelah (1) Tanah Lot, (2) Alas Kedaton, (3) Kebun Raya Eka Karya, (4) Bedugul, (5) Ulun Danu Beratan, (6) Air Panes Penatahan, (7) Taman Pujaa Bangsa Margarana.
2.	1999	<i>Ranking</i> (8) setelah (1) Tanah Lot, (2) Alas Kedaton, (3) Kebun Raya Eka Karya, (4) Bedugul, (5) Ulun Danu Beratan, (6) Air Panas Penatahan, (7) Taman Pujaa Bangsa Margarana
3.	2000	<i>Ranking</i> (7) setelah (1) Tanah Lot, (2) Alas Kedaton, (3) Kebun Raya Eka Karya, (4) Bedugul, (5) Ulun Danu Beratan, (6) Air Panas Penatahan.
4.	2001	<i>Ranking</i> (6) setelah (1) Tanah Lot, (2) Alas Kedaton, (3) Bedugul, (4) Kebun Raya Eka Karya, (5) Ulun Danu Beratan.
5.	2002	<i>Ranking</i> (7) setelah (1) Tanah Lot, (2) Kebun Raya Eka Karya, (3) Alas Kedaton, (4) Bedugul, (5) Ulun Danu Beratan, (6) Air Panas Penatahan.
6.	2003	<i>Ranking</i> (7) setelah (1) Tanah Lot, (2) Alas Kedaton, (3) Ulun Danu Beratan, (4) Bedugul, (5) Kebun Raya Eka Karya, (6) Taman Kupu-Kupu Lestari.
7.	2004	Data Tidak Ditemukan (DTD)
8.	2005	Data Tidak Ditemukan (DTD)
9.	2006	<i>Ranking</i> (8) setelah (1) Tanah Lot, (2) Kebun Raya Eka Karya, (3) Bedugul, (4) Danau Beratan, (5) Alas Kedaton, (6) Taman Pujaa Bangsa Margarana, (7) Museum Subak
10.	2007	<i>Ranking</i> (6) setelah (1) Tanah Lot, (2) Kebun Raya Eka Karya, (3) Danau Beratan, (4) Bedugul, (5) Alas Kedaton

Sumber: Diolah dari Disbudpar Kabupaten Tabanan (2008)

Berdasarkan Tabel 7.3, Desa Wisata Jatiluwih terus berkembang secara perlahan-lahan. Secara umum jika dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan (wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara) terjadi peningkatan. Namun, jika dirinci, pada tahun 2001 sampai tahun 2003 terjadi penurunan. Hal ini karena lebih disebabkan oleh kondisi eksternal seperti terjadinya krisis moneter dan krisis ekonomi, semakin memanasnya suhu politik serta gangguan keamanan akibat terorisme global, adanya gangguan masalah kesehatan akibat penyakit (flu burung,

*Severe Acute Respiratory Syndrome*, dan penyakit menular lainnya). Kondisi eksternal yang bersifat negatif ini tidak bisa diterima oleh pasar (wisatawan). Hal inilah yang menjadi penyebab turunnya jumlah kunjungan wisatawan.

Dalam pengembangan lebih lanjut, pengelolaan sarana pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih mengalami swastanisasi, yaitu dengan dikontrakkannya tiga buah restoran yang ada di Desa Wisata Jatiluwih. Pengontrakan ini sebagai imbas dari upaya Pemerintah Kabupaten Tabanan untuk lebih meningkatkan pendayagunaan pengelolaan sumber-sumber *income* daerah, khususnya daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan. Upaya tersebut diawali dengan mengajukan surat permohonan oleh Bupati Tabanan melalui surat Nomor 556/4095/SWD Tanggal 16 September 1982 kepada DPRD Tabanan, untuk mohon persetujuan mengontrakkan sumber-sumber *income* daerah. Berdasarkan Hasil Musyawarah Anggota DPRD Kabupaten Daerah Tingkat II Tabanan pada Sidang Pleno III, rapat yang keempat tanggal 20 Januari 1993 melalui Surat Keputusan DPRD Tabanan Nomor 188.53/03/DPRD tanggal 20 Januari 1983 memberikan persetujuan kepada Bupati Kepala Daerah Tingkat II Tabanan untuk mengontrakkan sumber-sumber *income* daerah di bidang pariwisata.

Alasan Pemerintah Kabupaten Tabanan mengontrakkan sumber-sumber *income* daerah di bidang pariwisata adalah sebagai berikut: (1) Kabupaten Tabanan memiliki cukup banyak daya tarik wisata, yaitu 24 buah yang letaknya tersebar; (2) sumber daya manusia profesional untuk mengelola daya tarik wisata kurang; (3) sarana dan prasarana yang dapat disediakan oleh pemerintah daerah dalam rangka mengembangkan daya tarik wisata terbatas; (4) tidak ada koordinasi yang baik antar-instansi yang terkait dengan bidang pariwisata; (5) pemerintah sulit mempromosikan daya tarik wisata, baik di dalam maupun di luar negeri; (6) sebagai alasan utama adalah hasil yang tidak memuaskan dari pengelolaan sendiri oleh pemerintah kabupaten sehingga tidak pernah ada sumbangan yang berarti bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pengelolaan daya tarik wisata. Pihak swasta sendiri mempunyai alasan sebagai berikut: (1) mengelola daya tarik wisata di Bali pada

umumnya dan Tabanan pada khususnya merupakan peluang bisnis dengan prospek yang sangat cerah yang terlihat dari semakin meningkatnya jumlah wisatawan asing dan nusantara yang mengunjungi daya tarik wisata di Bali; (2) daya tarik wisata termasuk unik, yakni memiliki daya tarik dan pemandangan alam yang khas; (3) pengelolaan tidak ruwet dari segi teknis dan kemampuan manajerial, modal, dan pengalaman dalam kepariwisataan; dan (4) ada tekad untuk membantu pemerintah daerah dalam penyediaan lapangan kerja sekaligus untuk membantu peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) (Suantina, 1998:101).

Privatisasi tiga buah sarana pariwisata yang berupa restoran di Desa Wisata Jatiluwih sudah terjadi. Namun, sampai saat ini menyisakan permasalahan, terutama terkait keberadaan dokumen atau surat-surat kontrak dari ketiga restoran tersebut. Di samping itu, pada saat ini muncul komodifikasi, terutama menimpa orang luar desa setempat yang melakukan pengambilan gambar dengan latar belakang terasering sawah. Dalam hal ini mereka yang mengambil gambar (baik untuk mempromosikan Desa Wisata Jatiluwih ataupun untuk keperluan pribadi), dengan alasan apa pun masyarakat setempat mengenakan biaya, yakni oleh masyarakat setempat dikenal sebagai 'biaya *shooting*'. Biaya yang dikenakan terhadap mereka yang mengambil gambar tersebut, pada awalnya pemungutannya dilakukan oleh siapa saja yang kebetulan melihat orang yang mengambil gambar di areal terasering sawah di Desa Wisata Jatiluwih.

Kedua permasalahan yang terjadi, yaitu keberadaan dokumen atau surat-surat kontrak restoran serta komodifikasi berupa pengenaan biaya pengambilan gambar atau 'biaya *shooting*', yakni menimbulkan polemik di masyarakat. Oleh karena menimbulkan polemik di masyarakat Desa Wisata Jatiluwih, maka kedua permasalahan tersebut dibahas dalam rapat dalam rangka penyusunan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM) Tahun 2008 yang berlangsung di Kantor Kepala Desa Jatiluwih.

Gambar 7.3 Suasana Rapat Membahas RPJM Desa Jatiluwih



Tahun 2008



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Pada rapat RPJM tersebut, kedua permasalahan di atas dibahas dan menghasilkan keputusan sebagai berikut. Untuk menelusuri dan melacak keberadaan dokumen yang berupa surat-surat kontrak *Café Jatiluwih*, Restoran Naga Puspa, dan Restoran Waka Land Cruise, ditugaskan kepada *Bendesa Adat* Desa Jatiluwih untuk menelusuri sekaligus melacak keberadaan dokumen tersebut, termasuk mengeceknya pada mantan-mantan *Bendesa Adat* Jatiluwih. Dalam rapat tersebut juga mengemuka bahwa sebenarnya upaya menelusuri keberadaan dokumen surat kontrak usaha pariwisata tersebut sudah dilakukan antara lain dengan menghubungi pihak-pihak yang diperkirakan mengetahui keberadaan dokumen kontrak-mengontrak tersebut, seperti pegawai restoran, para mantan *Bendesa Adat* Jatiluwih, serta staf kantor kepala desa. Usaha yang dilakukan tidak memperoleh hasil seperti yang diharapkan.

Fenomena di atas merupakan sebuah kelemahan terkait kemampuan administratif masyarakat pendukung desa wisata. Hal ini dapat dimanfaatkan oleh pemilik kekuasaan untuk melakukan hegemoni terhadap masyarakat, terutama menguasai hasil-hasil pengontrakan usaha-usaha pariwisata yang ada di Desa Wisata Jatiluwih. Hilangnya dokumen kontrak dari usaha-usaha pariwisata yang ada di Desa Wisata Jatiluwih, sesuai pendapat Ryan dan Aicken (2005:102) merupakan

permasalahan, yaitu merupakan keterlambatan dari keahlian manajerial (*managerial skills*) penduduk setempat dalam kaitan pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih.

Komodifikasi yang dilakukan oleh masyarakat setempat terhadap mereka yang mengambil gambar atau *shooting* di wilayah Desa Wisata Jatiluwih, diputuskan untuk mengenakan biaya yang besarnya tidak ditentukan. *Bendesa Adat* Jatiluwih bersama-sama dengan petugas keamanan adat desa (*pecalang*) dan salah satu pegawai kantor kepala desa akan mendatangi setiap orang yang melakukan pengambilan gambar/*shooting*, yakni untuk meminta biaya *shooting*.

Berkaitan dengan adanya biaya *shooting* yang dipungut oleh masyarakat Desa Wisata Jatiluwih terhadap mereka yang melakukan pengambilan gambar di wilayah desa setempat menimbulkan eksekusi yang kurang baik. Kondisi ini dapat menimbulkan dampak negatif terhadap promosi pariwisata, baik terhadap Kabupaten Tabanan maupun terhadap Provinsi Bali. Hal ini juga diakui oleh Gede Nurjaya (Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Bali) pada wawancara tanggal 24 Juni 2008 sebagai berikut.

”Penaan biaya *shooting* terhadap mereka yang melakukan pengambilan gambar di Daya Tarik Wisata Desa Wisata Jatiluwih akan mengganggu upaya promosi yang akan kita lakukan, di samping merusak citra pariwisata Jatiluwih pada khususnya, dan citra pariwisata Tabanan serta Provinsi Bali pada umumnya. Kejadian ini sudah menimpa salah satu perusahaan yang mendapat persetujuan pemerintah untuk mengambil gambar di sana (gambar tersebut untuk promosi Desa Wisata Jatiluwih terkait pariwisata dan menyongsong sebagai Warisan Budaya Dunia).”

Ungkapan di atas menyiratkan bahwa mereka yang mengambil gambar pada daya tarik wisata yang ada di Desa Wisata Jatiluwih dijadikan komoditas oleh masyarakat setempat, dengan tujuan akhirnya masyarakat setempat ingin mendapatkan uang. Fenomena ini menunjukkan bahwa komodifikasi sudah terjadi dan masuk ke dalam suatu masyarakat yang sangat awam terhadap pariwisata dalam arti luas. Artinya, masyarakat Desa Wisata Jatiluwih sudah menjadikan mereka yang mengambil gambar keindahan alam yang berwujud terasering sawah dengan latar belakang panorama alam yang indah sebagai komoditas, yakni dengan tujuan untuk menghasilkan uang. Hal ini sejalan dengan pandangan Barker (2004:408) bahwa

komodifikasi sebagai proses yang diasosiasikan dengan kapitalisme, yakni objek, kualitas, dan tanda dijadikan sebagai komoditas. Dalam hal ini komoditas adalah sesuatu yang tujuan utamanya adalah untuk dijual di pasar, untuk mendapatkan keuntungan.

Dengan menjadikan terasering sawah di Desa Wisata Jatiluwih sebagai sumber penghasil uang melalui biaya *shooting* yang dipungut oleh masyarakat setempat, berarti secara tidak langsung terasering sawah yang merupakan cerminan produk budaya, khususnya budaya pertanian sebagai simbol dari mata pencaharian, juga mengalami komodifikasi. Hal ini juga sejalan dengan pandangan Ardika (2007:97) yang menyatakan bahwa pariwisata dapat menimbulkan proses komodifikasi terhadap budaya masyarakat lokal karena budaya dianggap sebagai daya tarik wisata.

Keinginan masyarakat setempat untuk mengelola daya tarik wisata, termasuk usaha-usaha sarana pariwisata yang ada adalah sesuatu yang dapat diterima. Oleh karena hal itu sesuai dengan pariwisata berbasis masyarakat di samping memang masyarakat setempat yang daerah atau wilayahnya dikembangkan pariwisata memiliki hak untuk berperan serta pada pengembangan pariwisata yang dilakukan. Hal ini dapat dilihat pada Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknis Desa Wisata Terpadu di Bali (1992:9), yakni sebagai berikut:

Secara substansi, dalam penanganan tata ruang dan rencana detail teknis desa wisata terpadu ini, akan digunakan beberapa konsep dasar pendekatan sebagaimana berikut ini.

1. Desa wisata direncanakan bukan sebagai 'atraksi wisata' semata-mata yang menjadikan manusia dan lingkungan desa tersebut sebagai "objek museum" untuk ditonton dan dinikmati, melainkan desa wisata dimaksudkan sebagai suatu bentuk pemanfaatan usaha pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Diharapkan dapat terjadi simbiosis mutualisme antara masyarakat setempat dengan wisatawan sehingga pembangunan dapat terpacu, bukan harus diarahkan pada pariwisata semata, melainkan justru pada masyarakat dan lingkungan. Dari peningkatan kualitas inilah, baru diharapkan diperoleh iklim yang sehat untuk pariwisata.
2. Desa wisata akan dilihat sebagai suatu sel yang hidup. Sebagai suatu sel, desa akan terkait dengan 'jaringan' yang lebih besar (berbagai sistem

regional) dan mempunyai berbagai elemen (subsistem desa) yang tidak boleh ditinggalkan. Sebagai suatu sel, desa harus dijaga kemandiriannya, di samping tetap terkait dengan sel-sel dan jaringan yang lain. Sebagai suatu sel, desa memiliki batas-batas pertumbuhan dan perkembangan. Sebagai suatu sel, desa harus tetap terjaga identifikasinya (memiliki kulit sel) dengan karakteristik tertentu (ciri desa).

3. Setiap perkembangan dan program pembangunan yang akan direncanakan terhadap desa akan ditolokkan terhadap berbagai sistem norma, adat, dan budaya setempat. Sistem kelembagaan yang direncanakan menyandang program-program pun akan diusahakan semaksimal mungkin menggunakan berbagai kelembagaan lokal yang sudah ada. Demikian juga, partisipasi masyarakat akan dioptimalkan sehingga dapat diperoleh sistem pembangunan yang berbasis dan berorientasi pada masyarakat setempat (*community-based development*). Dengan demikian, dapat diperoleh pembangunan yang berkesinambungan dan tidak tergantung pada program-program dari atas.

Dari konsep pengembangan Desa Wisata Jatiluwih di atas, terlihat bahwa partisipasi masyarakat setempat mendapat tempat dan porsi yang besar serta hasilnya diharapkan dapat memacu pembangunan desa yang bersangkutan. Program-program yang akan dilaksanakan tidak tergantung dari atas (*top down*), tetapi atas kemandirian serta mendapat dukungan dari berbagai kelembagaan lokal yang sudah ada.

Konsepsi tersebut juga tampaknya selaras dengan paradigma baru pariwisata berkelanjutan yang berbasis masyarakat, yakni terpeliharanya mutu dan kelanjutan sumberdaya alam dan budaya, meningkatnya kesejahteraan masyarakat lokal dan terwujudnya keseimbangan antara sumberdaya alam dan budaya, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal serta kepuasan wisatawan (Natori 2001, Gee, C.Y and Fayos-Sola, E. 1999 dan Ardika, 2002). Lebih lanjut menurut Pujaastawa dkk. (2005:34), dengan semakin meningkatnya kesadaran masyarakat akan manfaat pariwisata yang lebih banyak dinikmati oleh para pemilik modal yang umumnya berasal dari luar masyarakat setempat, diperlukan pendekatan pembangunan pariwisata berdimensi kerakyatan yang merupakan sebuah model pemberdayaan yang memberikan peluang kepada masyarakat setempat untuk berpartisipasi secara efektif dalam kegiatan-kegiatan pembangunan. Pendekatan ini berbeda dengan pendekatan

pewaris (*beneficiary approach*), dalam hal ini masyarakat hanya menerima keuntungan tanpa diberi wewenang.

Keinginan masyarakat untuk ikut mengelola pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, khususnya pada usaha sarana pariwisata terjadi pada tahun 1992. Pada waktu itu lima orang anggota *sekaa teruna* dari *Desa Adat* Jatiluwih dikirim untuk mengikuti pendidikan di Balai Pendidikan dan Latihan Pariwisata (BPLP) Nusa Dua selama enam bulan. Sekembalinya mereka ke desa, mereka telah mencoba membuka *coffee shop* di sekitar lokasi parkir (sekarang lokasi *Café* Jatiluwih). Usaha tersebut memperoleh modal dari Lembaga Perkreditan Desa (LPD) *Desa Adat* Jatiluwih dan dari Pembinaan Kesejahteraan Keluarga (PKK). Namun, karena kurangnya pengalaman berbisnis dari pengelola serta kurang adanya dukungan dari kelembagaan yang ada di desa, *coffee shop* ini tidak dapat berjalan. Selanjutnya, *coffee shop* ini dikontrakkan kepada orang asing. Secara tidak langsung pengontrakan *coffee shop* ini telah mengingkari keterlibatan masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

Sebagai akibat pengontrakan sarana pariwisata tersebut, maka sejak tahun 1995 hingga saat ini, hanya sebagian kecil saja masyarakat yang dapat diterima bekerja secara langsung pada sarana pariwisata yang ada. Demikian pula yang bekerja secara tidak langsung (sebagai pemasok sayur-sayuran ke restoran) jumlahnya juga terbatas. Hal ini dari sisi masyarakat setempat disebabkan (1) keterbatasan keahlian (*skill*) sehingga kompetensi yang dimiliki oleh sebagian besar masyarakat setempat masih kurang memenuhi syarat; (2) generasi muda dari masyarakat setempat lebih tertarik bekerja di luar desa mereka; (3) keterbatasan jenis pekerjaan yang ditawarkan; dan (4) lebih tertarik bekerja sebagai petani. Selanjutnya, dari sisi pengusaha, hal ini disebabkan (1) terbatasnya kemampuan mereka untuk menerima karyawan, mengingat pendapatan masih minim; (2) masyarakat setempat kurang memiliki jiwa sebagai pelayan di bidang *hospitality industry*; dan (3) lemahnya kemampuan berbahasa asing. Berikut disajikan jumlah masyarakat yang bekerja secara langsung pada usaha sarana pariwisata yang ada di Desa Wisata Jatiluwih.

Tabel 7.4 Jumlah Masyarakat yang Bekerja Secara Langsung pada Usaha Sarana Pariwisata di Desa Wisata Jatiluwih Tahun 2008

No.	Nama Usaha Sarana Pariwisata	Jumlah Karyawan		Lokasi Usaha
		Dari Desa Jatiluwih	Dari Luar Desa Jatiluwih	
1.	Café Jatiluwih	1	2	Dusun Jatiluwih Kangin
2.	Restoran Waka Land Cruise	3	6	Dusun Kesambahan Kaja
3.	Restoran Naga Puspa	1	4	Dusun Kesambi
4.	Galang Kangin Inn	1	1	Dusun Jatiluwih Kangin
	J u m l a h	6	13	

Sumber: Prasiasa (2010)

Gambaran pada Tabel 7.4 mencerminkan bahwa dalam operasionalisasi di lapangan, ternyata keterlibatan masyarakat setempat sangat kecil (dari 19 kesempatan kerja yang ada, yakni hanya enam orang diisi oleh masyarakat Desa Wisata Jatiluwih, sedangkan sebanyak 13 orang diisi oleh masyarakat dari luar desa setempat). Hal ini berarti pengembangan Desa Wisata Jatiluwih memberikan berdampak yang kecil pada kesempatan kerja sehingga tidak dapat melibatkan masyarakat dalam jumlah besar. Secara ekonomi, dampak yang ditimbulkan juga sangat terbatas, di samping karena terbatasnya keterlibatan masyarakat secara langsung pada usaha sarana pariwisata yang ada di Desa Wisata Jatiluwih, juga karena pengembangan Desa Wisata Jatiluwih belum mampu menjadi stimulus bagi daya kreativitas masyarakat dalam rangka berperan pada bisnis kepariwisataan yang ada.

Dari hasil pengamatan di lapangan mengenai keterlibatan masyarakat Desa Wisata Jatiluwih secara tidak langsung dalam usaha sarana pariwisata, dapat dilihat dari dua hal, yaitu (1) keterlibatan tidak langsung yang dilakukan oleh masyarakat setempat secara individu, (2) keterlibatan tidak langsung yang dilakukan oleh masyarakat setempat secara kolektif/bersama-sama melalui lembaga adat, dalam hal ini *desa adat*. Dalam hal keterlibatan secara tidak langsung, yakni (1) individu tidak langsung

terlibat pada usaha sarana pariwisata, tetapi aktif menyediakan alat-alat, bahan-bahan, dan kebutuhan lainnya yang diperlukan oleh usaha sarana pariwisata (sebagai pencari); (2) individu-individu tidak terlibat secara langsung dan secara kolektif bersikap pasif (lebih sebagai penerima). Dalam hal ini sebagai penerima dimaksudkan, yakni masyarakat setempat secara kolektif menerima manfaat ekonomi dari pariwisata, yaitu melalui sejumlah uang yang disetorkan oleh pengusaha kepada masyarakat setempat, baik kepada *dusun*, kepada *desa adat*, maupun kepada Desa Jatiluwih.

Gambar 7.4 Kafe di Desa Wisata Jatiluwih



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Mengenai keterlibatan secara tidak langsung dalam pengembangan pariwisata di Desa Wisata Terpadu Jatiluwih, masyarakat setempat menyatakan bahwa mereka tidak terlibat secara langsung karena di samping kurang memahami tentang pariwisata, juga karena masyarakat setempat sebagian besar sudah malas bicara (*sampun ngekoh tur males*) terkait dengan pariwisata di desa mereka yang lebih banyak menimbulkan masalah dibandingkan dengan manfaat yang diterima.

Fenomena tersebut menyiratkan bahwa keterlibatan masyarakat setempat, yakni dilakukan melalui dua cara, yaitu menurut Arka (1999:108) dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Sebagian besar keterlibatan masyarakat tersebut secara tidak langsung.

Fenomena tentang terbatasnya jumlah masyarakat yang bekerja pada sarana pariwisata tersebut di atas sejalan dengan Subadra (2007), yang menyatakan bahwa Desa Wisata Jatiluwih belum memberikan manfaat ekonomi secara langsung dan adil kepada masyarakat lokal (*host community*) karena hanya sebagian kecil masyarakat lokal bekerja di sektor pariwisata tersebut, seperti: akomodasi, *café*, dan restoran. Secara tidak langsung masyarakat lokal telah menerima keuntungan, yang diperoleh melalui *desa adat* dan *desa dinas* tempat mereka berada. Jika kondisi ini dikaitkan dengan pendekatan pewaris (*beneficiary approach*), dengan telah diterimanya keuntungan oleh masyarakat setempat (secara kolektif) yang terlibat secara tidak langsung pada usaha sarana pariwisata, menunjukkan bahwa masyarakat setempat siap menerima untuk tidak diberikan wewenang oleh pengusaha yang mengontrak usaha sarana pariwisata. Jika kondisi ini terjadi, dapat merupakan ancaman bagi pengembangan desa wisata yang berbasis masyarakat.

Untuk lebih mengarahkan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, pada tanggal 22 Maret 2003 dibentuk *Steering Committee* (SC) Desa Wisata Jatiluwih. Pada pembentukan SC Desa Wisata Jatiluwih terdapat dua hal yang diatur, yaitu (1) ketentuan tentang SC; dan (2) tugas dan tanggung jawab SC.

Ketentuan tentang SC sebagai berikut: (1) SC adalah sebuah badan penyangga investasi yang bersifat independen; (2) SC berfungsi sebagai penghubung dan penyalur investasi yang masuk untuk masyarakat Desa Wisata Jatiluwih; (3) SC tidak mewakili perorangan atau kelompok; (4) SC tidak bertanggungjawab kepada *desa dinas*, bukan juga kepada *desa adat*, melainkan langsung kepada investor sebelum badan usaha desa terbentuk; (5) SC berkewajiban untuk menetapkan standar minimum tentang desa wisata dalam hubungannya dengan kebutuhan investor; (6) SC memiliki kewenangan untuk memilih dan menentukan pembagian investasi terhadap



masyarakat desa melalui mekanisme seleksi yang transparan; (7) susunan dan kelengkapan SC dibuat oleh SC sendiri sesuai dengan kebutuhan; (8) kerja sama semua pihak mutlak adanya, terutama dalam hal sosialisasi kepada warga masyarakat serta segala legalitas dan produk hukum yang menjamin keabsahan SC dan operasionalnya; (9) menyiapkan kerangka dalam perencanaan perubahan dan SC menjadi sebuah badan usaha desa yang akan bertanggungjawab atas pelaksanaan investasi selanjutnya dan ikut bertanggungjawab dalam peningkatan perekonomian desa/masyarakat.

Selanjutnya, tugas dan tanggung jawab SC adalah sebagai berikut: (1) menjadi perantara atau mediator antara investor dengan masyarakat desa; (2) menyusun prosedur investasi, proses, dan mekanisme operasionalnya, termasuk dengan metode pengembaliannya; (3) menyiapkan produk-produk hukum yang dapat menjamin keabsahan SC; (4) bertanggung jawab terhadap pengembalian kredit investasi yang beredar di desa; (5) berkewajiban melaksanakan sosialisasi di masyarakat terhadap semua produk investasi yang dikururkan di masyarakat; (6) bertanggung jawab terhadap pengawasan pelaksanaan produk yang didanai lewat SC termasuk likuiditas; dan (7) berkewajiban untuk mengadakan pembinaan tentang industri pariwisata, industri kecil menengah, dan bekerja sama dengan lembaga-lembaga pendidikan.

*Steering Committee* (SC) Desa Wisata Jatiluwih dibentuk untuk mengantisipasi datangnya investasi terkait pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Namun, dalam kenyataannya di lapangan, SC yang dibentuk tersebut tidak dapat menjalankan tugas seperti yang diharapkan. Bahkan ada beberapa investor yang telah diundang oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Tabanan untuk membuka usaha di Desa Wisata Jatiluwih tidak dapat melaksanakan rencananya. Hal ini dikarenakan masyarakat setempat tidak bersedia untuk menyerahkan lahannya untuk dibeli oleh pengusaha pariwisata. Kondisi ini menimbulkan konflik dan membuat investor yang diharapkan menjadi *growth centre* menjadi "kabur" dari Desa Wisata Jatiluwih.

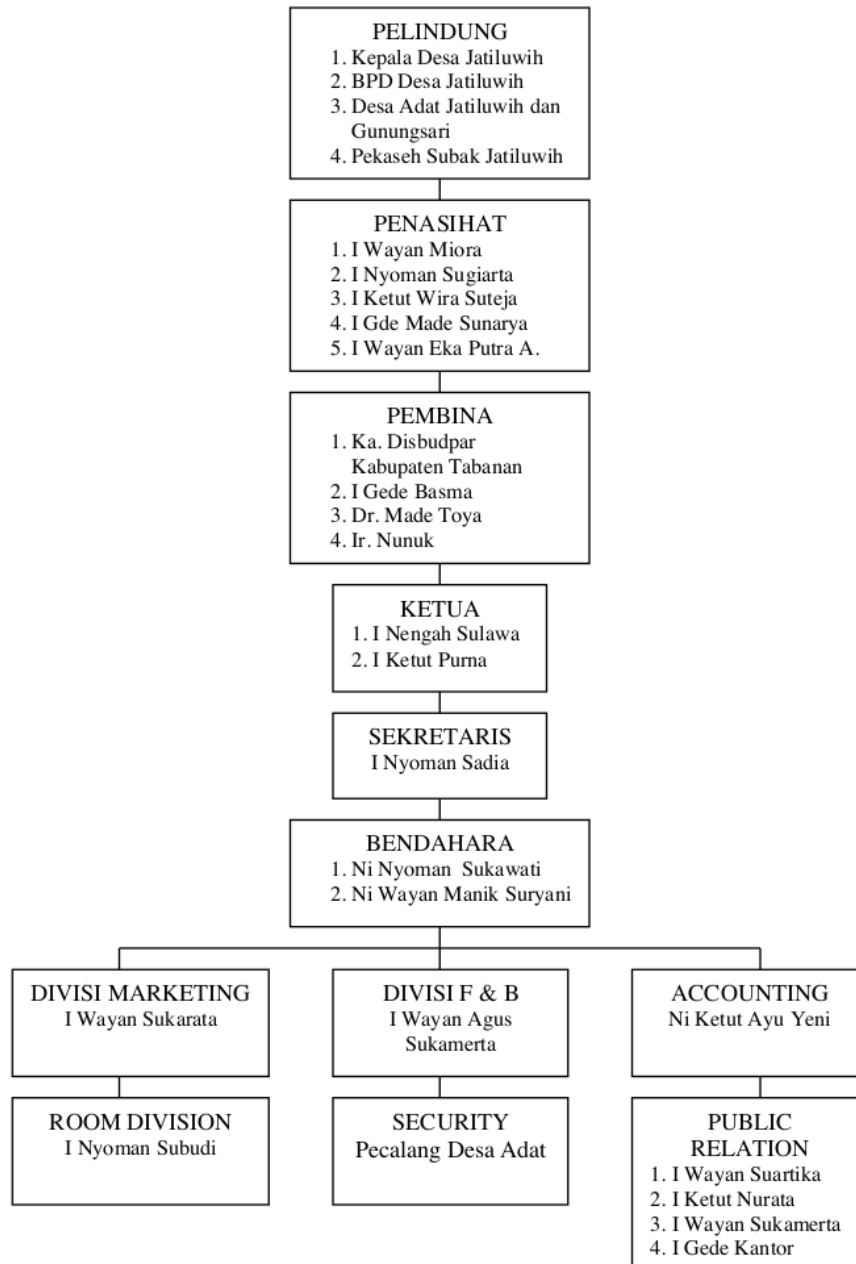
Desa Wisata Jatiluwih selain telah memiliki daya tarik, juga telah memiliki sarana pariwisata dan kelembagaan. Hal ini tentunya merupakan suatu keunggulan sekaligus peluang. Menurut Cooper et al. (1995:81), jika suatu tempat sudah memiliki daya tarik (*attractions*), mudah dicapai karena tersedianya transportasi lokal dan adanya terminal (*accessibility*), tersedianya berbagai fasilitas akomodasi, restoran, tempat hiburan, tempat pembelanjaan, dan pelayanan lain (*amenities*) serta organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan (*ancillary*), maka tempat tersebut dapat digolongkan sebagai Destinasi Pariwisata. Hal ini berarti keberadaan *Steering Committee* di Desa Wisata Jatiluwih sudah sesuai dengan persyaratan destinasi pariwisata, meskipun saat ini Desa Wisata Jatiluwih baru sebagai daya tarik wisata sesuai Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 470 Tahun 1998.

Struktur SC tersebut menggambarkan bahwa pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih sudah melibatkan setidaknya dua pemangku kepentingan, yaitu masyarakat (*desa adat*, badan perwakilan desa, dan individu-individu dari desa setempat) serta pemerintah (dalam hal ini Kepala Desa Jatiluwih dan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tabanan). Struktur tersebut terdiri atas (1) pelindung, (2) penasihat, (3) pembina, (4) ketua, (5) sekretaris, dan (6) bendahara. Struktur ini juga dilengkapi dengan enam divisi, masing-masing (1) divisi pemasaran (*marketing*), (2) divisi makanan dan minuman (*food and beverage / F&B*), (3) divisi akuntansi (*accounting*), (4) divisi penataan kamar/tata graha (*room division*), (5) divisi keamanan (*security*), dan (6) divisi hubungan masyarakat (*public relation*).

Dilihat dari struktur organisasi SC Desa Wisata Jatiluwih menunjukkan bahwa struktur tersebut tidak mencerminkan sebuah struktur untuk mengelola desa wisata. Oleh karena dalam struktur tersebut kelembagaan dan pranata yang ada di desa setempat tidak dipergunakan secara utuh di samping juga mempergunakan unsur kekuasaan. Dalam hal ini struktur organisasi desa wisata yang telah ada perlu didekonstruksi untuk meniadakan intervensi yang bersifat *top-down*, sehingga hubungan masyarakat dengan pemerintah lebih bersifat koordinasi atau mitra kerja. Selain itu dalam struktur organisasi tersebut diperlukan keterlibatan kelembagaan

atau pranata desa secara utuh. Maksudnya, agar program-program yang ditawarkan oleh desa wisata tetap mengacu pada norma dan budaya lokal serta digunakannya sumber daya budaya yang ada pada masyarakat setempat. Hal ini sesuai dengan pendekatan pengembangan desa wisata, yaitu pengembangan harus direncanakan secara hati-hati agar dampak yang timbul mudah dikontrol oleh masyarakat setempat. Adapun Struktur Organisasi SC di Desa Wisata Jatiluwih seperti gambar berikut ini:

Gambar 7.5 Struktur Organisasi *Steering Committee* Desa Wisata Jatiluwih



Sumber: Laporan Tim Penyusun Master Plan Subak Jatiluwih Tahun 2003

Menurut Pujaastawa dkk. (2005:140-142), ada enam model pengelolaan pengembangan pariwisata Bali Tengah. Keenam model pengelolaan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Pengelolaan oleh *desa adat*. *Desa adat* sebagai pengelola utama, sedangkan pemerintah, pelaku pariwisata, dan warga *subak* sebagai mitra dalam pengelolaan. Model ini didukung oleh 65% masyarakat.
2. Pengelolaan oleh *subak*. Masyarakat yang terlibat langsung dalam *subak* mengelola usaha, sedangkan pemerintah, pelaku pariwisata, dan *desa adat* sebagai mitra kerja. Model ini didukung oleh 58% masyarakat.
3. Pengelolaan oleh pelaku pariwisata. Pelaku pariwisata sebagai pengelola, sedangkan pemerintah, *subak*, dan *desa adat* sebagai mitra kerja. Model ini didukung oleh 35% masyarakat.
4. Pengelolaan oleh Pemerintah. Pemerintah sebagai pengelola (dapat berbentuk Badan Usaha Milik Negara). Model pengelolaan seperti ini mendapat dukungan 38% masyarakat.
5. Pengelolaan oleh *subak* dan *adat*. Pengelolaan dilakukan oleh *subak* dan *desa adat* secara bersama-sama, sedangkan pemerintah dan pelaku pariwisata sebagai mitra kerja. Model ini didukung oleh 73% masyarakat.
6. Pengelolaan oleh badan pengelola. Model pengelolaan ini menampilkan konsep keterpaduan antara unsur-unsur yang terlibat dalam objek pariwisata, seperti: *desa adat*, *subak*, pemerintah, dan pelaku pariwisata. Model ini didukung oleh 75% masyarakat.

Jika keenam model pengelolaan menurut Pujaastawa dkk. (2005:140-142) tersebut dikaitkan dengan karakteristik Desa Wisata Jatiluwih, model pengelolaan yang berupa SC tersebut sama dengan model pengelolaan oleh badan pengelola. Untuk jangka panjang, dalam kaitan implementasi pariwisata berbasis masyarakat, keterlibatan unsur masyarakat desa setempat perlu diperbesar dari sisi kualitas dan kuantitas.

Sebagai daya tarik wisata yang bersifat terbuka, dalam arti Desa Wisata Jatiluwih berada pada perlintasan umum sehingga keberadaan pos untuk memungut retribusi masuk (*entrance fee*) sangat penting artinya. Oleh karena itu, Desa Wisata Jatiluwih juga membangun dua pos pemungutan retribusi yang masing-masing berlokasi di ujung timur desa (*Dusun* Gunungsari Desa) dan di ujung barat desa (*Dusun* Kesambi).

Besarnya *entrance fee* untuk wisatawan nusantara adalah Rp 2.000,00 (dua ribu rupiah) untuk sekali masuk dan Rp 5.000,00 (lima ribu rupiah) untuk wisatawan mancanegara. Hasil pemasukan dari *entrance fee* ini selanjutnya dibagi menurut ketentuan yang sudah ditetapkan dalam Surat Keputusan Bupati Tabanan. Sesuai Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001, seluruh hasil pemungutan *entrance fee* dan parkir dibagi dengan prosentase, yakni 20% untuk petugas, 30% untuk Pemerintah Kabupaten Tabanan, dan 50% untuk Kepala Desa Jatiluwih. Dalam hal ini dari 50% sebagai bagian Kepala Desa Jatiluwih, selanjutnya dibagi tiga masing-masing untuk Desa Jatiluwih sebesar 17,5%; *Desa Adat* Jatiluwih sebesar 19,5%; dan *Desa Adat* Gunungsari sebesar 13,0%.

Dalam hal ini pembagian untuk *Desa Adat* Jatiluwih lebih besar dari *Desa Adat* Gunungsari karena hampir semua aktivitas pariwisata berada di *Dusun* Jatiluwih Kawan dan *Dusun* Jatiluwih Kangin, termasuk juga di *Dusun* Kesambi. Ketiga *dusun* tersebut berada di bawah koordinasi *Desa Adat* Jatiluwih. Namun, untuk di *Dusun* Gunungsari, aktivitas pariwisata hanya ada di *Dusun* Gunungsari Desa sebagai pos timur pemungutan retribusi. Oleh karena itulah distribusi pembagian untuk *Desa Adat* Gunungsari lebih kecil daripada pembagian untuk *Desa Adat* Jatiluwih. Adapun distribusi pembagian *entrance fee* dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7.5 Distribusi Pembagian *Entrance Fee* Desa Wisata Jatiluwih

No.	Komponen	Dasar	
		S.K. Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001	S.K. Bupati Tabanan Nomor 72 Tahun 2005

1.	Petugas Pemungut	20%	20%
2.	Pemerintah Kabupaten Tabanan	30%	
3.	Kepala Desa Jatiluwih		
	a. Desa Jatiluwih	17,5%	
	b. Desa Adat Jatiluwih	19,5%	
	c. Desa Adat Gunungsari	13,0%	

Sumber: SK Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001 dan SK Bupati Tabanan Nomor 72 Tahun 2005

Berdasarkan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 72 Tahun 2005 tertanggal 1 Maret 2005 yang merupakan pembaharuan dari Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001, yakni masih ada kekurangjelasan, terutama terkait besaran pembagian untuk Pemerintah Kabupaten Tabanan dan untuk Kepala Desa Jatiluwih yang selanjutnya akan didistribusikan kepada Desa Jatiluwih, *Desa Adat* Jatiluwih, dan *Desa Adat* Gunungsari. Kekurangjelasan besaran jumlah yang akan didistribusikan untuk masing-masing komponen yang terlibat, berpotensi menimbulkan prasangka dan dapat berkembang menjadi sumber konflik.

Aksesibilitas berupa ketersediaan jalan dan terminal yang memadai bagi keberlangsungan perjalanan wisatawan merupakan tantangan tersendiri bagi Desa Wisata Jatiluwih. Hal ini karena jalan yang menghubungkan antara *Dusun* Jatiluwih Kawan (tepatnya mulai di depan Kantor Kepala Desa Jatiluwih) sampai dengan pos *entrance fee* di bagian barat yang berlokasi di *Dusun* Kesambi kondisi jalannya rusak parah. Kerusakan jalan yang parah ini sudah sering dikomplain oleh wisatawan kepada sopir yang mengantar wisatawan tersebut. Selanjutnya, pihak sopir menyampaikan komplain wisatawan kepada petugas jaga di pos *entrance fee*. Komplain terhadap kondisi jalan tersebut hingga saat ini belum ada penanganan dari yang berwenang. Desa Wisata Jatiluwih memiliki jalan beraspal sepanjang 16 kilometer, dan yang dapat dilalui oleh kendaraan roda dua atau roda empat hanya tiga kilometer. Selain jalan aspal, desa ini juga memiliki jalan tanah yang dapat dilalui kendaraan roda dua atau roda empat sepanjang 15 kilometer. Dalam hal ini jalan

tersebut diperkeras dengan beton atau batu kali. Sebagai catatan, kondisi jalan yang rusak tersebut saat ini sudah ada dalam keadaan baik.

Berkaitan dengan ketersediaan terminal, sampai saat ini di Desa Wisata Jatiluwih belum ada. Kendaraan umum akan berhenti di Pasar Senganan, Kecamatan Penebel. Untuk melanjutkan perjalanan dari Pasar Senganan ke Desa Wisata Jatiluwih tidak dapat dilakukan setiap saat karena keterbatasan kendaraan umum yang menuju Desa Wisata Jatiluwih. Dengan demikian, untuk wisatawan yang akan berwisata ke Desa Wisata Jatiluwih dengan mengandalkan kendaraan umum akan mengalami kesulitan.

Potensi Desa Wisata Jatiluwih didukung oleh nilai lebih (*value added*) yang dimiliki sehingga menjadikan daya tarik wisata ini memiliki nilai tawar yang menjanjikan, terutama dari sisi daya tarik wisata. Dengan modal berupa keindahan alam, terasering sawah yang tiada duanya, adat istiadat, dan budaya yang masih terjaga, rata-rata jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara per tahun sebanyak 9.704 orang dan 1.113 orang. Dengan potensi tersebut Desa Wisata Jatiluwih sudah dimasukkan dalam paket wisata Bedugul Tour. Dengan demikian, potensi yang terdapat di Desa Wisata Jatiluwih sudah masuk ke ranah komodifikasi, sehingga segenap potensi yang ada, baik alam, sosial, lingkungan, maupun budaya setempat telah dijual semata-mata hanya untuk kepentingan ekonomi.

Masuknya kapitalisme dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, menyebabkan desa ini terkomodifikasi, baik disadari maupun tidak oleh masyarakat desa setempat. Desa Wisata Jatiluwih dengan segala potensinya akhirnya menjadi produk yang terpenting bagi kapitalisme. Komodifikasi dengan mempergunakan nama salah satu pura yang ada di tengah hutan di utara desa setempat (memakai nama Vila Petali) jelas merupakan komodifikasi yang disengaja. Oleh karena canggihnya hegemoni penguasa dalam bekerja sama dengan pengusaha serta didukung oleh sekelompok tokoh masyarakat desa setempat dengan berbagai kepentingannya,



masyarakat dibuat tidak sadar dan tidak berdaya berhadapan dengan penguasa yang keras serta hegemonik.

Dengan kekuasaan hegemonik serta dukungan dari segelintir tokoh masyarakat desa setempat, penguasaan kapitalis di lingkup pura tidak terlalu dirasakan oleh unsur-unsur yang dikuasainya. Bahkan realitas itu disetujui oleh pihak-pihak yang mempunyai kepentingan. Wujudnya adalah adanya dukungan, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada kekuasaan tersebut. Bantuanpun hadir, baik rutin maupun insidental kepada pelaksanaan upacara di pura tersebut, termasuk adanya bantuan dari kapitalis pada kegiatan yang diadakan oleh desa dan tokoh-tokoh penting dalam jajaran kekuasaan di desa setempat.

Dikontrakkannya *Café* Jatiluwih, lokasi Restoran Waka Land Cruise, dan lokasi Restoran Naga Puspa (meskipun mendapat uang kontrak dan ada sebagian kecil masyarakat Desa Jatiluwih yang dipekerjakan) dan keikutsertaan pemilik kekuasaan sebagai SC dalam pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih, menunjukkan lemahnya daya tawar masyarakat di hadapan pemilik kekuasaan dan merupakan pengingkaran terhadap pelaksanaan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Wisata Jatiluwih.

### **C. HEGEMONI TERHADAP KETERLIBATAN MASYARAKAT**

Desa Wisata Jatiluwih dengan berbagai pembangunan sarana pariwisatanya, telah menimbulkan permasalahan, seperti terjadinya konflik kepentingan di antara warga masyarakat sehingga menimbulkan disharmonisasi di masyarakat desa setempat. Disharmonisasi di masyarakat terjadi, baik pada aras vertikal (masyarakat dengan aparat desa setempat serta aparat desa setempat dengan aparat di atasnya) maupun pada aras horizontal, yaitu antarmasyarakat. Dalam jangka pendek, dengan pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata dan sebagai daya tarik wisata memang wisatawan mendapatkan kepuasan. Kepuasan utama yang diperoleh wisatawan bersumber dari terasering sawah yang sangat indah dengan latar belakang pemandangan alamnya. Terasering yang ada, di samping menjalankan fungsinya

sebagai pengatur pengairan sawah, juga menjadi tempat bagi wisatawan (berjalan-jalan di atas terasering) untuk menikmati keindahan panorama sawah. Secara tidak sengaja, petani setempat menjaga serta merawat terasering sawahnya supaya tampil indah. Keindahan yang ditampilkan oleh terasering sawah di Desa Wisata Jatiluwih merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk bewisata ke desa yang terkenal dengan 'beras merah'-nya.

Desa Jatiluwih dikembangkan sebagai desa wisata mempergunakan diskursus hegemonik, seperti: pelestarian adat, budaya, dan agama; penciptaan lapangan kerja dan kesejahteraan masyarakat serta peningkatan pendapatan daerah. Dengan diskursus-diskursus itu masyarakat seakan-akan memperoleh banyak keuntungan dari pengembangan desa wisata. Berdasarkan kenyataan di lapangan, ternyata diskursus yang dipergunakan pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih merupakan bentuk hegemoni pemilik kekuasaan yang lebih banyak berpihak kepada masyarakat pemilik modal, termasuk masyarakat kecil di desa yang memiliki modal.

Untuk menandingi diskursus hegemonik tersebut, masyarakat desa setempat mengembangkan diskursus pariwisata kerakyatan berkelanjutan yang merupakan kontra-hegemoni masyarakat. Diskursus yang dikembangkan oleh masyarakat tersebut lebih bertumpu pada peningkatan ekonomi kerakyatan, termasuk pelibatan masyarakat kecil yang tidak memiliki modal dalam pengembangan desa wisata. Diskursus pariwisata kerakyatan berkelanjutan yang dikembangkan oleh masyarakat desa setempat juga untuk mendukung kearifan lokal yang tumbuh di desa setempat.

Menurut Erawan (2005:12) pariwisata kerakyatan berkelanjutan merupakan integrasi dari (1) proses perencanaan pariwisata kerakyatan (*community tourism*); (2) pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*), yang merupakan paradigma bagi pembangunan ekologi secara global; dan (3) pembangunan ekonomi kerakyatan, yang dirancang untuk membantu pengembangan kapasitas pembangunan, kontrol dan kepercayaan diri di kalangan masyarakat setempat. Selanjutnya, Ardika (2002) mengemukakan bahwa pariwisata kerakyatan berkelanjutan memiliki pilar berupa

kualitas, kontinuitas, dan keseimbangan yang menyelaraskan kebutuhan masyarakat lokal, kelestarian sumber daya (fisik dan budaya) dan kepuasan wisatawan.

Berangkat dari pilar pariwisata kerakyatan berkelanjutan yang dikemukakan Ardika (2002), jika dikaji dari daya tarik wisata serta dari masyarakat desa setempat (*host*), yakni dapat diuraikan sebagai berikut. (a) Kualitas, keindahan alam dan terasering sawah Desa Wisata Jatiluwih tidak perlu diragukan lagi, sedangkan dari sisi masyarakat setempat masih perlu dilakukan peningkatan pengetahuan tentang kepariwisataan. (b) Kontinuitas, dapat dilihat dari dua aspek, yaitu aspek keindahan dan aspek pengelolaan. (1) Aspek keindahan, pada terasering sawah mulai tumbuh bangunan-bangunan seperti kandang-kandang ayam di tengah sawah, khususnya terjadi di *Dusun* Gunungsari Desa. Hal ini merupakan salah satu gambaran dan sebagai ancaman bagi kontinuitas sawah di desa setempat. Selain itu, kontinuitas sawah juga mengalami ancaman dengan keberadaan bangunan-bangunan di tengah-tengah hutan yang merupakan sumber mata air. Oleh karena itu, keberadaan air menjadi ancaman tersendiri bagi keberadaan sawah-sawah yang indah di Desa Wisata Jatiluwih. (2) Aspek pengelolaan, sesuai dengan perencanaan awal Desa Wisata Jatiluwih direncanakan dikelola oleh *desa adat*, tetapi kenyataannya pengelolaan dilakukan oleh desa dinas. Bahkan menurut Surya dkk. (2005:30) *desa dinas* jauh lebih mendominasi sehingga *desa adat* hampir tidak berperan. Dominasi yang dilakukan oleh *desa dinas* tersebut berkembang menjadi hegemoni terhadap keterlibatan masyarakat pada pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih. Hegemoni terhadap keterlibatan masyarakat ditandai dengan keluarnya Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001 dan diperbaharui dengan keluarnya Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 72 Tahun 2005 tentang Penunjukan Kepala Desa Jatiluwih sebagai Pengelola dan Petugas Pungut Retribusi Tempat Rekreasi dan Parkir pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Oleh karena itu, hegemoni yang telah dilakukan oleh pemilik kekuasaan (yang bekerja sama dengan pengusaha) terhadap keterlibatan masyarakat dilakukan kontra-hegemoni, yaitu hegemoni yang mempergunakan diskursus pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dikontra-hegemoni oleh masyarakat

dengan diskursus pengembangan pariwisata kerakyatan berkelanjutan. Kontra-hegemoni ini dimaksudkan agar keterlibatan masyarakat desa setempat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih benar-benar menyeluruh, baik meliputi masyarakat yang memiliki modal maupun masyarakat yang tidak memiliki modal. (c) Keseimbangan, perlu dijaga keseimbangan hubungan antara masyarakat setempat, sumber daya (alam dan budaya) dan kebutuhan wisatawan. Masyarakat setempat sebagai pelaku pariwisata harus tetap berorientasi pada *trihita karana* dalam mengimplementasikan pilar pariwisata kerakyatan berlanjut.

Gambar 7.6 Kandang Ayam Di Terasering Sawah *Dusun* Gunungsari Desa Jatiluwih



Sumber: Koleksi Pribadi (2008)

Hegemoni pemerintah pada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih telah terjadi mulai dari tahap persiapan, perencanaan, operasional, pengembangan, dan pengawasan. Pada kelima tahap tersebut seharusnya masyarakat setempat dilibatkan secara penuh sehingga hasilnya pun dinikmati secara penuh oleh masyarakat. Sehubungan dengan keterlibatan masyarakat, Britton (dalam Pitana, 1999:76) menyatakan pariwisata skala kecil, khususnya ketika

didesentralisasikan mempunyai dampak besar terhadap perbaikan standar kehidupan pedesaan, mengurangi migrasi ke kota, bangkitnya masyarakat pedesaan, dan mengurangi ketidakseimbangan distribusi pendapatan.

Apa yang dikemukakan oleh Britton tersebut rupanya bertolak belakang dengan yang terjadi di Desa Wisata Jatiluwih. Dengan mengusung jargon pembangunan pariwisata global, yaitu pariwisata berbasis masyarakat, yang seharusnya dikembangkan dengan *bottom-up* diubah menjadi *top-down* sehingga yang seharusnya sarat dengan partisipasi masyarakat menjadi sarat dengan pem-  
"perdaya"-an (diperdaya, dibodohi). Standar kehidupan masyarakat sebagian besar perbaikannya masih mengandalkan dari hasil pertanian dan perkebunan, di samping ada juga yang mengandalkan dari peternakan (ayam petelor dan babi). Selain itu, pemuda desa setempat lebih banyak pergi ke kota untuk mencari pekerjaan.

Dari sisi distribusi pendapatan, khususnya bagi yang berpartisipasi secara aktif dalam pariwisata, terjadi ketimpangan karena hasil pariwisata di desa ini hanya dinikmati oleh sebagian kecil masyarakat setempat. Namun, secara pasif, *Desa Adat* Jatiluwih sebagai lokasi pengembangan desa wisata telah mendapatkan bagian dari hasil pemungutan retribusi masuk daya tarik wisata. Hasil dari pemungutan retribusi masuk daya tarik wisata itu seluruhnya dipergunakan untuk keperluan mendukung penyelenggaraan upacara di desa setempat. Meskipun demikian, masyarakat setempat tetap mengeluarkan biaya untuk upacara di pura-pura yang ada di Desa Wisata Jatiluwih.

Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 6 Tahun 2001 diperbaharui dengan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 72 Tahun 2005 dengan substansi yang semakin kabur, terutama menyangkut prosentase pembagian hasil retribusi tempat rekreasi. Kedua Surat Keputusan Bupati Tabanan tersebut selain merupakan suatu bentuk hegemoni terhadap keterlibatan masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, juga menjadi tempat berlindung bagi pemilik kekuasaan dengan diskursus-diskursus hegemonik yang telah dikeluarkan.

Menurut Nasikun (2000:26), pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat memiliki karakteristik: (1) berskala kecil (*small scale*) sehingga lebih mudah diorganisasikan, bersahabat dengan lingkungan, secara ekologis aman, dan tidak menimbulkan banyak dampak negatif; (2) lebih berpeluang untuk dikembangkan dan diterima oleh masyarakat setempat/lokal; (3) lebih memberikan peluang bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi, mulai dari proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, ataupun penerimaan manfaat dan keuntungan; (4) selain menekankan partisipasi masyarakat, pembangunan berwawasan kerakyatan juga sangat mementingkan keberlanjutan kultural (*cultural sustainability*), dan secara keseluruhan berupaya untuk membangkitkan ‘rasa hormat’ dan ‘penghargaan’ wisatawan terhadap kebudayaan setempat serta kearifan lokal yang tumbuh dan berkembang di masyarakat.

Hegemoni yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan terhadap keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, khususnya dari sisi pengelolaan Desa Wisata Jatiluwih, menurut masyarakat setempat merupakan pengingkaran terhadap rencana awal pengembangan Desa Jatiluwih sebagai desa wisata. Ungkapan masyarakat di Desa Wisata Jatiluwih tersebut merupakan representasi perlawanan masyarakat terhadap kekuasaan, yaitu dengan pengetahuan yang dimilikinya menjadikan masyarakat objek hegemoni. Jika dilihat dari karakteristik pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat, seharusnya lebih memberikan peluang bagi masyarakat untuk ikut berpartisipasi, yakni dari proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, ataupun penerimaan manfaat dan keuntungan. Partisipasi tersebut juga dapat terjadi pada tahap persiapan. Pada tahap persiapan yang berupa sosialisasi perencanaan, seharusnya masyarakat setempat sudah dilibatkan, yakni dari membahas ide-ide pengembangan desa wisata hingga aktivitas nyata yang dapat dilakukan oleh masyarakat setempat pada pelaksanaan pengembangan desa wisata tersebut. Dengan demikian, masyarakat akan merasakan penghargaan dari pengembangan desanya sebagai desa wisata, apalagi pengembangan tersebut lebih memfokuskan pada kesejahteraan masyarakat setempat.

## **D. KONTRA HEGEMONI MASYARAKAT**

### **Ideologi dan Objektif Gerakan Perlawanan Masyarakat**

Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan pada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih perlu digarisbawahi, karena kontra-hegemoni tersebut tidak saja dilakukan dengan mempergunakan diskursus berupa kontra-diskursus (hegemoni pemilik kekuasaan dengan diskursus pariwisata berbasis masyarakat di kontra-hegemoni oleh masyarakat dengan diskursus pariwisata kerakyatan berlanjut) tetapi juga dilakukan dengan perlawanan oleh masyarakat. Perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan berupa kontra-diskursus, menurut Gramsci (dalam Barker, 2005:81) menggambarkan terjadinya perang posisi antara pemilik kekuasaan melawan perang manuver masyarakat.

Perlawanan yang dilakukan merupakan suatu bentuk ketidaksetujuan masyarakat terhadap suatu bentuk produk wisata yang seakan-akan memberdayakan masyarakat, akan tetapi faktanya di lapangan justru pengembangan produk wisata tersebut sebagian besar membawa dampak negatif berupa terjadinya konflik serta berkembangnya berbagai kepentingan. Memang benar masyarakat setempat membutuhkan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan untuk dapat layak bagi kehidupannya, tetapi dalam pelaksanaannya masyarakat setempat adalah korban hegemoni pemilik kekuasaan.

Hegemoni pemilik kekuasaan dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih tidak menimbulkan kekerasan. Gramsci (1971) menyatakan bahwa hegemoni dapat dilengkapi dengan represi dan/atau kekerasan. Kontra-hegemoni oleh masyarakat desa setempat antara lain dilakukan dengan menampilkan berita di media cetak lokal *Bali Post*. Perlawanan tersebut selain dilakukan oleh masyarakat setempat dan elite desa setempat, juga dibantu oleh elite dari luar desa yang ada di Kabupaten Tabanan. Perlawanan tersebut selain pada keterlibatan masyarakat juga terkait dengan pengembangan sarana pariwisata yang berupa 'Vila Petali', dan keberadaan 'rumah

contoh' yang sarat dengan muatan kepentingan serta perjuangan masyarakat untuk menerima manfaat dari pengembangan pariwisata di desanya. Oleh karena itu, ideologi dan objektif gerakan perlawanan masyarakat Desa Wisata Jatiluwih tidak saja berkisar pada 'identitas ke-bali-an' seperti masalah kesucian pura dan *trihita karana*, akan tetapi juga terkait dengan solidaritas bebas dari segala bentuk hegemoni pemilik kekuasaan, tekanan berupa kepentingan dari pengusaha pariwisata, keterlibatan masyarakat, dan masalah keadilan.

Perlawanan bermula dari adanya fakta, yakni dilecehkannya keberadaan tempat-tempat yang oleh masyarakat setempat dinilai mempunyai makna kesucian, seperti kawasan sekitar pura yang bebas dari kekotoran (tidak *leteh*). Melalui fakta tersebut masyarakat yang benar-benar memahami makna religiusitas dari sebuah kawasan, seperti kawasan sekitar pura yang harus suci atau tidak *leteh*, ikut terdorong untuk melakukan perlawanan. Dalam lingkup yang lebih spesifik, perlawanan juga terjadi pada pengembangan sarana pokok pariwisata yang berupa Vila Petali serta pemugaran salah satu rumah penduduk setempat yang dijadikan rumah contoh.

Perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat Desa Wisata Jatiluwih, di samping dibantu oleh elite yang ada di desa setempat juga dibantu oleh elite yang berasal dari luar desa di Kabupaten Tabanan. Masyarakat setempat merasa bersyukur dibantu oleh elite desa serta elite dari luar desa dalam melakukan perlawanan terhadap berbagai fakta yang telah disebutkan sebelumnya.

Dalam hal ini pengertian elite dapat mengacu pada elite pemerintah dan elite masyarakat. Sesuai dengan pemahaman Mannheim (1946:215) dalam bukunya *Man and Society in an Age of Reconstruction*, membedakan elite integratif yang terdiri atas para pemimpin politik dan organisasi serta elite sublimatif yang terdiri atas pemimpin moral keagamaan, seni, dan intelektual. Menurut Keller (1984:16-17), fungsi pokok elite integratif adalah mengintegrasikan sejumlah besar kehendak-kehendak perorangan, sedangkan elite sublimatif adalah mengadakan sublimasi tenaga kejiwaan manusia. Menurut Mannheim (1946:260), orang tidak seharusnya



mempergunakan seluruh tenaga kejiwaannya dalam memperjuangkan material, tetapi harus menyalurkan ke dalam perenungan dan pemikiran sehingga menemukan jalan meringankan perjuangan. Dengan demikian, ketahanan moral serta ketahanan fisik dalam jangka panjang akan berpasangan.

Menurut Keller (1984:17), elite integratif bekerja melalui organisasi-organisasi politik, sedangkan elite sublimatif bekerja melalui saluran-saluran yang lebih informal, seperti: melalui golongan-golongan, klik-klik, dan kelompok-kelompok kecil. Tujuannya adalah untuk mengembangkan jalan keluar yang produktif secara sosial untuk harapan-harapan, ketakutan-ketakutan, dan keinginan-keinginan yang terhambat dari para individu, yaitu dengan membentuk selera mereka, dengan menggairahkan pembicaraan-pembicaraan penting yang mendalam mengenai persoalan sesuai dengan waktu, dan dengan merangsang pengembangan pandangan dan perhatian yang asli.

Dalam kajian ini yang dimaksud elite adalah elite integratif dalam pandangan Mannheim (1946:215), yaitu pada umumnya bukan dari elite desa setempat, tetapi elite dari luar desa setempat terutama yang berasal dari Kabupaten Tabanan. Kalaupun ada elite dari desa setempat, jumlahnya sangat terbatas dan mereka umumnya mantan pejabat desa (seperti mantan pengurus lembaga ketahanan masyarakat desa, mantan pengurus badan pertimbangan desa serta mantan *bendesa adat*). Elite integratif ini berjuang, ada yang secara langsung turun menemui masyarakat atau ada pula yang berjuang dengan mempergunakan media massa koran dengan pernyataan-pernyataannya. Perjuangan mereka, ada juga yang berjuang benar-benar untuk membela masyarakat, tetapi ada pula yang berjuang karena mengharapkan sesuatu dari perjuangannya (*vested interest*). Namun, dibalik itu semua perjuangan mereka memiliki *platform* yang jelas, yaitu memperjuangkan kawasan suci sekitar pura, implementasi *trihita karana*, rasa keadilan, serta perlawanan terhadap hegemoni pemerintah pada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Elite tersebut adalah bagian dari elite lokal, dalam hal ini ‘lokal’ disini mengacu pada tingkat kabupaten sehingga elite di sini bisa berarti elite pemimpin di tingkat kabupaten dan di bawahnya. Elite lokal bisa terdiri atas elite negara atau pemerintah dan elite masyarakat. Elite pemerintah adalah seperti bupati, camat, dan kepala desa sedangkan yang termasuk elite masyarakat adalah intelektual, organisasi keagamaan, di samping kelompok pemuda dan media massa.

Elite-elite tersebut masing-masing memiliki sikap yang jelas terhadap pengembangan berbagai sarana pokok yang ada terkait pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Sikap elite tersebut ada yang setuju dan ada yang tidak setuju, dengan berbagai alasannya. Adapun sikap elite (elite pemerintah dan elite masyarakat) terhadap pengembangan berbagai sarana pokok di Desa Wisata Jatiluwih adalah seperti tabel berikut ini:

Tabel 7.6 Sikap Elite terhadap Pengembangan Sarana Pokok di Desa Wisata Jatiluwih

Sikap terhadap Pengembangan Sarana Pokok di Desa Wisata Jatiluwih	Elite Lokal	
	Elite Pemerintah	Elite Masyarakat
Setuju	Bupati Camat Kepala Desa	Intelektual Tradisional (sebagian kecil rohaniwan) <i>Bendesa Adat</i> Sebagian kecil masyarakat desa setempat
Tidak Setuju (menolak)	Legislatif	Elite Intelektual (bukan mahasiswa) Intelektual Tradisional Sebagian besar masyarakat desa setempat

Sumber: Prasiasa (2010)

Dari Tabel 7.6 di atas terlihat bahwa pemerintah dalam arti luas (legislatif) meskipun jumlahnya sedikit terus melakukan penolakan. Legislatif mendapat dukungan dari elite intelektual, sebagian besar intelektual tradisional dan sebagian besar masyarakat desa setempat. Penolakan yang berupa ketidaksetujuan terhadap

pembangunan sarana pokok (berupa akomodasi) di Desa Wisata Jatiluwih ada yang didorong untuk memperoleh simpati daripada benar-benar memperjuangkan keinginan masyarakat untuk menjaga kesucian kawasan sekitar pura.

Perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat setempat berupa *kramak-krimik ring margane*. Perlawanan seperti ini adalah suatu bentuk perlawanan yang bersifat pasif dilakukan oleh sebagian masyarakat, yakni dengan berdiam diri jika diminta berbicara pada pertemuan-pertemuan formal. Mereka biasanya akan berbicara setelah pertemuan tersebut selesai, kemudian membicarakannya pada tempat-tempat tertentu seperti di warung sambil berbelanja atau bahkan berkumpul di pinggir jalan sambil membicarakan masalah yang dibahas pada suatu pertemuan.

Kehadiran elite lokal yang berasal dari desa setempat telah menjadi wadah bagi penyaluran kebiasaan *kramak-krimik ring margane* yang dilakukan oleh masyarakat setempat. Dengan kehadiran tokoh elite lokal dari desa setempat dan dengan dukungan beberapa anggota legislatif dari Kabupaten Tabanan, perlawanan masyarakat terhadap pengembangan Desa Wisata Jatiluwih menjadi suatu perlawanan yang bersifat terbuka. Ketidaksetujuan masyarakat tersebut dipublikasikan di media cetak khususnya media cetak lokal *Bali Post*.

Berawal dari keluarnya Surat Bupati Tabanan Nomor 593.3/440/T.Pem tanggal 8 Februari 2002 yang menyatakan bahwa pembangunan Vila Petali merupakan suatu pelanggaran karena belum dilandasi oleh rekomendasi berupa Izin Lokasi dan Izin Mendirikan Bangunan. Surat yang dikeluarkan oleh Bupati Tabanan rupanya tidak digubris oleh pemilik vila. Oleh karena merasa dilecehkan, pada tanggal 17 Mei 2002 di media cetak koran *Bali Post* terbit artikel dengan judul "Tak Ditoleransi, Vila di Petali segera Dibongkar". Pada artikel tersebut Bupati Tabanan menyatakan bahwa Pemerintah Kabupaten Tabanan tidak menoleransi keberadaan vila tersebut karena lokasinya yang berdekatan dengan Pura Luhur Petali. Bahkan Bupati Tabanan menyatakan akan membongkar vila tersebut sekitar Juni 2002. Meskipun sudah mendapat dukungan dari legislatif (Wakil Ketua DPRD Tabanan)

untuk membongkar Vila Petali, rupanya dukungan tersebut tidak mendapat sambutan yang berarti dari pemerintah daerah setempat.

Dibalik tetap berlanjutnya pembangunan Vila Petali di tengah hutan sebelah utara Pura Luhur Petali, Bupati Tabanan selanjutnya mengeluarkan Peringatan I kepada pemilik bangunan vila sesuai surat Nomor 300/1088/KBL.Trantib tanggal 2 Desember 2002. Dalam Peringatan I ini disebutkan pelanggaran yang dilakukan oleh pemilik vila meliputi pelanggaran terhadap kawasan suci, pelanggaran terhadap *bhisama* Parisadha Hindu Dharma Indonesia tentang Kesucian Pura, serta pelanggaran terhadap izin mendirikan bangunan. Berkaitan dengan pelanggaran tersebut, pemilik vila diberikan waktu tujuh hari untuk melakukan pembongkaran vila. Dari batas waktu yang diberikan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan, pemilik vila kembali tidak memberikan tanggapan dan terkesan melakukan perlawanan dengan tidak melakukan pembongkaran vila miliknya.

Dengan adanya perlawanan yang dilakukan oleh pemilik vila khususnya terhadap Peringatan I dari Bupati Tabanan, media massa koran *Bali Post* pada tanggal 9 Desember 2002 kembali menerbitkan artikel dengan judul "Vila Petali Langgar Jalur Hijau, DPRD Rekomendasikan Pembongkaran". Munculnya berita di media massa ini sebagai gerakan dari elite luar desa, khususnya dari Wakil DPRD Tabanan. Gerakan yang dilakukan oleh wakil rakyat ini merupakan tindak lanjut dari rekomendasi yang dikeluarkan oleh DPRD Tabanan kepada Bupati Tabanan Nomor 172/1773/DPRD yang isinya agar bupati menindak tegas pemilik vila. Dalam berita di media *Bali Post* tanggal 9 Desember 2002 termuat berita dengan *headline* mempergunakan isu pelanggaran jalur hijau sebagai alat untuk menjerat keberadaan vila yang berada di tengah hutan di Desa Wisata Jatiluwih. Penggunaan isu jalur hijau karena memang keberadaan vila tersebut di tengah hutan dan seharusnya tidak bisa dibangun. Oleh karena di samping membahayakan ekologi lingkungan juga akan mengurangi sumber resapan air. Adapun sebagian isi beritanya adalah sebagai berikut:

”Menurut dia, sudah saatnya Pemkab Tabanan, khususnya bupati berani memerintahkan aparatnya yang berwenang untuk melakukan pembongkaran sesuai dengan surat keputusan yang pernah dikeluarkan beberapa waktu yang lalu menyangkut larangan keberadaan vila tersebut. Seharusnya tidak ada toleransi bagi pemilik vila untuk melanjutkan pembangunan jika Pemkab ingin mempunyai wibawa di mata masyarakat.”

Munculnya berita seperti di atas merupakan representasi kekecewaan legislatif yang merupakan manifestasi masyarakat. Kekecewaan tersebut semakin didorong oleh adanya pengaduan dari masyarakat kepada DPRD Kabupaten Tabanan. Pengaduan masyarakat Desa Wisata Jatiluwih dimotori oleh elit desa setempat. Elite desa inilah yang banyak berhubungan dengan elite dari luar desa, seperti elite dari Kabupaten Tabanan untuk terus memperjuangan dan melakukan perlawanan terhadap pembangunan sarana pokok berupa akomodasi yang melanggar ketentuan serta tidak mengacu pada *bhisama* tentang kesucian wilayah pura dan *trihita karana*.

Tanggal 19 Desember 2002 kembali keluar Peringatan II dari Bupati Tabanan sesuai surat Nomor 300/1309/KBL.Trantib terhadap ”Vila Petali”. Peringatan II ini isinya, kembali memperingatkan agar selambat-lambatnya tujuh hari sejak diterimanya surat peringatan agar pemilik vila sudah membongkar bangunannya, dan jika tidak, pembongkaran akan dilaksanakan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan. Ternyata apa yang menjadi substansi dari Peringatan II juga tidak digubris sama sekali oleh pemilik vila. ”Vila Petali” terus dibangun, seakan-akan tidak terjadi masalah apa-apa.

Akhirnya terbit Peringatan III yang merupakan kelanjutan dari Peringatan I dan Peringatan II, merupakan sebuah penegasan dan sekaligus juga merupakan ancaman kepada pemilik vila. Hal ini ditandai dengan digunakannya kata ”sekali lagi” dalam peringatan tersebut. Adapun substansi dari Peringatan III sesuai surat Bupati Tabanan Nomor 300/1376/KBL.Trantib tanggal 31 Desember 2002 adalah sebagai berikut:

”Untuk itu sekali lagi kami peringatkan agar Saudara (pemilik vila) segera selambat-lambatnya dalam jangka waktu tujuh hari, terhitung sejak surat diterima, Saudara harus sudah membongkar bangunan tersebut dan apabila Saudara tetap

tidak mengindahkannya, maka pembongkaran akan dilakukan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan.”

Pemerintah Kabupaten Tabanan melalui Peringatan III ini sebenarnya sudah mendapat dukungan dari masyarakat, seperti dukungan yang datangnya dari rapat masyarakat adat se-Kecamatan Penebel, *pengemong* Pura Rsi dan *engemong* Pura Manik Selaka. Namun pembongkaran tetap tidak dilaksanakan. Ironisnya di *Bali Post* tanggal 7 Maret 2003 muncul artikel dengan *headline* berbunyi ”Soal Bongkar Vila Petali Pemkab Tabanan Mengaku tak Takut”. Munculnya artikel seperti ini merupakan suatu bentuk perang wacana (diskursus dilawan dengan kontra-diskursus) antara masyarakat dengan pemerintah Kabupaten Tabanan akan ketidakberdayaannya untuk mewujudkan isi peringatan-peringatan yang sudah dikeluarkan sebelumnya.

Pada pandangan umum fraksi terhadap Raperda Tentang Urusan Pemerintah Daerah Provinsi Bali dan Raperda tentang Pembentukan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah, Fraksi Partai Demokrasi Indonesia Perjuangan (F-PDIP) DPRD Bali dan Fraksi Partai Golkar (F-PG) DPRD Bali mempermasalahkan Kawasan Suci. Fraksi PDIP menyatakan:

”Perda tentang tata ruang yang mengatur kawasan suci, kondisi riil yang terjadi di lapangan kawasan suci dimaksud dilanggar oleh kabupaten/kota.”

Selanjutnya, juru bicara F-PG menyatakan sebagai berikut:

”Pada kesempatan ini kami mengimbau Saudara Gubernur untuk dapat kiranya melaksanakan amanat Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Kewenangan Pemerintah Provinsi agar dapat dijalankan secara konsisten dan tidak tumpang tindih dengan kabupaten/kota mengingat kasus-kasus yang terjadi belakangan ini tentang pemanfaatan hutan, danau, kawasan suci, dan lain-lain menjadi polemik belakangan ini. Menurut pandangan kami, hal ini sebagai akibat kurangnya pemahaman tentang kewenangan urusan pemerintah sehingga investasi yang seharusnya melalui pemerintah provinsi, tetapi diambil alih oleh kabupaten/kota”.

Imbauan di atas menyiratkan adanya berbagai kepentingan dalam penyelesaian sebuah masalah. Kepentingan tersebut antara lain perebutan investasi antara pemerintah kabupaten/kota dengan pemerintah provinsi. Kepentingan ini menjadi semakin bertambah ketat persaingannya setelah diberlakukannya otonomi

daerah dengan memberi kekuasaan yang lebih besar kepada kabupaten/kota. Adanya kekuasaan (*power*) yang besar di tingkat kabupaten/kota, yakni merupakan suatu fenomena menarik untuk dikaji lebih lanjut tentang implementasi hegemoni pasca-otonomi daerah. Dalam hal ini, seperti Williams (dikutip dari Eagleton, 1991:115) bahwa hegemoni harus diperbaharui, diciptakan kembali, dipertahankan, dan dimodifikasi.

Hubungan antara pariwisata dengan otonomi daerah, selain menimbulkan peluang juga terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Tantangan tersebut antara lain berupa egoisme sektoral serta arogansi kabupaten/kota dalam mengelola berbagai potensi sumber daya untuk kepentingannya sendiri. Arogansi sektoral dapat berupa pemberian prioritas kepada sektor-sektor tertentu yang dianggap strategis tanpa mempedulikan sektor-sektor lainnya. Selanjutnya, arogansi kabupaten/kota dapat berupa pengelolaan sumber daya secara sepihak oleh suatu kabupaten/kota dengan tanpa mempedulikan kabupaten/kota lain meskipun sumber daya yang dikelola sama. Dengan adanya penekanan otonomi di tingkat kabupaten/kota, dapat mendorong pengembangan pariwisata yang lebih memacu mengejar pertumbuhan ekonomi (*growth oriented development*) guna mengejar Pendapatan Asli Daerah (PAD). Jika hal ini terjadi, maka dari lima pendekatan pariwisata (Spillane, 1994:28-30) yaitu *advocacy*, *cautionary*, *adaptancy*, *developmental*, dan *knowledge-based*, maka roh pendekatan *advocacy* akan dapat tumbuh kembali. Pendekatan *advocacy* memiliki tujuan utama menggali dan mengembangkan potensi sumber daya alam dan sosial budaya atau daya tarik wisata dengan mengabaikan hak-hak tuan rumah. Pendekatan *advocacy* juga cenderung memosisikan budaya sebagai komoditas ekonomi semata.

Perlawanan yang dilakukan masyarakat terhadap pemilik kekuasaan yang membela kepentingan pengusaha pariwisata pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, selain dilihat dari sisi ideologi dan objektif juga dilihat dari sisi 'hasil perlawanan' yang sudah dilakukan. Dari perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap pembangunan Vila Petali, ternyata vila yang berlokasi di tengah hutan

sebelah utara Pura Luhur Petali hingga saat ini masih berdiri dan merupakan sebuah cerminan kemenangan hegemoni pemilik kekuasaan.

Menurut Bagus (2004:279), hasil perlawanan masyarakat terhadap pengembangan pariwisata diklasifikasikan menjadi tiga, yaitu: (1) perlawanan yang gagal di pihak masyarakat, (2) perlawanan yang menggagalkan investor atau kemenangan di pihak masyarakat, dan (3) perlawanan yang berakhir dengan kompromistis, artinya sama-sama memberikan penyelesaian keuntungan, baik bagi pihak pemerintah maupun masyarakat. Dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, khususnya terkait kasus pembangunan Vila Petali menunjukkan adanya kemenangan di pihak pemerintah atau perlawanan yang gagal di pihak masyarakat. Kemenangan di pihak pemerintah semakin melegitimasi proses perencanaan pembangunan yang bersifat *top down* sebagai hasil dekonstruksi terhadap pariwisata berbasis masyarakat yang bersifat *bottom up*, sehingga implementasi pariwisata berbasis masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih yang berupa keterlibatan masyarakat setempat dalam berbagai bidang kegiatan belum tercapai sebagai akibat kuatnya hegemoni yang dilakukan pemilik kekuasaan.

Selanjutnya, terkait dengan rumah contoh, perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat desa setempat secara keseluruhan dilakukan terhadap pemilik kekuasaan yang mempergunakan aparat desa sebagai eksekutor di lapangan. Bentuk dan perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat berupa pertanyaan yang terkait dengan keberadaan rumah contoh pada saat rapat (*sangkep*) *Desa Adat* Jatiluwih serta adanya pembicaraan masyarakat di luar acara-acara resmi dan lebih bersifat informal antaranggota masyarakat. Objektif perlawanan masyarakat adalah rasa keadilan, artinya masyarakat mempertanyakan keberadaan rumah contoh dibuat di atas tanah pribadi milik salah satu warga desa setempat, padahal jika merupakan proyek pemerintah seharusnya dibangun di atas tanah milik desa (*tanah laba desa*). Meskipun adanya perlawanan masyarakat, dengan berbagai kepentingannya Pimpinan Proyek (Pimpro) pengembangan desa wisata saat itu tetap melakukan



pembangunan rumah contoh tersebut. Oleh karena sudah merasa terdesak, dan untuk menarik simpati masyarakat setempat, akhirnya salah satu pura yaitu *Pura Dalem Trikahyangan Desa Adat* Jatiluwih yang berada di sebelah selatan *Café* Jatiluwih diperbaiki, dengan alasan untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Pada awalnya, perbaikan *Pura Dalem Trikahyangan Desa Adat* Jatiluwih memang mampu meredakan protes dan berbagai perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat desa setempat. Namun, kondisi ini tidak berlangsung lama karena masyarakat terus melakukan perlawanan dengan melakukan protes terhadap pengurus *Desa Adat* Jatiluwih. Oleh karena kuatnya hegemoni pemilik kekuasaan, dalam hal ini proyek rumah contoh adalah bagian dari rencana pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, maka perlawanan tersebut tidak ada artinya. Seiring dengan perjalanan waktu dan masyarakat setempat sudah diliputi oleh budaya malas bicara (*koh ngomong*), secara sembunyi-sembunyi rumah contoh tersebut diserahkan kembali kepada pemiliknya. Ini berarti pemilik kekuasaan yang direpresentasikan oleh aparat desa mengalami kemenangan dari perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat. Dalam hal ini, kedua kasus di atas menimbulkan preseden yang buruk di masyarakat, khususnya terkait dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Preseden yang buruk tersebut disebabkan oleh dilakukannya pemugaran dan komodifikasi terhadap rumah penduduk yang sudah ada dengan harapan terpenuhinya syarat minimal akomodasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pemugaran dan komodifikasi yang dilakukan terhadap salah satu rumah penduduk yang berujung pada terjadinya konflik dan perlawanan masyarakat, yakni menimbulkan trauma yang mendalam pada masyarakat setempat. Trauma ini merupakan suatu bentuk penghambat bagi pelaksanaan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, baik dari sisi ekonomi maupun dari sisi kuantitas keterlibatan masyarakat.

Dikeluarkannya surat dari Camat Penebel Nomor X.700/1497/POL.PP tanggal 10 November 1993 tentang larangan bagi tamu asing menginap pada rumah-rumah penduduk juga merupakan hambatan bagi keterlibatan masyarakat. Surat

tersebut bersifat kontra-produktif terhadap keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Masyarakat kecil yang tidak memiliki modal untuk mendirikan akomodasi seperti *inn* dan vila (hanya memiliki rumah yang bisa ditingkatkan kebersihannya sehingga siap menerima kunjungan wisatawan) tidak akan memperoleh manfaat dari pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Padahal pengembangan Desa Wisata Jatiluwih diharapkan menganut prinsip dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat.

### **Hasil Kontra-hegemoni Masyarakat terhadap Hegemoni Pemilik Kekuasaan**

Perlawanan yang merupakan kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan terdiri atas tiga bagian, yaitu bentuk kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan, teknik/cara kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan, dan hasil kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan.

*Pertama*, bentuk kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan terdiri atas beberapa hal, yaitu:

1. Perlawanan yang dilakukan oleh individu dan kelompok masyarakat karena terlecehkannya kesucian wilayah sekitar Pura Luhur Petali dengan pembangunan Vila Petali (14 Januari 2002 hingga 26 November 2004).
2. Perlawanan yang dilakukan elite desa bersama-sama elite luar desa dari Kabupaten Tabanan terhadap pembangunan Vila Petali (14 Januari 2002 hingga 7 Mei 2008).
3. Dimuatnya berita pada koran *Bali Post* tentang pelanggaran terhadap ekologi, jalur hijau, kawasan suci, serta dukungan *pengempon* pura sekitar Pura Luhur Petali untuk membongkar Vila Petali (17 Mei 2002 hingga 7 Maret 2003).
4. Perlawanan Legislatif DPRD Bali (Fraksi PDI-P dan Fraksi PG) pada Pandangan Umum Fraksi terhadap Raperda tentang Urusan Pemerintahan Daerah Provinsi Bali dan Raperda tentang Pembentukan, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah (7 Mei 2008).

5. Perlawanan *Bendesa Adat* Jatiluwih dengan menulis surat ke Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan menolak pembangunan di sekitar kawasan situs/kawasan suci serta kawasan lain seperti sawah untuk pelestarian alam (26 November 2004).
6. Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh di atas tanah salah seorang warga Desa Wisata Jatiluwih dengan mempermasalahkannya pada setiap rapat (*sangkep*) *Desa Adat* Jatiluwih (11 Mei 1992 hingga 6 Februari 2007).
7. Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh melalui pembicaraan antarmasyarakat setempat secara informal yang lebih bersifat *pekrimik* (sejak masalah tersebut mencuat secara terbuka di desa setempat sekitar Mei 1992 hingga sekarang).

*Kedua*, teknik/cara kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan terdiri atas:

1. Perlawanan lunak/dengan diam (*koh ngomong*).
2. Perlawanan kompromis dengan menerima apa adanya.
3. Perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan secara langsung.

*Ketiga*, hasil kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan terdiri atas:

1. Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan melanggengkan hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat tidak mendapat manfaat apa-apa).
2. Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan mengurangi hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat berada di antara mendapatkan dan tidak mendapatkan manfaat apa-apa dari kontra-hegemoni yang dilakukan terhadap pemilik kekuasaan).
3. Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan mampu meniadakan hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat mendapatkan manfaat dari kontra-hegemoni yang dilakukan terhadap pemilik kekuasaan).

Penggambaran bentuk kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan, teknik/cara kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni

pemilik kekuasaan dan hasil kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan dengan mempergunakan tabel memiliki beberapa kelemahan, yaitu: (1) penggambaran lebih bersifat linear (tunggal), padahal antara bentuk, teknik/cara, serta hasil tidak selalu berlaku linear, tetapi bisa lebih kompleks; (2) antara satu bentuk perlawanan dengan bentuk lain bisa saja saling terkait dan tidak terpisah secara tegas; (3) antara satu hasil dengan hasil lainnya tidak selalu berdiri sendiri, bisa terjadi hasil yang satu merupakan hasil ikutan dari hasil yang lainnya.

Meskipun penggambaran dengan mempergunakan tabel memiliki berbagai kelemahan seperti yang telah disebutkan di atas, tetapi penggambaran dengan tabel dari hasil yang ditimbulkan oleh kontra-hegemoni yang dilakukan masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan paling tidak mewakili yang sebenarnya terjadi di masyarakat desa setempat. Bentuk-bentuk kontra-hegemoni yang dilakukan berangkat dari adanya masalah-masalah yang sangat terkait dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Kemudian terkait dengan penelitian ini, yang terpinggirkan adalah masyarakat desa setempat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Hal ini berarti masyarakat dijadikan *outsider* atau pemain luar yang setiap saat bisa saja tidak dipakai atau terpinggirkan sehingga masyarakat melakukan kontra-hegemoni.

Menurut Scott (2000:305), perlawanan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu perlawanan harian dan perlawanan sesungguhnya. Perlawanan harian, antara lain bersifat (a) tidak terorganisasi, tidak sistematis, dan individual; (b) bersifat untung-untungan dan berpamrih (nafsu akan kemudahan); (c) tidak mempunyai akibat-akibat revolusioner; dan (d) dalam maksud dan logikanya mengandung arti penyesuaian dengan sistem dominan yang ada. Perlawanan sesungguhnya, antara lain bersifat (a) lebih terorganisasi, sistematis, dan kooperatif; (b) berprinsip atau tanpa pamrih; (c) mempunyai akibat-akibat revolusioner; dan (d) mengandung gagasan atau tujuan yang meniadakan dasar dari dominasi. Dengan demikian perlawanan masyarakat Desa Wisata Jatiluwih tergolong perlawanan sesungguhnya. Adapun bentuk, teknik/cara dan hasil kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan seperti tabel berikut ini:

Tabel 7.7 Bentuk, Teknik/Cara, dan Hasil Kontra-hegemoni Masyarakat terhadap Hegemoni Pemilik Kekuasaan

Kode	Bentuk Kontra-hegemoni Masyarakat	Teknik/Cara Kontra-hegemoni Masyarakat *)	Hasil Kontra-hegemoni Masyarakat terhadap Hegemoni Pemilik Kekuasaan **)
A	Perlawanan yang dilakukan oleh individu dan kelompok masyarakat karena terlecehkannya kesucian wilayah sekitar Pura Luhur Petali dengan pembangunan Vila Petali.	(3)	(1)
B	Perlawanan yang dilakukan oleh elite desa bersama-sama elite luar desa dari Kabupaten Tabanan terhadap pembangunan Vila Petali.	(2)	(1)
C	Dimuatnya berita pada koran <i>Bali Post</i> tentang pelanggaran terhadap ekologi, jalur hijau, dan kawasan suci serta dukungan <i>pengempon</i> pura sekitar Pura Luhur Patali untuk membongkar Vila Petali.	(3)	(1)
D	Perlawanan Legislatif DPRD Bali (Fraksi PDI-P dan Fraksi PG) pada Pandangan Umum Fraksi terhadap Raperda tentang Urusan Pemerintah Daerah Provinsi Bali.	(2)	(1)
E	Perlawanan <i>Bendesa Adat</i> Jatiluwih dengan menulis surat ke Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan menolak pembangunan sekitar kawasan situs/kawasan suci serta kawasan lain, seperti sawah untuk pelestarian alam.	(3)	(1)
F	Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh di atas tanah milik salah seorang warga Desa Wisata Jatiluwih dengan mempermasalahkannya pada setiap rapat ( <i>sangkep</i> ) <i>Desa Adat</i> Jatiluwih.	(3)	(1)
G	Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh melalui pembicaraan antarmasyarakat setempat secara informal yang lebih bersifat <i>pekrimik</i>	(1)	(1)

Sumber: Prasiasa (2010)

Keterangan:

\*) Tiga teknik/cara kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan.

(1) Perlawanan lunak/dengan diam (*koh ngomong*).

(2) Perlawanan kompromis dengan menerima apa adanya.

(3) Perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan secara langsung.

\*\*) Tiga hasil kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan

- (1) Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan melanggengkan hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat tidak mendapatkan manfaat apa-apa).
- (2) Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan mengurangi hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat berada diantara mendapatkan dan tidak mendapatkan manfaat apa-apa dari kontra-hegemoni yang dilakukan terhadap pemilik kekuasaan).
- (3) Kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan mampu meniadakan hegemoni pemilik kekuasaan (masyarakat mendapatkan manfaat dari kontra-hegemoni yang dilakukan terhadap pemilik kekuasaan).

Berdasarkan teknik/cara kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan menimbulkan hasil yang berbeda-beda [(1), (2), dan (3)] dari kontra- hegemoni yang dilakukan oleh masyarakat. Berdasarkan Tabel 7.7 dapat dikemukakan sebagai berikut.

- a. Perlawanan yang dilakukan oleh individu dan kelompok masyarakat karena terlecehkannya kesucian wilayah sekitar Pura Luhur Petali dengan pembangunan Vila Petali (A) mempergunakan teknik/cara perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan secara langsung (3) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).
- b. Perlawanan yang dilakukan oleh elite desa bersama-sama elite luar desa dari Kabupaten Tabanan terhadap pembangunan Vila Petali (B) mempergunakan teknik/cara perlawanan kompromis dan menerima apa adanya (2) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).
- c. Perlawanan masyarakat setempat dengan memuat artikel di koran *Bali Post* berupa pelanggaran terhadap ekologi, jalur hijau, dan kawasan suci serta dukungan *pengempon* pura sekitar Pura Luhur Petali untuk membongkar Vila Petali (C) mempergunakan teknik/cara perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan langsung (3) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).
- d. Perlawanan Legislatif DPRD Bali (Fraksi PDI-P dan Fraksi PG) pada Pandangan Umum Fraksi terhadap Raperda tentang Urusan Pemerintah Daerah Provinsi Bali (D) mempergunakan teknik/cara perlawanan kompromis dengan menerima apa adanya (2) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).

- e. Perlawanan *Bendesa Adat* Jatiluwih dengan menulis surat ke Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan menolak pembangunan sekitar kawasan situs/kawasan suci serta kawasan lain, seperti sawah untuk pelestarian alam (E) dilakukan dengan teknik/cara perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan langsung (3) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).
- f. Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh di atas tanah milik salah seorang warga Desa Wisata Jatiluwih dengan mempermasalahkannya pada setiap rapat (*sangkep*) *Desa Adat* Jatiluwih (F) dilakukan dengan teknik/cara perlawanan dengan tuntutan dan berhadapan langsung (3) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).
- g. Perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh melalui pembicaraan antar masyarakat setempat secara informal yang lebih bersifat *pekrimik* (G) dilakukan dengan teknik/cara perlawanan lunak/dengan diam (*koh ngomong*) (1) dengan hasil melanggengkan hegemoni (1).

Dari tujuh bentuk kontra-hegemoni yang dilakukan oleh masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih secara umum sebagian besar tidak menunjukkan hasil yang sepadan, dan bahkan kontra-hegemoni yang dilakukan semakin melanggengkan hegemoni pemilik kekuasaan. Dalam hal ini, satu-satunya kontra-hegemoni yang memperoleh hasil sepadan adalah yang terjadi pada perlawanan masyarakat terhadap pembangunan rumah contoh melalui terjadinya pembicaraan antar masyarakat setempat secara informal yang lebih bersifat *pekrimik*.

Pengembangan Desa Wisata Jatiluwih yang disertai oleh pembangunan akomodasi di radius kesucian pura meskipun menuai perlawanan dari masyarakat, tetapi tetap dilaksanakan. Dalam hal ini, walaupun pernah ada peringatan dari Bupati Tabanan terhadap pemilik bangunan Vila Petali pada saat pembangunan, peringatan tersebut belum menghasilkan sesuatu. Berlanjutnya pembangunan akomodasi karena pengusaha bersatu dengan pemilik kekuasaan dalam suatu ideologi 'pembangunanisme' untuk lebih mengutamakan kepentingan bersama (pengusaha

pariwisata dengan pemilik kekuasaan) yang lebih bersifat ekonomistik, tanpa memperhatikan keberlanjutan budaya, adat, agama, ekologi, *bhisama* tentang kesucian pura dan *trihita karana*.

Kekalahan masyarakat desa setempat dari permasalahan yang muncul terkait dengan keterlibatan masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih (antara lain masalah Vila Petali dan rumah contoh) merupakan kegagalan masyarakat dalam menghadapi ketidakadilan yang dilakukan oleh pihak luar serta kegagalan dari implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih. Dikatakan demikian karena dengan dibangunnya vila dan akomodasi lainnya yang mempergunakan modal dari luar desa setempat, hasil yang diperoleh akan lari ke pengusaha pariwisata yang berasal dari luar desa setempat dan bahkan ke luar dari Bali. Hal ini merupakan kegagalan dari pengembangan desa wisata. Selanjutnya, keberhasilan pembangunan rumah contoh merupakan suatu bentuk hegemoni terhadap keterlibatan masyarakat dalam operasionalisasi pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Masyarakat menjadi korban dari hubungan yang bersifat hegemonik dengan pemilik kekuasaan. Pemilik kekuasaan cenderung membela pengusaha pariwisata sehingga terjadi perlawanan dari masyarakat yang merupakan kontra-hegemoni masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan, meskipun masyarakat sering mengalami kekalahan. Pengusaha yang dibela merupakan cerminan dari industri pariwisata sehingga pariwisata terkadang menguntungkan dari segi pendapatan dan ketenagakerjaan, tetapi terkadang juga merugikan karena dapat menimbulkan konflik. Konflik yang timbul dapat terkait dengan pembangunan fasilitas pariwisata yang memerlukan pembebasan tanah, radius kesucian pura, atau terhegemoninya keterlibatan masyarakat melalui pengeluaran surat keputusan dan peraturan daerah dan sejenisnya pada pengembangan desa wisata, yang kurang arif dan bijaksana.

Dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, kekuasaan (lokal) begitu kuatnya sehingga masyarakat setempat yang seharusnya di-"berdaya"-kan menjadi di-"perdaya"-kan. Negara, lewat kekuasaan strukturalnya dengan mempergunakan



pejabat-pejabat eksekutifnya, telah menempatkan masyarakat Desa Wisata Jatiluwih sebagai masyarakat di bawah kekuasaan hegemonik. Dengan demikian, dalam pengembangan pariwisata di desa ini telah terjadi kekerasan struktural dan tidak represif terhadap keterlibatan masyarakat.

Santoso (2002) dalam buku *Teori-teori Kekerasan*, ada tiga kelompok besar yang menyangkut kekerasan, yaitu (1) kekerasan sebagai tindakan aktor atau kelompok aktor; (2) kekerasan sebagai produk struktur, seperti oleh aparaturnegara; dan (3) kekerasan sebagai jejaring antara aktor dan struktur. Selanjutnya, menurut Galtung (dalam Windhu, 1992:68-72) ada enam dimensi kekerasan, yaitu (1) kekerasan fisik dan psikologis, (2) pengaruh positif dan negatif, (3) adanya objek atau tidak, (4) adanya subjek atau tidak, (5) disengaja atau tidak, dan (6) yang tampak dan tersembunyi.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, kekerasan yang terjadi pada keterlibatan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, termasuk masalah-masalah yang menyertainya merupakan kekerasan terstruktur. Kekerasan tersebut merupakan sebuah kekerasan psikologis dan menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat yang dilakukan secara sengaja dan terang-terangan. Dalam pembangunan rumah contoh, secara psikologis masyarakat pada awalnya diharapkan mencontoh rumah tersebut jika ingin menjadikan sebagian rumahnya sebagai akomodasi bagi wisatawan. Akibat adanya konflik terhadap penempatan rumah contoh yang tidak pada lokasi netral (sebaiknya pada tanah milik desa), masyarakat desa setempat menarik keinginannya untuk bergerak dalam bidang pariwisata berupa penyediaan akomodasi dengan memanfaatkan sebagian rumah tinggalnya. Tindakan yang dilakukan oleh masyarakat setempat menimbulkan dampak negatif terhadap masyarakat lain yang sudah menggebu-gebu ingin meniru rumah contoh tersebut. Masyarakat membatalkan keinginannya untuk ikut mengubah rumah miliknya menjadi akomodasi seperti rumah contoh. Dalam kondisi ini, jelas masyarakat menjadi korban, di samping sudah kehilangan satu-satunya rumah yang memiliki tiang dua belas (*saka roras*) di desa setempat, juga membuat trauma masyarakat

lain yang ingin berpartisipasi menyediakan akomodasi pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih.

Secara pemerintahan, dalam hal ini negara, tidak berhasil menjalankan pemerintahan yang baik (*good governance*). Untuk memenuhi ambisi serta kepentingannya sebagai cerminan ke-*government*-annya, negara menjalankan kekerasannya melalui pengembangan pariwisata tanpa mepedulikan hati nurani masyarakat. Dalam hal ini, *governance* tidak sama dengan *government*. *Government* menyangkut pemerintah dan politisi, sedangkan *governance* terdapat peleburan perbedaan antara yang diperintah dengan yang memerintah. Menurut Sumarto (2003:17), *governance* adalah mekanisme, praktik, dan tata cara pemerintah dan warga mengatur sumber daya dan memecahkan masalah-masalah publik. Kualitas *governance* dinilai dari kualitas interaksi yang terjadi antarkomponen *governance*, yaitu pemerintah, *civil society*, dan sektor swasta. Di samping itu, *governance* yang baik memiliki unsur-unsur akuntabilitas, partisipasi, *predictability*, dan transparansi.

Pemilik kekuasaan yang direpresentasikan oleh aparatnya di desa telah mengorbankan masyarakat hanya untuk kepentingan pembangunan pariwisata, apalagi beralih pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Pada pembangunan pariwisata seharusnya posisi pemilik kekuasaan melindungi rakyat (masyarakat).

Hubungan antara masyarakat dan pemilik kekuasaan, dalam kearifan lokal Bali mengenal konsep *Caturguru Bhakti* atau yang biasa dikenal sebagai *Caturguru*. *Caturguru* terdiri atas (1) *bhakti* kepada *guru swadyaya*, yaitu Sang Hyang Widhi Wasa/ Tuhan Yang Mahaesa; (2) *bhakti* kepada *guru pengajian*, yaitu guru yang mengajar di sekolah; (3) *bhakti* kepada *guru wisesa*, yaitu negara/pemerintah/pemilik kekuasaan; dan (4) *bhakti* kepada *guru rupaka*, yaitu orang tua. Dalam hal ini, sehubungan perlawanan masyarakat terhadap hegemoni pemilik kekuasaan, yang terkait adalah *guru wisesa* karena konsep ini menyangkut hubungan antara masyarakat dengan pemerintah atau negara.

Wacana-wacana pada pengembangan Desa Wisata Jatiluwih yang dilontarkan oleh pemilik kekuasaan merupakan wacana hegemonik dan menuntut kepatuhan dari

masyarakat untuk melaksanakannya. Dalam ajaran *guru wisesa* memang disebutkan masyarakat harus mematuhi segala perintah pemilik kekuasaan dan tidak boleh melawan (*metungkas*). Hal ini akan terjadi jika dengan asumsi "pemilik kekuasaan berpikir, bersikap, dan berbuat yang benar dalam pikiran masyarakat". Namun, jika asumsi tersebut bertolak belakang "pemilik kekuasaan berpikir, bersikap, dan berbuat tidak benar dalam pikiran masyarakat", akan menimbulkan perlawanan dari masyarakat.

Kenyataan di lapangan, terkait dengan pengembangan Desa Wisata Jatiluwih, memang keagungan ajaran *guru wisesa* dihormati. Namun, karena masyarakat merasakan adanya ketidakadilan serta adanya pelanggaran-pelanggaran, maka kepatuhan yang semula ingin diciptakan menjadi suatu bumerang yang menyerang pemilik kekuasaan meskipun masyarakat mengalami kekalahan. Pihak yang berkuasa pada saat pengembangan Desa Wisata Jatiluwih hingga saat ini rupanya tidak memiliki kearifan dalam diri mereka, apalagi pengabdian untuk membela kepentingan masyarakat. Dengan berbagai perlawanan yang dilakukan oleh masyarakat terhadap pembangunan sarana pariwisata di desa wisata oleh pengusaha pariwisata dan berujung pada terjadinya konflik, maka sudah sepatutnya projek-projek pengembangan desa wisata dikaji atau dievaluasi. Harapannya adalah agar desa wisata yang dikembangkan betul-betul memberikan manfaat dan keuntungan bagi masyarakat setempat serta diantara para pemangku kepentingan dapat bekerjasama dalam rangka meningkatkan daya saing produk desa wisata.

## **BAB VIII**

### **KESIMPULAN**

Perkembangan pariwisata memasuki era globalisasi menunjukkan bahwa pariwisata sebagai industri mengalami perkembangan yang cukup pesat. Perkembangan yang terjadi dapat dilihat dari perubahan pola perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan, perkembangan berbagai sarana maupun prasarana yang diperlukan untuk menunjang perjalanan wisatawan hingga berkembangnya berbagai kondisi dalam industri pariwisata, baik yang bersifat internasional maupun nasional. Selain adanya perkembangan dari jumlah wisatawan, saat ini terjadi perubahan pola konsumsi (*consumer behaviour pattern*) wisatawan. Wisatawan tidak lagi terfokus hanya ingin santai atau menikmati *sun, sea, dan sand* akan tetapi selera mereka semakin meningkat yakni untuk menikmati kreasi budaya (*culture*), peninggalan sejarah (*heritage*) serta ekowisata (*nature*) dari suatu daerah atau negara. Disamping itu, saat ini konsumen pariwisata adalah wisatawan yang memiliki informasi dan lebih berpengalaman, mereka juga lebih fleksibel dan mandiri, spontan dan selalu ingin aktif.

Adanya perubahan pola konsumsi dari wisatawan, dapat merupakan peluang sekaligus tantangan pengembangan pariwisata khususnya pengembangan destinasi pariwisata yang sedang dan akan dilaksanakan. Sementara itu pada sisi lain terlihat bahwa keberhasilan kinerja pariwisata Indonesia tercermin dari meningkatnya jumlah pergerakan wisatawan nusantara. Pergerakan wisatawan nusantara dalam kurun waktu tahun 2001-2008 telah terjadi pertumbuhan yang berfluktuasi dengan rata-rata sebesar 2,08% per tahun. Disamping itu industri pariwisata Indonesia juga mampu memberikan dampak berupa sumbangan terhadap penerimaan devisa yang sangat diperlukan untuk membiayai pembangunan nasional, meringankan hutang negara, dan memelihara nilai tukar (kurs) mata uang rupiah terhadap mata uang asing. Karena besarnya kontribusi sektor pariwisata dalam meningkatkan penerimaan devisa sehingga pariwisata dijadikan sebagai salah satu sektor andalan dalam perekonomian

nasional, bahkan pariwisata mampu bersaing dalam pemberian pendapatan devisa bagi negara. Dampak selanjutnya yang diberikan oleh pariwisata adalah terhadap penciptaan lapangan kerja, bahkan industri pariwisata termasuk kategori sektor padat karya. Selain dari kemampuan menciptakan lapangan kerja yang cukup besar, industri pariwisata juga dapat menyerap tenaga kerja dari semua level kompetensi, mulai dari tenaga yang tidak memiliki ketrampilan (*unskilled*), setengah terampil, terampil, dan bahkan sampai dengan tingkat eksekutif. Terkait neraca pembayaran, pariwisata memberikan dampak pada neraca berjalan (*current account*) yang merupakan catatan atau gambaran transaksi perekonomian untuk jangka waktu tertentu (biasanya setahun) sebagai akibat transaksi pariwisata. Penerimaan neraca pembayaran sektor pariwisata bersumber dari ekspor barang (seperti *souvenir* dan kerajinan tangan), ekspor jasa (tenaga kerja pariwisata) dan yang lainnya. Sedangkan pengeluaran neraca pembayaran sektor pariwisata berupa impor barang (seperti makanan dan minuman serta perlengkapan hotel), impor jasa ( tenaga kerja asing pariwisata), warga negara ke luar negeri, dan yang lainnya. Kinerja pariwisata Indonesia berdasarkan neraca perjalanan wisata (*travel balance*) dengan melihat aliran devisa yang masuk (*inflows*) dikurangi dengan aliran ke luar (*outflows*) oleh wisatawan nusantara yang bepergian ke luar negeri.

Dalam rangka memacu pembangunan destinasi, pariwisata juga mampu menjadi penarik investasi yang biasanya diawali dengan studi awal. Studi ini bertujuan untuk mengetahui potensi yang dimiliki oleh daerah yang akan dikembangkan sebagai destinasi pariwisata. Setelah potensi cukup ditemu-kenali, maka studi tersebut perlu dilanjutkan untuk mengetahui kelayakan (*feasibility*) terutama dilihat dari segi kelayakan ekonomis (*economic feasibility*). Apabila studi kelayakan (*feasibility study*) menghasilkan indikasi positif maka diperlukan investasi lanjutan, dimulai dengan penyediaan dan pematangan lahan, pembangunan prasarana dan sarana, dan penyediaan fasilitas umum.

Pengembangan destinasi pariwisata sangat terkait dengan produk yang bersifat *tangible* dan *intangible*. Kedua produk tersebut menjadi dasar komponen

pelayanan di destinasi pariwisata. Adapun komponen-komponen tersebut adalah (1) Atraksi destinasi. Atraksi pada suatu destinasi dapat dikelompokkan menjadi tiga yaitu atraksi alam, atraksi budaya, dan atraksi buatan manusia. Atraksi alam berupa laut, pantai, gunung, danau, sungai, fauna langka, flora langka, kawasan lindung, cagar alam dan pemandangan alam. Atraksi budaya dapat berupa upacara kelahiran, tari-tarian tradisional, musik tradisional, pakaian adat, perkawinan adat, upacara turun ke sawah, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, peninggalan tradisional, festival budaya, kain tenun tradisional, tekstil lokal, pertunjukan tradisional, adat istiadat lokal dan museum. Sedangkan atraksi buatan manusia dapat berupa sarana dan fasilitas olah raga, permainan layangan, hiburan, ketangkasan, taman rekreasi, taman nasional dan pusat-pusat perbelanjaan. Atraksi yang bersifat buatan manusia pada dasarnya serupa tetapi tidak sama dengan atraksi budaya, yakni keduanya merupakan hasil rekayasa atau budidaya manusia. Perbedaannya adalah terletak pada kurun waktu perekayasaannya dan penciptaannya. Atraksi budaya biasanya yang dimaksud adalah hasil ciptaan manusia di masa lampau, sedangkan atraksi buatan manusia dimaksudkan sebagai hasil rekayasa manusia pada masa kini atau yang baru. (2) Fasilitas destinasi. Merupakan komponen dari sebuah destinasi yang dapat membuat wisatawan memutuskan untuk tinggal di destinasi. Komponen tersebut dapat berupa akomodasi, restoran, serta pelayanan informasi. Khusus pelayanan informasi, merupakan suatu hal yang penting dalam era globalisasi sekarang ini. Informasi yang dibutuhkan oleh wisatawan dari destinasi antara lain: visa, iklim, mata uang lokal, bahasa, kehidupan sehari-hari, atraksi wisata, hotel, transportasi, makanan dan minuman lokal, harga dan lain-lain. (3) Aksesibilitas. Merupakan kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan tersebut bisa dalam jarak dekat, menengah dan jauh. Untuk melakukan perpindahan tersebut dibutuhkan alat-alat transportasi dengan berbagai moda transportasi. Transportasi udara terdiri dari penerbangan berjadwal, penerbangan carter dan taxi udara. Transportasi darat terdiri dari kereta api, bus wisata (*coach*), taxi dan kendaraan pribadi. Transportasi tirta terdiri dari kapal samudra, kapal

penyeberangan dan kapal pesiar. Pemilihan berbagai moda transportasi tersebut didasarkan pada motivasi wisatawan, ketersediaan waktu serta kemampuan secara ekonomi. (4) Citra (*image*). Citra atau *image* terbentuk sedemikian rupa sehingga dapat menjadi faktor pendorong bagi seorang wisatawan untuk berwisata ke destinasi pariwisata. Untuk memperkuat citra suatu destinasi pariwisata, perlu memperhatikan daya dukung: fisik, sosial budaya, ekonomi, dan prasarana. (5) Harga (*price*). Harga merupakan jumlah akumulatif biaya yang dibayar karena menikmati berbagai produk wisata selama perjalanan wisata. Harga yang dibayar tergantung pada kualitas produk wisata yang dikonsumsi selama berwisata di destinasi pariwisata. Dengan demikian besar kecilnya harga yang dibayar tergantung pada tipe, kualitas, kuantitas, dan jarak destinasi pariwisata. Harga merupakan variabel yang lentur (*flexible variables*) dan berada dalam kendali destinasi. Oleh karena itu penentuan harga bagi destinasi dapat merupakan (a) panduan dan bantuan bagi destinasi untuk menentukan tingkat harga sesuai dengan kemudahan yang ada, (b) panduan dan bantuan dalam menentukan apakah harga akan dijadikan elemen aktif atau pasif bagi sebuah rencana pemasaran destinasi, (c) bantuan dalam menetapkan sasaran yang ingin dicapai berdasarkan patokan harga yang ada, dan (d) panduan dan bantuan dalam menentukan kebijakan dan struktur harga bagi sebuah destinasi. Mengenai harga dalam sebuah destinasi pariwisata perlu diadakan koordinasi untuk mencegah perbedaan yang mencolok berupa ‘perang tarif’. Memang ada berbagai alasan mendasar yang menyebabkan terjadinya perbedaan harga yaitu faktor musiman. Terkait dengan faktor musiman ini, yang perlu diwaspadai adalah musim sepi yang dapat memicu terjadinya ‘perang tarif’. Untuk mencegah ‘perang tarif’ ini peranan pemerintah dan swasta dapat memainkan peranan yang penting untuk menciptakan keharmonisan dalam penetapan harga di kalangan usaha-usaha pariwisata pada destinasi pariwisata.

Pengelolaan destinasi pariwisata menjadi suatu kebutuhan yang tergolong penting. Hal ini karena dalam pengelolaan destinasi pariwisata mencakup pemanfaatan sumberdaya yang tersedia melalui tahapan-tahapan yang bersifat terpadu untuk mencapai tujuan-tujuan terkait destinasi pariwisata, yaitu tahap

perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian/evaluasi, baik untuk tingkat lokal, regional, nasional dan bahkan internasional. Kenyataan di lapangan, masyarakat sebenarnya sudah ada yang menerapkan tahapan-tahapan yang bersifat terpadu tersebut antara lain dengan memanfaatkan pranata sosial kemasyarakatan dan pranata budaya yang ada di masing-masing daerah tempat pengembangan destinasi pariwisata. Pengelolaan destinasi pariwisata perlu mendapatkan penanganan yang serius dan holistik. Harapannya adalah hadirnya destinasi pariwisata yang memberikan manfaat secara berkelanjutan dari sisi budaya, lingkungan, dan ekonomi. Untuk mendukung pencapaian tersebut, perlu dibarengi dengan peningkatan kualitas pengalaman wisatawan di destinasi pariwisata, pengembangan sumber daya manusia, melakukan survei terkait produk di destinasi pariwisata, menghindari dampak negatif terhadap masyarakat lokal dan lingkungan (*resources stewardship*), menciptakan lingkungan usaha yang lebih baik melalui visi pengembangan yang jelas, kerjasama dengan pemangku kepentingan, sosialisasi kebijakan, dan mentaati peraturan yang terkait tata ruang serta *zoning*.

Penggunaan teknologi informasi di destinasi pariwisata secara langsung dan tidak langsung akan berkaitan dengan budaya masyarakat setempat. Pengintegrasian teknologi informasi tersebut perlu dibarengi dengan sikap kewaspadaan karena masing-masing destinasi pariwisata memiliki karakteristik yang berbeda-beda, di samping teknologi informasi yang cocok pada suatu negara belum tentu cocok diterapkan di destinasi pariwisata yang ada di Indonesia. Jika kondisi ketidakcocokan tersebut dipaksakan, penerapan teknologi informasi dapat saja menimbulkan kondisi kontra-produktif terhadap destinasi pariwisata.

Harus diakui bahwa sosial media yang berupa *website* adalah media atau alat yang ampuh untuk mempromosikan destinasi pariwisata. Meskipun demikian, yang perlu diperhatikan terkait penggunaan teknologi informasi adalah (1) kualitas informasi yang ditampilkan mencakup otensitas, keakuratan dan kebenaran; dan (2) pembudayaan penggunaan teknologi pariwisata bagi *stakeholders* yang terkait. Khusus yang terakhir ini menjadi penting, karena penggunaan teknologi kadangkala



menjadi kurang efektif dan tidak produktif akibat kekurangsiapan masyarakat penerimanya sebagai akibat hambatan budaya (*culture barrier*).

Dampak sosial-budaya di destinasi pariwisata berupa dampak terhadap perubahan mata pencaharian, dampak terhadap perubahan perilaku, dampak terhadap perubahan adat dan tradisi, dan konflik sosial di destinasi pariwisata.

Berkembangnya suatu wilayah menjadi sebuah destinasi pariwisata dapat menimbulkan perubahan mata pencaharian. Perubahan ini umumnya terjadi karena adanya keinginan dari masyarakat di destinasi pariwisata untuk merubah kondisi ekonominya, baik yang bersifat individu, keluarga, kelompok usaha ataupun kelompok masyarakat. Perubahan terhadap mata pencaharian tersebut dapat memposisikan pekerjaan di bidang pariwisata menjadi dua jenis, yaitu: (1) pekerjaan pokok atau pekerjaan utama, dan (2) pekerjaan sampingan. Jika posisi pekerjaan di bidang pariwisata tersebut sebagai “pekerjaan pokok” atau “pekerjaan utama”, maka masyarakat (secara individu atau kelompok) akan bekerja pada jenis-jenis pekerjaan yang terkait secara ‘langsung’ dengan pariwisata, seperti akomodasi, usaha perjalanan, usaha restoran, usaha daya tarik wisata. Namun apabila posisi pekerjaannya merupakan “pekerjaan sampingan”, maka masyarakat (secara individu atau kelompok) akan bekerja pada jenis-jenis pekerjaan yang terkait secara ‘tidak langsung’ dengan pariwisata akan tetapi pekerjaan tersebut mendukung pembangunan pariwisata, seperti petani sayur, peternak, nelayan, sopir taksi, kuli penggarap kebun, dan lain-lain.

Perubahan perilaku masyarakat di destinasi pariwisata disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah karena pengaruh dari masyarakat, sedangkan faktor eksternal adalah pengaruh dari perilaku wisatawan yang datang ke destinasi pariwisata. Terkait konflik di destinasi pariwisata, dari penelitian yang dilakukan oleh Prasiasa (2010) dan Dloyana Kusumah dkk. (2008) terlihat bahwa faktor penyebab konflik diantara destinasi pariwisata bisa sama, namun jenis konflik yang terjadi untuk masing-masing lokasi akan berbeda. (1) Konflik yang disebabkan oleh sarana dan prasarana, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik pembangunan

sarana pariwisata berupa akomodasi, sedangkan di Nias Selatan berupa konflik menuntut ketersediaan prasarana dan sarana pemasaran produk yang dihasilkan oleh desa-desa di destinasi pariwisata Nias Selatan; (2) Konflik yang disebabkan oleh religiusitas, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik radius kesucian pura, sedangkan di destinasi pariwisata Nias Selatan berupa kekhawatiran kembalinya kepercayaan Minahasa berupa kepercayaan animisme dan dinamisme; (3) konflik yang disebabkan oleh keterlibatan pemerintah (aparatur atau oknum), di Desa Wisata Jatiluwih berupa lemahnya penegakan fatwa (*bhisama*) terkait radius kesucian pura, sedangkan di destinasi pariwisata Nias Selatan berupa adanya oknum/aparatur yang lebih memandang destinasi pariwisata dari sisi ekonomi, kurang memperhatikan aspek budaya dan lingkungan; dan (4) konflik yang disebabkan oleh faktor transparansi, di Desa Wisata Jatiluwih berupa konflik prosentase pembagian retribusi masuk antara masyarakat dengan pemerintah, sedangkan di Nias Selatan juga berupa konflik prosentase pembagian retribusi antara masyarakat dengan pengelola. Dengan demikian secara operasional penanganan konflik untuk masing-masing destinasi pariwisata akan berbeda, sehingga diperlukan kemampuan manajemen konflik bagi para pihak yang terlibat dalam pengelolaan destinasi pariwisata.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata, keterlibatan masyarakat setempat/lokal diperlukan karena masyarakat setempat/lokal memiliki hak azasi untuk menginterpretasikan, memelihara, dan mengelola sumber daya budaya yang mereka miliki. Pelibatan masyarakat setempat/lokal 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 di antara pemangku kepentingan untuk peningkatan produk dan kualitas pelayanan (kepada masyarakat lokal, wisatawan nusantara, dan wisatawan mancanegara).

Dalam kerangka kajian budaya (*cultural studies*), destinasi pariwisata 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.

Pengelolaan sumber daya pariwisata di destinasi pariwisata perlu melibatkan masyarakat setempat/lokal karena (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 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 (*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.

Kajian budaya (*cultural studies*) melihat destinasi pariwisata berbasis masyarakat dari sisi hubungan diantara pemangku kepentingan. Hubungan diantara pemangku kepentingan (masyarakat, pengusaha pariwisata, dan pemerintah) lebih kepada terjadinya hegemoni yang dilakukan oleh pemilik kekuasaan dan kapitalis kepada masyarakat melalui kebijakan-kebijakan yang bersifat *top down* dan sentralistik dengan mempergunakan diskursus. Dalam kondisi demikian, terjadi

kontra-hegemoni yang dilakukan oleh masyarakat. Hubungan antara pemilik kekuasaan (sebagai dimensi politik) dengan pengusaha pariwisata (sebagai dimensi ekonomi) melahirkan hegemoni dan komodifikasi. Hegemoni dan komodifikasi berdampak tidak saja terhadap masyarakat setempat, juga terhadap destinasi pariwisata dengan segala potensi atau sumber daya pariwisatanya. Berbagai macam reaksi terjadi pada destinasi pariwisata akibat hegemoni dan komodifikasi, membuat produk-produk pariwisata mengalami pendefinisian ulang (pembongkaran). Oleh karena itu kunci utama pariwisata berbasis masyarakat adalah (1) keseimbangan dan keharmonisan antara lingkungan hidup, (2) sumber daya, dan (3) kepuasan wisatawan yang diciptakan oleh kemampuan masyarakat itu sendiri. Ketiga faktor tersebut menjadi prioritas untuk keberlanjutan sistem sosial, budaya, dan ekonomi dalam rangka pengembangan destinasi pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agger, Ben. 2003. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan, dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Anonim. 1992. *Penyusunan Tata Ruang dan Rencana Detail Teknik Desa Wisata Terpadu di Bali*. Yogyakarta: Fakultas Teknik Universitas Gadjah Mada.
- Anonim. 2007. *Statistik Pariwisata Bali/Bali Tourism Statistic 2006*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali.
- Ardika, I Wayan. 1995. *Nilai dan Makna Tinggalan Arkeologi sebagai Sumber Daya Budaya*. Makalah disajikan dalam Diskusi Ilmiah Arkeologi. Denpasar 16 Februari.
- Ardika, I Wayan. 2003. *Pariwisata Budaya Berkelanjutan Repleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan Global*. Denpasar: Program Studi Magister Kajian Pariwisata Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Ardika, I Wayan. 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. hal. 20-33.
- Ardika, I Wayan. 2007. *Pusaka Budaya dan Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Arka, I Wayan. 1999. "Pemberdayaan Desa Adat dalam Pengembangan Pariwisata Budaya Di Bali: Kasus Desa Wisata Terpadu Penglipuran Bangli". (tesis). Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Ascherson, Neal. 2000. *Public Archaeology*, Vol. 1(1), p. 1-4.
- Bagus, I.G.N. 2004. *Mengkritisi Peradaban Hegemonik*. Denpasar: Kajian Budaya Universitas Udayana.
- Baker M. J. dan Cameron, E. 2008. "Critical Success Factors in Destination Marketing", *Tourism and Hospitality Research* Vol. 8(2), p. 79-97.
- Barker, Chris. 2004. *Cultural Studies: Teori & Praktik*. (Terjemahan). Yogyakarta: Kreasi Wacana.

- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. (Terjemahan). Yogyakarta: Bentang.
- Baudrillard, Jean. 1990. *Seduction*. St Martin Press.
- Bocock, Robert. t.t. *Pengantar Komprehensif untuk Memahami Hegemoni*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Bryant, et.al. 1993. "Forest Transformations and Political Ecology in South East Asia". *Global Ecology and Biogeography Letters* Vol 3. p. 101-103.
- Budiman, Arief. 1996. *Teori Negara, Negara, Kekuasaan, dan Ideologi*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Burke, Peter. 2001. *Sejarah dan Teori Sosial*. (Terjemahan). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Cohen, Erik. 1984. "The Sociologi of Tourism: Approaches, Issues, and Findings", *Annal of Tourism Research* (30):236-266.
- Cooper, Christopher, John Fletcher, Stephen Wanhill, David Gilbert dan Rebecca Shepherd. 1995. *Tourism: Principles and Practice*. New York: Addison Wesley Longman Publishing (second edition).
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2008. *Kode Etik Kepariwisata Dunia*.
- Diparda Bali dan Program Studi Pariwisata Unud. 2003. *Studi Pengembangan Desa Wisata Ambengan Berbasis Budaya dan Kerajinan Rakyat*. (Laporan Penelitian). Denpasar: Program Studi Pariwisata Unud.
- Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata. 2010. *Pedoman Manajemen Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Dloyana Kusuma, S., Damarjati Kun M., Mikka Wildha N., Nasruddin. 2010. *Dampak Sosial Budaya di Destinasi Perubahan Perilaku*. (Laporan Penelitian). Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebudayaan Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata Departemen Kebudayaan dan Pariwisata.
- Dwipayana, A.A.G.N. Ari. 2000. "Tanah, *Nation-State*, dan Pergeseran Paradigma Kekuasaan di Bali". Dalam: Dadang Juliantara, Penyusun. *Otonomi Daerah dan Sengketa Tanah*. Yogyakarta: Laper Pustaka Utama. hal. 105-132.

- Dwipayana, A.A.G.N. Ari. 2004. "Genealogi Politik: Desa Adat Bali dan Ruang Demokrasi". Dalam: I Nyoman Darma Putra, editor. *Bali Menuju Jagadhita: Aneka Perspektif*. Denpasar: Pusaka Bali Post. hal. 53-82.
- Eagleton, T. 1991. *Ideology*. London: Verso.
- Erawan, I Nyoman. 1994. *Pariwisata dan Pembangunan Ekonomi (Bali sebagai kasus)*. Denpasar: Upada Sastra.
- Erawan, I Nyoman. 2003. *Menuju Pembangunan Pariwisata Bali yang Berkelanjutan*. Makalah pada Seminar Penilaian Dampak Krisis dan Koordinasi Respon Atas Bom Bali Kerja sama UNDP, USAID, dan World Bank. Denpasar 20 Desember 2003.
- Erawan, I Nyoman. 2005. "Dunia Kepariwisata Kita Pasca Krisis". *Bali Post*, 18 April, hal: 7.
- Eriyanto. 2001. *Analisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKiS.
- Fairclough, N. 1995. *Discourse and Social Change*. Cambridge: Polity Press.
- Fakih, Mounsur. 2001. *Sesat Tafsir Teori Pembangunan dan Globalisasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fay, Brian. 2002. *Filsafat Ilmu Sosial Kontemporer*. (M. Muhith, Penerjemah). Yogyakarta: Penerbit Jendela.
- Foucault, Michael. 2002. *Pengetahuan dan Metode: Karya-Karya Penting Foucault 1954-1984*. (Terjemahan). Yogyakarta: Jalasutra.
- Foukner, Neal. 2000. "Archaeology from Below". Dalam: *Public Archaeology*, Vo. 1(1), p. 21-23.
- Gee, C.Y. and Fayos-Sola, Eduardo. 1999. *International Tourism: a Global Perspective*. Madrid: WTO.
- Glotov, M., 2004. "The Social Institution: Definition, Structure, Clasification", *Social Science*, Vol. 35(2), p. 29-34.
- Gramsci, Antonio. 1971. *Selections from Prison Notebooks*. New York: International Publisher.

- Gunawan, Myra P., dan Helmi Himawan. 2010. *Penerapan Teknologi Informasi & Komunikasi dan Inovasi dalam Sistem Pengelolaan Destinasi*. Makalah pada Konferensi Nasional Destination Management Organization. Jakarta 5-8 Agustus.
- Habermas, J. 2006. *Teori Tindakan Komunikatif Buku Satu Rasio dan Rasionalisasi Masyarakat*. (Nurhadi Penerjemah). Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Hart, Kevin. 2002. "Jacques Derrida". Dalam: Peter Beilharz, editor. *Teori-Teori Sosial*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. hal 73-84.
- Hassal and Associate, Scott and Furphy, dan PT. Indolexco. 1992. *Comprehensive Tourism Development Plan for Bali. Book I: Strategy*. Denpasar: UNDP and the Government of the Republic of Indonesia.
- Hobsbawm, E.J. and T.O. Ranger. 1983. *The Invention of Tradition*. New York: Cambridge University Press.
- Hoogendijk, Willem. 1996. *Revolusi Ekonomi: Menuju Masa Depan Berkelanjutan melalui Pembebasan Ekonomi dari Pengejaran Uang Semata*. (Terjemahan). Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- ICOMOS General Assembly. 1999. *International Cultural Tourism*.
- Jafari, J., dan Richie, B. J. R. 1981. "Toward of Framework for Tourism Education Problem and Prospects", *Annals of Tourism Research*.
- Keller, Suzanne. 1984. *Penguasa dan Kelompok Elit: Peranan Elit-Penentu dalam Masyarakat Modern*. (Terjemahan). Jakarta: CV Rajawali.
- Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata. 2010. *Riview Rencana Strategis Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Tahun 2010-2014*.
- Khun, Th. S. 2002. *The Structure of Scientific Revolutions Peran Paradigma dalam Revolusi Sains*. (Tjun Surjaman Penerjemah). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Korten, David. 1987. *Community Management*. New Delhi: Kumarian Press.



- Korten, David C. 2002. *Manuju Abad ke-21: Tindakan Sukarela dan Agenda Global*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Kristeva, Julia. 1980. *Desire in Language: A Semiotic Approach to Literature and Art*. Basil Blackwell, Publisher, Limited: Oxford.
- Kusudianto, Hadinoto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI Press.
- Lajar, Aloysius Baha. 2005. "Jacques Derrida dan Perayaan Kemajemukan". Dalam: Mudji Sutrisno dan Hendar Putranto, editor. *Teori-Teori Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius. hal 163-176.
- Lubis, A.Y. 2006. *Dekonstruksi Epistemologi Modern dan Posmodernisme Teori Kritis Poskolonial Hingga Cultural Studies*. Jakarta: Pustaka Indonesia Baru.
- Mannheim, Karl. 1946. *Man and Society in an Age of Reconstrution*. Edition V. London: Kegan Paul.
- Mardjuka, Yuwana. 2010. *Manajemen dan Bisnis Yang Berkelanjutan Dalam DMO*. Makalah pada Konferensi Nasional Destination Management Organization. Jakarta 5-8 Agustus.
- Martin, Brenda Michele. 1998. "Tourism as a Means of Economic and Sociocultural Adaptation in a Fijian Village Economic Adaptation". (Unpublished dissertation). Department pf Anthropology, Faculty of Graduate School, The University of Colorado.
- Mayo, M. 1998. "Community Work". Dalam: Adams, Dominelli and Payne, editors. *Themes, Issues and Critical Debates*. London: MacMillan. p.148-168.
- Mertha, I Wayan. 2010. *Peranan Stakeholder Dalam Pengembangan DMO*. Makalah pada Konferensi Nasional Destination Management Organization. Jakarta 5-8 Agustus.
- Mowforth, Martin, and Ian Munt. 1998. *Tourism and Sustainability New Tourism in the Third World*. London and New York: Routledge.
- Mowforth, Martin, dan Ian Maunt. 2000. *Pariwisata dan yang Berkelanjutan Pariwisata Baru di Dunia Ketiga*. Jakarta: Bagian Proyek Pengembangan Literatur Pariwisata Tahun Anggaran 2000.

- McIntosh, Robert W. dan Charles R. Goeldner. 1986. *Tourism, Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Sons Inc.
- Naisbitt, J. 1994. *Global Paradox*. (Terjemahan). Jakarta: Binapura Aksara.
- Natori, Masahiko, 2001. *A Guide Book for Tourism-Based Community Development*. Yokohama: Asia Pacific Tourism Exchange Center.
- Newletter Informasi Pemasaran Pariwisata, Volume 1 Nomor 5, Mei 2010.
- Newletter Informasi Pemasaran Pariwisata, Volume 1 Nomor 7, Juli 2010.
- Parson, Ruth J., James D. Jorgensen dan Santos H. Hernandez. 1994. *The Integration of Social Work Practice*. California: Brooks/Cole.
- Patria, Nezar dan Andi Arief. 1999. *Antonio Gramsci Negara dan Hegemoni*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Piliang, Yasraf Amir. 2005. *Cultural Studies dan Posmodernisme: Isyu, Teori dan Metode*. Makalah Seminar Cultural Studies Program Magister dan Doktor Kajian Budaya Universitas Udayana. Denpasar 12 Juli.
- Pitana, I Gde. 1999. *Pelangi Pariwisata Bali*. Denpasar: PT Bali Post.
- Pitana, I Gde. 2002. "Daya Dukung Bali terhadap Kepariwisata dan Sosial Budaya". Dalam: I Gusti Ngurah Bagus, editor. *Pembangunan Bali Berwawasan Budaya*. Edisi Khusus. Denpasar: Majalah Ilmiah Pusat Penelitian Universitas Udayana. Tahun I No. 1. hal. 62-70.
- Pitana, I Gde, dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Pitana, I Gde. 2006. "Industri Budaya dalam Pariwisata Bali: Reproduksi, Presentasi, Konsumsi, dan Konservasi Kebudayaan". Dalam: *Bali Bangkit Bali Kembali*. Jakarta: Kerja sama Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia dan Universitas Udayana. hal. 251-278.
- Prasiasa, D.P.O., 2010. "Pengembangan Pariwisata dan Keterlibatan Masyarakat di Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan". (disertasi). Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana.

- Pujaastawa, I.B.G. dkk. 2005. *Pariwisata Terpadu Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Ratna, Nyoman Kutha. 2005. *Sastra dan Cultural Studies: Representasi Fiksi dan Fakta*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Richardson, John I and Martin Fluker, 2004. *Understanding and Managing Tourism Australia*. NSW: Pearson Education.
- Ryan, Chris., dan Michelle Aicken. 2005. *Indigenous Tourism the Commodification and Management of Culture*. Amsterdam: Elsevier.
- Saifuddin, A.P. 2005. *Antropologi Kontemporer Suatu Pengantar Kritis Mengenai Paradigma*. Jakarta: Prenada Media.
- Sammeng, Andi Mappi. 2004. *Cakrawala Pariwisata*.
- Santoso, Simon. 2002. *Teori-teori Kekerasan*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Sardar, Z. dan B. van Loon. 2001. *Cultural Studies for Beginners*. Bandung: Mizan.
- Scott, James. 2000. *Senjatanya Orang-Orang yang Kalah*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sirtha, I Nyoman. 2001. *Pola Kemitraan Lembaga Tradisional dengan Industri Pariwisata*. Makalah pada Simposium dan Lokakarya Internasional II, Globalisasi dan Kebudayaan Lokal: Suatu Dialektika Menuju Indonesia Baru. Universitas Andalas Padang 18-21 Juli 2001.
- Slamet, Y. 1993. *Pembangunan Masyarakat Berwawasan Partisipasi*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Suantina, I Made. 1998. "Implementasi Program Privatisasi dalam Mencapai Keberhasilan Pembangunan Pariwisata di Kabupaten Daerah Tingkat II Tabanan". (tesis). Surabaya: Magister Sains Program Studi Magister Ilmu Administrasi Universitas 17 Agustus 1945.
- Subadra, I N. 2007. "Studi Evaluatif Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Wisata Jatiluwih". (tesis). Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Sugiono, Muhadi. 1999. *Kritik Antonio Gramsci terhadap Pembangunan Dunia Ketiga*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Suharto, Edi. 1997. *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerja Sosial Spektrum Pemikiran*. Bandung: Lembaga Studi Pembangunan STKS.
- Sumadi, Ketut. 2008. *Kepariwisata Indonesia Sebuah Pengantar*. Denpasar: Sari Kahyangan.
- Sumarto, Hetifah Sj. 2003. *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance, 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Surya, Ida Bagus Ketut. 2005. *Laporan Pengkajian Pengembangan Desa Wisata Sembiran Berbasis Budaya*. Denpasar: Kerjasama Dinas Pariwisata Provinsi Bali dengan Program Studi Pariwisata Universitas Udayana.
- Suryadana, Liga. 2010. *Kelembagaan, Regulasi dan Kemitraan*. Makalah pada Konferensi Nasional Destination Management Organization. Jakarta 5-8 Agustus.
- Tim Redaksi Bali Post. 2008. "Pura Luhur Pucak Petali". Dalam: Wayan Supartha, penyunting. *Mengenal Pura Sad Kahyangan dan Kahyangan Jagat*. Denpasar: Pustaka Bali Post. hal 156-160.
- Turner, B.S. 1992. *Max Weber: From History to Modernity*. London: Routledge.
- Vanhove, Norbert. 2005. *The Economics of Tourism Destinations*. Holland: Elsevier.
- Verhaar, Jo. 1999. *Filsafat yang Berkesudahan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Warren, Carrol. 1993. "Tanah Lot: The Cultural and Environmental Politics of Resort Development in Bali". Dalam: P. Hirsch and C. Warren, editors. *The Politics of Environment in Southeast Asia: Resources and Resistance*. London: Routledge. p. 229-261.
- Wattanakhun, 2002. "Guidelines of Community Participation for Sustainable Tourism Development: The Case Study of Tambon Cherngtalay, Amphur Thalang, Changwat Phuket". (tesis). Phuket: Prince of Songkla University.
- WCED. 1998. *Hari Depan Kita Bersama*. Jakarta: PT Gramedia.
- Windhu, I Marsana. 1992. *Kekuasaan dan Kekerasan Menurut Johan Galtung*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.

- Woodley, Alison. 1992. "Tourism and Sustainable Development: The Community Perspective". Dalam: J.G. Nelson, R. Butler, G. Wall, editors. *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. University of Waterloo, Department of Geography Publication.
- World Tourism Organization. 1993. *Sustainable Tourism Development, Guide for Local Planners*. Madrid: WTO Publication.
- World Tourism Organization. 1994. *Aviation and Tourism Policies, Balancing the Benefit*. London: Routledge.

# Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat

## ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://repository.uinbanten.ac.id">repository.uinbanten.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://traveltourismindonesia.com">traveltourismindonesia.com</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://duin.wordpress.com">duin.wordpress.com</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://sahabatilmiah sosiologi.blogspot.com">sahabatilmiah sosiologi.blogspot.com</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://thewestcoast.wordpress.com">thewestcoast.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
6	<a href="http://jurnal.unsyiah.ac.id">jurnal.unsyiah.ac.id</a> Internet Source	<1%
7	<a href="http://fajriarifwibawa.blogspot.com">fajriarifwibawa.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
8	<a href="http://madanitown.blogspot.com">madanitown.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
9	<a href="http://repository.its.ac.id">repository.its.ac.id</a> Internet Source	<1%

10 Submitted to National Institute of Development Administration <1%  
Student Paper

---

11 repository.fisip-untirta.ac.id <1%  
Internet Source

---

12 masliha.blogspot.com <1%  
Internet Source

---

13 budpar.go.id <1%  
Internet Source

---

14 bantenculturetourism.com <1%  
Internet Source

---

15 Submitted to Politeknik Negeri Bandung <1%  
Student Paper

---

16 zadoco.site <1%  
Internet Source

---

17 repository.radenintan.ac.id <1%  
Internet Source

---

18 jimfeb.ub.ac.id <1%  
Internet Source

---

19 Submitted to STIKOM Surabaya <1%  
Student Paper

---

20 Submitted to CITY College, Affiliated Institute of the University of Sheffield <1%  
Student Paper

---

21	<a href="http://www.jogloabang.com">www.jogloabang.com</a> Internet Source	<1%
22	<a href="http://febrypariwisata.blogspot.com">febrypariwisata.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
23	<a href="http://jurnal.triatmamulya.ac.id">jurnal.triatmamulya.ac.id</a> Internet Source	<1%
24	Submitted to Universitas Riau Student Paper	<1%
25	<a href="http://www.koranplus.com">www.koranplus.com</a> Internet Source	<1%
26	<a href="http://digilib.uin-suka.ac.id">digilib.uin-suka.ac.id</a> Internet Source	<1%
27	<a href="http://library.binus.ac.id">library.binus.ac.id</a> Internet Source	<1%
28	<a href="http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id">administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
29	<a href="http://blog-pariwisata.blogspot.co.id">blog-pariwisata.blogspot.co.id</a> Internet Source	<1%
30	<a href="http://elib.unikom.ac.id">elib.unikom.ac.id</a> Internet Source	<1%
31	<a href="http://archive.org">archive.org</a> Internet Source	<1%
32	<a href="http://lib.ui.ac.id">lib.ui.ac.id</a> Internet Source	<1%



<1%

33

[jurnalmahasiswa.unesa.ac.id](http://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id)

Internet Source

<1%

34

[documents.mx](http://documents.mx)

Internet Source

<1%

35

[jdih.jatimprov.go.id](http://jdih.jatimprov.go.id)

Internet Source

<1%

36

[ciptamukti.blogspot.com](http://ciptamukti.blogspot.com)

Internet Source

<1%

37

[aprilianidian.blogspot.com](http://aprilianidian.blogspot.com)

Internet Source

<1%

38

[sibolgahutanauli.blogspot.com](http://sibolgahutanauli.blogspot.com)

Internet Source

<1%

39

[blog.unm.ac.id](http://blog.unm.ac.id)

Internet Source

<1%

40

[susihartini18.blogspot.com](http://susihartini18.blogspot.com)

Internet Source

<1%

41

[studioriau.com](http://studioriau.com)

Internet Source

<1%

42

[www.marketing.co.id](http://www.marketing.co.id)

Internet Source

<1%

43

[repositori.uin-alauddin.ac.id](http://repositori.uin-alauddin.ac.id)

Internet Source

<1%

---

44	<a href="http://www.antara.co.id">www.antara.co.id</a> Internet Source	<1%
45	Submitted to Universitas Warmadewa Student Paper	<1%
46	Ni Komang Ayu Astiti. "Sumber Daya Arkeologi dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Provinsi Maluku", Kapata Arkeologi, 2016 Publication	<1%
47	<a href="http://herangbandung.blogspot.com">herangbandung.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
48	<a href="http://herlinda9.wordpress.com">herlinda9.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
49	<a href="http://henthgibran.blogspot.com">henthgibran.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
50	<a href="http://jurnal.poltekpar-makassar.ac.id">jurnal.poltekpar-makassar.ac.id</a> Internet Source	<1%
51	<a href="http://www.hindubanten.com">www.hindubanten.com</a> Internet Source	<1%
52	<a href="http://nguraharysuabawa.blogspot.com">nguraharysuabawa.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
53	<a href="http://vdokumen.com">vdokumen.com</a> Internet Source	<1%
54	<a href="http://www.ecotour.in.th">www.ecotour.in.th</a> Internet Source	<1%

---

---

55	<a href="http://kolokiumkpmipb.wordpress.com">kolokiumkpmipb.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
56	<a href="http://nurazizahaziz.web.unej.ac.id">nurazizahaziz.web.unej.ac.id</a> Internet Source	<1%
57	Submitted to Atma Jaya Catholic University of Indonesia Student Paper	<1%
58	<a href="http://erepo.unud.ac.id">erepo.unud.ac.id</a> Internet Source	<1%
59	<a href="http://www.sahadbayu.com">www.sahadbayu.com</a> Internet Source	<1%
60	<a href="http://denery95.blogspot.com">denery95.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
61	<a href="http://desasukamaju-kongbeng.blogspot.com">desasukamaju-kongbeng.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
62	<a href="http://www.a-filsafat.com">www.a-filsafat.com</a> Internet Source	<1%
63	<a href="http://ejournal.unhi.ac.id">ejournal.unhi.ac.id</a> Internet Source	<1%
64	<a href="http://tataruangpertanahan.com">tataruangpertanahan.com</a> Internet Source	<1%
65	Prabawati Sinta. "Hubungan Perilaku 3M Plus Masyarakat Dengan Kejadian DBD Di Wilayah Kerja Puskesmas Gambirsari Surakarta", Jurnal	<1%

---

# Ilmiah Kesehatan Media Husada, 2018

Publication

---

66	<b>Submitted to Unika Soegijapranata</b> Student Paper	<1%
67	<b>mariasendy.blogspot.com</b> Internet Source	<1%
68	<b>file.upi.edu</b> Internet Source	<1%
69	<b>zh.scribd.com</b> Internet Source	<1%
70	<b>rolandbaly.blogspot.com</b> Internet Source	<1%
71	<b>artikelpariwisata.blogspot.com</b> Internet Source	<1%
72	<b>Aan Jaelani, Edy Setyawan, Nursyamsudin .. "RELIGI, BUDAYA DAN EKONOMI KREATIF: Prospek dan Pengembangan Pariwisata Halal di Cirebon", Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah, 2017</b> Publication	<1%
73	<b>ejournal.upi.edu</b> Internet Source	<1%
74	<b>repository.unand.ac.id</b> Internet Source	<1%

---

75 Irna Lestari, M.Hum. "REVITALISASI MUSEUM TERHADAP PENGELOLAAN DAN PENYELENGGARAAN MUSEUM", Kebudayaan, 2020  
Publication <1%

---

76 bengkuluekspress.com  
Internet Source <1%

---

77 download.isi-dps.ac.id  
Internet Source <1%

---

78 Submitted to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta  
Student Paper <1%

---

79 bynidd.blogspot.com  
Internet Source <1%

---

80 Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta  
Student Paper <1%

---

81 liberalisasi-jasa.blogspot.com  
Internet Source <1%

---

82 abdulwaris.blogspot.com  
Internet Source <1%

---

83 forumarkeologi.kemdikbud.go.id  
Internet Source <1%

---

84 journal.ipb.ac.id  
Internet Source <1%

---

85

Submitted to Institut Teknologi Kalimantan

Student Paper

<1%

---

86

[vikiytiandra.files.wordpress.com](http://vikiytiandra.files.wordpress.com)

Internet Source

<1%

---

87

Wiwit Widiansyah. "URGENSI BIMBINGAN DAN PENYULUHAN (ISLAM) D ALAM PEMBANGUNAN KESEJAHTERAAN SOSIAL", KOMUNIKA: Jurnal Dakwah dan Komunikasi, 2016

Publication

<1%

---

88

[digilib.uinsgd.ac.id](http://digilib.uinsgd.ac.id)

Internet Source

<1%

---

89

[full-buku.blogspot.com](http://full-buku.blogspot.com)

Internet Source

<1%

---

90

[kepulauanelayarkab.go.id](http://kepulauanelayarkab.go.id)

Internet Source

<1%

---

91

[www.chaidir.net](http://www.chaidir.net)

Internet Source

<1%

---

92

[karsa.stainpamekasan.ac.id](http://karsa.stainpamekasan.ac.id)

Internet Source

<1%

---

93

[kc.umn.ac.id](http://kc.umn.ac.id)

Internet Source

<1%

---

94

[ejournal.utp.ac.id](http://ejournal.utp.ac.id)

Internet Source

<1%

---

95	<a href="http://databoks.katadata.co.id">databoks.katadata.co.id</a> Internet Source	<1%
96	<a href="http://www.aviationcare.com">www.aviationcare.com</a> Internet Source	<1%
97	Submitted to Pasundan University Student Paper	<1%
98	<a href="http://roema-akta.blogspot.com">roema-akta.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
99	<a href="http://pspar.unud.ac.id">pspar.unud.ac.id</a> Internet Source	<1%
100	<a href="http://es.slideshare.net">es.slideshare.net</a> Internet Source	<1%
101	<a href="http://www.bblm.go.id">www.bblm.go.id</a> Internet Source	<1%
102	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
103	208.43.154.119 Internet Source	<1%
104	Submitted to IAIN Bukit Tinggi Student Paper	<1%
105	<a href="http://kknm.unpad.ac.id">kknm.unpad.ac.id</a> Internet Source	<1%
106	<a href="http://bobbyafif.wordpress.com">bobbyafif.wordpress.com</a> Internet Source	<1%

<1%

---

107 [top5pilihanperduaanbroker.blogspot.com](http://top5pilihanperduaanbroker.blogspot.com)  
Internet Source

<1%

---

108 [library.stmikgici.ac.id](http://library.stmikgici.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

109 Submitted to Politeknik Negeri Jember  
Student Paper

<1%

---

110 [dppka.bangkabaratkab.go.id](http://dppka.bangkabaratkab.go.id)  
Internet Source

<1%

---

111 [www.hukumonline.com](http://www.hukumonline.com)  
Internet Source

<1%

---

112 [budpar.sabangkota.go.id](http://budpar.sabangkota.go.id)  
Internet Source

<1%

---

113 [pt.slideshare.net](http://pt.slideshare.net)  
Internet Source

<1%

---

114 [etheses.uin-malang.ac.id](http://etheses.uin-malang.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

115 [iwngnwn.wordpress.com](http://iwngnwn.wordpress.com)  
Internet Source

<1%

---

116 [repo.itera.ac.id](http://repo.itera.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

117 [ejurnal.binawakya.or.id](http://ejurnal.binawakya.or.id)  
Internet Source

<1%



---

118	<a href="http://contohskripsilengkap.wordpress.com">contohskripsilengkap.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
119	<a href="http://nuartaundiknas.blogspot.com">nuartaundiknas.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
120	<a href="http://pustakaonline.wordpress.com">pustakaonline.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
121	<a href="http://jurnal.isi-dps.ac.id">jurnal.isi-dps.ac.id</a> Internet Source	<1%
122	<a href="http://www.jabarprov.go.id">www.jabarprov.go.id</a> Internet Source	<1%
123	<a href="http://hasrisalwanspa.blogspot.com">hasrisalwanspa.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
124	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%
125	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1%
126	<a href="http://jurnal.ugm.ac.id">jurnal.ugm.ac.id</a> Internet Source	<1%
127	<a href="http://docslide.us">docslide.us</a> Internet Source	<1%
128	<a href="http://mentariocviliaamanda.blogspot.com">mentariocviliaamanda.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
129	<a href="http://supriyantodidik3.blogspot.com">supriyantodidik3.blogspot.com</a>	

---

	Internet Source	<1%
130	<a href="http://dwirara-putriyanti.blogspot.com">dwirara-putriyanti.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
131	<a href="http://www.coursehero.com">www.coursehero.com</a> Internet Source	<1%
132	<a href="http://journal.staincurup.ac.id">journal.staincurup.ac.id</a> Internet Source	<1%
133	<a href="http://johannessimatupang.wordpress.com">johannessimatupang.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
134	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	<1%
135	<a href="http://semuailmuinternet.blogspot.com">semuailmuinternet.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
136	<a href="http://kreatifjurnalpolnes.com">kreatifjurnalpolnes.com</a> Internet Source	<1%
137	<a href="http://subadra.wordpress.com">subadra.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
138	<a href="http://kutukandewata.blogspot.com">kutukandewata.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
139	<a href="http://rizalcahayaakbarcom.blogspot.com">rizalcahayaakbarcom.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
140	Rachmawati Novaria, Afifatur Rohimah.	<1%

# "Community Based Tourism Development as A Strategy of Community Empowering and Tourism Marketing in Wonosalam District, Jombang", Prosiding Semnasfi, 2018

Publication

---

141	<a href="http://catatanretnoanggra.blogspot.com">catatanretnoanggra.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
142	<a href="http://www.smkn1anjatan.sch.id">www.smkn1anjatan.sch.id</a> Internet Source	<1%
143	Submitted to University of New England Student Paper	<1%
144	<a href="http://faqih-3eb21.blogspot.com">faqih-3eb21.blogspot.com</a> Internet Source	<1%
145	Submitted to Defense University Student Paper	<1%
146	Submitted to IAIN Surakarta Student Paper	<1%
147	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1%
148	Submitted to Universitas Kristen Satya Wacana Student Paper	<1%
149	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1%

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      < 4 words

Exclude bibliography      On

# Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat

---

## GRADEMARK REPORT

---

FINAL GRADE

**/0**

GENERAL COMMENTS

**Instructor**

---

PAGE 1

---

PAGE 2

---

PAGE 3

---

PAGE 4

---

PAGE 5

---

PAGE 6

---

PAGE 7

---

PAGE 8

---

PAGE 9

---

PAGE 10

---

PAGE 11

---

PAGE 12

---

PAGE 13

---

PAGE 14

---

PAGE 15

---

PAGE 16

---

PAGE 17

---

PAGE 18

---

PAGE 19

---

PAGE 20

---

PAGE 21

---

PAGE 22

---

PAGE 23

---

PAGE 24

---

PAGE 25

---

PAGE 26

---

PAGE 27

---

PAGE 28

---

PAGE 29

---

PAGE 30

---

PAGE 31

---

PAGE 32

---

PAGE 33

---

PAGE 34

---

PAGE 35

---

PAGE 36

---

PAGE 37

---

PAGE 38

---

PAGE 39

---

PAGE 40

---

PAGE 41

---

PAGE 42

---

PAGE 43

---

PAGE 44

---

PAGE 45

---

PAGE 46

---

PAGE 47

---

PAGE 48

---

PAGE 49

---

PAGE 50

---

PAGE 51

---

PAGE 52

---

PAGE 53

---

PAGE 54

---

PAGE 55

---

PAGE 56

---

PAGE 57

---

PAGE 58

---

PAGE 59

---

PAGE 60

---

PAGE 61

---

PAGE 62

---

PAGE 63

---

PAGE 64

---

PAGE 65

---

PAGE 66

---

PAGE 67

---

PAGE 68

---

PAGE 69

---

PAGE 70

---

PAGE 71

---

PAGE 72

---

PAGE 73

---

PAGE 74

---

PAGE 75

---

PAGE 76

---

PAGE 77

---

PAGE 78

---

PAGE 79

---

PAGE 80

---

PAGE 81

---

PAGE 82

---

PAGE 83

---

PAGE 84

---

PAGE 85

---

PAGE 86

---

PAGE 87

---

PAGE 88

---

PAGE 89

---

PAGE 90

---

PAGE 91

---

PAGE 92

---

PAGE 93

---

PAGE 94

---

PAGE 95

---



PAGE 96

---

PAGE 97

---

PAGE 98

---

PAGE 99

---

PAGE 100

---

PAGE 101

---

PAGE 102

---

PAGE 103

---

PAGE 104

---

PAGE 105

---

PAGE 106

---

PAGE 107

---

PAGE 108

---

PAGE 109

---

PAGE 110

---

PAGE 111

---

PAGE 112

---

PAGE 113

---

PAGE 114

---

PAGE 115

---

PAGE 116

---

PAGE 117

---

PAGE 118

---

PAGE 119

---

PAGE 120

---

PAGE 121

---

PAGE 122

---

PAGE 123

---

PAGE 124

---

PAGE 125

---

PAGE 126

---

PAGE 127

---

PAGE 128

---

PAGE 129

---

PAGE 130

---

PAGE 131

---

PAGE 132

---

PAGE 133

---

PAGE 134

---

PAGE 135

---

PAGE 136

---

PAGE 137

---

PAGE 138

---

PAGE 139

---

PAGE 140

---

PAGE 141

---

PAGE 142

---

PAGE 143

---

PAGE 144

---

PAGE 145

---

PAGE 146

---

PAGE 147

---

PAGE 148

---

PAGE 149

---

PAGE 150

---

PAGE 151

---

PAGE 152

---

PAGE 153

---

PAGE 154

---

PAGE 155

---

PAGE 156

---

PAGE 157

---

PAGE 158

---

PAGE 159

---

PAGE 160

---

PAGE 161

---

PAGE 162

---

PAGE 163

---

PAGE 164

---

PAGE 165

---

PAGE 166

---

PAGE 167

---

PAGE 168

---

PAGE 169

---

PAGE 170

---

PAGE 171

---

PAGE 172

---

PAGE 173

---

PAGE 174

---

PAGE 175

---

PAGE 176

---

PAGE 177

---

PAGE 178

---

PAGE 179

---

PAGE 180

---

PAGE 181

---

PAGE 182

---

PAGE 183

---

PAGE 184

---

PAGE 185

---

PAGE 186

---

PAGE 187

---

PAGE 188

---

PAGE 189

---

PAGE 190

---

PAGE 191

---

PAGE 192

---

PAGE 193

---

PAGE 194

---

PAGE 195

---

PAGE 196

---

PAGE 197

---

PAGE 198

---

PAGE 199

---

PAGE 200

---

PAGE 201

---

PAGE 202

---

PAGE 203

---

PAGE 204

---

PAGE 205

---

PAGE 206

---

PAGE 207

---

PAGE 208

---

PAGE 209

---

PAGE 210

---

PAGE 211

---

PAGE 212

---

PAGE 213

---

PAGE 214

---

PAGE 215

---

PAGE 216

---

PAGE 217

---

PAGE 218

---

PAGE 219

---

PAGE 220

---

PAGE 221

---

PAGE 222

---

PAGE 223

---

PAGE 224

---

PAGE 225

---

PAGE 226

---

PAGE 227

---

PAGE 228

---

PAGE 229

---

PAGE 230

---

PAGE 231

---

PAGE 232

---

PAGE 233

---

PAGE 234

---

PAGE 235

---

PAGE 236

---

PAGE 237

---

PAGE 238

---

PAGE 239

---

PAGE 240

---

PAGE 241

---

PAGE 242

---

PAGE 243

---

PAGE 244

---