I Made Adikampana

# PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

CAKRA PRESS

Fakultas Pariwisata
Universitas Udayana

**BUKU AJAR**

# PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

# PARIWISATA
## BERBASIS MASYARAKAT

**I Made Adikampana**

CAKRA PRESS
2017

**PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT**

**Penulis**
I Made Adikampana

**Pracetak**
Slamat Trisila

Penerbit
**CAKRA PRESS**
Anggota IKAPI Bali
Jalan Diponegoro No. 256
Denpasar, Bali
E-mail: cakrapress@yahoo.com

Bekerja sama dengan

**Fakultas Pariwisata Universitas Udayana**

Cetakan Pertama: 2017

**ISBN 978-602-9320-84-8**

# KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadapan Tuhan atas segala yang diberikan dan dengan limpahan perhatian, bantuan, dukungan serta dorongan yang sangat berarti kepada penulis untuk menyelesaikan Buku Ajar Pariwisata Berbasis Masyarakat. Buku ajar ini menguraikan berbagai bentuk dan jenis partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan ragam daerah tujuan pariwisata alternatif.

Untuk penyelesaian buku ajar ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada : Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana dan Ketua Program Studi S1 Destinasi Pariwisata yang telah memberikan kesempatan dan mendorong penulis untuk melaksanakan fungsi pendidikan dan pengajaran terkait dengan pengamalan Tri Dharma Perguruan Tinggi.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam buku ajar ini, untuk itu kritik dan saran sangat diharapkan. Semoga buku ajar ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Denpasar, Oktober 2017

Penulis

# DAFTAR ISI

**Kata Pengantar** ~ v
**Daftar Isi** ~ vi

BAB 1. PARIWISATA DAN MASYARAKAT LOKAL ~ 1

BAB 2. PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT ~ 5

BAB 3. PERENCANAAN PARIWISATA PARTISIPATIF ~ 13

BAB 4. PRODUK PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT ~ 19

BAB 5. EKOWISATA ~ 31

BAB 6. WISATA PERDESAAN ~ 41

BAB 7. AGROWISATA ~ 51

**Glosarium ~ 57**
**Indeks ~ 63**
**Tentang Penulis ~ 66**

# BAB 1
# PARIWISATA DAN MASYARAKAT LOKAL

## 1.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Mengembangkan definisi operasional tentang pariwisata berbasis masyarakat lokal
2. Memahami kaitan antara pariwisata dan masyarakat lokal
3. Memahami ruang lingkup pariwisata berbasis masyarakat lokal

## 1.2. Pariwisata dan Masyarakat Lokal

Destinasi pariwisata merupakan lokasi produksi, konsumsi dan pola-pola pergerakan wisata (Davidson dan Maitland, 1997). Selain itu destinasi pariwisata juga sebagai tempat hidup masyarakat untuk bekerja serta melakukan kegiatan sosial dan budaya. Hal tersebut juga secara tegas diatur dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menyatakan bahwa destinasi pariwisata adalah 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. Dengan demikian masyarakat merupakan bagian tidak terpisahkan dari suatu destinasi pariwisata, sehingga dalam pengembangan destinasi pariwisata wajib mempertimbangkan berbagai elemen masyarakat. Dogra

dan Gupta (2012) menyebutkan bahwa masyarakat memiliki posisi strategis dalam suatu destinasi pariwisata. Oleh karena itu, keberlanjutan destinasi pariwisata sangat tergantung dari tingkat keterlibatan masyarakatnya dalam pembangunan destinasi pariwisata.

Masyarakat di dalam destinasi pariwisata yang kemudian disebut dengan masyarakat lokal mempunyai potensi berupa beragam aktivitas yang dapat dikreasikan menjadi produk pariwisata. Budaya lokal, tinggalan masyarakat, serta festival menyediakan keunikan dan sesuatu yang baru dari perspektif wisatawan. Masyarakat dengan pengetahuan dan kebijakan lokal akan lebih memahami produk pariwisata yang dikembangkan serta dampak yang ditimbulkan, dibandingkan dengan masyarakat dari luar destinasi pariwisata. Masyarakat lokal juga mempunyai kontribusi dalam upaya mempromosikan produk destinasi pariwisata, karena masyarakat lokal adalah komponen utama pembentuk citra atau *image* destinasi pariwisata (Pike, 2004).

Begitu pentingnya peran masyarakat lokal dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan telah mendorong munculnya tren baru pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat. Oleh Tosun dan Timothy (2003) ditegaskan bahwa aspek penting dalam pariwisata berkelanjutan adalah penekanan kepada pariwisata berbasis masyarakat. Pendekatan ini lebih fokus terhadap partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata. Melalui partisipasi masyarakat, pariwisata secara langsung dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Dengan adanya manfaat inilah penerimaan, dukungan,

dan toleransi masyarakat terhadap pariwisata akan tumbuh dengan optimal. Masyarakat lokal merupakan bagian tidak terpisahkan dari destinasi pariwisata. Integrasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata dimaksudkan untuk memastikan masyarakat lokal mendapat ruang dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata. Kerangka pemikiran integrasi dimulai dari pemahaman mendasar tentang destinasi pariwisata. Di dalam destinasi pariwisata, tidak hanya terdapat industri pariwisata (produk, pasar, dan akses), melainkan juga ada keterkaitan dengan industri lain termasuk masyarakat lokal. Sehingga dapat dikatakan masyarakat lokal posisinya sangat strategis dan setara dengan pengambil keputusan lainnya (*stakeholder*s) dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan. Walaupun secara konsepsual pariwisata berbasis masyarakat diyakini mampu mewujudkan destinasi pariwisata berkelanjutan, namun dalam prakteknya menemui berbagai macam permasalahan (Campbell, 1999; Scheyvens, 2002; Tosun, 2000).

### 1.3. Pertanyaan

1. Apa yang membedakan antara pariwisata berbasis masyarakat dengan jenis pariwisata lainnya?
2. Mengapa masyarakat lokal disebutkan juga sebagai salah satu komponen produk destinasi pariwisata?
3. Mengapa posisi masyarakat lokal sangat strategis dan setara dengan pengambil keputusan lainnya dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan?

**Daftar Pustaka**

Campbell, 1999, *Ecotourism in Rural Developing Communities*, Annals of Tourism Research, 26: 534-553.

Davidson, Rob and Maitland, Robert, 1997, *Tourism Destinations*, Hodder & Stoughton, London.

Dogra, Ravinder and Gupta, Anil, 2012, *Barriers to Community Participation in Tourism Development: Empirical Evidence from a Rural Destination*, South Asian Journal of Tourism and Heritage, 5: 131-142.

Pike, Steven, 2004, *Destination Marketing Organisations*, Elsevier, UK.

Scheyvens, Regina, 2002, *Tourism for Development; empowering communities*, Prentice Hall, England.

Tosun, Cevat, 2000, *Limits to Community participation in the tourism development process in developing countries*. Tourism Management, 21: 613-633.

Tosun, Cevat and Timothy, Dallen J., 2003, *Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process*, The Journal Of Tourism Studies, 14: 1-15.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

# BAB 2
# PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

## 2.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami konsep dan isu utama pengembangan pariwisata berbasis masyarakat
2. Mengidentifikasi jenis partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata
3. Menyadari perubahan kontribusi pariwisata pada tiap skala pengembangan pariwisata
4. Memahami tantangan dan hambatan dalam penyelenggaraan pariwista berbasis masyarakat

## 2.2. Pariwisata Berbasis Masyarakat

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu jenis pariwisata yang memasukkan partisipasi masyarakat sebagai unsur utama dalam pariwisata guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan (Telfer dan Sharpley, 2008). Pemahaman ini sejalan dengan pemikiran Timothy dan Boyd (2003) yang menyebutkan pariwisata berbasis masyarakat sebagai partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Dalam hal ini, partisipasi masyarakat dapat dilakukan dengan dua cara yaitu : ikut terlibat dalam proses pengambilan keputusan dan pembagian manfaat pariwisata.

Partisipasi dalam pengambilan keputusan berarti masyarakat mempunyai kesempatan untuk menyuarakan harapan, keinginan dan kekhawatirannya dari pembangunan pariwisata, yang selanjutnya dapat dijadikan masukan dalam proses perencanaan pariwisata. Sedangkan mengambil peran dalam pembagian manfaat pariwisata mengandung pengertian bahwa masyarakat semestinya mempunyai kesempatan untuk memperoleh keuntungan finansial dari pariwisata dan keterkaitan dengan sektor lainnya. Untuk itu pengembangan destinasi pariwisata seharusnya mampu menciptakan peluang pekerjaan, kesempatan berusaha dan mendapatkan pelatihan serta pendidikan bagi masyarakat agar mengetahui manfaat pariwisata (Timothy, 1999). Menurut Murphy (1985) pariwisata merupakan sebuah "*community industry*", sehingga keberlanjutan pembangunan pariwisata sangat tergantung dan ditentukan oleh penerimaan dan dukungan masyarakat terhadap pariwisata. Implikasi pariwisata sebagai sebuah industri masyarakat adalah adanya kepastian bagi masyarakat untuk berpartisipasi dalam pengembangan pariwisata. Berhubungan dengan hal tersebut, Tosun (1999) membagi partisipasi masyarakat dalam proses pembangunan pariwisata menjadi tiga tingkatan, yaitu :

1. *Pseudo community participation*; non-partisipasi, tujuan pembangunan pariwisata tidak untuk pelibatan kolektif masyarakat, keputusan terkait dengan pemenuhan kebutuhan pokok untuk meminimalkan resiko, kebijakan jangka pendek, top-down, tidak langsung, hanya melibatkan elite lokal, dominasi pemerintah.

2. *Passive community participation*; hanya sebagai *endorsement*/ratifikasi keputusan yang dibuat untuk masyarakat-bukan dari dan oleh masyarakat, hanya terlibat dalam implementasi, minim kontribusi masyarakat, masyarakat bukan sebagai *decision-makers* tapi *decision-takers* (*decision-implementers*), efektivitas dan efisiensi pencapaian tujuan pihak eksternal.
3. *Spontaneous community participation*; partisipasi langsung, partisipasi aktif, dan partisipasi otentik.

Selain itu, pariwisata berbasis masyarakat sering dipahami sebagai sesuatu yang berseberangan dengan pariwisata skala besar (*enclave*), berbentuk paket (*all inclusive*), pariwisata masal, dan minim keterkaitannya dengan masyarakat lokal. Sehingga pariwisata berbasis masyarakat disebut juga sebagai pariwisata berskala kecil, dibangun oleh masyarakat lokal, serta melibatkan berbagai elemen lokal seperti pengusaha, organisasi, dan pemerintah lokal (Hatton, 1999 dalam Telfer dan Sharpley, 2008; Leslie, 2012). Terkait dengan pembangunan pariwisata berskala kecil, Jenkins (1982) telah melakukan perbandingan antara pariwisata skala kecil dengan skala besar untuk mengetahui dampak pembangunan pariwisata terhadap masyarakat lokal. Berdasarkan komparasi tersebut diketahui bahwa pembangunan pariwisata berskala kecil mempunyai karakteristik yang sangat berbeda dari pembangunan pariwisata berskala besar. Adapun perbedaan karakteristik tersebut dapat diilustrasikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel** Karakteristik Pembangunan Pariwisata Skala Kecil dan Skala Besar

| Skala kecil | Skala besar |
|---|---|
| Secara fisik menyatu dengan struktur ruang/kehidupan masyarakat lokal | Secara fisik terpisah dari komunitas lokal, namun efektif membangun citra kuat udalam rangka promosi |
| Perkembangan kawasan wisata bersifat spontan/tumbuh atas inisiatif masyarakat lokal (*spontaneous*) | Pengembangan kawasan melalui perencanaan yang cermat dan profesional (*well planned*) |
| Partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata | Investor dengan jaringan internasional sebagai pelaku utama usaha kepariwisataan |
| Interaksi terbuka dan intensif antara wisatawan dengan masyarakat lokal | Interaksi sangat terbatas antara wisatawan dengan masyarakat lokal |

Sumber : Diolah dari Jenkins, 1982

Berdasarkan **Tabel** di atas dapat dikatakan bahwa peluang terbesar partisipasi masyarakat lokal dalam pariwisata, akan muncul jika pariwisata dikembangkan dengan skala kecil dan terbuka melakukan interaksi dengan wisatawan.

Seringkali partisipasi masyarakat dalam pariwisata disebut sebagai strategi pembangunan alternatif yang terdengar sangat ideal namun dalam implementasinya banyak terdapat tantangan dan hambatan. Scheyvens (2002) menyebutkan ada dua tantangan terbesar dalam pariwisata berbasis masyarakat. Pertama, pada kenyataannya masyarakat lokal dalam suatu destinasi pariwisata terbagi ke dalam berbagai faksi atau golongan yang saling mempengaruhi berdasarkan kelas masyarakat (kasta), gender, dan kesukuan. Antar faksi biasanya saling menyatakan paling memiliki atau mempunyai hak istimewa (*privilege*) keberadaan sumber

daya pariwisata. Golongan elite masyarakat tertentu sering berada dalam posisi mendominasi pelaksanaan pariwisata berbasis masyarakat, lalu memonopoli pembagian atau penerimaan manfaat pariwisata (Mowforth dan Munt, 2016). Berdasarkan hal tersebut, partisipasi secara adil (*equitable*) menjadi pertimbangan penting dalam mendorong pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Selain itu juga isu-isu tentang kelas masyarakat, gender, dan kesukuan penting dipertimbangkan terutama dalam perencanaan pengembangan pariwisata. Tantangan kedua adalah permasalahan dalam masyarakat untuk mengidentifikasi pariwisata sebagai strategi pengembangan masyarakat lokal. Masyarakat pada umumnya tidak cukup punya informasi, sumber daya, dan kekuatan dalam hubungannya dengan berbagai pengambil keputusan lainnya dalam pembangunan pariwisata, sehingga masyarakat lokal rentan terhadap eksploitasi. Campbell (1999) juga menyatakan hal yang sama bahwa minimnya kesempatan berpartisipasi dalam pariwisata dan sektor lain yang terkait, akibat dari kesulitan yang dialami masyarakat dalam mengidentifikasi manfaat pariwisata.

Selain tantangan yang sudah dijelaskan sebelumnya, dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat juga akan berhadapan dengan berbagai hambatan. Tosun (2000) mengidentifikasi tiga hambatan dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat terutama di negara berkembang. Adapun hambatan-hambatan tersebut berupa :

1. Keterbatasan operasional; termasuk dalam hambatan ini adalah sentralisasi administrasi publik, lemahnya koordinasi, dan minimalnya informasi pariwisata.

2. Keterbatasan struktural; berupa sikap pelaku pariwisata, terbatasnya tenaga ahli, dominasi elite masyarakat, aturan hukum yang belum tepat, sedikitnya jumlah sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten, dan minimnya akses ke modal ekonomi/finansial.
3. Keterbatasan kultural; terbatasnya kapasitas terutama pada masyarakat miskin dan apatis atau rendahnya kesadaran pariwisata masyarakat lokal

Semua jenis keterbatasan tersebut, dapat menciptakan masalah serius dalam partisipasi masyarakat, baik untuk pengambilan keputusan atau perencanaan yang tepat maupun secara bersama-sama membagi manfaat pariwisata.

## 2.3. Pertanyaan

1. Jelaskan tipologi partisipasi masyarakat dalam pembangunan destinasi pariwisata?
2. Sebutkan perbedaan antara partisipasi langsung, partisipasi aktif, dan partisipasi otentik?
3. Mengapa peluang terbesar partisipasi masyarakat akan muncul jika pariwisata dikembangkan dengan skala kecil dan terbuka melakukan interaksi dengan wisatawan?
4. Apa saja tantangan dan hambatan dalam implementasi pariwisata berbasis masyarakat?

## Daftar Pustaka

Campbell, 1999, *Ecotourism in Rural Developing Communities*, Annals of Tourism Research, 26: 534-553

Jenkins, C. L., 1982, *The Effects Of Scale In Tourism Projects In Developing Countries*, Annals of Tourism

Research, 9: 229- 249

Leslie, David, 2012, *Responsible Tourism; Concepts, Theory and Practice*, CABI, UK

Mowforth, Martin and Munt, Ian, 2016, *Tourism and Sustainability; Development, globalisation and new tourism in the Third World*, Routledge, New York

Murphy, Peter E., 1985, *Tourism A Community Approach*, Methuen, New York

Scheyvens, Regina, 2002, *Tourism for Development; empowering communities*, Prentice Hall, England

Telfer, Richard dan Sharpley, David J., 2008, *Tourism and Development in the Developing World*, Routledge, New York

Timothy, Dallen J., 1999, *Participatory Planning; A View of Tourism in Indonesia*, Annals of Tourism Research, 26: 371-391

Timothy, Dallen J. dan Boyd, Stephen W., 2003, *Heritage Tourism*, Pearson Education, England

Tosun, Cevat, 1999, *Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process*, Anatolia: An International Journal of Tourism and Hospitality Research, 10: 113-134

Tosun, Cevat, 2000, *Limits to Community participation in the tourism development process in developing countries*. Tourism Management, 21: 613-633

# BAB 3
# PERENCANAAN PARIWISATA PARTISIPATIF

## 3.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami pendekatan dekonstruksi dalam perencanaan pariwisata
2. Menghargai unsur kearifan lokal sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata
3. Mengidentifikasi berbagai dampak pariwisata dan kemudian dapat merumuskan strategi dan program guna mengoptimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh pengembangan destinasi pariwisata
4. Memahami integrasi masyarakat dalam proses perencanaan pariwisata

## 3.2. Integrasi Masyarakat dalam Proses Perencanaan Pariwisata

Sebagian besar karakteristik atau pendekatan perencanan destinasi pariwisata berbasis masyarakat berasal dari tradisi perencanaan transaksi dan advokasi. Tradisi ini mengutamakan pembelaan terhadap kelompok masyarakat minoritas dan pemberian kontrol yang lebih besar kepada masyarakat lokal dalam proses pembangunan sosial guna mencapai kesejahteraan (Timothy, 1999). Hal tersebut semakin terlihat nyata akibat adanya perubahan paradigma pembangunan pariwisata dari yang bersifat masal konvensional

menuju pariwisata alternatif. Pariwisata alternatif merupakan pariwisata berskala kecil dan melibatkan berbagai elemen lokal terutama masyarakat lokal. Pembangunan pariwisata berskala kecil dapat memberikan ruang partisipasi sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal (Telfer dan Sharpley, 2008). Pemberian ruang-ruang bagi masyarakat untuk berpartisipasi aktif, menunjukkan adanya persamaan posisi dengan pengambil keputusan lainnya (pemerintah, investor, dan wisatawan) dalam pembangunan pariwisata. Berdasarkan pemikiran Derrida dalam Barker (2004), persamaan posisi tersebut menandakan pelucutan atas oposisi biner atau dikenal dengan dekonstruksi. Dekonstruksi berfungsi menjamin kebenaran dengan cara mendevaluasi bagian inferior oposisi biner yaitu masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. Dengan kata lain pendekatan dekonstruktif memastikan dipanggilnya kelompok minoritas untuk masuk ke ranah pariwisata. Kelompok minoritas tersebut tidak lain adalah masyarakat lokal yang pada dasarnya pemilik sumber daya atau modal pariwisata. Pada saat pariwisata masal digulirkan oleh elite atau pemerintah yang berkolaborasi dengan investor, masyarakat lokal hanya berperan sebagai objek pengembangan pariwisata dan akhirnya dengan segala keterbatasan malah terlempar dari pembagian manfaat pariwisata. Kondisi ini melahirkan sebuah konsepsi dekonstruktif yakni integrasi masyarakat lokal dalam proses perencanaan pariwisata.

Lebih lanjut Murphy (1985) menekankan dekonstruksi berupa suatu strategi yang terfokus pada pencapaian tujuan pembangunan pariwisata dalam perspektif wisatawan dan masyarakat lokal. Masyarakat lokal seharusnya mampu mengidentifikasi berbagai manfaat pariwisata untuk

memenuhi kebutuhan hidupnya. Pendekatan perencanaan ini mengakui adanya perhatian dan pemikiran yang memasukkan kepentingan masyarakat dalam perencanaan pariwisata atau dengan kata lain semestinya pariwisata tidak hanya memberikan kepuasan bagi wisatawan, namun juga memperhatikan kebutuhan masyarakat lokal dan kualitas jasa lingkungan. Sejalan dengan Murphy, Gunn dan Var (2002) juga berpendapat bahwa jika masyarakat lokal tidak dilibatkan dalam proses perencanaan, maka akan terjadi malfungsi dan inefisiensi dalam pengembangan pariwisata. Kembali menurut Murphy (1985), pariwisata tidak seperti industri lainnya, karena sangat bergantung pada kemauan baik (*goodwill*) dan kerjasama para pengambil keputusan pariwisata termasuk masyarakat lokal, karena masyarakat merupakan bagian tidak terpisahkan/integral dari destinasi pariwisata. Ketika perencanaan pengembangan destinasi pariwisata tidak sesuai dengan aspirasi dan kapasitas masyarakat, maka yang akan terjadi adalah permusuhan dan resistensi masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata.

Korten (1981) dalam Timothy (1999) pada anjurannya menyebutkan bahwa semakin kompleks permasalahan pembangunan yang dihadapi, semakin besar pula kebutuhan terhadap pengetahuan dan nilai-nilai/kearifan lokal dalam pemecahannya. Penggunaan kearifan lokal untuk merumuskan pemecahan permasalahan pembangunan dikenal dengan sebutan perencanaan berbasis masyarakat lokal. Dengan kata lain, pendekatan perencanaan ini membutuhkan partisipasi dari berbagai pengambil keputusan dalam proses perencanaan pariwisata. Dengan adanya partisipasi masyarakat lokal dalam proses perencanaan, diharapkan masyarakat mampu

mengidentifikasi berbagai dampak pariwisata dan kemudian dapat merumuskan strategi dan program guna mengoptimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh pengembangan destinasi pariwisata. Inskeep (1991) menegaskan pentingnya keterlibatan setiap para pengambil keputusan dalam berbagai tahapan atau proses perencanaan pariwisata. Proses perencanaan merupakan tahapan yang dilakukan untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata. Proses perencanaan pariwisata meliputi :

1. Persiapan studi; pengenalan karakteristik, potensi dan isu strategis, penganggaran, pemilihan anggota tim, kerangka acuan kerja (KAK), dan administrasi
2. Penetapan tujuan dan sasaran pembangunan; perumusan tujuan dan sasaran yang dapat digunakan untuk menjawab isu-isu strategis
3. Survei; inventarisasi situasi eksisting dan karakteristik area perencanaan pariwisata
4. Analisis dan sintesis; analisis hasil survei dan sintesis untuk merumuskan rencana dan rekomendasi
5. Perumusan kebijakan dan rencana; merumuskan alternatif perencanaan
6. Rekomendasi; pilihan rencana yang tepat dengan tujuan dan sasaran
7. Implementasi; pelaksanaan rencana terpilih
8. Pengawasan dan evaluasi; pengawasan yang terus menerus dan memberikan umpan balik guna penyesuaian dan penyempurnaan perencanaan.

### 3.3. Pertanyaan

1. Bagaimana pendekatan dekonstruksi dalam perencanaan pariwisata kontemporer?
2. Apa yang dimaksud dengan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembilan keputusan dan partisipasi dalam pembagian manfaat pariwisata?
3. Mengapa pengetahuan dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat lokal merupakan input penting dalam proses perencanaan pariwisata?
4. Bagaimana mengintegrasikan masyarakat dalam perencanaan pariwisata?

### Daftar Pustaka

Barker, Chris, 2004, *Cultural Studies; Teori & Praktek*, Kreasi Wacana, DIY

Gunn, Clare A. and Var, Turgut, 2002, *Tourism Planning; Basics, Concepts, Cases*, Taylor & Francis, USA

Inskeep, E., 1991, *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold, USA

Murphy, Peter E., 1985, *Tourism A Community Approach*, Methuen, New York

Telfer, Richard dan Sharpley, David J., 2008, *Tourism and Development in the Developing World*, Routledge, New York

Timothy, Dallen J., 1999, *Participatory Planning; A View of Tourism in Indonesia*, Annals of Tourism Research, 26: 371-391

# BAB 4
# PRODUK PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

## 4.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami produk pariwisata berbasis masyarakat lokal
2. Memahami tantangan dalam pembangunan produk pariwisata berbasis masyarakat lokal
3. Mampu merumuskan produk pariwisata berbasis masyarakat lokal berdasarkan perspektif permintaan dan penawaran pariwisata

## 4.2. Produk Pariwisata Berbasis Masyarakat

Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata merupakan syarat utama untuk memastikan keberlanjutan pembangunan pariwisata (Bramwell, 2010; Byrd et al., 2009; Zou et al., 2014). Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata tersebut, terkait dengan istilah partisipasi, pemberdayaan, ataupun perencanaan partisipatif. Selama ini, masyarakat lokal dipandang sebagai pemangku kepentingan yang pasif dan reaktif (Daldeniz dan Hampton, 2013; Idziak et al., 2015). Melalui pengembangan pariwisata, masyarakat lokal diyakini mampu menjadi pemangku kepentingan yang proaktif. Pariwisata yang dikembangkan tidak hanya dapat dideskripsikan sebagai pariwisata berbasis masyarakat lokal melainkan juga sebagai pembangunan pariwisata berkelanjutan yang dikreasi oleh masyarakat lokal.

Dalam konteks tersebut, masyarakat lokal secara kolektif dan kreatif mampu menciptakan produk dan pengalaman pariwisata bermutu melalui partisipasi masyarakat lokal dalam proses perencanaan dan manajemen kepariwisataan (Idziak et al., 2015). Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal dipahami sebagai faktor penarik (*pull factor*) wisatawan yang diciptakan oleh masyarakat lokal berdasarkan sumber daya pariwisata atau keunikan yang dimiliki oleh masyarakat lokal itu sendiri. Reid, et al. (2009) juga menyebutkan bahwa produk pariwisata dapat diidentifikasi berdasarkan keunikan yang dimiliki masyarakat lokal dan adanya kesesuaian dengan pasar yang disasar.

Produk pariwisata dibutuhkan sebagai prasyarat untuk memberikan kepuasan bagi wisatawan yang selalu mengalami perubahan permintaan. Selain itu, pengembangan produk pariwisata semestinya mampu memberikan jaminan keuntungan (*profitability*) jangka panjang bagi masyarakat lokal dan industri pariwisata. Idealnya, suatu produk pariwisata harus berbasis masyarakat lokal, diproduksi dengan efektif dan efisien, didasarkan pada pemanfaatan secara bijak sumber daya alam dan budaya di daerah tujuan pariwisata atau destinasi pariwisata, dan dapat memenuhi tuntutan pasar yang semakin dinamis. Secara umum, konsep produk mengacu pada komoditas yang dihasilkan oleh suatu industri. Dengan demikian, produk pariwisata merupakan komoditas yang dihasilkan oleh industri pariwisata guna memenuhi kebutuhan dalam pergerakan/perjalanan dan aktivitas wisata yang dilakukan oleh individu maupun kelompok di destinasi

pariwisata (Smith, 1994). Kemudian dalam ulasannya, Smith (1994) menegaskan bahwa produk pariwisata dapat dijelaskan dari dua perspektif, yaitu sisi permintaan dan sisi penawaran.

Produk pariwisata berdasarkan perspektif permintaan merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar, baik pasar aktual maupun pasar potensial (Boniface et al., 2012), dapat diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuskan keinginan atau kebutuhan ketika mengisi waktu luang. Termasuk dalam hal ini adalah objek fisik, pelayanan, orang, aktivitas, tempat, organisasi, dan ide atau gagasan. Pemahaman tersebut memberikan gambaran bahwa produk pariwisata tidak hanya objek fisik, melainkan juga objek non fisik, seperti aktivitas, interaksi, organisasi, dan gagasan. Kemudian produk pariwisata juga disebutkan sebagai suatu paket aktivitas, pelayanan, dan manfaat yang menghasilkan pengalaman wisata. Paket terdiri dari lima komponen, yaitu atraksi, fasilitas, aksesibilitas, citra (*image*), dan harga. Kelima komponen produk tersebut dan ditambah dengan komponen organisasi menurut Inskeep (1991) merupakan komponen pembangunan produk pariwisata.

Selanjutnya dari perspektif penawaran, produk pariwisata didefinisikan sebagai jenis pariwisata yang dikembangkan di suatu destinasi pariwisata berdasarkan skala aktivitas dan pelayanan. Jenis pariwisata meliputi pariwisata konvensional dan pariwisata alternatif. Dalam penelitian ini, pariwisata berbasis masyarakat termasuk dalam jenis pariwisata alternatif yang fokus kepada keterlibatan atau partisipasi masyarakat dalam pengembangan produk

pariwisata di suatu destinasi pariwisata.

## 4.3. Studi Kasus: Rumusan produk pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kawasan Pariwisata Candidasa

Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal di Kawasan Pariwisata Candidasa didasarkan pada perkembangan wisatawan atau pasar pariwisata dan basis atraksi pariwisata. Perkembangan wisatawan yang dimaksud berupa karakteristik pasar pariwisata aktual maupun pasar pariwisata potensial. Sedangkan basis atraksi pariwisata adalah berbagai faktor yang mampu menarik berlangsungnya kegiatan pariwisata di Kawasan Pariwisata Candidasa.

### Karakteristik pasar pariwisata

Berdasarkan hasil survei dan koleksi data sekunder tentang wisatawan yang berkunjung selama ini, maka dapat diketahui beberapa karakteristik pasar Kawasan Pariwisata Candidasa. Karakteristik pasar yang dimaksud meliputi asal, lama tinggal, jenis kelamin, umur, pekerjaan, pembelanjaan, dan pilihan atau preferensi produk pariwisata. Pemahaman tentang pasar ini dapat memberi arahan pada pengembangan produk pariwisata yang menjamin adanya partisipasi masyarakat lokal. Beberapa karakteristik pasar kawasan Pariwisata Candidasa adalah sebagai berikut :

**Tabel** Karakteristik Pasar Kawasan Pariwisata Candidasa

| Karakteristik | Pasar Utama | Pasar Potensial |
|---|---|---|
| Asal | Australia, Belanda, Jerman Indonesia, Inggris, Kanada, Selandia Baru, Amerika Serikat, Prancis, dan Denmark | Swedia, Rusia, dan India |
| Lama tinggal | 4 hari | 6 hari |
| Jenis kelamin | Lebih banyak laki-laki, namun ada kecenderungan seimbang antara laki-laki dan perempuan | Sebagian besar laki-laki |
| Umur | Usia produktif dan usia lanjut | Usia produktif |
| Pekerjaan | Profesional dan pensiunan | Profesional |
| Pembelanjaan | Terbesar untuk akomodasi, makanan dan minuman, serta atraksi | Terbesar untuk akomodasi, makanan dan minuman, serta atraksi |
| Preferensi produk | Minat khusus pesisir dan budaya masyarakat lokal | Minat khusus pesisir dan budaya masyarakat lokal |

Sumber : Survei dan Analisis, 2015

**Basis atraksi pariwisata**

Basis atraksi merupakan faktor-faktor penarik wisatawan untuk mengunjungi Kawasan Pariwisata Candidasa. Sesuai dengan hasil survei diketahui bahwa wisatawan tertarik mengunjungi Kawasan Pariwisata Candidasa disebabkan oleh berbagai faktor yaitu minat khusus pesisir, budaya masyarakat lokal, keindahan dan ketenangan, bagian dari paket wisata, sebagai *second home*, serta lainnya. Dari beberapa faktor

tersebut, atraksi minat khusus pesisir dan mendapatkan pengalaman tentang tradisi dan budaya masyarakat lokal merupakan daya tarik utama Kawasan Pariwisata Candidasa. Basis atraksi ini sangat berkaitan dengan karakteristik pasar yang selama ini mengunjungi Kawasan Pariwisata Candidasa. Disamping itu, faktor lain yang dapat dipertimbangkan pula dalam pengembangan produk pariwisata berbasis masyarakat adalah keindahan dan ketenangan serta ada indikasi yang menjadikan kawasan ini sebagai *second home* bagi para *repeater*.

**Tabel** Basis Atraksi

| Faktor Penarik | Persentase (%) |
|---|---|
| Minat khusus pesisir; *diving, snorkelling* | 35 |
| Budaya masyarakat lokal | 23 |
| Indah dan tenang | 14 |
| Bagian dari paket wisata | 9 |
| *Second home* | 8 |
| Transit | 4 |
| Lainnya | 7 |

Sumber : Survei, 2015

**Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal**

Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal dapat dikembangkan berdasarkan basis atraksi pariwisata yang terdapat di masyarakat lokal yang berkesesuaian dengan pasar yang disasar. Ketidaksesuaian target pasar dengan produk pariwisata yang dikembangkan berakibat pada minimnya manfaat pariwisata yang tercipta (Pike, 2004), terutama bagi

masyarakat lokal. Dengan demikian pemahaman tentang pasar yang tepat menjadi pertimbangan penting dalam pengembangan produk pariwisata yang mampu memberikan manfaat optimal bagi masyarakat lokal.

Berdasarkan data kunjungan wisatawan di Kawasan Pariwisata Candidasa, dapat disebutkan bahwa wilayah Eropa dan Asia Pasifik merupakan pasar yang mendominasi. Jika kemudian dibentangkan menurut kewarganegaraannya, terlihat dominasi tersebut berasal dari negara Australia, Belanda, Jerman, Indonesia, Inggris, Kanada, Selandia Baru, Amerika Serikat, Denmark, dan Prancis. Negara-negara tersebut merupakan *top 10 market* atau pasar utama bagi Kawasan Pariwisata Candidasa. Pasar utama berkontribusi hampir 85% dari keseluruhan kunjungan ke kawasan ini, sehingga pengaruhnya sangatlah berarti. Selain sebagai destinasi pasar utama, pengembangan produk di Kawasan Pariwisata Candidasa perlu juga mempertimbangkan keberadaan pasar potensial. Pasar potensial tidak ditentukan dari jumlah kunjungan semata, namun lebih pada pertimbangan lama tinggal dan keterkaitan budaya. Beberapa negara yang dapat digolongkan dalam pasar potensial untuk Kawasan Pariwisata Candidasa adalah Swedia, Rusia, dan India.

Pasar utama dan pasar potensial Kawasan Pariwisata Candidasa tersebut memiliki karakteristik yang relatif berbeda. Dalam konteks pengembangan produk pariwisata berbasis masyarakat lokal, beberapa karakteristik pasar utama maupun pasar potensial yang dapat dipertimbangkan adalah :

- **Cenderung tinggal lama di destinasi**; lama tinggal sangat terkait dengan besar pembelanjaan. Semakin lama tinggal di destinasi, maka semakin besar juga pembelanjaannya.

Pembelanjaan yang besar akan mampu memberikan pengaruh khususnya terhadap ekonomi masyarakat lokal. Kecenderungan pasar tinggal lama di Kawasan Pariwisata Candidasa, baik pasar utama maupun pasar potensial, salah satunya disebabkan oleh basis atraksi dan preferensi produk pariwisatanya yang lebih pada wisata minat khusus pesisir dan budaya tradisional masyarakat lokal. Pilihan terhadap produk wisata minat khusus ini dapat ditangkap masyarakat lokal sebagai ekstensifikasi atau diferensiasi produk pariwisata. Selain itu, selama tinggal di Kawasan Pariwisata Candidasa, wisatawan lebih banyak menggunakan fasilitas hotel non-bintang. Sebelumnya telah diketahui bahwa akomodasi merupakan komponen pembelanjaan terbesar di kawasan ini. Hal tersebut dapat memberikan pertimbangkan dalam pemanfaatan tempat tinggal masyarakat lokal sebagai pemondokan wisata atau *homestay*.

- **Pertumbuhan wisatawan perempuan**; meskipun saat ini didominasi oleh wisatawan laki-laki, namun di Kawasan Pariwisata Candidasa telah muncul tren kunjungan oleh kaum perempuan terutama dari pasar utama. Adanya tren demikian memungkinkan konsolidasi produk pariwisata yang diminati, seperti pusat rejuvinasi melalui yoga yang telah berkembang saat ini, spa, kuliner lokal, ataupun wisata belanja kerajinan masyarakat lokal. Konsolidasi produk pariwisata dimaksudkan untuk mengoptimalisasikan produk pariwisata eksisting dengan pengembangan daya tarik untuk target pasar baru, yaitu wisatawan perempuan.

- **Destinasi para pensiunan**; jumlah kunjungan wisatawan lanjut usia (*order retired*) cukup berarti bagi kepariwisataan di Kawasan Pariwisata Candidasa. Wisatawan lanjut usia umumnya berpasangan, memiliki banyak waktu luang, mapan finansial, pola perjalanan berulang (*repeater*), dan sangat tertarik pada budaya tradisional suatu destinasi. Karakter wisatawan seperti itu mampu mendiversifikasi atau menciptakan produk pariwisata baru di Kawasan Pariwisata Candidasa dengan tema-tema khusus. Produk pariwisata tematis yang dapat dibangun berupa wisata spiritual, wisata perdesaan, wisata subak (agrowisata) ataupun juga *retirement village*.
- **Wisatawan nusantara sebagai target pasar yang prospektif**; wisatawan nusantara merupakan pasar besar yang terabaikan keberadaannya. Wisatawan nusantara yang berkunjung ke Kawasan Pariwisata Candidasa termasuk dalam pasar utama. Artinya adalah wisatawan nusantara turut menentukan jumlah kunjungan secara akumulatif selama ini. Pengabaian terjadi karena pelaku usaha pariwisata dan bahkan pemerintah terfokus pada upaya menarik kunjungan wisatawan mancanegara sebagai sumber devisa. Memang secara perekonomian, pembelanjaan wisatawan nusantara tidak termasuk dalam nilai ekspor, melainkan sebagai bentuk redistribusi pendapatan. Walaupun fungsinya demikian, tentu juga tidak boleh diabaikan dalam menggerakan ekonomi masyarakat di suatu destinasi pariwisata. Lain daripada itu, pergerakan wisatawan nusantara minimal menimbulkan kekagetan sosial budaya khususnya bagi masyarakat lokal.

Penerimaan wisatawan nusantara oleh masyarakat lokal tidak membutuhkan adaptasi lama karena relatif memiliki kesamaan latar sosial budaya.

- **Pengembangan jaringan dan moda transportasi lokal**; dengan mencermati pola pembelanjaan wisatawan di Kawasan Pariwisata Candidasa, terlihat bahwa transportasi merupakan komponen produk pariwisata berbiaya cukup besar. Disamping itu, sebagai sebuah ruang dengan fungsi pariwisata, Kawasan Pariwisata Candidasa memiliki panjang 24 Km. dan luas 2.400 Ha (Peraturan Daerah Kabupaten Karangasem Nomor 10 Tahun 2012). Dengan batasan ruang tersebut, tentu sangat dibutuhkan prasarana dan sarana transportasi yang memadai guna mendapatkan pengalaman menyeluruh mengenai Kawasan Pariwisata Candidasa. Pengusahaan jaringan dan moda transportasi lokal dan unik dapat didorong sebagai salah satu unsur dalam produk pariwisata berbasis masyarakat lokal.

## 4.4. Pertanyaan

1. Jelaskan tentang produk pariwisata berbasis masyarakat lokal?
2. Produk pariwisata berbasis masyarakat lokal dapat diidentifikasi berdasarkan sumber daya atau keunikan yang dimiliki masyarakat lokal dan adanya kesesuaian dengan pasar yang disasar.
   a. Sebutkan jenis -jenis sumber daya pariwisata?
   b. Apa yang dimaksud dengan pasar utama dan pasar potensial?

3. Uraikan proses perencanaan produk pariwisata berbasis masyarakat lokal?

**Daftar Pustaka**

Boniface, B., Cooper, C., and Cooper, R., 2012, *Worldwide Destinations; the geography of travel and tourism*, Routledge, London

Bramwell, B., 2010, *Participative Planning and Governance for SustainableTourism*. Tourism Recreation Research, 35: 239-249

Byrd, Erick T., Bosley, Holly E., and Dronberger, Meghan G., 2009, Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina, Tourism Management, 30: 693- 703

Daldeniz, B. and Hampton, Mark P., 2013, *Dive Tourism and Local Communities: Active Participation or Subject to Impacts? Case Studies from Malaysia,* International Journal of Tourism Research, 15: 507-520

Idziak, W., Majewski, J., and Zmyślony, P., 2015, *Community participation in sustainable rural tourism experience creation: a long-term appraisal and lessons from a thematic villages project in Poland*, Journal of Sustainable Tourism, 23:1341-1362

Inskeep, E., 1991, *Tourism Planning; An Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Nostrand Reinhold

Pike, Steven, 2004, *Destination Marketing Organisations*, Elsevier, UK

Reid, D. G., George, E. W., and Mair, H., 2009, *Rural Tourism Development; Localism and Cultural Change*, Channel View Publications, UK

Smith, S. L. J., 1994, *The Tourism Product*, Annals of Tourism Research, 21: 582-595

Zou, T., Huang, S., and Ding, P., 2014, *Toward A Community-driven Development Model of Rural Tourism: The Chinese Experience*, International Journal of Tourism Research, 16: 261-271

# BAB 5
# EKOWISATA

## 5.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami konsep dan isu pengembangan ekowisata
2. Memahami prinsip-prinsip pengembangan ekowisata
3. Mengidentifikasi jenis partisipasi masyarakat dalam pengembangan ekowisata

## 5.2. Ekowisata

Ekowisata dikembangkan sebagai reaksi atas berbagai dampak negatif pengembangan pariwisata konvensional yang bersifat masal (*mass tourism*). Tujuan pengembangan adalah untuk meningkatkan kualitas jasa lingkungan dan kualitas hidup masyarakat di sekitarnya (Eagles dan McCool, 2002). Pariwisata konvensional memiliki pandangan yang berlaku sama (*general*) terhadap produk pariwisata padahal setiap produk mempunyai keunikan, sangat berorientasi pada keuntungan, mengabaikan elemen sosial budaya serta lingkungan, dan antroposentris (Fennell, 2003). Menurut Goodwin (1996), ekowisata dikatakan sebagai kegiatan pariwisata alam yang berkontribusi langsung terhadap perlindungan spesies dan habitat sebagai basis atraksi dan secara tidak langsung memberikan manfaat ekonomi pariwisata bagi masyarakat lokal. Dengan kata lain ekowisata dapat menyeimbangkan antara upaya konservasi

dan program pembangunan. Selanjutnya Wallace dan Pierce (1996) menyebutkan ekowisata sebagai suatu perjalanan ke tempat yang masih alamiah untuk tujuan pembelajaran/ penelitian, mengisi waktu luang/rekreasi, dan secara sukarela memberikan bantuan material dan non material (*volunteer assistance*). Perjalanan yang dilakukan memberikan perhatian lebih terhadap pelestarian flora, fauna, geologi, dan ekosistem, termasuk masyarakat yang berada di sekitarnya (kemenerusan nilai sosial budaya, tata hubungan, dan pemenuhan kebutuhan masyarakat lokal). Pendapat Wallace dan Pierce tersebut sejalan dengan Fennell (1999) yang menyebutkan bahwa ekowisata adalah bentuk keberlanjutan (*sustainable*) pariwisata alam yang fokus utamanya pada pengalaman dan pembelajaran mengenai alam, pengelolaannya dapat meminimalkan berbagai dampak negatif, tidak konsumtif, dan berorientasi pada sumber daya atau modal lokal. Untuk itu kemudian United Nations Environmental Program (UNEP) dan World Tourism Organization (WTO) (2002) dalam Fennell (2003) mengusulkan beberapa kriteria untuk mendefinisikan ekowisata, yaitu : produk pariwisata berbasis alam, pengelolaanya berdampak minimal terhadap lingkungan fisik, sosial dan budaya, menyertakan pengalaman yang bersumber dari pembelajaran terhadap lingkungan alamiah, memberikan kontribusi terhadap konservasi kenaekaragaman hayati, dan menyediakan manfaat bagi masyarakat lokal.

Kriteria yang diusulkan ini selanjutnya mendasari terbentuknya prinsip-prinsip pengembangan ekowisata. Terdapat enam prinsip pengembangan ekowisata (Fennell, 2003), yaitu :

1. meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan dan masyarakat lokal
2. meningkatkan perhatian dan pemahaman terhadap sistem lingkungan dan sosial budaya masyarakat, dan diharapkan kemudian pengunjung dapat terlibat aktif di dalam upaya peningkatan tersebut
3. menyeimbangkan antara upaya konservasi lingkungan dan program pengembangan pariwisata
4. memaksimalkan partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan
5. memberikan manfaat ekonomi, baik langsung maupun tidak langsung bagi masyarakat lokal berupa kegiatan ekonomi yang komplemen terhadap kegiatan ekonomi tradisional menyediakan kesempatan kepada masyarakat lokal, pelaku pariwisata, dan pengunjung untuk belajar dan mensukuri keindahan alam.

## 5.3. Studi Kasus : Identifikasi jenis partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata di Taman Nasional Bali Barat (TNBB)

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara ditemukan bahwa terdapat dua kelompok yang secara langsung dan intensif berinteraksi. Kedua kelompok tersebut adalah Balai Taman Nasional Bali Barat (BTNBB) yang direpresentasikan oleh polisi hutan (jagawana) dan penyuluh kehutanan dengan kelompok masyarakat lokal khususnya penduduk di Desa Sumber Klampok. Desa ini merupakan desa penyangga kawasan konservasi yang lokasinya berbatasan langsung dengan kawasan TNBB.

Pertemuan kedua kelompok ini memiliki dinamika yang unik. Seakan telah menjadi fakta bahwa hubungan antar BTNBB dengan masyarakat lokal seringkali berhadapan secara diametral atau bertentangan karena masing-masing memiliki stereotip, sehingga terjadi pengelompokkan eksklusif: "kami" versus "mereka." Pihak BTNBB sebagai institusi yang secara legal formal memiliki kekuasaan dalam konservasi dan perlindungan hayati, cenderung mengedepankan pendekatan represif ketika berinteraksi dengan masyarakat lokal. Secara implisit pendekatan ini didasarkan prasangka bahwa masyarakat yang berada di dalam kawasan TNBB sebagai perusak dan penjarah sumber daya alam dan keanekaragaman hayati. Walaupun secara konsepsual, penataan kawasan TNBB berdasarkan fungsi dan peruntukkannya memberikan peluang bagi aktivitas sosial, budaya, dan ekonomi terutama di luar Zona Inti dan Zona Rimba. Tetapi kenyataannya, pemanfaatan kawasan TNBB bagi masyarakat lokal amatlah terbatas, sehingga memicu konflik yang teraktualisasi lewat aktivitas menangkap dan ditangkap. Sedangkan masyarakat lokal sendiri memiliki cara pandang sebaliknya, cenderung menganggap kehadiran BTNBB malah merampas hak atas wilayah hutan yang selama ini telah mereka manfaatkan secara turun temurun. Masyarakat lokal tentu tidak terima begitu saja ketika kehadiran BTNBB malah menjadikan masyarakat lokal sebagai pihak yang salah dan mendapatkan stigma terkait dengan upaya konservasi.

Tata relasi bernuansa konflik ini mengalami titik balik pada tahun 2008, ketika pihak BTNBB berupaya merubah perspektif atau cara pandang terhadap masyarakat lokal. Stereotip masyarakat mulai dirubah secara perlahan dalam *mindset* aparat jagawana dan penyuluh kehutanan yang

selama ini berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal. Lewat serangkaian program pelatihan, seminar, dan lokakarya di internal BTNBB yang bertujuan menginisiasi pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal, pola pendekatan represif mulai ditinggalkan, diganti dengan pendekatan persuasif.

Inisiatif BTNBB untuk mengubah tata hubungan antar pemangku kepentingan di kawasan TNBB dapat diikuti sejak tahun 2010. Pendekatan intensif yang dilakukan oleh jagawana dan penyuluh kehutanan untuk mengikutsertakan masyarakat lokal dalam mengelola secara bersama-sama zona pemanfaatan di kawasan TNBB pada awalnya mendapat tanggapan apatis. Hal ini bisa dimengerti ketika hubungan yang terbangun selama ini berbasiskan rasa curiga, yang berangkat dari praduga adanya kepentingan terselubung. Lewat serangkaian pertemuan informal yang mulai menciptakan komunikasi intensif dan secara perlahan mulai tumbuh rasa saling percaya. Interaksi yang terbangun melalui pertemuan di forum-forum informal ini dipandang cukup efektif, jika dibandingkan dengan interaksi yang dilakukan sebelumnya dalam bentuk pertemuan formal.

Masyarakat lokal sendiri bukannya tidak melakukan upaya untuk merubah stigma yang melekat selama ini. Sebelumnya telah terbentuk kelompok-kelompok masyarakat berdasarkan profesi; seperti kelompok nelayan dan kelompok tani. Walaupun terbentuknya kelompok-kelompok masyarakat ini masih bersifat *top-down*, dalam artian belum merupakan inisiatif murni dari masyarakat sendiri, tetapi masih terkait dengan prakarsa dari pemerintahan. Ide cerdas untuk mempertemukan kedua kepentingan, antara kepentingan konservasi dengan kepentingan merubah stigma masyarakat

Desa Sumber Klampok muncul ketika pengembangan ekowisata mulai menjadi pertimbangan. Aktivitas ekowisata yang berlangsung masih belum mengoptimalkan partisipasi masyarakat lokal, hanya dikelola secara eksklusif oleh BTNBB dan pengusaha pariwisata alam (PPA). Akses masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam pengembangan ekowisata masih terbatas, baik untuk pengambilan keputusan maupun pembagian manfaat pariwisata.

Semangat kolaborasi ini semakin diperkuat dengan adanya kesadaran lingkungan dalam masyarakat lokal. Berdasarkan serangkaian pertemuan informal antara BTNBB dengan masyarakat lokal, muncul ide untuk membentuk kelompok masyarakat yang memiliki kegiatan ekonomis tanpa merusak sumber daya alam serta sesuai dengan potensi yang ada dalam masyarakat lokal. Kelompok masyarakat tersebut diberi nama Manuk Jegeg. Sesuai dengan namanya, Manuk Jegeg bertujuan untuk menjaga kelestarian Burung Jalak Putih sebagai endemik TNBB agar tidak punah. Pelestarian dilakukan dengan memberikan ijin penangkaran dan kemudian pelepas liaran bagi masyarakat lokal. Selain tujuan konservasi tersebut, Manuk Jegeg juga mempunyai tujuan pengembangan ekonomi masyarakat melalui izin edar (Jalak Putih dapat diperjualbelikan setelah memenuhi aturan tertentu) dan juga sebagai produk wisata alternatif bagi wisatawan yang mengunjungi TNBB.

Komunitas Manuk Jegeg menjadi strategis, karena merupakan forum komunikasi yang menjembatani pertemuan kepentingan antara masyarakat lokal dengan BTNBB dalam konteks partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata. Dapat dikatakan telah ada kesepemahaman bahwa ekowisata merupakan jawaban atas problematika

interaksi selama ini. Semangat untuk merubah citra di kedua belah pihak amat jelas, ketika warga mengajukan proposal kepada BTNBB untuk menyediakan Burung Jalak Putih untuk ditangkarkan, dan penyediaan kandang sepenuhnya disiapkan oleh masyarakat lokal. Artinya, telah terjadi pemutusan logika pemberian bantuan secara karitatif, yang terkadang bukan sepenuhnya merupakan kebutuhan masyarakat dan tidak memperhatikan aspek keberlanjutan. Model pemberian bantuan ini telah terbukti gagal dan umumnya dipraktekkan oleh lembaga-lembaga pemerintah.

Kegiatan penangkaran Jalak Putih yang dilakukan Manuk Jegeg relatif berhasil, dan memiliki dua makna penting, yaitu dari perspektif konservasi sebagai upaya pelestarian Jalak Putih dan dari perspektif pariwisata sebagai diversifikasi komponen produk pariwisata taman nasional. Aktivitas penangkaran dan pelepas liaran telah menjadi atraksi wisata unggulan dan bahkan akan direncanakan sebagai desa wisata. Kini kelompok masyarakat tersebut telah mengintrodusir dan mengorganisir produk ekowisata kepada pasar atau wisatawan. Sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2013 Desa Sumber Klampok telah dikunjungi wisatawan yang berasal dari Jepang dan Amerika Serikat. Selain wisatawan yang berasal dari Jepang dan Amerika Serikat, produk wisata alternatif ini juga sangat diminati oleh wisatawan yang berasal dari Eropa (Prancis, Jerman, dan Inggris). Atraksi unggulan yang dijual tentu saja penangkaran Burung Jalak Putih dan sensasi pengalaman kehidupan perdesaan di dalam hutan. Bahkan masyarakat lokal juga telah menyediakan fasilitas akomodasi dan kuliner dengan memanfaatkan tempat tinggalnya sebagai *homestay*.

Dengan adanya komunitas Manuk Jegeg, dapat dikatakan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata TNBB termasuk ke dalam partisipasi spontan (*spontaneous community participation*). Beberapa indikator yang menunjukkan keberadaan partisipasi tersebut dalam masyarakat lokal adalah :

1. Adanya kepentingan pihak eksternal masyarakat lokal; pihak BTNBB memiliki kepentingan untuk melaksanakan fungsi konservasi dan pengembangan masyarakat lokal. Dari kronologis terciptanya pola interaksi antara BTNBB dengan masyarakat lokal diperoleh informasi dari kedua belah pihak bahwa inisiatif awal diprakarsai oleh pihak BTNBB untuk mengikutsertakan masyarakat lokal pengembangan ekowisata.
2. Terbentuknya kelompok masyarakat sebagai representasi kepentingan; dalam kasus di Desa Sumber Klampok, komunitas Manuk Jegeg terbentuk sebagai manifestasi lembaga yang mempertemukan kepentingan kedua belah pihak.
3. Keterlibatan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan; ada proses pengambilan keputusan, masyarakat lokal mulai terlibat secara aktif. Hal ini terkondisikan ketika pihak BTNBB lebih berfungsi sebagai fasilitator dalam menyerap aspirasi masyarakat.
4. Tindak lanjut dari program pihak eksternal; sebagai pengelola kawasan konservasi, BTNBB mempunyai program yang bertujuan untuk menjaga kualitas lingkungan dan kualitas hidup masyarakat lokal. Pembentukan Manuk Jegeg juga merupakan media untuk mengimplementasikan program-program tersebut.

5. Kooptasi masyarakat oleh pihak eksternal; peluang pihak BTNBB untuk melakukan kooptasi dimungkinkan, karena dalam jenis partisipasi ini, masyarakat lokal belum sepenuhnya lepas dari ketergantungan dengan pihak luar. Keterbatasan dalam hal fasilitas, pengetahuan, dan sumber dana operasional pariwisata oleh masyarakat lokal menjadikan posisi mereka belum sepenuhnya independen.

Dari beberapa indikator tersebut, dapat disebutkan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan ekowisata belum sepenuhnya merupakan inisiatif masyarakat. Kondisi tersebut lebih disebabkan karena jenis partisipasi saat ini difasilitasi dan merupakan tindak lanjut dari program pengembangan ekowisata dari pihak eksternal, yaitu BTNBB. Ini menunjukkan masih terdapat tantangan dan hambatan yang dialami masyarakat lokal untuk mengoptimalkan potensi keterlibatannya dalam pengembangan ekowisata di TNBB.

## 5.4. Pertanyaan

1. Jelaskan perbedaan antara pariwisata konvensional dengan pariwisata alternatif seperti ekowisata?
2. Apa kaitan antara partisipasi masyarakat lokal dengan pengembangan ekowisata?
3. Jelaskan prinsip-prinsip pengembangan ekowisata?

## Daftar Pustaka

Eagles, Paul F. J. and McCool, Stephen F., 2002, *Tourism in National Parks and Protected Areas; Planning and Management*, CABI Publishing, UK

Fennell, David A., 1999, *Ecotourism: An introduction*, Routledge, London

Fennell, David A., 2003, *Ecotourism: An introduction Second edition*, Routledge, London

Goodwin, H., 1995, *In pursuit of ecotourism*, *Biodiversity and Conservation* 5: 277-291

Wallace, G. N. and Pierce, S. M. (1996), *An evaluation of ecotourism in Amazonas, Brazil*, Annals of Tourism Research 23: 843-873

# BAB 6
# WISATA PERDESAAN

## 6.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami konsep dan isu pengembangan wisata perdesaan
2. Memahami kriteria wisata perdesaan
3. Mengidentifikasi jenis partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata perdesaan

## 6.2. Wisata Perdesaan

Pariwisata perdesaan dapat dilihat sebagai pariwisata yang tumbuh di kawasan perdesaan. Namun pada dasarnya pariwisata perdesaan tidak hanya dapat dipahami berdasarkan aspek geografis semata, melainkan juga menjadi bagian tidak terpisahkan dengan lingkungan dan kehidupan masyarakat lokal (Lane, 1994; Roberts dan Hall, 2004). Untuk itu kemudian pariwisata perdesaan secara ideal harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu :

1. berlokasi di wilayah perdesaan
2. Menjalankan fungsi-fungsi perdesaan
3. Berskala kecil
4. Bersifat tradisional
5. Tumbuh perlahan dan seimbang
6. Dikelola oleh masyarakat lokal

Untuk memenuhi keriteria tersebut, maka isu penting yang perlu mendapatkan perhatian adalah dampak pengembangan pariwisata terhadap wilayah perdesaan. Beberapa literatur menunjukkan bahwa dampak pariwisata terhadap kawasan perdesaan akan berbeda-beda tergantung dari jumlah dan jenis wisatawan yang berkunjung, pengorganisasian produk pariwisata, integrasi pariwisata dalam pengembangan masyarakat perdesaan, dan tahapan dalam siklus hidup destinasi pariwisata (Briedenham dan Wickens, 2004; Barke, 2004). Kajian-kajian tersebut juga menyatakan bahwa selain keterampilan, koordinasi dan kontrol masyarakat lokal akan sangat menentukan dampak pariwisata perdesaan. Sebagai contoh Barke (2004) menyebutkan suatu kasus tentang kepemilikan usaha pariwisata perdesaan oleh individu atau pengusaha non-lokal telah menjadikan masyarakat lokal tidak mendapatkan keuntungan berarti dari pengembangan pariwisata perdesaan. Page dan Getz (1997) berdasarkan beberapa hasil penelitian tentang sikap masyarakat lokal terhadap pariwisata menyimpulkan bahwa masyarakat lokal yang mendapatkan manfaat dan mempunyai kontrol terhadap pengembangan pariwisata cenderung bersikap positif. Simpulan tersebut juga didukung oleh pernyataan World Tourism Organization (WTO, 1998) yang menyebutkan melalui partisipasi, masyarakat akan lebih mendapatkan manfaat pariwisata dalam bentuk pekerjaan dan pendapatan, menciptakan peluang berusaha serta keuntungan lainnya. Selanjutnya dengan mendapat berbagai manfaat tersebut, masyarakat akan memberikan dukungan terhadap pengembangan pariwisata. Dampak positif pariwisata memerlukan pertimbangan matang dan memenuhi prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Prin-

sip pembangunan berkelanjutan terkait erat dengan pengembangan pariwisata yang ramah lingkungan, layak secara ekonomi, dan dapat diterima oleh sosial budaya masyarakat lokal. Menurut WTO (1998), pariwisata berkelanjutan harus menjamin tiga hal penting :

1. Memanfaatkan secara optimal (seimbang) sumber daya lingkungan fisik
2. Menghormati keaslian sosial budaya masyarakat lokal
3. Memastikan kelayakan dan manfaat sosial ekonomi (pekerjaan, pendapatan, layanan sosial, dan pengentasan kemiskinan) bagi seluruh pengambil keputusan.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan membutuhkan keterlibatan dari segenap pengambil keputusan yang terkait serta kepemimpinan yang kuat untuk memastikan tumbuhnya ruang-ruang berpartisipasi terutama untuk masyarakat lokal. Pariwisata berkelanjutan juga harus mampu memberikan kepuasan dan kesadaran bagi wisatawan tentang isu-isu pembangunan berkelanjutan.

## 6.3 Studi Kasus: Integrasi masyarakat lokal dalam perencanaan Desa Wisata Pinge

Masyarakat lokal merupakan bagian tidak terpisahkan dari destinasi pariwisata. Integrasi masyarakat lokal dalam perencanaan destinasi pariwisata dimaksudkan untuk memastikan masyarakat lokal mendapat ruang dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata. Namun berbagai permasalahan akan ditemukan dalam mewujudkan pembangunan destinasi pariwisata berkelanjutan. Minimnya keterlibatan masyarakat lokal dalam

perencanaan destinasi pariwisata ditengarai menjadi salah satu batu sandungan. Permasalahan tersebut juga teramati di Desa *Pakraman* Pinge, Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Desa *Pakraman* Pinge telah ditetapkan sebagai desa wisata. Penetapan ini bukan tanpa alasan, karena Desa *Pakraman* Pinge mempunyai sumber daya pariwisata yang sangat potensial. Morfologi desa tradisional, bentang alam, tinggalan budaya, dan kehidupan masyarakat agraris menjadi kekuatan utama pengembangannya. Selain itu, Desa *Pakraman* Pinge menjadi jalur perjalanan wisata. Selama ini sudah ada wisatawan mancanegara terutama yang berasal Eropa yang menikmati produk pariwisata di Desa Pakraman Pinge. Umumnya, para wisatawan tersebut menikmati Desa *Pakraman* Pinge dengan bersepeda atau bersafari dengan mobil *volkswagen* (VW).

Hasil studi pendahuluan menunjukkan adanya penetapan Desa *Pakraman* Pinge sebagai desa wisata disambut eforia oleh masyarakat lokal. Akan tetapi kemudian, muncul kecenderungan elite masyarakat lokal mendominasi perencanaan serta implementasi program dan selanjutnya memonopoli pembagian manfaat desa wisata. Kecenderungan ini lebih disebabkan oleh ketidakmampuan masyarakat lokal mengidentifikasi dampak pariwisata sebagai strategi pengembangan masyarakat perdesaan dan masih minimnya keterlibatan masyarakat lokal dalam proses perencanaan pariwisata serta sentralisasi berbagai program pengembangan pariwisata oleh pemerintah.

Terdapat dua tipologi elite pariwisata yang teridentifikasi di Desa *Pakraman* Pinge yaitu elite eksklusif dan elite inklusif, diketahui masing-masing memiliki karakter yang spesifik.

Elite eksklusif merupakan individu atau kelompok yang mengakumulasi modal dalam Desa Wisata Pinge atau dapat disebut dengan ranah pariwisata dan memilikinya secara ekslusif. elite ini tidak berkeinginan untuk berbagi modal dengan lainnya dalam ranah pariwisata Pinge. Hal ini dapat dimengerti karena elite eksklusif berlatar birokrasi pemerintah, sehingga dengan trayektorinya tersebut menghasilkan habitus khas. Terbiasa memerintah kelompok yang dianggap bawahan dan hanya patuh kepada kelompok yang dianggap atasan. Kelompok elite eksklusif ini relatif memandang masyarakat lokal sebagai pihak bawahan, sehingga relasi sosial yang dikonstruksi berbasis interaksi ”memerintah-diperintah”. Dengan kata lain konstruksi relasi yang terbangun berbasis *patron-client,* dengan mengidentifikasi dirinya sebagai patron lewat pengetahuan dan pengalaman yang dimilikinya dalam birokrasi pemerintahan. Sedangkan elite inklusif merupakan katagori elite yang relatif mau berbagi pengetahuan dan pengalaman. Kalangan ini mempunyai pengelaman swasta terutama dalam bidang pariwisata, sehingga memiliki habitus khas pula yaitu bekerja dalam tim dan berorientasi kerja secara terukur. Karakter tersebut mendorong terjalinnya tata relasi sosial yang padu dan akrab dengan menghargai kapasitas masing-masing. Kelompok elite ini percaya tidaklah mungkin bekerja dan sukses sendirian karena telah terbiasa melakukan kerja sama, sehingga menghargai kemampuan para anggota dalam tim. Relasi yang dibangun relatif cair dan hangat, bingkai kesadaran posisional dalam tim bukanlah atasan-bawahan versi birokrat tetapi pertemanan (mitra). Dengan demikian terdapat perbedaan kedua kelompok elite pariwisata di Desa *Pakraman* Pinge. Elite eksklusif memandang dirinya sebagai

pusat kekuatan dengan membangun relasi memerintah-diperintah. Di sisi lain, elite inklusif memandang dirinya sebagai motivator dan fasilitator, memerlukan lainnya dalam ranah untuk bekerjasama mengakumulasi salah satu jenis modal penting yang disediakan oleh pariwisata, yaitu modal ekonomi. Elite eksklusif berposisi sebagai ”kepala” dengan memandang lainnya sebagai ”anak buah”, khas konstruksi berpikir birokrat. Terlihat berbeda, elite inklusif memandang dirinya sebagai ”ketua” dalam kelompok yang dibangunnya, dengan menganggap yang lainnya sebagai *partner*. Walaupun keberadaan para elite ini sangat strategis dalam ranah pariwisata di Desa *Pakraman* Pinge, akan tetapi dalam pengembangan desa wisata, tidaklah tepat jika mengikutsertakan elite tersebut secara personal. Terlalu bertumpu pada kekuatan elite secara personal akan beresiko kepada memusatnya akumulasi modal, terpolarisasinya manfaat pariwisata, dan memunculkan permasalahan regenerasi. Untuk itu diperlukan tranformasi elite yaitu dari elite personal menuju elite institusional.

Institusi atau lembaga yang akan dikonstruksi diharapkan mampu mentransformasikan elite personal menjadi elite institusional (inklusivitas elite). Transformasi ini merupakan kata kunci dari perencanaan dan pengembangan desa wisata di Desa *Pakraman* Pinge. Untuk kasus ini menunjukkan bahwa pada tahap embriotik peran elite sangatlah dominan dalam perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata perdesaan. Dalam perspektif strukturalisme, hal ini terjadi karena para elitelah yang memiliki modal relatif lengkap. Dengan kelengkapan jenis modal ini, elite dapat menjadi pihak penting sebagai penghubung dengan pihak eksternal pariwisata. Pihak eksternal sendiri akan lebih nyaman ketika berhubugan dengan

para elite. Ini disebabkan karena para elite relatif memiliki habitus yang sama dan trayektorinya relatif berada atau pernah pada domain yang terkait dengan pariwisata. Pihak eksternal dengan habitus pariwisatanya tidak akan dapat langsung "*tune-in*" dengan ruang sosial Desa *Pakraman* Pinge, sehingga peran elite dalam memfasilitasi menjadi sangatlah penting. Namun, seperti yang telah dideskripsikan sebelumnya, peran elite selain sebagai motor penggerak pariwisata, juga sebagai penghambat bagi keberlanjutan pariwisata karena membatasi partisipasi masyarakat lokal. Masyarakat lokal dapat dikatakan tersingkir dalam ranah pariwisata karena relatif tidak memiliki bekal modal untuk dipertukarkan dengan modal yang ada dalam pariwisata. Hal inilah yang menjadikan pentingnya arti lembaga pariwisata yang mampu menguatkan kapasitas masyarakat lokal dan menjadikan dominasi elite personal dapat diminimalisasi.

Kelembagaan pariwisata yang dikonstruksi merupakan wadah pengintegrasian masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan Desa Wisata Pinge. Terdapat dua hal penting terkait pengintegrasian tersebut, yakni :

1. Ruang untuk memperjuangkan kesejahteraan

   Ruang di sini dimaknai sebagai kontainer yang mewadahi pertemuan baik fisik maupun pemikiran (wacana). Semacam forum yang akan mengatasi hambatan-hambatan komunikasi di antara para aktor dan tempat bagi permikiran yang konstruktif dalam memproduksi kesepakatan mengenai pariwisata yang dikembangkan di Desa *Pakraman* Pinge. Di ruang inilah para elite akan berbagai pengetahuan dan jaringan pariwisata yang telah dimilikinya dengan tujuan untuk lebih memperkuat posisi

Desa Wisata Pinge, yang pada akhirnya akan terbentuk kekuatan kolektif pada level strategis. Terciptanya lembaga pariwisata ini akan memutus mata rantai upaya-upaya personal, karena praktik pariwisata secara personal akan tidak memadai lagi. Pada akhirnya akan tercapai berbagai manfaat pariwisata berupa kesejahteraan masyarakat lokal dengan mengoptimalkan modal kolektif yang dimiliki guna ditukarkan dengan modal pihak eksternal.

2. Fasilitator bagi pertukaran modal pariwisata secara fair
   Lembaga ini akan merancang seperangkat aturan yang akan menjadi panduan dalam penyelenggaraan Desa Wisata Pinge. Pelaku desa wisata akan saling berbagi modal yang dimiliki dan secara kolektif akan mengoptimalisasi sumber daya atau modal pariwisata untuk dipertukarkan secara maksimal dengan modal ekonomi yang dibawa pihak eksternal. Dalam konteks ini, lembaga pariwisata akan menjadi fasilitator bagi pertukaran modal pariwisata yang adil.

## 6.4. Pertanyaan

1. Jelaskan tentang kawasan perdesaan?
2. Mengapa dampak pariwisata terhadap kawasan perdesaan akan berbeda-beda tergantung dari jumlah dan jenis wisatawan yang berkunjung, pengorganisasian produk pariwisata, integrasi pariwisata dalam pengembangan masyarakat perdesaan, dan tahapan perkembangan pariwisata dalam siklus hidup destinasi pariwisata?
3. Apa kaitan antara partisipasi masyarakat lokal dengan pengembangan daerah tujuan pariwisata di suatu kawasan perdesaan?

**Daftar Pustaka**

Barke, M., 2004, *Rural Tourism in Spain*, International Journal of Tourism Research, 6: 137-149

Briedenhann, J. and Wickens, E., 2004, *Rural Tourism-Meeting the Challenges of the New South Africa*, International Journal of Tourism Research, 6: 189-203

Lane, B., 1994. *What is rural tourism?*, Journal of Sustainable Tourism, 2: 7-21

Page, S. J. and Getz, D. (Eds.), 1997, *The business of rural tourism: international perspectives*, International Thomson Business Press, London, Boston

Roberts, L. and Hall, D., 2004, *Consuming the countryside: Marketing for rural tourism*, Journal of Vacating Marketing, 10: 253-263

WTO, 1998, *Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism*, World Tourism Organization

# BAB 7
# AGROWISATA

## 7.1. Tujuan Pembelajaran

Setelah mempelajari bab ini, mahasiswa memiliki kemampuan :

1. Memahami konsep dan isu pengembangan agrowisata
2. Memahami karakteristik agrowisata
3. Mengidentifikasi jenis partisipasi masyarakat dalam pengembangan agrowisata

## 7.2. Agrowisata

Istilah agrowisata (*agrotourism*) memiliki pemahaman yang sama dengan *agritourism* yaitu kegiatan mengisi waktu luang di lingkungan pertanian (Sznajder et al., 2009). Agrowisata dapat dijelaskan dari dua perspektif yang berbeda, yaitu dari sisi wisatawan dan sisi industri pariwisata. Berdasarkan perspektif wisatawan, agrowisata dipahami sebagai familiarisasi individu atau kelompok terhadap aktivitas pertanian dengan terlibat di dalamnya untuk mendapatkan pengalaman (Marques, 2006). Sedangkan dari perspektif industri pariwisata, agrowisata merupakan penyediaan produk pariwisata baik atraksi, fasilitas maupun layanan untuk menarik kunjungan ke lingkungan pertanian (Barbieri dan Mshenga, 2008). Dengan demikian agar produk agrowisata yang dikembangkan dapat menarik dan terbangun interaksi intens antara aktivitas pertanian dengan wisatawan maka skala pengembangan yang dipilih adalah skala kecil (Kizos and Iosifides, 2007). Berdasarkan hal tersebut, Flanigen et al.,

2014 menyebutkan bahwa pengembangan produk agrowisata harus memenuhi karakteristik sebagai berikut:

1. Mengandung aktifitas pertanian atau proses produksi sektor pertanian dalam arti luas
2. Ikut terlibat dalam aktivitas pertanian
3. Adanya keaslian pengalaman mengenai aktivitas pertanian

Seringkali pembahasan tentang produk agrowisata dikaitkan dengan pengembangan wilayah perdesaan atau dalam konteks pariwisata dikenal dengan istilah pariwisata perdesaan (Sznajder et al., 2009; Flanigen, 2014). Pariwisata perdesaan dapat dilihat sebagai pariwisata yang tumbuh di wilayah perdesaan. Namun pada dasarnya pariwisata perdesaan tidak hanya dapat dipahami berdasarkan aspek geografis semata, melainkan juga menjadi bagian tidak terpisahkan dengan lingkungan dan kehidupan masyarakat lokal (Lane, 1994; Roberts dan Hall, 2004).

## 7.3. Studi Kasus : Simbiose mutualisme Subak dengan Vila dalam pengembangan agrowisata di Ubud Bali.

Keberadaan vila di sekitar areal pertanian di Kawasan Pariwisata Ubud belum mampu memberikan manfaat berarti bagi masyarakat lokal khususnya petani. Para petani yang tergabung dalam institusi subak kemudian melakukan resistensi berupa pembenaran terhadap berbagai aktivitasnya untuk mendapatkan manfaat yang dibangkitkan pariwisata. Pembenaran yang dilakukan cenderung kurang memperhatikan keberlanjutan pembangunan pariwisata. Terkait dengan fenomena tersebut, pembahasan ini bertujuan untuk membangun model pengembangan pariwisata yang

memadukan aktivitas pertanian dengan vila yang berada di sekelilingnya. Model yang dibangun menyesuaikan dengan prinsip-prinsip pengembangan produk agrowisata. Adanya model ini diharapkan dapat mengoptimalkan manfaat keberadaan vila khususnya bagi institusi subak, sehingga tercipta hubungan simbiose mutualisme antara aktivitas pertanian dengan vila di Kawasan Pariwisata Ubud, Bali.

Konsep agrowisata dan pariwisata berbasis masyarakat digunakan sebagai pendekatan dalam pembahasan ini. Agrowisata merupakan jenis pariwisata alternatif yang menjamin adanya hubungan saling menguntungkan antara aktivitas pertanian dengan pariwisata (dalam konteks ini adalah jenis akomodasi vila).

Hasil pembahasan menunjukkan bahwa terdapat terdapat perbedaan perspektif antara petani dengan pihak vila terhadap lanskap pertanian beserta aktivitasnya selama ini. Dualisme perspektif tersebut menciptakan praktik meminta oleh petani dan memberi sumbangan oleh pihak vila. Adanya praktik ini disebabkan oleh adanya logika karitatif pada pola pikir para pihak. Fenomena logika karitatif dalam praktik pariwisata akibat dari ketidakmampuan petani dalam menemukan dan mengenali sumber daya atau modal pariwisata yang dimilikinya. Guna memampukan petani dalam mengidentifikasi modal, hal yang penting dilakukan adalah menciptakan ranah pariwisata. Ranah pariwisata yang ideal adalah berbasis pertanian atau memenuhi perspektif agrowisata. Penciptaan ranah menjadi penting untuk menggiring berbagai pihak yang berkepentingan atau aktor pariwisata dengan komposisi modal yang dimilikinya agar saling bertukar dan menguatkan. Dalam konteks saling menguatkan, diperlukan kelembagaan yang mengatur

mekanisme pertukaran modal secara adil dan wajar. Hal ini bertujuan agar tercipta sinergitas antar petani dengan pihak vila, bukan justru menyediakan ruang konflik baru. Sinergitas yang dimaksud akan menghasilkan strukturasi pariwisata berupa model agrowisata terpadu. Agrowisata sebagai agen rekayasa sosial yang merupakan titik temu antara petani dan pihak vila dalam interaksinya ke depan secara harmonis. Sebuah simbiose mutualisme yang mendekonstruksi simbiose parasitisme dalam Kawasan Pariwisata Ubud, Bali.

### 7.4. Pertanyaan

1. Mengapa dalam membangun produk agrowisata membutuhkan interaksi yang intensif antara aktivitas pertanian dengan wisatawan?
2. Jelaskan karakteristik agrowisata?
3. Apa kaitan antara partisipasi masyarakat lokal dengan pengembangan agrowisata?

### Daftar Pustaka

Barbieri, C., and Mshenga, P. M., 2008, *The role of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms*. Sociologia Ruralis, 48: 166–183

Flanigan, S., Blackstock, K., dan Hunter, C., 2014, *Agritourism from the perspective of providers and visitors: a typology-based study*, Tourism Management, 40: 394-405

Kizos, T., and Iosifides, T., 2007, *The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies.* South European Society and Politics, 12: 59–77

Lane, B., 1994. *What is rural tourism?*, Journal of Sustainable

Tourism, 2: 7-21

Marques, H., 2006, *Searching for complementarities between agricultureand tourism-the demarcated wine-producing regions of northern Portugal*. Tourism Economics, 12: 147–155

Roberts, L. and Hall, D., 2004, *Consuming the countryside: Marketing for rural tourism*, Journal of Vacating Marketing, 10: 253-263

Sznajder, M., Przezbórska, L., and Scrimgeour, F., 2009, Agritourism, CABI, UK

# GLOSARIUM

Advokasi : suatu bentuk tindakan yang menjurus pada pembelaan, dukungan, atau rekomendasi. Advokasi merupakan upaya persuasi yang mencakup kegiatan penyadaran, rasionalisasi, argumentasi, serta rekomendasi. Advokasi juga diartikan sebagai suatu bentuk usaha untuk mempengaruhi kebijakan publik dengan berbagai macam pola komunikasi persuasif. Dengan demikian advokasi adalah sebuah upaya atau suatu proses untuk mendapatkan komitmen dengan cara persuasif berdasarkan keakuratan suatu informasi.

Dekonstruksi : cara pandang baru mengenai hal yang bersifat terpinggirkan, dengan tujuan membela dan memperjuangkan kepentingan orang-orang inferior untuk mendapatkan persamaan.

Desa Pakraman : kesatuan masyarakat hukum adat di Provinsi Bali yang mempunyai satu kesatuan tradisi dan tata krama pergaulan hidup masyarakat umat Hindu secara turun-temurun dalam ikatan Kahyangan Tiga atau Kahyangan Desa yang mempunyai wilayah tertentu dan harta kekayaan sendiri serta berhak mengurus rumah tangganya sendiri.

Diferensiasi produk : proses pembedaan suatu produk, baik barang atau jasa untuk membuatnya lebih menarik bagi suatu pasar yang disasar.

Diversifikasi produk : upaya penganekaragaman melalui penciptaan suatu produk baru, baik barang atau jasa untuk memaksimalkan keuntungan.

Dominasi : suatu proses yang dilakukan individu atau kelompok tertentu untuk menguasai individu atau kelompok

lainnya dengan cara apapun. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kekuatan dan kekuasaan.

Eksklusif : pembatasan relasi sosial dengan seseorang atau kelompok tertentu yang mempunyai perbedaan.

Elit : individu atau kelompok yang mampu mengakumulasi bermacam sumber daya atau modal (ekonomi, sosial, budaya, dan simbolik), sehingga berhasil mendapatkan sebagian besar nilai atau manfaat.

Endemik : gejala yang dialami oleh organisme untuk menjadi unik pada satu lokasi geografi tertentu. Untuk dapat dikatakan endemik suatu organisme harus ditemukan hanya di suatu tempat dan tidak ditemukan di tempat lain.

Familiarisasi : proses pengenalan suatu produk, baik barang atau jasa dengan cara mendatangi lokasi produksinya.

Fasilitator : seseorang yang membantu individu atau kelompok untuk memahami tujuannya, sekaligus juga mendampingi penyusunan rencana guna mencapai tujuan tersebut.

Habitus : praktik sosial yang dilakukan secara terus-menerus dengan pola yang tetap, sehingga menciptakan suatu kesadaran praktis.

Independen : mampu secara mandiri dan minim ketergantungan dengan pihak lainnya.

Inklusif : lawan eksklusif, yaitu sebuah pendekatan akomodatif untuk membangun dan mengembangkan keterbukaan dengan mengikutsertakan berbagai perbedaan yang ada.

Integrasi : proses penyesuaian di antara unsur-unsur yang berbeda dalam kehidupan sosial sehingga menghasilkan pola kehidupan yang serasi.

Karitatif : praktik sosial dengan memberikan insentif material dengan tujuan untuk mempengaruhi pihak yang dibantu.

Kawasan : area geografis yang memiliki keutamaan fungsi tertentu.

Kolaborasi : kerjasama untuk mencapai tujuan tertentu sekaligus juga membangun kepercayaan (*trust*) di antara pihak yang terkait.

Kolektif : tindakan bersama oleh sejumlah besar orang bukan tindakan prilaku individu semata-mata.

Konservasi : pengelolaan berbagai sumber daya secara bijaksana dengan tujuan untuk menjamin keberlanjutannya melalui peningkatan kualitas dan memelihara keanekaragaman beserta nilai-nilai yang dikandungnya.

Konsolidasi produk : mengembangkan komponen baru dalam suatu produk baik barang atau jasa yang telah diproduksi sebelumnya.

Kooptasi : gabungan manipulasi dan partisipasi. Misalnya pemberian posisi penting dalam perubahan kepada representasi kelompok yang menolak perubahan tersebut.

Model : rencana, representasi, atau deskripsi yang menjelaskan suatu objek, sistem, atau konsep, yang seringkali berupa penyederhanaan.

Monopoli : penguasaan sepenuhnya sumber daya atau pemusatan kekuatan untuk tujuan tertentu yang dapat merugikan kepentingan bersama.

Morfologi : pengetahuan tentang bentuk keruangan wilayah. Tidak hanya mencakup aspek fisik tetapi juga aspek-aspek non-fisik penduduk yang dapat mempengaruhi perubahan bentuk wilayah.

Paradigma : sekumpulan keyakinan dasar yang membimbing

tindakan manusia.

Partisipasi aktif : menunjukkan partisipasi masyarakat lokal berdasarkan kemauan masyarakat lokal tersebut (secara sukarela) untuk mencapai tujuan yang ditetapkan oleh masyarakat lokal sendiri, tanpa adanya intervensi dari pihak eksternal. Partisipasi aktif masyarakat lokal membutuhkan komitmen (finansial dan personal) masyarakat lokal dalam keberlanjutan pembangunan pariwisata. Partisipasi aktif tergantung dari ketersediaan sumber-sumber pendanaan dan kualitas serta kuantitas SDM lokal.

Partisipasi langsung : membutuhkan komunikasi langsung (bertatap muka) antara para pengambil keputusan dengan masyarakat lokal di destinasi pariwisata yang terdampak oleh jenis dan skala pembangunan pariwisata. Kondisi ini memberikan banyak kesempatan bagi masyarakat lokal untuk menyampaikan pendapatnya tentang pembangunan pariwisata tersebut. Partisipasi langsung merupakan langkah awal partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata. Hasil akhirnya tergantung dari respon para pengambil keputusan terhadap kebutuhan dan keinginan masyarakat lokal dan kemampuan masyarakat lokal untuk mengekspresikan diri. Partisipasi aktif menunjukan keterlibatan masyarakat lokal dalam setiap proses pembangunan pariwisata, meskipun tidak keseluruhan masyarakat lokal dapat terlibat di dalamnya.

Partisipasi otentik : partisipasi kami, setiap stakeholder mempunyai posisi yang sama (bermitra) dalam pengambilan keputusan dan pembagian manfaat pariwisata.

Pasar pariwisata : wisatawan dengan segala karakteristik yang melekat pada diri wisatawan tersebut.

Patron-klien : merupakan aliansi dari dua kelompok komunitas

atau individu yang tidak sederajat, baik dari segi status, kekuasaan, maupun penghasilan, sehingga menempatkan klien dalam kedudukan yang lebih rendah (inferior), dan patron dalam kedudukan yang lebih tinggi (superior)

Pembangunan : suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik melalui upaya yang dilakukan secara terencana.

Pemberdayaan : suatu cara agar individu atau kelompok dapat berkuasa atas kehidupannya melalui pemberian kekuatan atau kekuasaan bagi yang tidak berdaya.

Perencanaan pariwisata : mengaplikasikan konsep dasar dan pendekatan perencanaan pada umumnya dengan penyesuaian terhadap karakteristik sistem pariwisata, untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata.

Persuasif : pengendalian sosial yang bersifat membujuk atau mengarahkan masyarakat agar taat dan patuh terhadap nilai dan norma yang telah ditetapkan.

Produk pariwisata : segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar, baik pasar aktual maupun pasar potensial, dapat diakuisisi, digunakan, atau dikonsumsi untuk memuskan keinginan atau kebutuhan ketika mengisi waktu luang.

Proses perencanaan : rangkaian, tahapan, urutan untuk mencapai tujuan yang ditentukan.

Represif : pengendalian sosial yang bertujuan untuk mengembalikan keserasian karena terjadinya suatu pelanggaran dengan cara menjatuhkan sanksi sesuai dengan pelanggaran yang dilakukan.

Resistensi : perlawanan yang dilakukan terhadap kebijakan atau kegiatan pihak lain dalan suatu masyarakat.

Ruang : wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk ruang di dalam bumi sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia dan makhluk lain hidup, melakukan kegiatan, dan memelihara kelangsungan hidupnya.

Skala : rasio jumlah pengunjung terhadap populasi masyarakat lokal suatu destinasi pariwisata.

Stereotip : suatu bentuk keyakinan yang dimiliki oleh seseorang atau suatu kelompok tentang atribut yang ada pada seseorang atau kelompok tertentu.

Stigma : fenomena yang terjadi ketika seseorang diberikan labeling, stereotip, separasi, dan mengalami diskriminasi

Strukturasi : merupakan salah satu metode dalam mengintegrasi struktur (tatanan) dan agen (individu). Struktur dan agen saling berkesinambungan satu sama lain dan memilki peranan masing-masing dalam praktik sosial.

Tipologi : pengelompokan atau klasifikasi berdasarkan jenis atau karakteristiknya.

Transformasi : identik dengan perubahan, karena sejatinya transformasi adalah sebuah bentuk perpindahan menuju sistem yang dianggap lebih baik dan mendukung.

# INDEKS


**A**

agen rekayasa sosial 54
agrotourism 51, 54
AGROWISATA vi, 51
Amerika Serikat 23, 25, 37
Australia 23, 25

**B**

Balai Taman Nasional Bali Barat 33
Bali iv, 33, 44, 52, 53, 54, 57, 63, 64, 65
Barke 42, 49
Belanda 23, 25
BTNBB 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39
Budaya lokal 2

**C**

Campbell 3, 4, 9, 10
Candidasa 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28
community industry 6

**D**

dekonstruksi 13, 14, 17
Denmark 23, 25
Denpasar iv
Desa Wisata Pinge 43, 45, 47, 48, 63
Destinasi pariwisata 1
Dogra 1, 4

**E**

ekonomi pariwisata 31
ekowisata 31, 32, 33, 36, 37, 38, 39
elite lokal 6

**F**

Fennell 31, 32, 39, 40
Flanigen 51, 52

**G**

Getz 42, 49
Goodwin 31, 40
Gupta 2, 4

**I**

Implikasi pariwisata 6
Indonesia 4, 11, 17, 23, 25
industri pariwisata 3, 20, 51
Inggris 23, 25, 37
Inskeep 16, 17, 21, 29

**J**

jagawana 33, 34, 35
Jerman 23, 25, 37

**K**

Kanada 23, 25

kawasan pariwisata 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 52, 53, 54
Kawasan Pariwisata 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 52, 53, 54
Kawasan Pariwisata Candidasa 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28
kerangka acuan kerja 16, 63
Keterbatasan kultural 10
Keterbatasan operasional 9
Keterbatasan struktural 10
Korten 15

**M**

mass tourism 31, 63
Masyarakat lokal 2, 3, 14, 34, 35, 43, 47
model agrowisata terpadu 54
Murphy 6, 11, 14, 15, 17

**P**

Page 42, 49
pariwisata v, 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 13, 14, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 33, 36, 37, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 51, 52, 53, 54
pariwisata berbasis alam 32
pariwisata berkelanjutan 2, 3, 5, 19, 43
Pariwisata konvensional 31
partisipasi masyarakat v, 2, 5, 6, 8, 10, 15, 17, 20, 21, 22, 31, 33, 36, 38, 39, 41, 47, 48, 51, 54
pasar pariwisata 22
Passive community participation 7
patron-client 45
pembangunan pariwisata 5, 6, 7, 8, 9, 13, 14, 19, 52
pengusaha pariwisata alam 36
penyuluh kehutanan 33, 34, 35
Pierce 32, 40
Prancis 23, 25, 37
produk pariwisata 2, 19, 20, 21, 22, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 31, 32, 37, 42, 44, 48, 51
Pseudo community participation 6

**R**

Reid 20, 29
rekayasa sosial 54

**S**

Scheyvens 3, 4, 8, 11
second home 23, 24
Selandia Baru 23, 25
Spontaneous community participation 7
stakeholders 3
Subak 52
sumber daya alam 20, 34, 36
sumber daya manusia 10
Sumber Klampok 33, 36, 37, 38

**T**

Taman Nasional Bali Barat 33
Timothy 2, 4, 5, 6, 11, 13, 15, 17
TNBB 33, 34, 35, 36, 38, 39
Tosun 2, 3, 4, 6, 9, 11

**U**

Ubud 52, 53, 54
Undang-Undang No. 10 Tahun

2009 1
United Nations Environmental Program 32

**W**

Wallace 32, 40
wisata perdesaan 27, 41
wisatawan mancanegara 27, 44
wisatawan nusantara 27, 28
World Tourism Organization 32, 42, 49

# TENTANG PENULIS

**I Made Adikampana** adalah Dosen Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, Bali. Menyelesaikan Program Magister Teknik Arsitektur dan Perencanaan Pariwisata di Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta. Beberapa tulisannya telah dipublikasikan dalam buku diantaranya : Pariwisata Berkelanjutan dalam Pusaran Krisis Global (2010), Pariwisata Kalimantan: Pemikiran & Perjalanan ke Jantung Borneo (2010), The Exellence Research Universitas Udayana (2011), serta Paradigma dan Kebijakan Pariwisata (2015). Saat ini penulis sedang mengikuti pendidikan di Program S3 Pariwisata Universitas Udayana, Bali.

Destinasi pariwisata merupakan lokasi produksi, konsumsi dan pola-pola pergerakan wisata (Davidson dan Maitland, 1997). Selain itu destinasi pariwisata juga sebagai tempat hidup masyarakat untuk bekerja serta melakukan kegiatan sosial dan budaya. Hal tersebut juga secara tegas diatur dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menyatakan bahwa destinasi pariwisata adalah 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. Dengan demikian masyarakat merupakan bagian tidak terpisahkan dari suatu destinasi pariwisata, sehingga dalam pengembangan destinasi pariwisata wajib mempertimbangkan berbagai elemen masyarakat.

ISBN 978-602-9320-84-8

9 786029 320848