

**LAPORAN AKHIR  
KAJIAN PENGEMBANGAN DESA WISATA  
DI KABUPATEN BADUNG**



**TIM PENELITI**

- |           |                                                |                                  |
|-----------|------------------------------------------------|----------------------------------|
| <b>1.</b> | <b>Drs. I Putu Anom, M. Par</b>                | <b>(NIP. 195707161986011001)</b> |
| <b>2.</b> | <b>Dra. Ida Ayu Suryasih, M. Par</b>           | <b>(NIP. 196108151987022001)</b> |
| <b>3.</b> | <b>Ida Bagus Suryawan, S.T. M. Si</b>          | <b>(NIP. 197812292005011001)</b> |
| <b>4.</b> | <b>I Gst Ag. Oka Mahagangga, S. Sos, M. Si</b> | <b>(NIP. 197710102006041004)</b> |
| <b>5.</b> | <b>I Wayan Mertha, SE., M.Si</b>               | <b>(NIP. 196301011988031002)</b> |

**PROGRAM STUDI (S1) DESTINASI PARIWISATA  
FAKULTAS PARIWISATA  
UNIVERSITAS UDAYANA**

**KATA PENGANTAR**

Kabupaten Badung merupakan salah satu dari 9 (sembilan) Kabupaten/Kota di Provinsi Bali yang memiliki kedudukan yang strategis dalam pembangunan kepariwisataan. Potensi wisata di Kabupaten Badung telah dimanfaatkan, dikelola dan berkembang pesat khususnya di wilayah Badung Selatan.

Dalam perjalanannya, setelah proses identifikasi, ternyata masih banyak potensi wisata yang ada di Kabupaten Badung baik Potensi alam yang masih sangat alami karena memiliki keanekaragaman flora dan fauna yang menjadi daya tarik wisata; Potensi budaya yang beragam masih potensial untuk di eksplorasi; dan sejumlah potensi wisata buatan terkait dengan kebutuhan dan trend pasar wisata yang ada saat ini. Untuk memanfaatkan dan mengelola sejumlah potensi wisata tersebut, dibutuhkan serangkaian kebijakan strategis dalam hal pembangunan kepariwisataan.

Kegiatan penelitian ini dilakukan untuk menindaklanjuti MoU antara Bupati Badung dengan Rektor Universitas Udayana terkait dengan Kajian Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung, maka untuk itu disusunlah Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung.

Pada kesempatan ini kami, tim peneliti dan penyusun mengucapkan terima kasih kepada Bupati Badung khususnya BPPD Kabupaten Badung serta masyarakat Kabupaten Badung yang berada di 11 (sebelas) desa-desa wisata dengan kontribusinya dalam memberikan masukan terkait dengan Laporan Akhir Kajian Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung

Semoga dokumen ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam memperkaya pengembangan potensi wisata di Kabupaten Badung khususnya di Badung Tengah dan Badung Utara sehingga kepariwisataan di Kabupaten Badung menjadi merata dan seimbang.

Badung, Oktober 2015

Tim Penyusun

## DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 LATAR BELAKANG .....	1
1.2 TUJUAN KHUSUS PENELITIAN.....	2
1.3 URGENSI / KEUTAMAAN PENELITIAN .....	3
1.4 POTENSI HASIL PENELITIAN .....	3
1.5 METODELOGI .....	3
1.5.1. Definisi Operasional Variabel .....	3
1.5.2. Rancangan Penelitian.....	5
1.5.3. Lokasi Penelitian .....	6
1.5.4. Jenis dan Sumber Data.....	6
1.5.5. Teknik Penentuan Sample (Informan dan Responden) .....	6
1.5.6. Metode Pengumpulan Data.....	8
1.5.7. Teknik Analisis Data .....	9
BAB II.....	11
KONSEP DAN KEBIJAKAN DESA WISATA.....	11
2.1. KONSEP PARIWISATA .....	11
2.2. TINJAUAN KONSEP DESA WISATA .....	16
2.3. KEBIJAKAN KEPARIWISATAAN .....	21
2.4. KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI BADUNG ..	23
BAB III	
KARAKTERSTIK DESA WISATA.....	31
3.1 GAMBARAN UMUM KABUPATEN BADUNG.....	31
3.2 GAMBARAN UMUM DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG .....	39
BAB IV	
ANALISIS PERKEMBANGAN DESA WISATA.....	51
4.1. PERKEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG .....	51
4.1.1 Analisis Sistem Kegiatan Kepariwisataaan .....	55
4.1.1.1 Desa Wisata Baha.....	55
4.1.1.2 Desa Wisata Bilok Sidan.....	58
4.1.1.3 Desa Wisata Bongkasa Pertiwi .....	60
4.1.1.4 Desa Wisata Carangsari .....	62
4.1.1.5 Desa Wisata Kapal .....	63
4.1.1.6 Desa Wisata Mengwi .....	65

4.1.1.7 Desa Wisata Munggu .....	66
4.1.1.8 Desa Wisata Pangsan .....	68
4.1.1.9 Desa Wisata Kerta.....	69
4.1.1.10 Desa Wisata Plaga.....	70
4.1.1.11 Desa Wisata Sangeh.....	71
4.1.2 Perencanaan Sistem Desa Wisata secara Berkelanjutan di Kabupaten Badung .....	72
4.2. ANALISIS STATUS PERKEMBANGAN DESA WISATA.....	88
4.3. PERSEPSI DAN ASPIRASI STAKEHOLDERS DESA WISATA DI BADUNG.....	104
4.3.1. Masyarakat.....	105
4.3.2. Wisatawan.....	116
4.3.3. Persepsi Biro Perjalanan Wisata (BPW) .....	120
4.4. KENDALA YANG DIHADAPI DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG.....	124
BAB V	
PENGEMBANGAN DESA WISATA .....	129
5.1. KONSEP PENGEMBANGAN .....	129
5.2. STRATEGI PENGEMBANGAN.....	139
BAB VI	
PENUTUP .....	144
6.2 REKOMENDASI .....	144
6.3 REKOMENDASI .....	144
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

## DAFTAR GAMBAR

	HALAMAN
Gambar 3.1 Peta Daerah Kabupaten Badung (Berbentuk Keris) .....	34

## DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1 Desa Wisata Di Kab. Badung .....	1
Tabel 3.1 Luas Wilayah Tiap Kabupaten Di Provinsi Bali .....	33
Tabel 3.2 Gambaran Umum Desa Wisata Di Kabupaten Badung.....	43
Tabel 4.1 Kerangka Implementasi Kebijakan Desa Wisata Di Kab. Badung.....	76
Tabel 4.1. Analisis Perkembangan Desa Wisata Baha .....	93
Tabel 4.2. Analisis Perkembangan Desa Wisata Bilok Sidan .....	94
Tabel 4.3. Analisis Perkembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi .....	95
Tabel 4.4. Analisis Perkembangan Desa Wisata Carangsari .....	96
Tabel 4.5. Analisis Perkembangan Desa Wisata Kapal.....	97
Tabel 4.6. Analisis Perkembangan Desa Wisata Mengwi .....	98
Tabel 4.7. Analisis Perkembangan Desa Wisata Munggu.....	99
Tabel 4.8. Analisis Perkembangan Desa Wisata Pangsan .....	100
Tabel 4.9. Analisis Perkembangan Desa Wisata .....	102
Tabel 4.10. Analisis Perkembangan Desa Wisata Petang .....	103
Tabel 4.11. Analisis Perkembangan Desa Wisata Sangeh.....	103
Tabel 4.12. Pengetahuan Tentang Desa Sebagai Daya Tarik Wisata .....	106
Tabel 4.13. Pengetahuan Tentang Penetapan Desa Wisata .....	106
Tabel 4.14. Brand Desa Wisata .....	107
Tabel 4.15. Lokasi Pusat Pelayanan .....	107
Tabel 4.16. Pengetahuan Pengelola Desa Wisata .....	107
Tabel 4.17. Pengetahuan Terhadap Kunjungan Wisatawan .....	108
Tabel 4.18. Persepsi Pemanfaatan Dan Pengembangan Potensi .....	108
Tabel 4.19. Persepsi Kedatangan Wisatawan .....	109
Tabel 4.20. Persepsi Program Desa Wisata .....	109
Tabel 4.21. Persepsi Dampak Ekonomi.....	109
Tabel 4.22. Persepsi Tentang Peran Desa.....	110
Tabel 4.23. Persepsi Peran Kecamatan .....	110
Tabel 4.24. Persepsi Peran Kabupaten.....	110
Tabel 4.25. Persepsi Peran Desa Adat .....	111
Tabel 4.26. Persepsi Peran Travel Agent.....	111
Tabel 4.27. Persepsi Peran Akademisi.....	111
Tabel 4.28. Persepsi Peran Keamanan.....	112
Tabel 4.29. Mengikuti Rapat Desa Terkait Dengan Desa Wisata .....	112
Tabel 4.30. Ikut Dalam Struktur Pengelola Desa Wisata .....	113
Tabel 4.31. Ikut Dalam Kegiatan Pelayanan Wisata .....	113
Tabel 4.32. Ikut Terkait Dengan Sarana Dan Prasarana.....	113
Tabel 4.33. Ikut Dalam Pemasaran Desa Wisata.....	114
Tabel 4.34. Ikut Dalam Kegiatan Partisipasi Lainnya .....	114
Tabel 4.35. Kelengkapan Fasilitas .....	115
Tabel 4.36. Adanya Informasi Terkait Kegiatan Wisata Yang Akan Dilakukan .....	115
Tabel 4.37. Pengelolaan Atraksi Wisata Yang Lengkap .....	115
Tabel 4.38. Adanya Manajemen Terkait Resiko Kegiatan Wisata (Asuransi, Perlengkapan, Dll).....	116
Tabel 4.39. Perlu Informasi Ketersediaan Atraksi Wisata.....	116
Tabel 4.40. Perlu Informasi Pelayanan Tambahan Dari Atraksi Wisata ..	116
Tabel 4.41. Pengalaman Menikmati Paket Wisata Desa .....	117
Tabel 4.42. Pengalaman Menikmati Paket Desa Wisata Di	

Kabupaten Badung.....	117
Tabel 4.43. Tahu Kabupaten Badung Memiliki Desa Sebagai Daerah Tujuan Wisata.....	118
Tabel 4.44. Keinginan Menikmati Paket Desa Wisata .....	118
Tabel 4.45. Kelengkapan Fasilitas .....	118
Tabel 4.46. Informasi Terkait Kegiatan Wisata Yang Akan Dilakukan...	119
Tabel 4.47. Kelengkapan Pengelolaan Atraksi Wisata.....	119
Tabel 4.48. Perlu Manajemen Terhadap Resiko Kegiatan Wisata (Asuransi, Peralatan,Dll).....	119
Tabel 4.49. Tambahan Bentuk Atraksi Wisata Budaya .....	120
Tabel 4.50. Tambahan Bentuk Atraksi Ekowisata (Ecotourism) .....	120
Tabel 4.51. Tambahan Info Harga Tiket Masuk Atau Harga Atraksi Wisata .....	120
Tabel 4.52. Tambahan Pelayanan Atraksi Wisata .....	120
Tabel 4.53. Pendapat Tentang Desa Wisata .....	122
Tabel 4.54. Pendapat Tentang Produk/Atraksi Desa Wisata .....	122
Tabel 4.55. Pendapat Tentang Kebersihan Lingkungan Di Desa Wisata.	122
Tabel 4.56. Pendapat Tentang Kondisi Alam Di Desa Wisata.....	122
Tabel 4.57. Pendapat Tentang Keunikan Budaya Dan Keseharian Masyarakat Setempat.....	122
Tabel 4.58. Pendapat Tentang Kondisi Aksesibilitas Menuju Desa Wisata .....	123
Tabel 4.59. Pendapat Tentang Kondisi Akomodasi Di Desa Wisata .....	123
Tabel 4.60. Pendapat Tentang Kenyamanan Untuk Tinggal Di Desa Wisata .....	123
Tabel 5.1. Konsep Pengembangan Desa Wisata Baha .....	129
Tabel 5.2. Konsep Pengembangan Desa Wisata Bilok Sidan.....	130
Tabel 5.3. Konsep Pengembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi .....	131
Tabel 5.4. Konsep Pengembangan Desa Wisata Carangsari .....	132
Tabel 5.5. Konsep Pengembangan Desa Wisata Kapal .....	133
Tabel 5.7. Konsep Pengembangan Desa Wisata Munggu .....	134
Tabel 5.8. Konsep Pengembangan Desa Wisata Pangsan .....	135
Tabel 5.9. Konsep Pengembangan Desa Wisata Pelaga .....	136
Tabel 5.10. Konsep Pengembangan Desa Wisata Petang.....	137
Tabel 5.11. Konsep Pengembangan Desa Wisata Sangeh.....	138

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 LATAR BELAKANG

Upaya pengembangan desa-desa wisata Kabupaten Badung adalah untuk pemerataan pembangunan sektor pariwisata agar tidak hanya terfokus di Badung Selatan (Kuta, Nusa Dua dan sekitarnya) yang sudah menjadi *trade mark* pariwisata Bali. Selain itu, masih kentalnya tradisi nilai budaya lokal dan alam yang masih asri dipandang sebagai potensi yang layak untuk pembangunan sektor pariwisata dengan meminimalkan dampak-dampak negatif.

Berdasarkan Surat Edaran Kadisparda Provinsi Bali Nomor 556/317/I/DISPAR tentang Pengembangan 100 Desa Wisata 2014-2018, dan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung maka Kabupaten Badung memiliki 11 (sebelas) desa wisata terletak di Badung Tengah dan Badung Utara. Ada pun ke-11 (sebelas) desa-desa wisata di Kabupaten Badung dapat dilihat pada tabel 1.1

**TABEL 1.1**  
**Desa Wisata di Kab. Badung**

No.	Nama Desa Wisata	Lokasi
1.	Desa Bongkasa Pertiwi	Banjar Karangdalem I Kec. Abiansemal
2.	Desa Sangeh	Kec. Abiansemal
3.	Desa Pangsan	Banjar Sekarmukti Pundung, Kec. Petang
4.	Desa Petang	Banjar Kerta Kec. Petang
5.	Desa Pelaga	Banjar Kiadan Kec. Petang
6.	Desa Belok	Banjar Lawak Kec. Petang
7.	Desa Carangsari	Kec. Petang
8.	Desa Baha	Kec. Mengwi
9.	Desa Kapal	Kec. Mengwi
10.	Desa Mengwi	Kec. Mengwi
11.	Desa Munggu	Kec. Mengwi

Sumber : *Disparda Kab. Badung, 2015*

Penelitian ini diawali oleh pemikiran dan fakta perkembangan desa wisata di Kabupaten Badung belum menunjukkan hasil maksimal. Indikator asumsi tersebut adalah masih minimnya angka jumlah kunjungan wisatawan, bahkan ada desa wisata



yang belum menunjukkan aktivitas kepariwisataan seperti desa wisata pada umumnya. Meskipun ada desa wisata yang sudah dikunjungi oleh wisatawan (domestik maupun mancanegara), namun masih bersifat sporadis dan dampak langsung kepada warga masyarakat belum benar-benar dapat dirasakan. Apalagi jika ditinjau dari sudut pandang pariwisata alternatif sebagai pariwisata berkelanjutan yang diselenggarakan untuk kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang menghambat Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung?
2. Bagaimana Upaya Internal dan Upaya Eksternal Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung?

Kedua rumusan permasalahan sebagai fokus penelitian untuk dapat secara nyata dan secara langsung menemukan di lapangan permasalahan yang dihadapi oleh desa wisata. Tidak bermaksud untuk mengesampingkan potensi yang dimiliki oleh masing-masing desa wisata, karena logikanya ketika suatu desa ditetapkan sebagai desa wisata maka desa tersebut pasti sudah memiliki potensi yang layak dan sumber daya pariwisata yang cukup untuk pengembangan selanjutnya. Jadi, penelitian ini bersifat praktis untuk penyelesaian suatu permasalahan (*solve problem*) dengan tenaga ahli multidisipliner (beberapa ilmu pengetahuan digunakan bersama-sama untuk mengkaji suatu permasalahan, berbeda dengan interdisipliner) seperti Perencana Pariwisata (Ekonomi Pembangunan dan Ilmu Lingkungan), Arkeologi dan Antropologi Budaya (Sosial Budaya), dan Pengelolaan Obyek Wisata (Ilmu Pariwisata).

## **1.2 TUJUAN KHUSUS PENELITIAN**

Tujuan khusus penelitian adalah untuk mengetahui Faktor Internal dan Faktor Eksternal yang menghambat Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Badung dan untuk menemukan Upaya Internal dan Upaya Eksternal Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung. Hasil penelitian adalah rekomendasi kepada Pemerintah Kabupaten Badung, untuk pengembangan desa-desa wisata di Kabupaten Badung tersebut. Hasil Penelitian diharapkan tidak bersifat teoritis melainkan aplikasi keilmuan secara multidisipliner dan bersifat terapan untuk secara cepat, tepat dan

efektif dalam mewujudkan keberhasilan pembangunan sektor pariwisata, khususnya desa-desa wisata di Kabupaten Badung (11 desa wisata).

### **1.3 URGENSI / KEUTAMAAN PENELITIAN**

Keutamaan penelitian adalah belum ada penelitian sebelumnya yang secara khusus mengangkat permasalahan pengembangan yang dihadapi desa wisata di Kabupaten Badung dengan menggunakan pendekatan sosial-budaya (kualitatif). Pendekatan kualitatif dalam pendekatan ini diterapkan secara multidisipliner akan menghasilkan suatu temuan *real* bukan penekanan kepada hipotesis atau pembuktian teori melainkan melihat permasalahan di lapangan secara apa adanya dilanjutkan dengan interpretasi untuk penyelesaian permasalahan tersebut. Sehingga hasil penelitian merupakan langkah kongkrit untuk dapat secara berkelanjutan mengembangkan desa wisata, termasuk sebagai dasar pertimbangan nantinya untuk penetapan desa wisata lain di Kabupaten Badung. Hal ini penting, agar suatu desa jangan hanya menyandang status sebagai desa wisata saja, akan tetapi tidak secara nyata mengembangkan potensi dan sumber daya pariwisata yang dimilikinya, yang akan merugikan desa tersebut dan pada akhirnya bagi Kabupaten Badung sendiri.

### **1.4 POTENSI HASIL PENELITIAN**

Potensi hasil penelitian adalah *data based* permasalahan desa-desa wisata di Kabupaten Badung dan upaya-upaya penanganannya yang akan tertuang dalam rekomendasi kepada Pemerintah Kabupaten Badung. Diharapkan *data based* dan rekomendasi tersebut dapat dimanfaatkan sebagai suatu acuan untuk penetapan kebijakan, pengelolaan dan bahan evaluasi kedepannya.

### **1.5. METODOLOGI**

#### **1.5.1. Definisi Operasional Variabel**

Untuk membatasi permasalahan yang akan dikaji, maka variabel penelitian Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung adalah sebagai berikut :

**A. Faktor Internal** yang meliputi persepsi warga masyarakat terhadap penetapan desa wisata di desanya dengan indikator :

- a. Persepsi masyarakat terhadap desa mereka sebagai desa wisata ditinjau dari potensi desa yang dimiliki
- b. Persepsi masyarakat terhadap kedatangan wisatawan di desanya

- c. Persepsi masyarakat terhadap desa mereka sebagai desa wisata ditinjau dari partisipasinya
- d. Persepsi masyarakat terhadap desa mereka sebagai desa wisata ditinjau dari pelaksanaan program desa wisata
- e. Persepsi masyarakat terhadap desa mereka sebagai desa wisata ditinjau dari aspek ekonomi
- f. Persepsi masyarakat terhadap peran kepala desa, atau Lurah, terhadap pengembangan desa wisata di desanya
- g. Persepsi masyarakat terhadap peran Bendesa Pekraman dan Desa Pekraman dalam pengembangan desa wisata di desanya
- h. Persepsi masyarakat terhadap peran Camat terhadap pengembangan desa wisata di desanya
- i. Persepsi masyarakat terhadap peran pemerintah kabupaten/pemerintah provinsi terhadap pengembangan desa wisata di desanya
- j. Persepsi masyarakat terhadap peran *travel agent* atau pihak swasta terhadap pengembangan desa wisata di desanya
- k. Persepsi masyarakat terhadap peran akademisi/LSM sebagai fasilitator terhadap pengembangan desa wisata di desanya
- l. Persepsi masyarakat terhadap peran aparat keamanan terhadap pengembangan desa wisata

**B. Faktor Eksternal** yang meliputi pihak luar terhadap penetapan desa wisata di terbagi menjadi beberapa domain dan masing-masing memiliki indikator tersendiri. Faktor eksternal yang dimaksud :

**a. Wisatawan dengan indikator :**

- Persepsi wisatawan terhadap keberadaan desa wisata di Kabupaten Badung
- Persepsi wisatawan terhadap produk / atraksi desa wisata
- Persepsi wisatawan terhadap *hospitality* warga masyarakat lokal
- Persepsi wisatawan terhadap kebersihan desa wisata
- Persepsi wisatawan terhadap keindahan alam desa wisata
- Persepsi wisatawan terhadap keunikan budaya setempat
- Persepsi wisatawan terhadap aksesibilitas desa wisata
- Persepsi wisatawan terhadap sarana akomodasi desa wisata
- Persepsi wisatawan terhadap keamanan dan kenyamanan desa wisata

**b. *Travel Agent / Guide* :**

- Persepsi *Travel Agent* terhadap keberadaan desa wisata di Kabupaten Badung
- Persepsi *Travel Agent* terhadap produk / atraksi wisata desa wisata di Kabupaten Badung
- Persepsi *Travel Agent* terhadap pengelolaan desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap hospitality warga masyarakat lokal
- Persepsi *Travel Agent* terhadap kebersihan desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap Keindahan Alam desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap keunikan budaya setempat
- Persepsi *Travel Agent* terhadap aksesibilitas desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap sarana akomodasi desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap keamanan dan kenyamanan desa wisata
- Persepsi *Travel Agent* terhadap harga yang ditetapkan kepada wisatawan oleh desa wisata

**1.5.2. Rancangan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian dengan paradigma *interpretative*, artinya penelitian “*ANALISIS PENGEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG*” di tahun 2015, bermaksud memberikan rekomendasi kepada pemerintah kabupaten Badung tentang permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh desa wisata di Kabupaten Badung. Ciri khas paradigma *interpretative* adalah penelitian bersifat induktif, memadukan pendekatan emik (warga lokal) dan pendekatan etik (keilmuan peneliti), sehingga fenomena yang akan diperoleh sangat dinamis sesuai dengan situasi dan kondisi *real* di lapangan tanpa intervensi. Oleh karena itu paradigma *interpretative* sering disebut sebagai *naturalistic inquiry*, *setting* sesuai dengan apa adanya keadaan dilapangan secara alamiah. Namun dalam tataran metode dapat memakai metode kuantitatif untuk membantu dalam tingkat validitas data untuk bagian-bagian tertentu untuk memperkuat data. Tidak dapat dipungkiri, jika *framework* penelitian digunakan paradigma interpretatif maka pola penelitian adalah bersifat kualitatif meskipun menggunakan metode-metode kuantitatif dalam pelaksanaan penelitiannya.

### 1.5.3. Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian di 11 (sebelas) lokasi yaitu desa-desa wisata di Kabupaten Badung, Provinsi Bali (Tabel 1.1). Dipilihnya seluruh populasi (desa wisata) di Kabupaten Badung agar dapat secara langsung melihat dan memahami kondisi *real* di lapangan. Sehingga hasil penelitian bukan perwakilan desa wisata, namun secara keseluruhan desa wisata di Kabupaten Badung.

### 1.5.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data adalah data kualitatif dan data kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berwujud bukan angka atau dijelaskan secara naratif (Creswell, 1998). Dalam penelitian ini data kualitatif adalah makna dari informasi dan observasi yang diolah sebagai data secara cermat. Data kuantitatif adalah data berupa perhitungan angka atau numerik (Creswell, 1998). Dalam penelitian ini, data kuantitatif adalah karakter wisatawan, jumlah wisatawan domestik dan mancanegara, serta demografi penduduk lokal dan persepsi warga masyarakat lokal, persepsi wisatawan, persepsi Pemerintah Kabupaten Badung, DPRD Kabupaten Badung dan Persepsi *Travel Agent/Guide*.

Berkaitan dengan sumber data, penelitian menggunakan data primer dan data sekunder. Sebagian besar data dalam penelitian ini merupakan data primer yaitu data yang langsung diperoleh dari informan (Marzuki, 1983). Data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak pertama berupa dokumen seperti literatur, jurnal, tabel statistik, dan referensi lain berkaitan dengan masalah penelitian (Marzuki, 1983). Data Sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari monografi desa, hasil penelitian tim arkeologi yang telah berupa buku, data kunjungan wisatawan dari Diparda Pemkab Badung dan sumber tertulis lainnya.

### 1.5.5. Teknik Penentuan *Sample* (Informan dan Responden)

Penentuan informan (dalam metode kualitatif disebut sebagai subyek penelitian) dilakukan secara *purposive* yaitu pemegang kebijakan di tingkat Kabupaten (Dinas Pariwisata), Anggota DPRD Badung, Praktisi Pariwisata (ASITA), Tokoh Masyarakat, LSM dan Akademisi. Mengingat penelitian ini menemukan rekomendasi maka dapat dikategorikan bahwa seluruh informan merupakan informan kunci (dengan tidak mengesampingkan informan pangkal), yaitu (1) Mereka yang memahami permasalahan secara mendalam, (2) Mereka yang kritis, (3) Mereka yang

diterima dari berbagai kelompok yang memiliki pandangan obyektif terhadap lingkungan sosialnya (Moleong, 2005).

Untuk mendapatkan keterpercayaan data dilakukan teknik triangulasi yaitu data hasil observasi dipertegas dengan mengadakan wawancara mendalam terhadap informan kunci lalu dibandingkan dengan data dari informan pangkal (Moleong, 2005 : 186). Teknik triangulasi berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berbeda-beda untuk mendapatkan data dari sumber yang sama secara serempak. Teknik triangulasi sumber adalah mendapatkan data dari sumber berbeda-beda dengan teknik yang sama. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena, tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan. Nilai dari teknik pengumpulan data dengan triangulasi adalah untuk mengetahui data yang diperoleh meluas, tidak konsisten atau kontradiksi. Oleh karena itu, dengan menggunakan triangulasi dalam pengumpulan data maka data yang diperoleh akan lebih konsisten, tuntas dan pasti. Dengan triangulasi akan lebih meningkatkan kekuatan data, bila dibandingkan dengan hanya menggunakan satu cara (Stainback, 1988, Mathinson, 1988, Patton, 1980, dalam Sugiyono, 2005 : 83).

Selain menggunakan informan, untuk dapat mengukur validitas pada beberapa fokus penelitian yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan metode kualitatif maka digunakan sampel untuk mendapatkannya (metode kuantitatif). Akan tetapi perlu dipahami secara seksama bahwa populasi dalam penelitian ini adalah 11 (sebelas) desa wisata, wisatawan yang berkunjung ke desa wisata, aparatur pemerintah kabupaten, anggota DPRD dan *travel agent/guide*. Mengatasi kesulitan tersebut, tim peneliti dengan logika sederhana memilih menggunakan teknik penentuan sampel secara acak (*random sampling*) yang dianggap mewakili populasi penelitian serta nantinya disebut sebagai responden penelitian (Mantra dan Kasto, 1989 : 156).

Teknik penentuan sampel dalam penelitian diawali dengan melihat populasi sebagai jumlah keseluruhan dari unit analisis yang ciri-cirinya akan diduga. Jika anggota populasi yang diteliti tidak banyak, peneliti dapat menggunakan seluruh anggota populasi yang disebut sebagai sampel total atau sensus (Wardiyanta, 2010 : 20). Dengan pembatasan populasi penelitian akan memudahkan di dalam memberikan ciri atau sifat-sifat lain dari populasi tersebut dan semua ini memberikan keuntungan dalam penarikan sampel-kalau penarikan sampel memang dibutuhkan

(Bungin, 2005 : 100). Teknik penentuan sampel memerlukan empat parameter agar sampel tersebut dikatakan mewakili populasi. Parameter tersebut adalah variabilitas populasi, besar sampel, teknik penentuan sampel dan kecermatan memasukkan ciri-ciri populasi dalam sampel (Suryabrata, 2010 : 37).

Pada penelitian ini digunakan teknik penentuan sampel secara acak (*random sampling*) dengan asumsi jumlah populasi yang sangat besar yaitu masyarakat dan komponen lain sebagai sumber data penelitian. Jika jumlah populasinya besar maka dapat diambil 10-15% atau 20-25 % atau lebih tergantung dari kemampuan peneliti (waktu, tenaga dan dana), sempit luasnya wilayah pengamatan dan besar kecilnya resiko penelitian (Arikunto, 2006 : 134).

#### **1.5.6. Metode Pengumpulan Data**

Tim peneliti sedari awal berupaya untuk diterima dan dipercaya oleh informan dan lingkungan sosialnya. Hal tersebut dapat dicapai dengan menjalin hubungan baik atas dasar kepercayaan dengan informan yang disebut sebagai *rapport*. Penggunaan metode kualitatif yaitu observasi, metode wawancara mendalam, dan studi kepustakaan dapat dilakukan secara simultan dalam *community group* dari sebuah situasi sosial (Spradley, 1980).

Berikut penjelasan beberapa metode kualitatif yang digunakan dalam penelitian ini :

1. Observasi adalah cara mengumpulkan data berlandaskan pada pengamatan langsung terhadap subyek (kualitatif) dan obyek (kuantitatif) penelitian. Teknik pengamatan didasarkan atas pengalaman langsung peneliti atas peristiwa, situasi-situasi yang rumit, ketika komunikasi tidak memungkinkan artinya metode pengamatan mengoptimalkan kemampuan peneliti dari segi motif, kepercayaan, perhatian, perilaku tak sadar, kebiasaan, sehingga memungkinkan peneliti melihat dunia sebagaimana yang dilihat oleh subjek penelitian, menangkap makna dari pengertian subyek penelitian dan merasakan apa yang dirasakan serta dihayati oleh subyek penelitian, sehingga memungkinkan pula sebagai peneliti menjadi sumber data (Moleong, 2005 :126). Metode pengamatan memerlukan alat bantu karena pengamatan manusia pada hakikatnya sangat terbatas. Alat bantu tersebut antara lain kamera foto, *handycam*, dan alat perekam suara (Bachtiar, 1986 : 123)
2. Wawancara mendalam adalah percakapan dengan maksud tertentu dan bersifat terbuka (Bungin, 2003 : 62). Untuk mendukung observasi wawancara mendalam diperlukan secara berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi. Wawancara

mendalam tidaklah kaku namun selalu mengacu kepada topik, tema dan sub tema penelitian. Hal-hal yang perlu diperhatikan adalah isi pertanyaan, urutannya, kekhususan pertanyaan, berapa lama wawancara dan bagaimana memformulasikan pertanyaan tersebut termasuk apakah subyek berkeberatan jika wawancaranya direkam dengan menggunakan alat. Ada pun jenis pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah : pertanyaan tentang identitas, pertanyaan tentang pengetahuan dan pertanyaan tentang pandangan.

3. Studi Kepustakaan adalah studi menyeluruh terhadap buku, karya ilmiah, dan sumber tertulis lainnya untuk menjajaki keadaan seputar masalah penelitian (Moleong, 2005 : 114). Dalam penelitian ini studi kepustakaan mencakup hasil-hasil penelitian sebelumnya yang tertulis di buku, jurnal ilmiah maupun laporan penelitian dan sumber tertulis lain yang berisikan teori dan konsep sesuai keperluan penelitian baik *hard copy* maupun *soft copy*.

Teknik pengumpulan data disamping merupakan metode pengumpulan data kualitatif, juga terdapat metode pengumpulan data kuantitatif. Data kuantitatif yang dicari dapat berupa data karakteristik persepsi dan aspirasi masyarakat, wisatawan dan travel agent. Alat pengumpulan data yang digunakan berupa quistioner yang disebar dengan metode penentuan sampling Accidental. Metode ini digunakan untuk menentukan sampel yang akan diberikan lembar pertanyaan (kuesioner) didasarkan atas waktu bertemu antara surveyor dengan responden.

#### **1.5.7. Teknik Analisis Data**

Penelitian dengan paradigma *interpretative* (pendekatan utama) pada dasarnya bertujuan untuk menggambarkan sifat dan pola pada suatu fenomena sosial, sebagai suatu upaya ilmiah untuk dapat memberikan pemahaman sesuai dengan realitas di lapangan. Dengan demikian, menjadi signifikan dari suatu deskripsi sebagai suatu jawaban atas permasalahan sosial yang sedang diteliti. Tujuan akhir tulisan kualitatif ialah memahami apa yang dipelajari dari perspektif kejadian itu sendiri, dari sudut pandang kejadiannya itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bahwa tim peneliti akan ikut mempengaruhi realitas yang tengah ditelitinya dan bisa juga mendistorsi peristiwa yang diamati. Akan tetapi distorsi itu setidaknya diminimalisir oleh metode yang digunakan. Dalam keadaan begitulah penulis kualitatif menerangkan makna peristiwa yang ditelitinya, menjadi seorang pencatat detil-detil berdasarkan perspektif dan sudut pandang kejadian/peristiwanya itu sendiri. Ia melaporkan pemahaman sebuah



kejadian melalui kejadiannya sendiri (Gorman dan Clayton, 1997 : 27 dalam Santana 2007 : 29).

Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif yaitu dengan cara melakukan pengamatan dan penelitian secara langsung, pengumpulan data baik lisan maupun tertulis, kemudian data tersebut disusun secara sistematis, aktual, dan akurat mengenai fakta-fakta yang ada (Arikunto, 1988). Dalam upaya pemahaman tersebut penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif sehingga terdapat dua teknik analisis data, namun teknik analisis data yang dominan adalah teknik analisis data kualitatif.

Untuk analisis data survei (kuantitatif) sebagai pelengkap analisis data kualitatif meliputi proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasi. Hasil dari metode survei berupa data statistik diinterpretasi dengan serangkaian konsep dan teori yang dimiliki oleh tim peneliti. Data kuantitatif yang berasal dari kuisisioner terlebih dahulu dilakukan rekapitulasi, kemudian dianalisa dengan menggunakan *software* SPSS untuk dicari distribusi frekuensi rekapitulasi kuisisioner yang ada. Distribusi frekuensi yang dilakukan lebih diarahkan pada penentuan perumusan nilai maksimum dan minimum, penentuan interval, penentuan mean, median dan modus. Seluruh penelitian ini dilakukan dengan menggunakan SPSS.

## **BAB II**

### **KONSEP DAN KEBIJAKAN DESA WISATA**

#### **2.1. KONSEP PARIWISATA**

Pariwisata merupakan konsep yang dinamis karena tidak beroperasi di dalam ruang kedap. Jika pariwisata diasumsikan sebagai sebuah sistem, maka terdiri dari sub-sub sistem yang saling berinteraksi dan mempengaruhi. Dalam kepariwisataan menurut Leiper dalam Ismayanti, dkk (2011: 1-3), setidaknya terdapat tiga elemen utama yang membuat aktivitas tersebut dapat berlangsung. Komponen-komponen tersebut antara lain:

##### **1. Wisatawan**

Wisatawan merupakan aktor utama dari kegiatan wisata. Dengan adanya aktor inilah, aktivitas pergerakan manusia yang melintasi ruang geografis dapat disebut sebagai aktivitas wisata, berbeda dengan fenomena migrasi. Berwisata menjadi sebuah pengalaman unik manusia untuk menikmati, mengantisipasi, dan romantisisme guna mendapatkan dan mengingat masa-masa berkesan dalam kehidupan mereka. Jadi wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata.

##### **2. Elemen geografi**

Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi, yaitu:

###### **1. Daerah Asal Wisatawan (DAW)**

Merupakan daerah tempat asal wisatawan bermukim, yang merupakan ruang melakukan aktivitas keseharian, seperti: bekerja, belajar, tidur, dan kebutuhan dasar lainnya. Aktivitas yang dilakukan secara berulang-ulang tersebut berperan sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang berwisata, guna melepaskan diri dari perangkat rutinitas yang menjemukan. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.

###### **2. Daerah Transit**

Merupakan ruang antara DAW dan DTW. Akan tetapi, tidak seluruh wisatawan harus singgah di daerah itu. Namun, seluruh wisatawan pasti akan melewati daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Sehingga DT memiliki status ganda. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan

Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

### 3. Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Daerah ini sering dikatakan sebagai *sharp end* (ujung tombak) pariwisata. Di DTW ini, dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat, guna meminimalisir dampak sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan. Untuk menarik wisatawan, DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan DAW. DTW juga merupakan *raison d'être* atau alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

### 3. Industri Pariwisata

Elemen ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri pariwisata yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan yang tersebar di ketiga area geografi tersebut. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata bisa ditemukan di daerah asal wisatawan, penerbangan bisa ditemukan baik di daerah asal wisatawan maupun di daerah transit, dan akomodasi bisa ditemukan di daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dipahami dari banyak pendekatan. Dewasa ini, sektor pariwisata sudah menjadi kebutuhan primer bagi individu. Hal tersebut dikarena pariwisata adalah tempat relaksasi dari mereka yang lelah berkerja. Pariwisata merupakan kanalisasi bagi kejenuhan karena rutinitas kehidupan seseorang, dan merupakan instrumen bagi *re-charge* masyarakat modern, sebelum kembali ke aktivitas rutinnnya.

Dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, dijelaskan sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
5. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut 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.
7. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
9. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
10. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
11. Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.
12. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.
13. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

14. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
15. Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang kepariwisataan.

Dapat dikatakan, pendekatan spasial merupakan definisi pariwisata yang berkembang lebih awal dibandingkan definisi-definisi lainnya (Gartner, 1996: 4). Pada bagian ini, definisi pariwisata menekankan pada pergerakan wisatawan ke suatu tempat yang jauh dari lingkungan tempat tinggal dan atau tempat kerjanya untuk waktu yang sementara, seperti yang dikemukakan oleh Airey pada tahun 1981 (Smith and French, 1994: 3):

*“Tourism is the temporary short-term movement of people to destinations outside the places where they normally live and work, and their activities during their stay at these destinations.”*

(Pariwisata adalah pergerakan sementara orang dalam jangka pendek ke tujuan-tujuan di luar tempat dimana biasanya mereka hidup dan bekerja, dan kegiatan mereka selama mereka berada tujuan ini).

Selain bepergian ketempat jauh dari lingkungan rumah dan tempat kerja, Airey menambahkan aktivitas wisatawan selama berada di destinasi pariwisata sebagai bagian dari pariwisata. Pengertian pariwisata yang dikemukakan oleh World Tourism Organization (WTO) pun memfokuskan pada sisi permintaan dan bagian spasial, dengan menetapkan dimensi waktu untuk perjalanan yang dilakukan wisatawan, yaitu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut. Berikut definisi *tourism* menurut WTO:

*“Tourism comprises the activities of persons travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited.”*

(Pariwisata terdiri dari kegiatan orang-orang yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan biasa mereka selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk berlibur, bisnis dan tujuan lain yang tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan penghasilan di tempat yang dikunjungi).

Berikutnya, jika ditinjau dari aspek penyediaan, pariwisata lebih banyak dilihat sebagai aktivitas industri/bisnis. Pengertian pariwisata yang dipandang dari industri/bisnis lebih berfokus pada keterkaitan antara barang dan jasa dalam memfasilitasi perjalanan wisata seorang wisatawan. Menurut Smith dalam Seaton dan Bennett (1996: 4), memberikan pengertian pariwisata sebagai kumpulan usaha yang

menyediakan barang dan jasa untuk memfasilitasi kegiatan bisnis, bersenang-senang, dan memanfaatkan waktu luang yang dilakukan jauh dari lingkungan tempat tinggalnya.

*“..the aggregate of all businesses that directly provide goods or services to facilitate business, pleasure, and leisure activities away from the home environment.”*

(..agregat dari semua bisnis yang secara langsung menyediakan barang atau jasa untuk memfasilitasi bisnis, kesenangan, dan kegiatan santai yang jauh dari lingkungan tempat tinggal).

Kemudian, Craig-Smith and French (1994: 2) memberi pengertian pariwisata sebagai keterkaitan antara barang dan jasa yang dikombinasikan untuk menghasilkan pengalaman berwisata.

*“..a series of interrelated goods and services which combined make up the travel experience.”*

(Serangkaian barang dan jasa terkait yang dikombinasikan membentuk pengalaman perjalanan).

Pengertian pariwisata juga dapat ditilik dari kacamata sosial budaya. Dari sudut pandang ini, pariwisata menitikberatkan pada upaya mengakomodir kebutuhan wisatawan dengan berbagai ciri khasnya, seperti pengertian yang dikemukakan oleh Mathieson dan Wall dalam Gunn (2002: 9):

*“Tourism is the temporary movement of people to destinations outside their normal places of work and residence, the activities undertaken during their stay in those destinations, and the facilities created to cater to their needs.”*

(Pariwisata adalah gerakan sementara orang yang mempunyai tujuan di luar tempat kerja, tempat tinggal, aktivitas yang dilakukan selama mereka tinggal dirumah, dan fasilitas yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan mereka).

Secara spesifik, MacCannell dalam Herbert (1995: 1) mengemukakan sebagai berikut:

*“Tourism is not just an aggregate of merely commercial activities; it is also an ideological framing of history, nature and tradition; a framing that has the power to reshape culture and nature to its own needs.”*

(Pariwisata bukan hanya agregat hanya untuk kegiatan komersial, melainkan juga merupakan pandangan ideologis sejarah, alam dan tradisi, sebuah pandangan yang memiliki kekuatan untuk membentuk kembali budaya dan alam untuk kebutuhan sendiri).

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat dilihat bahwa terdapat elemen-elemen penting yang menjadi fokus perhatian. Kacamata spasial

menggambarkan bahwa pariwisata adalah individu yang melakukan perjalanan keluar tempat tinggal dan tempat kerja dalam waktu sementara. Kacamata bisnis/industri mendeskripsikan pariwisata adalah keterkaitan antara barang dan jasa untuk membentuk pengalaman berwisata. Kacamata sosial budaya mendeskripsikan pariwisata adalah pemenuhan kebutuhan individu dengan interaksi antara lingkungan fisik, ekonomi, sosial dan budaya dalam kerangka pembentukan sejarah, alam dan budaya.

## **2.2. TINJAUAN KONSEP DESA WISATA**

Desa wisata umumnya berupa kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus, sehingga layak untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di kawasan ini, penduduk masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih otentik. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, sumberdaya alam dan lingkungan alam yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor penting dari sebuah kawasan desa wisata.

Selain berbagai keunikan tersebut, kawasan desa wisata juga dipersyaratkan memiliki berbagai fasilitas sehingga mampu menunjang sebagai kawasan tujuan wisata. Berbagai fasilitas ini akan memudahkan para pengunjung (wisatawan) di desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata. Fasilitas-fasilitas yang seharusnya ada di suatu kawasan desa wisata, antara lain: sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan, dan akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata dapat menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (*home stay*) sehingga para pengunjung dapat merasakan suasana pedesaan yang masih asli.

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

Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. (Nuryanti, 1993).

Penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi persyaratan-persyaratan, antara lain sebagai berikut :

1. Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi.
2. Memiliki obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan local, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata.
3. Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya.
4. Keamanan di desa tersebut terjamin.
5. Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai.
6. Beriklim sejuk atau dingin.
7. Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Pembangunan desa wisata mempunyai manfaat ganda di bidang ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain. Manfaat ganda dari pembangunan desa wisata, adalah:

1. Ekonomi: meningkatkan perekonomian nasional, regional, dan masyarakat lokal.
2. Sosial: membuka lapangan kerja dan lapangan berusaha bagi masyarakat di desa.
3. Politik:  
Internasional: menjembatani perdamaian antar bangsa di dunia.  
Nasional : memperkuat persatuan bangsa, mengatasi disintegrasi
4. Pendidikan: memperluas wawasan dan cara berfikir orang-orang desa, mendidik cara hidup bersih dan sehat.
5. Ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek): Meningkatkan ilmu dan teknologi bidang kepariwisataan.
6. Sosial budaya: menggali dan mengembangkan kesenian serta kebudayaan asli daerah yang hampir punah untuk dilestarikan kembali.
7. Lingkungan: menggugah sadar lingkungan (Darling), yaitu menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya memelihara dan melestarikan lingkungan bagi kehidupan manusia kini dan di masa



Untuk suksesnya pembangunan desa wisata, perlu ditempuh upaya-upaya sebagai berikut :

1. Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM)

Pelaksanaan pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM), bisa dilakukan melalui pendidikan, pelatihan dan keikutsertaan dalam seminar, diskusi, dan lain sebagainya, serta di bidang-bidang kepariwisataan. Pendidikan diperlukan untuk tenaga-tenaga yang ditugaskan generasi muda dari desa yang bersangkutan untuk dididik mereka yang akan diberi tugas menerima dan melayani wisatawan. Keikutsertaan dalam seminar, diskusi, dan lain sebagainya diberikan kepada para petugas kepariwisataan di desa, kecamatan, dan kabupaten, karena penduduk desa umumnya hanya mempunyai keterampilan bertani. Kepada mereka dapat diberikan pelatihan keterampilan lain untuk menambah kegiatan usaha seperti kerajinan, industri rumah tangga, pembuatan makanan lokal, budi daya jamur, cacing, menjahit, dan lain sebagainya.

2. Kemitraan

Pola kemitraan atau kerjasama dapat saling menguntungkan antara pihak pengelola desa wisata dengan para pengusaha pariwisata di kota atau pihak Pembina desa wisata dalam hal ini pihak dinas pariwisata daerah. Bidang-bidang usaha yang bisa dikerjasamakan, antara lain seperti: bidang akomodasi, perjalanan, promosi, pelatihan, dan lain-lain.

3. Kegiatan Pemerintahan di Desa

Kegiatan dalam rangka desa wisata yang dilakukan oleh pemerintah desa, antara lain seperti : Rapat-rapat dinas, pameran pembangunan, dan upacara-upacara hari-hari besar diselenggarakan di desa wisata.

4. Promosi

Desa wisata harus sering dipromosikan melalui berbagai media, oleh karena itu desa atau kabupaten harus sering mengundang wartawan dari media cetak maupun elektronik untuk kegiatan hal tersebut.

5. Festival / Pertandingan

Secara rutin di desa wisata perlu diselenggarakan kegiatan-kegiatan yang bias menarik wisatawan atau penduduk desa lain untuk mengunjungi desa wisata tersebut, misalnya mengadakan festival kesenian, pertandingan olah raga, dan lain sebagainya.

6. Membina Organisasi Masyarakat Lokal

Masyarakat desa biasanya banyak yang merantau di tempat lain. Mereka akan pulang ke desa kelahirannya pada saat hari raya agama, yang dikenal dengan istilah “mudik”. Mereka juga bisa diorganisir dan dibina untuk memajukan desa wisata mereka.

7. Kerjasama dengan Perguruan Tinggi.

Universitas-Universitas di Indonesia mensyaratkan melakukan Kuliah Kerja Praktek Lapangan (KKPL) bagi mahasiswa yang akan menyelesaikan studinya, sehubungan dengan itu sebaiknya dijalin atau diadakan kerjasama antara desa wisata dengan Universitas yang ada, agar bisa memberikan masukan dan peluang bagi kegiatan di desa wisata untuk meningkatkan pembangunan desa wisata tersebut.

Untuk memperkaya Daya Tarik Wisata (DTW) di suatu desa wisata, dapat dibangun berbagai fasilitas dan kegiatan sebagai berikut :

1. *Eco-lodge*: renovasi *homestay* agar memenuhi persyaratan akomodasi wisatawan, atau membangun *guest house* berupa, *bamboo house*, *traditional house*, *log house*, dan lain sebagainya.
2. *Eco-recreation*: kegiatan pertanian, pertunjukan kesenian lokal, memancing ikan di kolam, jalan-jalan di desa (*tracking*), dan lain sebagainya.
3. *Eco-education*: mendidik wisatawan mengenai pendidikan lingkungan dan memperkenalkan flora dan fauna yang ada di desa yang bersangkutan.
4. *Eco-research* : meneliti flora dan fauna yang ada di desa, dan mengembangkan produk yang dihasilkan di desa, serta meneliti keadaan sosial ekonomi dan budaya masyarakat di desa tersebut, dan sebagainya.
5. *Eco-energy* : membangun sumber energi tenaga surya atau tenaga air untuk *Eco-lodge*.
6. *Eco-development* : menanam jenis-jenis pohon yang buahnya untuk makanan burung atau binatang liar, tanaman hias, tanaman obat, dll, agar bertambah populasinya.

7. *Eco-promotion* : promosi lewat media cetak atau elektronik, dengan mengundang wartawan untuk meliput mempromosikan kegiatan desa wisata.

Menurut pola, proses dan tipe pengelolanya desa atau kampung wisata di Indonesia sendiri, terbagi dalam dua bentuk, yaitu tipe terstruktur dan tipe terbuka.

1. Tipe terstruktur (*enclave*)

Tipe terstruktur ditandai dengan karakter-karakter sebagai berikut :

- Lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Tipe ini mempunyai kelebihan dalam citra yang ditumbuhkannya sehingga mampu menembus pasar internasional.
- Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat atau penduduk lokal, sehingga dampak negatif yang ditimbulkannya diharapkan terkontrol. Selain itu pencemaran sosial budaya yang ditimbulkan akan terdeteksi sejak dini.
- Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinir, sehingga diharapkan akan tampil menjadi semacam agen untuk mendapatkan dana-dana internasional sebagai unsur utama untuk “menangkap” servis-servis dari hotel-hotel berbintang lima.

Contoh dari kawasan atau perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Nusa Dua, Bali dan beberapa kawasan wisata di Lombok. Pendekatan Kawasan pedesaan ini diakui sebagai suatu pendekatan yang tidak saja berhasil secara nasional, melainkan juga pada tingkat internasional. Pemerintah Indonesia mengharapkan beberapa tempat di Indonesia yang tepat dapat dirancang dengan konsep yang serupa.

2. Tipe Terbuka (*spontaneus*)

Tipe ini ditandai dengan karakter-karakter yaitu tumbuh menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola dengan masyarakat lokal.

Distribusi pendapatan yang diperoleh dari kegiatan wisatawan dapat langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal, sehingga sulit dikendalikan. Contoh dari tipe perkampungan wisata jenis ini adalah kawasan Prawirotaman, Yogyakarta.

### 2.3. KEBIJAKAN KEPARIWISATAAN

Berbagai definisi tentang kebijakan kepariwisataan dikemukakan oleh ahli-ahli pariwisata. Goeldner dan Ritchie (2006) mendefinisikan kebijakan pariwisata sebagai regulasi, aturan, pedoman, arah, dan sasaran pembangunan/promosi serta strategi yang memberikan kerangka dalam pengambilan keputusan individu maupun kolektif yang secara langsung mempengaruhi pengembangan pariwisata dalam jangka panjang dan sekaligus kegiatan sehari-hari yang berlangsung di suatu destinasi.

Biederman (2007) menambahkan hal penting dalam definisi kebijakan kepariwisataan dengan mengemukakan bahwa prinsip dari kebijakan kepariwisataan adalah harus menjamin negara maupun daerah mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari kontribusi sosial dan ekonomi yang diberikan pariwisata. Biederman juga menyebutkan bahwa sasaran akhir dari kebijakan pariwisata adalah peningkatan kemajuan negara atau daerah dan kehidupan warga negaranya.

*“A tourism policy defines the direction or course of action that a particular country, region, locality or an individual destination plans to take when developing or promoting tourism. The key principle for any tourism policy is that it should ensure that the nation (region or locality) would benefit to the maximum extent possible from the economic and social contributions of tourism. The ultimate objective of a tourism policy is to improve the progress of the nation (region or locality) and the lives of its citizens”.*

Definisi yang lebih luas dikemukakan oleh Edgell, dkk (2008) yang mengemukakan bahwa kebijakan pariwisata merupakan kerangka etis yang terfokus pada isu-isu yang dihadapi dan mempertemukan secara efektif keinginan/kebutuhan masyarakat dengan rencana, pembangunan, produk, pelayanan, pemasaran, serta tujuan dan sasaran keberlanjutan bagi pertumbuhan pariwisata di masa yang akan datang, seperti yang dinyatakan berikut ini.

*‘Tourism policy is a progressive course of actions, guidelines, directives, principles, and procedures set in an ethical framework that is issues-focused and best represents the intent of a community (or nation) to effectively meet its planning, development, product, service, marketing, and sustainability goals and objectives for the future growth of tourism’.*

Definisi terakhir menjadikan pemasaran, pengembangan produk, dan pelayanan hospitality memegang peranan penting dalam kebijakan kepariwisataan. Lebih penting lagi, definisi tersebut mengisyaratkan bahwa kebijakan kepariwisataan

bersifat dinamis dan fleksible dalam melakukan penyesuaian dan penyempurnaan terhadap perkembangan yang terjadi.

Kebijakan kepariwisataan terkait erat dengan perencanaan kepariwisataan. Menurut Edgell, dkk. (2008) perencanaan kepariwisataan memperkuat kedudukan kebijakan kepariwisataan dalam pembangunan. Edgell, dkk (2008) mengemukakan bahwa model perencanaan pariwisata mencakup pernyataan visi dan misi yang diikuti oleh serangkaian tujuan, sasaran, strategi, dan taktik dalam pengembangan pariwisata.

Kebijakan dan perencanaan kepariwisataan seharusnya dapat berfungsi secara efektif sebagai arah pembangunan kepariwisataan suatu destinasi. Akan tetapi, pada kenyataannya banyak sekali konflik kepentingan di tingkat para pengambil keputusan pada saat mengimplementasikan kebijakan maupun perencanaan kepariwisataan yang sebenarnya sudah disepakati bersama sehingga perkembangan pariwisata tidak lagi mengacu pada kebijakan dan perencanaan yang sudah dibuat.

Pemerintah Indonesia menetapkan pariwisata sebagai sektor prioritas yang mampu mendorong ekonomi. Di dalam RPJMN 2015-2019 pemerintah telah menetapkan target kunjungan wisatawan mancanegara hingga 20 juta orang pada tahun 2019. Walaupun sampai saat ini belum ada roadmap yang jelas terkait strategi pengembangan sektor pariwisata dalam lima tahun ke depan dapat mencapai target tersebut. *Center of Reform on Economics (CORE)* memberikan beberapa catatan penting untuk dapat meningkatkan kinerja sektor pariwisata dalam lima tahun ke depan.

Pertama, percepatan pertumbuhan sektor pariwisata akan dapat mengatasi defisit neraca jasa, dengan demikian pertumbuhan sektor pariwisata akan didorong lebih cepat lagi, tidak sekedar mengikuti tren pertumbuhan linier seperti yang terjadi selama ini.

Kedua, untuk dapat merespon dinamika dalam bisnis pariwisata secara cepat, efektif dan efisien, pengelolaan pariwisata di Indonesia perlu menggunakan pendekatan bisnis, bukan dengan pendekatan birokrasi, karena sektor pariwisata bukanlah pelayanan dasar publik sebagaimana halnya sektor pendidikan dan kesehatan. Pendekatan secara bisnis ini semestinya diterapkan dengan mendirikan badan pengembangan pariwisata independen yang dikelola secara profesional dan menempatkan pemerintah serta seluruh stakeholder di sektor ini.

Ketiga, kebijakan bebas visa merupakan langkah terobosan yang bagus, namun untuk mendongkrak kinerja sektor pariwisata dan melakukan percepatan pertumbuhan sektor ini secara signifikan tidak bisa hanya dengan mengandalkan satu kebijakan saja. Kebijakan bebas visa juga harus diikuti dengan langkah-langkah lain yang bersifat pro-aktif dan inovatif, melakukan promosi wisata secara gencar, disamping terus memacu pembangunan infrastruktur khususnya yang berdampak terhadap peningkatan daya saing wisata.

Keempat, untuk mendorong surplus jasa perjalanan, selain menjangkau sebanyak mungkin wisatawan mancanegara untuk berkunjung ke Indonesia, perlu pula mendorong masyarakat Indonesia untuk lebih memilih berwisata di dalam negeri.

Pemerintahan mengambil langkah penting dengan menempatkan sektor pariwisata sebagai sektor prioritas dalam lima tahun ke depan. Selanjutnya, CORE mendorong pemerintah untuk segera menindaklanjutinya dengan membuat peta jalan pengembangan pariwisata lima tahun secara jelas dan rinci, dengan mempertimbangkan beberapa usulan yang telah dipaparkan di atas. Dengan demikian pemerintah berharap melalui empat kebijakan sektor pariwisata di Indonesia mampu mendongkrak jumlah wisatawan mancanegara untuk datang ke Indonesia.

## **2.4. KEBIJAKAN PENGEMBANGAN PARIWISATA DI BADUNG**

Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 Tentang Kepariwisata Budaya Bali, menyebutkan:

*“Kepariwisata Budaya Bali adalah kepariwisataan Bali yang berlandaskan kepada Kebudayaan Bali yang dijiwai oleh ajaran Agama Hindu dan falsafah Tri Hita Karana sebagai potensi utama dengan menggunakan kepariwisataan sebagai wahana aktualisasinya, sehingga terwujud hubungan timbal-balik yang dinamis antara kepariwisataan dan kebudayaan yang membuat keduanya berkembang secara sinergis, harmonis dan berkelanjutan untuk dapat memberikan kesejahteraan kepada masyarakat, kelestarian budaya dan lingkungan”.*

Kebijakan pengembangan pariwisata Kabupaten Badung senafas dengan apa yang tertuang dalam perda di atas. Selain itu, Pemkab Badung memperhatikan pula beberapa aspek yang menjadi rujukan kebijakan pengembangan pariwisatanya. Aspek-aspek tersebut antara lain: prioritas pembangunan daerah, prinsip pembangunan daerah, dan pembagian wilayah pembangunan daerah.

Prioritas pembangunan daerah Kabupaten Badung tahun 2015, adalah sebagai berikut:

1. Penanggulangan Kemiskinan dan Penggangguran
2. Peningkatan Peningkatan Perluasan Akses Layanan Kesehatan
3. Penguatan Kualitas Sumber Daya Manusia melalui Pendidikan dan Peningkatan Kecakapan Hidup
4. Peningkatan Tata Kelola Birokrasi, Penegakan Hukum dan Pelayanan Publik
5. Pengelolaan Lingkungan Hidup dan Penanganan Kebencanaan serta Keamanan
6. Peningkatan Mutu Infrastruktur Wilayah dan Pengembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi
7. Revitalisasi Usaha Ekonomi Kreatif Skala Mikro, Kecil dan Menengah
8. Peningkatan Produktivitas, Kualitas dan Pemasaran Hasil Pertanian Dalam Arti Luas
9. Pengembangan Kepariwisata Berkualitas dan pelestarian Budaya Bali

Kebijakan pembangunan Kabupaten Badung menitikberatkan kepada sektor pertanian yang berlandaskan lima prinsip, yakni: *pro growth, pro jobs, pro poor, pro culture* dan *pro environment*.

Menyesuaikan dengan kondisi dan potensi wilayahnya, maka Kabupaten Badung dibagi menjadi tiga wilayah Pembangunan yaitu:

1. Wilayah Pembangunan Badung Utara,  
meliputi dua kecamatan yaitu Kecamatan Petang dan Abiansemal perkebunan, tanaman pangan, wisata alam, peternakan, kerajinan rumah tangga dan konservasi alam.
2. Wilayah Pembangunan Badung Tengah,  
meliputi Kecamatan Mengwi dengan pusat pengembangan di Mengwi dengan dominasi aktivitas pertanian, peternakan, pariwisata budaya serta industri kecil dan kerajinan rumah tangga.
3. Wilayah Pembangunan Badung Selatan,  
meliputi Kecamatan Kuta Selatan, Kuta dan Kuta Utara dengan pusat pengembangan di Kuta dan dominasi aktivitas pariwisata, pendidikan, perikanan, industri kecil, serta perdagangan dan jasa.

Memperhatikan prioritas, prinsip, dan zonasi pembangunan Kabupaten Badung, maka kebijakan pengembangan pariwisata Badung berbasis konsep

*Sustainable Tourism Development*. Menurut Schouten (1992:35) Pembangunan pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development*) menitikberatkan pada tiga poin penting, yaitu:

1. *Quality of the experience (Customers)*
2. *Quality of the resources (Culture and Natural Environment)*
3. *Quality of life (for local people)*

Pada konsep pariwisata berkelanjutan, yang menjadi fokus adalah kerjasama antara wisatawan dan masyarakat lokal, dan kebutuhan masyarakat lokal dalam perencanaan manajemen kepariwisataan. Jangan sampai dampak negatif dari aktivitas pariwisata merusak tatanan kehidupan sosial budaya masyarakat lokal, karena pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan adalah keunikan dari pola tatanan kehidupan sosial budaya masyarakatnya.

Kebijakan pengembangan pariwisata Kabupaten Badung mengacu pada konsep *sustainable and quality tourism*, melalui berbagai kebijakan multisektor. Kebijakan-kebijakan ini di rancang untuk menjawab berbagai tantangan konseptual dan faktual yang ada. Secara konseptual, wacana turisme global mengalami *paradigmatic turn*, dari perspektif *mass tourism* ke arah *alternative tourism*. Artinya, langgam pariwisata massal yang menitikberatkan pada logika pertumbuhan (peningkatan jumlah kunjungan wisatawan) sebagai tolok ukur keberhasilan penyelenggaraan pariwisata, bergeser orientasinya pada logika kelestarian dan pemerataan sumber daya pariwisata. Kesadaran ini berangkat dari kondisi *factual*, yaitu massifnya dampak negatif pariwisata massal di suatu DTW dengan merosotnya kualitas sumber daya pariwisata di hampir semua negara penyelenggara pariwisata.

Aktualisasi pembangunan kepariwisataan Kabupaten Badung berorientasi pada kesejahteraan rakyat, melalui upaya pemberdayaan potensi sosial, ekonomi masyarakat, dengan menjadikan sektor pariwisata sebagai gerbong yang dapat menarik sektor lainnya, sehingga sinergi dan keterkaitan antar sektor akan terbangun secara alamiah untuk saling mendukung. Menginventasikan kembali pendapatan dari sektor pariwisata untuk membangun desa dan melestarikan seni budaya melalui penyisihan PHR Badung ke Propinsi Bali.

Basis dan kerangka dasar pembangunan pariwisata Kabupaten Badung adalah kekayaan budaya dan kelestarian lingkungan (*pro culture and pro environment*). Kebijakan ini lebih berpreferensi dan memberikan kemudahan investasi berbasis wisata agro dan wisata alam ataupun sektor pertanian dan kerajinan yang mendukung



pariwisata berkelanjutan. Kabupaten Badung dalam mengembangkan produk kepariwisataannya memperhatikan dua hal: mengacu pada *trend* pasar pariwisata, namun tetap pada koridor pengembangan produk pariwisata yang berbasis sumber daya lokal.

Strategi yang dilakukan Pemerintah Kabupaten Badung, yaitu: *pertama*, dengan mendorong masyarakat lokal sebagai aktor utama industri pariwisata di daerahnya dengan mengoptimalkan kepemilikan oleh masyarakat selaku pelaku usaha, tidak lagi sekedar pekerja (misalnya dengan cara pengembangan desa wisata). *Kedua*, menahan terjadinya migrasi lapangan usaha dari primer ke sekunder atau tersier, yang umumnya dilakukan oleh generasi muda. Berikutnya, *ketiga*, mengupayakan rendahnya alih fungsi lahan pertanian. Serta, *keempat*, mengkonsumsi sumber daya alam dan energi yang tidak terlampau besar.

Memperhatikan *trend* pasar produk kepariwisataan saat ini, Pemerintah Kabupaten Badung mengkreasi wisata alam, wisata agro, wisata pedesaan (dikembangkan di wilayah pembangunan Badung Utara dan Tengah), MICE (di wilayah pembangunan Badung Selatan), *Sport and Spiritual Tourism* seperti spa dan yoga serta souvenir khas Badung.

Daya tarik Badung terletak pada karakter khas wilayah, tidak diarahkan untuk mengubah wajah desa dan rural menjadi urban atau kosmopolitan, namun mampu menjadi pusat-pusat pertumbuhan baru berskala mikro kecil menengah. Badung juga telah mengembangkan Desa Sangeh, Desa Pangsang Petang dan Desa Sekar Mukti yang tertuang pada Peraturan Bupati Badung No. 47/2010 tentang penetapan desa wisata. Selain ketiga desa tersebut, telah ada delapan desa lainnya yang telah dipersiapkan sebagai Desa Wisata di Kabupaten Badung. Ini artinya, ada 11 desa wisata yang ditetapkan. Penetapan sebelas desa wisata ini juga sejalan dengan pencanangan program 100 desa wisata Provinsi Bali yang ditargetkan eksis pada tahun 2018.

Pemkab Badung membangun sinergi yang lebih konkrit dengan kalangan pelaku dan industri pariwisata. Dengan kehadiran program petani mandiri sejahtera Pemkab Badung memfasilitasi dan mendukung para petani untuk mengembangkan produk pertanian organik. Produk petani ini diharapkan dapat diserap secara berkelanjutan dengan pola kerja sama dan sistem Bapak Angkat, misalnya Subak Beregeding Desa Pangsang nantinya yang jadi Bapak Angkatnya adalah *Bali Hotel Association* (BHA).

Penetapan desa wisata oleh Pemkab Badung merupakan langkah cerdas dan strategis, karena berangkat dari logika pembangunan berbasis kelestarian sumber daya pariwisata. Dengan bernafaskan budaya agraris sebagai pondasi pariwisata yang dikreasi, menyiratkan adanya spirit untuk “*think globally, act locally*”. Disadari, penyelenggaraan pariwisata mensyaratkan adanya standar global yang menjadi rujukan para *stakeholders* di DTW, guna menjamin kepastian menyangkut standar kualitas yang akan membuat wisatawan (terutama wisman) merasa aman.

Akan tetapi bukan berarti atas nama standarisasi global tersebut akan menggerus praktik-praktik baik di aras budaya lokal. Justru, etika global tersebut diterjemahkan ke dalam tafsir lokal, yang memperkaya khasanah pariwisata dunia. Tafsir tersebut melahirkan konsep kearifan lokal, yang merupakan interpretasi cerdas para *stakeholders* pariwisata di suatu DTW dalam mengkreasi pariwisatanya. Kearifan lokal ini akan memberikan sensasi pengalaman yang mendalam bagi wisatawan karena tersajinya produk pariwisata khas yang dibelinya.

Pilihan untuk menjadikan sektor pertanian sebagai pondasi utama pembangunan Kabupaten Badung merupakan hal yang strategis, karena memiliki arti untuk kembali ke pondasi budaya agraris, yang merupakan spirit masyarakat Bali. Dengan pondasi ini, desa wisata yang dikreasi bukanlah merupakan produk wisata yang diada-adakan atas nama *trend* atau tuntutan pasar semata, akan tetapi sesuai dengan karakteristik budaya Masyarakat Bali yang bermukim di wilayah Badung Utara dan Tengah.

Akan tetapi yang perlu untuk diperhatikan adalah adanya pemahaman yang keliru tentang industri pariwisata di kalangan masyarakat berbasis agraris. Mereka cenderung menafsirkan bahwa jika berkecimpung dalam industri pariwisata artinya akan berganti profesi, dari petani ke pekerja pariwisata. Dalam konteks penyelenggaraan pariwisata massal hal ini mungkin saja terjadi, karena umumnya masyarakat lokal yang tinggal di tempat pariwisata baru dikembangkan mengalami fase *euphoria* (Doxey dalam Ryan, 1991:136).

Fenomena tersebut dapat dijelaskan dengan teori *Irritation Index*, atau biasa disingkat “Irridex”. Teori ini dapat dipergunakan untuk mengukur dampak sosial yang ditimbulkan atas hubungan yang terjadi antara masyarakat lokal dan wisatawan, adapun tahapan dari model “Irridex” Doxey, yaitu :

1. Tingkat *euphoria* (perasaan bangga rohani dan jasmani); ketika pada awal perkembangannya wisatawan disambut gembira dan pariwisata dianggap

sebagai pembawa manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal. Wisatawan juga dipandang tertarik dan menghargai adat-istiadat, gaya hidup, dan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal.

2. Tingkat *apathy* (sikap acuh tak acuh); dimana dalam tahapan ini volume kunjungan wisatawan bertambah dan pariwisata tersebut tidak lagi dianggap sebagai sesuatu yang baru, melainkan sesuatu yang biasa saja. Wisatawan tidak lagi menggunakan bahasa masyarakat lokal dan hubungan yang terjadi lebih formal atau lebih bersifat hubungan dagang bukan hubungan pribadi. Sikap masyarakat lokal menjadi lebih apatis terhadap pariwisata.
3. Tingkat *annoyance* (sikap terganggu/ terusik); ketika dalam tahapan ini jika pengembangan pariwisata tetap berlanjut, berbagai permasalahan bermunculan mulai dari kemacetan, susahny memperoleh tempat parkir dan bertambahnya kepadatan. Masyarakat lokal merasa bahwa mereka mengalami marginalisasi dengan keterlibatannya dalam pariwisata
4. Tingkat *antagonism/xenophobia* (rasa benci/ pertentangan); apabila pariwisata dan berbagai fasilitas dianggap sebagai penyebab berbagai permasalahan yang menimpa masyarakat lokal, baik masalah sosial, maupun ekonomi. Pada tahapan ini kegiatan pariwisata mengalami kemandegan dan telah melampaui daya dukung.

Menurut Mill (2000:1), bahwa perpindahan dari satu tahapan ke tahapan berikutnya disebabkan oleh tiga hal, yaitu: *pertama* adalah jarak. Semakin besar jarak tersebut, baik ekonomi maupun budaya antara masyarakat lokal dan wisatawan, maka semakin besar akibat sosial yang ditimbulkan dan semakin besar pula kemungkinan terjadinya pergerakan pada tahapan-tahapan yang ada. *Kedua*, kemampuan kawasan menyerap secara fisik dan kejiwaan pertumbuhan jumlah kunjungan. Hal ini terkait dengan perbandingan jumlah mereka yang datang dan jumlah penduduk, sebuah kota besar tentunya dapat menyerap lebih banyak wisatawan dibandingkan dengan komunitas pulau kecil. Dan, *ketiga* adalah jumlah dan kecepatan perkembangan pariwisata itu sendiri. Semakin cepat dan intensif tingkat perkembangannya, maka semakin besarlah kecenderungan terjadinya akibat sosial.

Apa yang telah disampaikan oleh Doxey dapat dijadikan rujukan dalam mengantisipasi sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan yang pada akhirnya pada

pariwisata yang diselenggarakan di DTW. Jangan sampai masyarakat menjadi antagonis terhadap pariwisata yang ada di wilayahnya. Untuk mengantisipasi, perlu dilakukan upaya dalam rangka memberikan pemahaman terhadap masyarakat lokal bahwa kegiatan pariwisata merupakan kegiatan ekstraktif, artinya memberi nilai tambah, bukan merupakan kegiatan yang akan merubah budaya lokal. Pariwisata akan dianggap sebagai bonus bagi masyarakat lokal, yang memberikan keuntungan ekonomi tambahan, bukan dengan menggantungkan sepenuhnya sebagai pekerjaan utama.

Dengan penafsiran seperti ini, masyarakat lokal akan dapat menempatkan diri dan mencari posisi yang sesuai dalam penyelenggaraan pariwisata di daerahnya. Artinya, tidak semua masyarakat lokal akan terlibat langsung dalam aktivitas pariwisata dengan total menangani bisnis pariwisata, akan tetapi dapat beraktivitas berdasarkan profesi yang telah digeluti sebelumnya.

Dalam konteks desa wisata, profesi sebagai petani justru akan menjadi penting dan strategis pertanian beserta seluruh aktivitasnya merupakan salah satu basis atraksi utama yang akan dinikmati wisatawan. Wisatawan akan terlibat dalam praktik pertanian yang ada, dan memperoleh pembelajaran dengan melakukan interaksi langsung dengan petani.

Pemerintah Kabupaten Badung perlu mencermati perbedaan langgam praktik *mass tourism* dan *alternative tourism* beserta segala kelebihan dan kelemahannya masing-masing. Praktik pariwisata massal pada umumnya menghambat partisipasi masyarakat lokal untuk terlibat dalam penyelenggaraan pariwisata, karena mereka tidak dilibatkan dalam pengambilan keputusan dan pembagian benefit pariwisata. Akan tetapi, pariwisata jenis ini memiliki kelebihan dalam hal mendorong menumbuhkan etos kerja profesional bagi masyarakat lokal yang dapat terlibat.

Sedangkan pariwisata alternatif mendorong tingkat partisipasi yang tinggi bagi masyarakat lokal, tetapi perlu diantisipasi dampak negatif dari praktik pariwisata, seperti: berubahnya langgam hidup masyarakat, komersialisasi, dan degradasi lingkungan. Terlebih, jika tidak diwaspadai, spirit pariwisata alternatif sebagai kritik terhadap penyelenggaraan pariwisata massal tidak terpegang. Tak jarang sesungguhnya praktik pariwisata alternatif merupakan praktik *mass tourism* berbungkus gaya alternatif.

Yang juga perlu diperhatikan oleh Pemkab Badung ketika membagi pembangunan daerahnya berdasarkan tiga zonasi, agar benar-benar taat dan sesuai

dengan rencana pengembangannya. Dalam konteks penyelenggaraan pariwisata, pembagian zonasi tersebut merupakan upaya untuk pemerataan kue pariwisata, ketika selama ini dirasakan manfaat pariwisata hanya dinikmati oleh masyarakat di Badung Selatan. Pembangunan pariwisata di Wilayah Badung Utara dan Badung Tengah harus memperhatikan aspek sosial budaya setempat, dan mengawalinya untuk tidak tergelincir menjadi bergenre *mass tourism*.

## **BAB III**

### **KARAKTERSTIK DESA WISATA**

#### **3.1 GAMBARAN UMUM KABUPATEN BADUNG**

Indonesia merupakan salah satu negara kepulauan yang dikagumi oleh negara-negara lain di dunia. Kekaguman tersebut bukan tanpa alasan, melainkan didasarkan kepada begitu banyak potensi yang dimiliki: mulai dari potensi alam, potensi sumber daya manusia, potensi budaya, potensi ekonomi dan banyak potensi lainnya. Keseluruhan potensi-potensi yang dimiliki sudah menjadi perhatian negara-negara lain bahkan dari sebelum Negara Kesatuan Republik Indonesia ini berdiri.

Secara geografis, Indonesia sebagai negara kepulauan terbentang dari ujung timur yaitu Pulau We (ujung Pulau Sumatera) pada  $95^{\circ}.45'$ BT ke ujung barat yaitu Pulau Papua dengan kota paling ujung yaitu Merauke terletak pada  $141^{\circ}.05'$ BT. Pulau Indonesia paling utara adalah pulau Weh pada koordinat  $6^{\circ}.08'$ LU. dan pulau paling selatan yaitu pulau Rote (NTT) pada  $11^{\circ}.15'$ LS dengan total jumlah pulau di Indonesia sebanyak 13.466 pulau, bukan 17.508 pulau sebagaimana selama ini menjadi acuan berbagai pihak di dalam dan luar negeri. Jumlah itu diketahui berdasarkan survei geografi dan toponimi yang berakhir pada tahun 2010. Hasilnya telah dilaporkan kepada PBB (<http://nationalgeographic.co.id/berita/2012/02/hanya-ada-13466-pulau-di-indonesia>).

Harus dimaklumi, dengan kekayaan dan keragaman potensi, Indonesia sampai saat ini belum maksimal dalam pengelolaannya. Seperti negara-negara berkembang pada umumnya, permasalahan internal yang berkaitan dengan politik, hukum dan ekonomi belum sepenuhnya mendapatkan solusi terbaik. Kemungkinan salah satu penyebabnya adalah permasalahan geografis, yaitu negara maritim dengan ribuan pulau tersebar dari Sabang hingga Merauke. Pemerataan pembangunan sangat sulit dicapai sejak zaman Orde Lama sampai sekarang. Berbeda dengan pertumbuhan ekonomi yang selalu meningkat dari tahun ke tahun namun sayangnya belum diimbangi dengan pemerataan dan integrasi antar sektoral.

Meskipun demikian patut diakui banyak daerah di Indonesia yang menunjukkan keberhasilan dalam pembangunan. Untuk sektor Migas hampir

keseluruhan wilayah di Pulau Sumatera, Kalimantan, Jawa menjadi pusatnya. Begitu pula sektor pertambangan hampir di seluruh provinsi di Indonesia memiliki potensi tambang yang tak terhingga mulai dari aspal, tembaga, perak hingga emas. Termasuk sektor pariwisata, Indonesia yang kaya akan keindahan alam dan keragaman suku bangsa dengan keunikan adat-istiadatnya merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan untuk mengunjunginya. Setidaknya terdapat lima provinsi yang mengandalkan sektor pariwisata disamping sektor-sektor lainnya yaitu DIY Yogyakarta, Provinsi Sulawesi Selatan, Provinsi Sulawesi Utara, Provinsi Sumatera Utara, dan yang sering dikatakan sebagai destinasi pariwisata utama di Indonesia adalah provinsi Bali.

Provinsi Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang wilayahnya tidak lebih dari 5.634,40 km<sup>2</sup> atau 5.634,40 ha dengan panjang pantai mencapai 529 km. Komposisi pulau terdiri dari satu pulau utama dan beberapa pulau-pulau kecil di sekitarnya seperti pulau Menjangan (ujung timur) di kabupaten Jembrana, di sebelah selatan Pulau Serangan (telah direklamasi) di Kota Denpasar, Pulau Nusa Lembongan, Pulau Nusa Ceningan, dan disebelah tenggara terdapat pulau yang paling besar adalah Pulau Nusa Penida masuk wilayah Kabupaten Klungkung.

Secara geografis Provinsi Bali terletak pada 8°3'40" - 8°50'48" Lintang Selatan dan 114°25'53" - 115°42'40" Bujur Timur. Relief dan topografi Pulau Bali di tengah-tengah terbentang pegunungan yang memanjang dari barat ke timur. Provinsi Bali terletak di antara Pulau Jawa dan Pulau Lombok. Batas fisiknya adalah sebagai berikut:

- Utara : Laut Bali
- Timur : Selat Lombok (Provinsi Nusa Tenggara Barat)
- Selatan : Samudera Indonesia
- Barat : Selat Bali (Provinsi Jawa Timur)

Secara administrasi, Provinsi Bali terbagi menjadi delapan kabupaten dan satu kota, yaitu Kabupaten Jembrana, Tabanan, Badung, Gianyar, Karangasem, Klungkung, Bangli, Buleleng, dan Kota Denpasar yang juga merupakan ibukota provinsi (<http://www.baliprov.go.id/Geographi>, 2010).

**Tabel 3.1 Luas Wilayah Tiap Kabupaten di Provinsi Bali**

<b>Kabupaten/Kota</b>	<b>Ibukota</b>	<b>Luas (km<sup>2</sup>)</b>	<b>Persentase (%)</b>
Jembrana	Negara	841,80	14,94
Tabanan	Tabanan	839,30	14,90
Badung	Badung	420,09	7,43
Denpasar	Denpasar	123,98	2,20
Gianyar	Gianyar	368,00	6,53
Klungkung	Semarapura	315,00	5,59
Bangli	Bangli	520,81	9,25
Karangasem	Amlapura	839,54	14,90
Buleleng	Singaraja	1.365,88	24,25
Jumlah		5.634,40	100,00

*Sumber: Master Plan Penunjang Investasi Provinsi Bali Tahun 2006-2010*

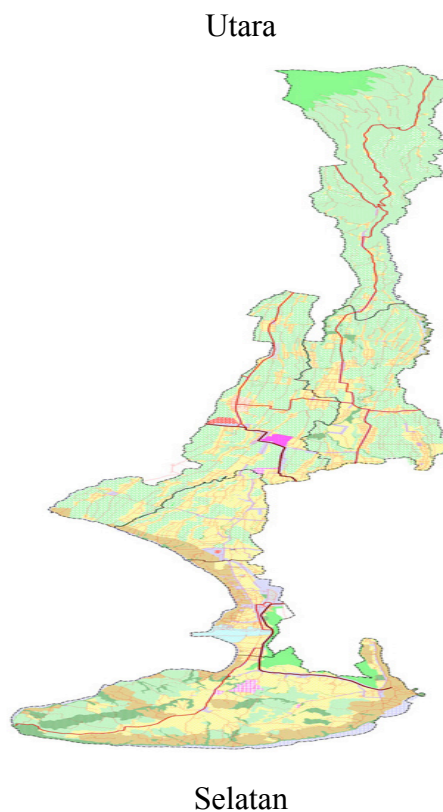
Dari tabel 3.1 di atas tampak wilayah terluas dimiliki Kabupaten Buleleng seluas 1.365,88 km<sup>2</sup> atau hampir setengah luas pulau Bali dari ujung timur sampai ke ujung barat pulau Bali. Kabupaten atau pemerintahan kota terkecil adalah Pemerintah Kota Denpasar seluas 123,98 km<sup>2</sup> sebagai Ibu Kota Pemerintah Provinsi Bali. Kabupaten Jembrana dan Kabupaten Tabanan memiliki luas yang hampir sama, hanya saja sebagian besar Kabupaten Jembrana terdiri dari Hutan Taman Nasional Bali Barat (TNBB). Untuk fungsi lahan kedua kabupaten ini memiliki fungsi yang serupa yaitu lahan pertanian dan perkebunan, bahkan Kabupaten Tabanan dikenal sebagai lumbung beras Pulau Bali. Tidak jauh berbeda dengan Kabupaten Jembrana dan Kabupaten Tabanan, Kabupaten Klungkung, Bangli dan Karangasem memiliki kesamaan fungsi lahan, yaitu pertanian dan perkebunan. Meskipun keseluruhan kabupaten/kota di Bali bersentuhan dengan sektor pariwisata hanya Kabupaten Gianyar dan Kabupaten Badung yang sangat mengandalkan sektor pariwisata sebagai basis perekonomiannya, disamping sektor pertanian dan perkebunan.

Kabupaten Badung merupakan salah satu dari kabupaten yang ada di wilayah Provinsi Bali, yang berkembang dari sistem pemeritahan kerajaan sebelum era kolonial. Pada awal kemerdekaan, dibentuk Pemerintahan Swatantra Tingkat II



Badung. Selanjutnya, pada masa pemerintahan Orde Baru dijadikan pemerintahan Kabupaten Daerah Tingkat II Badung. Setelah keluarnya Undang- Undang No. 1, Tahun 1992 tentang Pembentukan Kota Madya (Kodya) Daerah Tingkat II Denpasar, pemerintahan Kabupaten Badung kemudian dipisahkan dengan Pemerintahan Kodya Denpasar (kini Kota Denpasar). Dengan keluarnya peraturan Pemerintah (PP) No. 67, Tahun 2009 tentang Pemindahan Ibu kota Kabupaten Badung dari wilayah Kota Denpasar ke wilayah Kecamatan Mengwi, kemudian nama ibu kota Kabupaten Badung diganti dari Denpasar menjadi Mangupura.

Sebagai salah satu dari kabupaten di Provinsi Bali, Kabupaten Badung secara fisik memiliki bentuk wilayah menyerupai sebilah keris (lihat Gambar 4.1). Keunikan ini kemudian diangkat menjadi lambang daerah, yang di dalamnya terkandung semangat dan jiwa ksatria berkaitan dengan peristiwa Puputan Badung. Semangat ini kemudian melandasi moto Kabupaten Badung, *Cura Dharma Raksaka*, yang berarti kewajiban pemerintah untuk melindungi kebenaran dan rakyatnya (Humas Badung, 2011:1).



Gambar 3.1 Peta Daerah Kabupaten Badung (Berbentuk Keris)

Wilayah Kabupaten Badung terletak pada posisi 08°14'17"—08°50'57" Lintang Selatan (LS) dan 115°05'02"—15°15' 09" Bujur Timur (BT) membentang di tengah-tengah Pulau Bali. Luas wilayah Kabupaten Badung adalah 418,52 km<sup>2</sup> (7,43% dari luas Pulau Bali). Bagian Utara Kabupaten Badung merupakan daerah pegunungan yang berudara sejuk, berbatasan dengan Kabupaten Buleleng. Wilayah di bagian Selatan merupakan dataran rendah dengan pantai berpasir putih dan berbatasan langsung dengan Samudera Indonesia.

Sebelah Timur wilayahnya berbatasan dengan Kabupaten Gianyar dan Kota Denpasar. Bagian tengah wilayah Badung merupakan daerah persawahan. Di sebelah Barat berbatasan dengan Kabupaten Tabanan. Secara umum Kabupaten Badung merupakan daerah beriklim tropis yang memiliki dua musim, yaitu musim kemarau (April–Oktober) dan musim hujan (November – Maret). Curah hujannya rata-rata 893,4 – 2.702,6 mm per tahun. Kemudian suhu udaranya berkisar 25°C – 30°C dengan kelembapan udara rata-rata mencapai 79% (<http://www.badungkab.go.id>).

Secara administratif, Kabupaten Badung terbagi menjadi 6 ( enam ) wilayah Kecamatan yang terbentang dari bagian Utara ke Selatan yaitu: Kecamatan Petang, Abiansemal, Mengwi, Kuta, Kuta Utara, dan Kuta Selatan. Disamping itu, di wilayah ini juga terdapat 16 Kelurahan, 46 Desa, 369 Banjar Dinas, 164 Lingkungan 8 Banjar Dinas Persiapan dan 8 Lingkungan Persiapan.

Selain Lembaga Pemerintahan seperti tersebut di atas, di Kabupaten Badung juga terdapat Lembaga Adat yang terdiri dari 120 Desa Adat, 523 Banjar dan 523 Sekaa Teruna. Di Kabupaten Badung juga terdapat 1 BPLA Kabupaten dan 6 BPLA Kecamatan serta 1 Widyasabha Kabupaten dan 6 Widyasabha Kecamatan. Lembaga - lembaga adat ini memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan di wilayah Badung pada khususnya dan Bali pada umumnya.

Sebagaimana lazimnya sebuah lembaga, anggota masyarakat adat ini terikat dalam suatu aturan adat yang disebut *awig - awig*. Keberadaan *awig-awig* ini sangat mengikat warganya sehingga umumnya masyarakat sangat patuh kepada adat. Oleh karena itu, keberadaan Lembaga Adat ini merupakan sarana yang sangat ampuh dalam menjaring partisipasi masyarakat. Banyak program yang dicanangkan pemerintah berhasil dilaksanakan dengan baik di daerah ini, berkat keterlibatan dan peran serta lembaga adat yang ada (<http://www.badungkab.go.id>).

Peran Bhisama Parisada Hindu Dharma Indonesia (PHDI) Pusat dan/atau *awig awig* desa adat/*pekraman* setempat dalam menunjang keberhasilan

pembangunan sangat besar. Kepercayaan masyarakat Bali dengan mayoritas agama Hindu memiliki tatanan cara ibadah dan budaya yang khas. Budaya yang terbentuk dalam lingkungan masyarakatnya merupakan kombinasi antara ketaatan beribadah dan pernyataan syukur kepada Sang Pencipta yang berwujud tindakan pemeliharaan terhadap alam ciptaanNya. Tradisi dengan dilandasi oleh Ajaran Agama Hindu terwujud dalam *Tri Hita Karana* yang diformulasikan pula sebagai landasan filosofis pembangunan di kabupaten berlambang keris ini.

Pengembangan wilayah Kabupaten Badung didasarkan pada potensi dan kendala aspek fisik lingkungannya. Berdasarkan karakteristik topografi dan kelerengannya, wilayah kabupaten ini memiliki variasi yang sangat beragam, yaitu ketinggiannya antara 0 – 3.000 m dpl dengan kelerengan datar hingga jurang yang curam. Penataan ruang pada wilayah seperti ini relatif sulit dibandingkan dengan wilayah yang datar. Kondisi ini telah mendorong Pemkab Badung untuk bersikap berhati-hati dan bijaksana dalam merencanakan pengembangan wilayahnya. Kabupaten Badung dibagi menjadi 3 Wilayah Pengembangan yaitu: Badung Utara, Badung Tengah dan Badung Selatan. Masing-masing wilayah memiliki perbedaan karakteristik fisik lingkungan yang mencolok. Wilayah Badung Utara, merupakan kawasan pegunungan yang subur dengan hutan dan RTH yang luas, karena itu sesuai untuk fungsi konservasi lingkungan. Wilayah Badung Tengah, merupakan kawasan dengan ketinggian dan kesuburan sedang, karena itu sesuai untuk fungsi transisi antara fungsi lindung dan budidaya alamiah seperti pertanian. Wilayah Badung Selatan, merupakan kawasan yang datar, tidak subur dan pesisir. Karena itu sepenuhnya sesuai untuk fungsi budidaya yang bersifat terbangun. Berikut ini rincian kebijakan pengembangan masing-masing wilayah kebijakan pengembangan wilayah Badung Utara, antara lain:

- a. Mempertahankan Badung Utara sebagai kawasan resapan air dan konservasi lingkungan
- b. Menetapkan wilayah Kecamatan Petang sebagai Kawasan Agropolitan;
- c. Mengembangkan pertanian sebagai budidaya utama yang berorientasi pada agribisnis
- d. Menetapkan wilayah Petang sebagai Objek dan Daya Tarik Wisata Khusus (ODTWK) Kabupaten.

Kebijakan pengembangan wilayah Badung Tengah, antara lain;

- a. Mempertahankan wilayah Badung Tengah sebagai kawasan pertanian dalam arti luas;
- b. Menetapkan kawasan perkotaan Mengwi sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW) dan
- c. Ibukota Kabupaten Mangupura dan kawasan perkotaan Blahkiuh sebagai Pusat Kegiatan Lokal (PKL)
- d. Mengembangkan sarana dan prasarana wilayah skala kabupaten;
- e. Mengembangkan potensi kegiatan Industri Kecil dan menengah (IKM) yang ramah lingkungan serta berorientasi pada peningkatan kesejahteraan masyarakat

Untuk pengembangan Badung Selatan :

- a. Kebijakan pengembangan wilayah Badung Selatan, antara lain:
- b. Menetapkan kawasan Nusa Dua, Tuban dan Kuta sebagai kawasan pariwisata.
- c. Mensinkronkan penataan ruang wilayah Kabupaten dengan pengembangan penataan ruang kawasan perkotaan Sarbagita;
- d. Menetapkan kawasan perkotaan Kuta sebagai Pusat Kegiatan Nasional (PKN) Orde K1 dan kawasan perkotaan Benoa sebagai pusat kegiatan Lokal (PKL);
- e. Mengembangkan sarana dan prasarana pelayanan umum yang berkualitas;
- f. Meningkatkan kualitas lingkungan sebagai asset utama kepariwisataan yang berkelanjutan;
- g. Mempertahankan keberadaan kawasan lindung serta mengendalikan pembangunan pada kawasan rawan bencana.
- h. Memantapkan pengelolaan kawasan pesisir dan laut secara terpadu

([http://penataanruang.pu.go.id/bulletin/upload/data\\_artikel/profil%20wilayah%20kabupaten%20badung.pdf](http://penataanruang.pu.go.id/bulletin/upload/data_artikel/profil%20wilayah%20kabupaten%20badung.pdf))

Keseimbangan pembangunan antara sektor menjadi fokus dari Pemkab Badung dengan mengupayakan sinergi antara Badung Utara (hulu), Badung Tengah (Transit) dan Badung Selatan (Hilir). Pada kenyataannya sinergi atau keterpaduan ini sulit dicapai karena banyak kendala di lapangan. Badung selatan yang sudah maju melalui sektor pariwisata dan perdagangan (Nusa Dua, Bukit Jimbaran, Kuta, Seminyak, Kerobokan dan sekitarnya) sulit mengintegrasikannya dengan sektor pertanian/perkebunan. Begitu pula sebaliknya, di Badung Selatan yang semula pendapatan masyarakat berasal dari sektor non pariwisata saat ini terjadi alih fungsi lahan yang tinggi, mengikis sektor pertanian. Di Kuta saja, hingga era 1970-an,

masyarakat berprofesi sebagai nelayan selain sebagai petani lahan kering. Tetapi apa yang terjadi saat ini, tidak ada satu orang pun masih berprofesi sebagai nelayan. Keseluruhan masyarakat saat ini bergelut di sektor pariwisata, yaitu sektor jasa dan perdagangan.

Hal tersebut menuntut Pemkab Badung semakin cerdas dan bijaksana dalam mengambil langkah strategi pembangunan ke depan. Mengedepankan keterkaitan antara sektor secara holistik terintegrasi diupayakan agar tidak hanya di tataran konsep melainkan harus mampu diimplementasikan dengan tidak mengharapkan hasil yang cepat, melainkan berproses sebagai suatu bagian upaya perencanaan yang berkelanjutan.

Selain kabupaten yang memiliki Pendapatan Asli Daerah (PAD) tertinggi di Provinsi Bali, di tahun 2013 mencapai 2 triliun rupiah, Kabupaten Badung juga merupakan kabupaten dengan pertumbuhan ekonomi tertinggi di Provinsi Bali. Berdasarkan data di tahun 2013, mampu mencatatkan pertumbuhan ekonomi sebesar 6,41 persen (Pemerintah Kabupaten Badung, 2014: 5,10).

Sebagian besar pembangunan di Kabupaten Badung disumbang oleh sektor pariwisata. Hal tersebut dapat dilihat dari kontribusi pajak hotel dan restoran terhadap PAD Kabupaten Badung. Pada tahun 2013, kontribusinya mencapai 61 persen Kabupaten Badung memiliki beberapa daya tarik wisata unggulan yang ramai dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara. Sektor pariwisata menjadi andalan pertumbuhan ekonomi bagi Kabupaten Badung diikuti dengan sektor-sektor lainnya (Pemerintah Kabupaten Badung, 2014: 9).

Dilihat dari perspektif ilmu pariwisata, masih banyak dimensi kosong atau belum terfasilitasi untuk mewujudkan pemerataan pembangunan di Kabupaten Badung. Badung utara secara empiris saat ini terlihat masih mempertahankan sektor pertanian, tetapi jika secara jujur dicermati, sebaia generasi muda di Badung Utara pada usia produktif justru bekerja di luar desa (Badung Selatan, Denpasar dan Gianyar). Artinya para petani di Badung Utara saat ini adalah mereka yang sudah berusia rata-rata di atas 45 tahun atau bahkan sudah lanjut usia. Dapat dibayangkan keberlanjutan sektor pertanian di Kabupaten Badung jika fenomena ini tidak segera dipecahkan. Bukannya tidak mungkin 10 sampai 25 tahun lagi Badung Utara akan berkembang menjadi kawasan pariwisata karena sektor pertanian sudah ditinggalkan sehingga memerlukan sektor *real* yang diyakini mampu mensejahterahkan masyarakatnya. Hal yang akan amat disayangkan jika dibiarkan terjadi karena

filosofis dari Tri Hita Karana hanya sebatas wacana saja. Selain itu, perlu dipahami bahwa wilayah Badung Utara adalah daerah tangkapan air yang seyogyanya harus tetap lestari peruntukannya sejalan dengan kehidupan sosial budayanya yang sudah mentradisi secara turun-temurun.

### **3.2 GAMBARAN UMUM DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG**

Undang - Undang No. 25 Tahun 2000 tentang Program Pembangunan Nasional, mengamanatkan bahwa tujuan pembangunan pariwisata adalah: i) mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional; ii) berbasis pada pemberdayaan masyarakat, kesenian dan sumber daya (pesona) alam lokal dengan memperhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat dan; iii) mengembangkan serta memperluas pasar pariwisata terutama pasar luar negeri (Depbudpar, 2000).

Undang-Undang R.I. No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata mengamanatkan agar sumber daya dan modal kepariwisataan dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang ditujukan untuk meningkatkan pendapatan nasional, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan mendayagunakan daya tarik wisata dan destinasi di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempererat persahabatan antar bangsa (Depbudpar, 2009).

Pemerintah Daerah Bali telah menetapkan Peraturan Daerah (Perda) No. 3 Tahun 1974 tentang ‘Pariwisata Budaya’ sebagai acuan pengembangan kepariwisataan di daerah ini. Perda No 3 Tahun 1974 tersebut yang diperbaharui menjadi Perda No 3 tahun 1991 dan diperbaharui lagi dengan Perda Provinsi Bali No. 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisata Budaya Bali yang pada prinsipnya menyatakan bahwa kepariwisataan yang dikembangkan di daerah Bali adalah pariwisata budaya yang dijiwai oleh Agama Hindu. Dengan demikian, kegiatan pariwisata diharapkan dapat berjalan secara selaras, serasi dan harmonis dengan kebudayaan setempat dan berakar pada nilai-nilai luhur Agama Hindu.

Pengembangan kepariwisataan di Bali diharapkan tidak menimbulkan kejenuhan wisatawan serta tetap mampu bersaing dengan daerah dan negara tujuan wisata yang lain, untuk itu diusahakan penemuan potensi daya tarik wisata yang baru dengan harapan mampu menambah diversifikasi daya tarik wisata. Diperlukan upaya penciptaan keamanan yang kondusif serta rasa optimis harus tetap dikobarkan untuk

meningkatkan kesempatan berusaha, kesempatan kerja, pendapatan negara, daerah, dan masyarakat secara umum, khususnya masyarakat lokal dengan terus mewujudkan pelestarian lingkungan dan revitalisasi sosial budaya masyarakat (Anom, 2005). Demikian pula menurut kajian bahwa mesin penggerak penyerapan tenaga kerja pada abad ke-19 adalah pertanian; pada abad ke-20 adalah industri manufacturing dan pada abad ke-21 adalah pariwisata (Dowid. J. Villiers 1999 dalam Salah wahab, 1999).

Pitana, Sirtha, Anom, *et.al*, (2005) dalam “ Hospitality Industry and Tourism Education (The Case of Indonesia)”, menyatakan:

*“ Tourism has been one of the biggest industries in the world, seen from various indicators, such as labor absorption, people movement, and income earned. For a number of countries and territories, tourism has been the biggest contributor in the formation of their gross domestic products ”.*

Pada beberapa negara di dunia, industri pariwisata merupakan salah satu industri besar di dunia karena banyak menyerap tenaga kerja, peningkatan pendapatan bahkan memberikan kontribusi terbesar pada *product domestic brutto* suatu negara.

Sektor pariwisata merupakan salah satu lokomotif perekonomian Bali dan Kabupaten Badung merupakan kabupaten yang memperoleh Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar khususnya dari pajak hotel dan restoran, untuk itu Kabupaten Badung harus terus berupaya meningkatkan sektor pariwisata sesuai dengan potensi daerahnya bersinergi dengan sektor lain maupun kabupaten/kota yang lain serta semua stakeholders pariwisata agar pembangunan kepariwisataan di Badung dan Bali bisa berkelanjutan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan tersebut haruslah mampu mengimplementasikan konsep *Tri Hita Karana* (keharmonisan manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan alam lingkungannya) yang merupakan konsep bersumber dari nilai-nilai luhur agama Hindu yang telah diakui ditingkat nasional bahkan internasional.

Pembangunan kepariwisataan di Kabupaten Badung tidak berimbang karena pembangunan kepariwisataan terfokus di Badung Selatan, yang meliputi: Kecamatan Kuta Utara, Kecamatan Kuta, dan Kecamatan Kuta Selatan. Karena di wilayah tersebut merupakan resort hotel seperti Nusadua dan Kuta yang banyak terdapat fasilitas pariwisata terutama akomodasi, restoran, biro perjalanan, daya tarik wisata, serta fasilitas penunjang pariwisata.

Dalam rangka menyeimbangkan pembangunan Badung Selatan, Badung Tengah, dan Badung Utara maka Pemerintah Kabupaten Badung mengeluarkan kebijakan yang strategis yang salah satunya adalah dengan mengembangkan 11 (sebelas) desa-desa wisata yang ada di wilayah Badung Tengah dan Badung Utara berdasarkan Perbup (Peraturan Bupati) Badung Nomor 47 Tertanggal 15 September 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Di Kabupaten Badung dan Surat Edaran Kadisparda Provinsi Bali Nomor 556/317/I/DISPAR tentang Pengembangan 100 Desa Wisata 2014-2018.

Kemungkinan ide awal desa wisata-desa wisata di Kabupaten Badung adalah untuk pemerataan pembangunan sektor pariwisata agar tidak hanya terfokus di Badung Selatan (Kuta, Nusa Dua dan sekitarnya) yang sudah menjadi *trade mark* pariwisata Bali. Selain itu, masih kentalnya tradisi nilai budaya lokal dan alam yang masih asri dipandang sebagai potensi yang layak untuk pembangunan desa wisata dengan meminimalkan dampak-dampak negatif dari kepariwisataan.

Ke-11 desa wisata di kabupaten Badung di atas tidak ada yang berada di wilayah Badung Selatan. Keseluruhannya berada di Badung Tengah dan Badung Utara kecuali desa wisata Munggu yang berada di perbatasan wilayah Badung Tengah dan Badung Selatan. Hal tersebut sangat beralasan karena keberadaan desa wisata merupakan suatu model pembangunan pariwisata yang berbeda dengan pembangunan pariwisata di Badung Selatan pada umumnya. Desa wisata adalah model pembangunan kepariwisataan yang mengoptimalkan ragam potensi desa, mengedepankan partisipasi masyarakat lokal, dengan memperhatikan aspek-aspek pelestarian dan keberlanjutan untuk kesejahteraan masyarakatnya.

Desa wisata dengan demikian merupakan suatu bentuk antitesa dari *mass tourism* yang sudah sangat berkembang di Badung Selatan. Sebagai bentuk dari *alternative tourism* desa wisata sepatutnya memiliki ciri khas dan karakteristik berbeda dengan aktifitas pariwisata seperti *mass tourism*. Ciri khas yang paling mudah dilihat adalah jumlah wisatawan yang berskala kecil dan memiliki minat khusus tertarik dengan keunikan budaya, keindahan alam dan suasana natural minim rekayasa atau kehidupan masyarakat lokal yang disaksikan oleh wisatawan secara apa adanya/tanpa dibuat-buat.

Wilayah Badung Utara dikenal mengedepankan pembangunan sektor pertanian, berbeda dengan wilayah Badung Selatan dapat dikatakan lebih dari 90% mengandalkan sektor jasa pariwisata. Secara teoritis tidak terlihat terjadi



ketertinggalan di Badung Utara, tetapi jika dicermati terkesan terjadi kesenjangan pembangunan ketika dihubungkan dengan faktor-faktor ekonomi dan kesejahteraan. Secara singkat dapat disampaikan pesatnya pembangunan pariwisata di Badung Selatan tidak sama halnya dengan pembangunan pertanian/perkebunan di Badung Utara. Artinya, pembangunan sektor pertanian di Badung Utara masih lambat dan diperlukan percepatan akselerasi. Kondisi ini disebabkan oleh banyak faktor seperti masih menggunakan pola tanam tradisional, belum memaksimalkan diversifikasi pertanian, petani belum mampu mencukupi kebutuhan pasar, minimnya minat generasi muda untuk terjun di sektor pertanian dan belum tercapainya sinergi antar sektor seperti sektor pariwisata bersama sektor pertanian.

Perkembangan pariwisata di Badung Selatan seperti Nusa Dua, Kuta, Seminyak bahkan sekarang sudah mengarah ke Canggu dan Munggu, begitu pesat memberikan banyak perubahan dan manfaat bagi masyarakat Kabupaten Badung pada khususnya dan masyarakat Bali pada umumnya. Tidak dapat dipungkiri pariwisata telah memberikan warna dalam kehidupan masyarakat meskipun tidak secara keseluruhan merasakan dampak langsung dari nilai ekonomi kepariwisataan. Pembangunan infrastruktur dengan mengedepankan pendekatan *mass tourism* diyakini sangat mendorong pertumbuhan ekonomi. Meskipun dalam kenyataannya tidak dapat dipungkiri terjadi ketimpangan pembangunan antara Badung Utara dan Badung Selatan.

Pemerintah Kabupaten Badung pada satu dasa warsa terakhir mulai serius menyikapi permasalahan di atas. Mulai era kepemimpinan Anak Agung Gde Agung selama dua periode (2005-2010 dan 2010-2015) berupaya menciptakan pemerataan pembangunan antara Badung Utara dan Badung Selatan. Langkah nyata yang sudah dilakukan antara lain dengan sangat berani membuka SMK 1 Badung (Sekolah Menengah Kejuruan Pertanian) di Petang/Badung Utara, memberikan bantuan-bantuan secara berlanjut kepada subak-subak, termasuk pula upaya perpaduan antara pertanian dan pariwisata dengan mengadakan festival tahunan yaitu Festival Budaya Pertanian Badung yang digelar di Jembatan Tukad Bangkung/Badung Utara, dan upaya untuk mengaktifkan desa-desa wisata yang berada di Kabupaten Badung.

Beberapa langkah nyata yang dilaksanakan Bupati Badung tersebut merupakan keberanian yang patut dipuji. Meskipun *out put*-nya jika dilihat secara empiris mungkin belum sesuai yang diharapkan. Memang bukan pekerjaan mudah mewujudkan perpaduan antar sektor seperti pertanian dan pariwisata. Selain

memerlukan perencanaan yang matang dan pendekatan multidisipliner/transdisipliner, harus ditunjang pula oleh peranan segenap pihak seperti pemerintah, *stakeholders*, akademisi, LSM dan partisipasi masyarakat yang aktif.

Keberadaan desa wisata di Kabupaten Badung diharapkan mampu melestarikan pertanian dengan perpaduan bersama sektor pariwisata, memberikan manfaat bagi masyarakat lokal, memberikan kesempatan kerja bagi warga masyarakat lokal, memberikan varian baru dalam produk dan atraksi wisata, dan akhirnya mampu memberikan manfaat ekonomi bagi pembangunan di tingkat desa dalam rangka mewujudkan kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan. Besar pula harapan pada akhirnya desa wisata dapat memberikan sumbangan bagi peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Badung dengan perpaduan sektor pariwisata dan sektor pertanian.

Berikut gambaran umum tentang keberadaan desa-desa wisata di kabupaten Badung pada tabel 3.2 dibawah ini :

**Tabel 3.2 Gambaran Umum Desa Wisata di Kabupaten Badung**

No.	Nama Desa Wisata	Potensi	Produk	Partisipasi Masyarakat	Kehadiran Wisatawan	Konfigurasi
1.	Bongkasa Pertiwi	-Alam -Budaya -Buatan	-	Pasif	Ada	Aktifitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang menikmati wisata <i>rafting</i> oleh para pengusaha
2.	Sangheh	-Alam -Flora dan Fauna -Budaya	-	Pasif	Ada	Aktifitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang

						menikmati daya tarik wisata Sangeh aktifitas kera dan hutan pala
3.	Pangsan	-Alam -Flora dan Fauna -Budaya	-Villa -Kuliner	Pasif	Ada	Aktifitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang menikmati daya tarik wisata <i>rafting</i> . Disisi lain desa Pangsan memiliki potensi kain tenun khas Pangsan yang belum dikenal.
4.	Petang	-Alam -Budaya -Buatan	- <i>Tracking</i> - <i>Cycling</i> - <i>Out Bond</i> - <i>ekowisata</i> - <i>Wisata Agro</i> -Kuliner	Aktif	Ada	Di Kecamatan Petang terdapat 5 desa wisata yaitu Desa Wisata Pangsan, Desa Wisata Plaga (Banjar Bukian), Desa Wisata Kiadan (Banjar Kiadan), Desa Wisata Kerta dan Belok Sidan (Banjar Lawak). Desa wisata yang menunjukkan

						<p>aktivitas rutin adalah Desa Wisata Kiadan (Banjar Kiadan), Desa Belok Sidan (Banjar Lawak), disusul Desa Wisata Kerta, dan Desa Wisata Pangsang. Desa Kiadan memiliki jejaring kuat (JED) dan bekerjasama dengan suatu yayasan. Begitu pula Desa Wisata Belok Sidan difasilitasi oleh pecinta lingkungan asing.</p>
5.	Plaga	-Alam -Spiritual -Budaya -Buatan	-	Pasif	-	<p>Desa wisata yang dimaksud dengan Desa Wisata Plaga adalah di Banjar Bukian. Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang menikmati keindahan alam dan terdapat</p>

						akomodasi pariwisata yang dikelola oleh pengusaha dari luar desa.
6.	Belok Sidan	-Alam -Budaya -Buatan	- <i>Tracking</i> - <i>Cycling</i> - <i>Out Bond</i> - <i>ekowisata</i> - <i>Wisata Agro</i>	Aktif	Ada	Pengembangan dari Desa Wisata Belok Sidan tepatnya Pokdarwis di Banjar Lawak sudah berlangsung dalam kurun waktu 25 tahun dan tidak serta merta langsung berhasil. Berkat upaya keras seorang tokoh masyarakat dan peran akademisi pariwisata serta saat ini telah bekerjasama dengan pecinta lingkungan membuat Desa Wisata Banjar Lawak aktif dan bahkan mampu memberikan banyak manfaat bagi banjar-banjar

						lain di Desa Belok Sidan
7.	Carangsari	-Alam -Budaya -Buatan	-	Pasif	Ada	Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang menikmati wisata <i>rafting</i> dan atraksi wisata Gajah yang dikelola oleh pengusaha lokal dan luar Desa Carangsari.
8.	Baha	-Alam -Budaya -Buatan	-	Pasif	Ada	Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan yang melewati jalur desa ini menuju ke Bedugul.
9.	Kapal	-Alam -Budaya -Buatan	-	Pasif	Ada	Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh

						ramainya wisatawan yang melewati jalur desa ini karena merupakan jalan lintas kabupaten menuju daya tarik wisata seperti Bedugul, Alas Kedaton, dan Tanah Lot.
10.	Mengwi	-Alam -Budaya -Buatan	-	Pasif	Ada	Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh ramainya wisatawan berkunjung ke Daya Tarik Wisata Pura Taman Ayun sebagai warisan budaya dunia oleh Unesco dan desa Mengwi adalah jalur yang dilalui menuju ke Bedugul dan daya tarik wisata lain di Kabupaten Buleleng.
11.	Munggu	-Alam -Budaya -Kuliner	-	Pasif	Ada	Aktivitas desa wisata minim, tertutupi oleh

						berkembangnya daerah Munggu menjadi akomodasi seperti villa, perumahan, kos-kosan yang dominan dilirik oleh wisatawan yang diikuti dengan sektor perdagangan. Munggu menjadi jalur yang harus dilewati ketika wisatawan akan berkunjung ke Pura Tanah Lot dan hotel berbintang lainnya.
--	--	--	--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

*Sumber : Hasil Penelitian, 2015*

Berdasarkan gambaran umum pada tabel 3.2 di atas, tampak desa-desa wisata di Kabupaten Badung memiliki potensi pariwisata yang memadai dan patut dikembangkan secara lebih baik ke depan. Permasalahannya adalah dari 11 desa wisata tersebut, belum semuanya menunjukkan aktifitas kepariwisataan. Dapat dilihat belum optimalnya pemanfaatan potensi yang dimiliki melalui minimnya produk dan atraksi wisata kepada wisatawan. Fakta tersebut tidak terlepas dari pengelolaan, kelembagaan dan partisipasi masyarakat yang tidak kesemua desa wisata memiliki pola-pola yang baik.

Untungnya, desa-desa wisata tersebut berada pada lokasi strategis, seperti memang memiliki daya tarik wisata di desanya, berada pada jalur-jalur yang harus dilalui ketika wisatawan menuju daya tarik wisata tertentu dan terutama memiliki keindahan alam pegunungan memukau berbeda dengan Badung Selatan yang pada umumnya pesisir. Tantangan kedepan adalah langkah nyata menyusun perencanaan



dan pengembangan desa-desa wisata di kabupaten Badung dengan memperhatikan aspek-aspek yang *urgent* sehingga akan menghasilkan implementasi nyata tentang keberadaan desa wisata dengan keunikannya, karakteristik spesifik yang dapat dilihat dari produk dan atraksi wisatanya, wisatawan dengan minat khusus dan berskala kecil, minim pembangunan infrastruktur mega proyek seperti di Badung Selatan, partisipasi aktif warga masyarakatnya, pengelolaan lingkungan, budaya dan masyarakat sesuai dengan filosofi *Tri Hita Karana* serta aktivitas kepariwisataannya secara berkelanjutan untuk mampu mensejahterahkan warga masyarakatnya.

## **BAB IV**

### **ANALISIS PERKEMBANGAN DESA WISATA**

#### **4.1. PERKEMBANGAN DESA WISATA DI KABUPATEN BADUNG**

Keberadaan desa wisata di Kabupaten Badung menjadi ketertarikan tersendiri bagi sebagian kalangan dan mungkin masih banyak wisatawan yang belum mengetahuinya. Kabupaten Badung memiliki *trade mark* sebagai kabupaten terkaya di Provinsi Bali, yang dikenal memiliki pendapatan utama dari sektor pariwisata ternyata sudah mulai memikirkan upaya-upaya pengembangan kepariwisataan yang sangat berbeda dari sebelumnya. Perkembangan kepariwisataan di kabupaten Badung tidak dapat dilepaskan dari keindahan pantai Kuta, Kawasan Nusa Dua dan banyak daya tarik wisata yang terletak di Badung Selatan. Betapa sangat mengejutkan ketika Pemerintah Kabupaten Badung mulai serius memperhatikan pengembangan kepariwisataan di Badung Utara yang dikenal berbasis sektor pertanian dan perkebunan.

Secara embriotik pengembangan desa wisata di kabupaten Badung sudah dimulai sejak kepemimpinan Bupati Badung I Gusti Bagus Alit Putra (1990-2000). Alit Putra sudah melirik Badung Utara sebagai daya tarik wisata dengan perpaduan keindahan alam pegunungan, pertanian dan perkebunan. Secara serius di salah satu banjar di desa Belok yaitu banjar Lawak berdasarkan kajian dari tim peneliti D4 Pariwisata Universitas Udayana dan tim pengabdian Politeknik Negeri Bali ditindaklanjuti dengan pembangunan restoran, pemondokan wisata dan jalur *tracking* oleh pemkab Badung.

Keindah alam pegunungan dipadukan dengan lahan pertanian dan perkebunan menjadi daya tarik luar biasa bagi wisatawan. Permasalahan waktu itu adalah aksesibilitas, yang masih sulit menuju ke desa tersebut (medan yang terjal), alam yang kurang bersahabat menghancurkan bangunan seperti restoran dan pemondokan wisatawan, sumber daya manusia, dan pemasaran. Keadaan masyarakat Desa Belok saat itu masih sangat mengandalkan sektor pertanian dan perkebunan. Atas prakarsa tokoh masyarakat setempat yang sangat bersemangat ingin mewujudkan pengembangan pariwisata di desanya. Keyakinan tersebut bukan tanpa alasan karena disadari betapa desanya memiliki potensi pariwisata yang menjanjikan secara

ekonomi, pelestarian lingkungan dan perpaduan sektor pertanian/perkebunan bersama sektor pariwisata.

Sangat disayangkan upaya dari pemerintah Kabupaten Badung saat itu tidak diteruskan oleh bupati selanjutnya. Berbagai permasalahan Desa Belok dalam mewujudkan kedatangan wisatawan secara berkelanjutan sulit ditanggulangi oleh warga masyarakat setempat. Biaya perawatan bangunan restoran/pemondokan wisatawan yang dibangun di atas tanah milik desa adat tidak mampu tertutupi dengan hasil atau keuntungan dari kunjungan wisatawan yang datang. Ditambah letak bangunan yang tidak terpikirkan sebelumnya ternyata menjadi sasaran angin puyuh setiap tahunnya sampai akhirnya rusak dan terbengkalai.

Namun warga masyarakat setempat tidak menyerah dengan keadaan tersebut. Sampai ketika kepemimpinan Bupati Badung Anak Agung Gde Agung (2005-2010 dan 2010-2015) dalam program kerjanya kembali menegaskan pentingnya sinergi antara sektor pertanian dan sektor pariwisata. Fokus pembangunan Badung dilihat berdasarkan tiga bagian yaitu Badung Utara, Badung Tengah dan Badung Selatan.

Hal yang monumental adalah terbuka lebarnya aksesibilitas menuju desa Belok dan sekitarnya (bahkan lintas kabupaten yaitu kabupaten Bangli dan kabupaten Buleleng) dengan diresmikannya Jembatan Tukad Bangkung di Desa Plaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung pada 19 Desember 2006. Jembatan Tukad Bangkung menghubungkan dua buah bukit dengan panjang jembatan 360 m dan tinggi lebih dari 70 m. Kehadiran jembatan Tukad Bangkung memberikan nuansa baru bagi warga masyarakat setempat bahkan warga masyarakat Bali. Secara otomatis banyak warga dari luar desa berkunjung untuk menyaksikan jembatan termegah, dan terpanjang di Bali serta diklaim sebagai jembatan tertinggi di Asia.

Sektor pertanian dan perkebunan menjadi semakin terpacu dan desa wisata pun kembali mulai bergeliat sejalan dengan program pemerintah kabupaten Badung yang ternyata juga dibarengi dengan program pembangunan dari pemerintah pusat melalui Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata RI (kemudian berubah menjadi Kemenparekraf) untuk memacu kelahiran desa-desa wisata di seluruh Indonesia.

Sampai saat ini desa wisata Belok, banjar Lawak, Kecamatan Petang mampu bertahan bahkan semakin maju dari sebelumnya. Melalui Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Banjar Lawak, pengelolaan desa wisata berjalan baik dan bahkan mampu memberikan kontribusi bukan hanya untuk warga banjar Lawak, akan tetapi memberikan pula manfaat bagi warga Desa Belok yang terdiri dari beberapa banjar.

Pengalaman dalam kurun waktu 25 tahun terakhir memberikan banyak masukan dan menunjang kreatifitas warga masyarakat dalam membuat produk dan atraksi wisata.

Di masa-masa awal kehadiran desa wisata di Kabupaten Badung ada satu desa wisata yang memiliki kurun waktu yang hampir bersamaan kelahirannya dengan desa wisata Lawak di Desa Belok. Desa tersebut adalah Desa Wisata Baha yang secara embriotik mulai aktif di awal era tahun 1990-an. Desa yang memiliki kaitan erat dengan sejarah kemerdekaan RI di Bali terletak di Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung memiliki beragam potensi pariwisata seperti potensi alam dan potensi budaya.

Bermodalkan beragam potensi wisata yang dimiliki, desa wisata Baha sempat memiliki program melestarikan pintu masuk (*angkul-angkul*) di depan rumah warga secara seragam mencirikan arsitektur Bali tradisional. Namun sampai saat ini belum banyak wisatawan yang berkunjung dan memberikan pemasukan bagi desa wisata. Kemungkinan hal ini disebabkan letak Desa Baha yang berada pada jalur wisata menuju ke Bedugul, Alas Kedaton dan daya tarik wisata di Kabupaten Buleleng. Wisatawan pun tidak perlu singgah di Desa Baha karena sudah dapat dinikmati alam dan budayanya secara sambil lalu melewati desa ini menuju ke tujuan wisata lain.

Sampai saat ini Desa Wisata Baha masih bertahan dan masih tetap menunggu sambil berupaya menata lingkungan dan pengelolaannya melalui Pokdarwis. Peran serta aktif warga masyarakat tampak mudah untuk diakomodir, namun permasalahan utamanya kemungkinan adalah aksesibilitas yang menjadi jalur rutin menuju destinasi wisata tertentu dan pemasaran yang belum optimal. Sehingga memerlukan kajian dalam bentuk penelitian maupun pengabdian masyarakat untuk dapat mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut.

Tidak menutup kemungkinan banyak desa-desa wisata lain di Kabupaten Badung bersamaan kelahirannya atau bahkan mungkin sebelum desa wisata Lawak dan desa wisata Baha sudah beroperasi. Namun pada intinya secara embriotik Desa Wisata Lawak dan Desa Wisata Baha adalah contoh kelahiran desa-desa wisata yang di satu sisi mampu maju dan berkembang (Desa Wisata Lawak), sementara di satu sisi masih *stagnan* (Desa Wisata Baha).

Sampai saat ini desa-desa wisata di Kabupaten Badung yang berjumlah 11 desa wisata tetap hidup dan berjalan dengan segala kekurangan dan kelebihannya. Melalui perhatian yang lebih fokus dari Pemerintah Kabupaten Badung banyak pihak optimis bahwa desa wisata di Badung akan semakin mampu menunjukkan

keberadaannya. Jika diperhatikan, kemajuan pembangunan sektor pariwisata kabupaten Badung bertumpu di Badung Selatan, mulai dari Nusa Dua, Bukit Jimbaran, Tuban, Kuta, Seminyak, bahkan sekarang sudah meluas ke Canggu dan Munggu. Kenyataan ini mendorong pihak pemerintah kabupaten Badung melakukan upaya pemerataan pembangunan antara Badung Utara dan Badung Selatan dan perpaduan pembangunan antara sektor yaitu sektor pariwisata dan sektor pertanian. Hal tersebut bertujuan untuk menciptakan pola pembangunan yang saling melengkapi antara di hulu dan hilir Kabupaten Badung. Diharapkan Badung Utara yang mengandalkan sektor pertanian dapat *men-supply* kebutuhan Badung Selatan akan hasil-hasil pertanian untuk hotel dan restoran termasuk warga masyarakatnya.

Pada masa kepemimpinan Bupati Badung Anak Agung Gde Agung tersebut, memiliki komitmen untuk sinergi antara sektor pariwisata dan sektor pertanian. Di tahun 2006, Bupati Badung yang juga *Penglingsir Puri Ageng Mengwi* mendirikan SMKN 1 Pertanian Petang, di Desa Plaga, Kabupaten Badung sebagai upaya mencetak SDM pertanian yang siap pakai. Seperti diketahui minat generasi muda sangat minim dewasa ini terjun di sektor pertanian. Mayoritas minat generasi muda saat ini adalah terjun langsung di sektor pariwisata karena dianggap lebih menjanjikan. Selain itu, mulai tahun 2012 Kabupaten Badung rutin menggelar Festival Pertanian Plaga yang digelar di Tukad Bangkung, Badung Utara, sebagai jembatan yang terpanjang di Bali. Tujuan pelaksanaan festival untuk mendorong petani menampilkan produk-produk unggulan yang ramah lingkungan sebagai sinergi antara sektor pariwisata dan sektor pertanian. Kabupaten Badung sebagai pusat kepariwisataan di Bali melakukan berbagai upaya dan langkah untuk menyeimbangkan pembangunan sektor pertanian dan pariwisata, sehingga satu sama lainnya saling mendukung yang bermuara pada peningkatan kesejahteraan petani ([www.distanbunhut.badungkab.go.id](http://www.distanbunhut.badungkab.go.id), 2012).

Sinergi antara sektor pariwisata dan sektor pertanian yang telah diupayakan pemerintah kabupaten Badung adalah salah satu model dari *alternative tourism* yaitu desa wisata. Desa wisata inilah yang diharapkan sebagai titik temu antara sektor pertanian dan sektor pariwisata. Kehadiran desa wisata merupakan hal biasa ketika wisatawan berkunjung ke suatu desa di Bali, namun menjadi hal yang baru ketika desa wisata sebagai suatu model yang membedakan antara model desa wisata, model ekowisata dan model pengembangan *alternative tourism* lainnya. Pengembangan desa wisata tidak bertujuan untuk kunjungan wisatawan sebanyak-banyaknya.

Melainkan upaya pariwisata berbasis masyarakat, dengan optimalisasi potensi lokal, skala wisatawan kecil dan sasaran wisatawan minat khusus. Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993).

#### **4.1.1 Analisis Sistem Kegiatan Kepariwisataaan**

Untuk dapat melihat perkembangan kegiatan kepariwisataan di masing-masing desa wisata di kabupaten Badung maka akan dianalisis sistem kegiatan / aktifitas kepariwisataan per desa wisata. Analisis bertujuan untuk mendapatkan deskripsi mengenai keberadaan desa wisata, sehingga nanti diharapkan diperoleh suatu pemahaman permasalahan masing-masing desa wisata untuk mempermudah mencari solusi dalam perencanaan dan pengembangan selanjutnya.

Model sistem kepariwisataan yang mengaitkannya dengan konteks proses perencanaan/pengelolaan pariwisata dikemukakan antara lain oleh Mill dan Morrison (1985), yang kemudian dikembangkan pada tahun 1992, serta Cornellisen (2005). Mill dan Morrison mengungkapkan empat komponen pembentuk sistem kepariwisataan, yaitu *market* (pasar), *marketing* (pemasaran), *destination* (destinasi/daerah tujuan wisata), dan *travel* (perjalanan). *Market* (pasar): mencakup faktor-faktor yang mempengaruhi pasar dengan penekanan pada perilaku pasar, faktor-faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi perjalanan wisata, dan proses pengambilan keputusan berwisata, (*pemasaran*): menfokuskan pada strategi bagaimana pengelola pariwisata merencanakan, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada wisatawan, *Travel* (perjalanan): fokus pada pergerakan wisatawan, moda transportasi, dan segmen pasar, *Destination* (destinasi/daerah tujuan wisata): mencakup proses dan prosedur yang dilakukan oleh destinasi pariwisata dalam pembangunan dan mempertahankan keberlanjutan kepariwisataan.

##### **4.1.1.1 Desa Wisata Baha**

Desa wisata Baha seperti sudah disampaikan pada Bab III (gambaran umum) dan 4.1 perkembangan desa wisata di kabupaten Badung di atas. Perkembangan desa wisata Baha Desa Wisata Baha terletak sekitar 5 km di sebelah utara Desa Wisata Mengwi. Desa Wisata Baha sudah dirancang sejak sekitar 20 tahun lalu, dimana saat itu sedang *euphoria*-nya pengembangan desa-desa wisata di Bali. Pengembangan

Desa Wisata Baha pada waktu itu mengadopsi model Desa Adat Wisata Panglipuran di Kabupaten Bangli dengan memberikan bantuan kepada masyarakat lokal untuk membangun pintu gerbang rumah/ *angkul-angkul* yang seragam.

Di Desa Wisata Baha juga ada bekas wilayah *Alas Baha* yang pada waktu masa perang *Puputan Margarana* menjadi tempat markas serdadu penjajah Belanda. Akan tetapi, peninggalan *Alas Baha* tersebut hampir sudah tiada karena pola kepemilikan pribadi dan beralih fungsi menjadi lahan pertanian dan kondisi existing saat ini, peninggalan *Alas Baha* beralih fungsi menjadi areal pemukiman meskipun masih tersisa sedikit lahan pertanian.

Permasalahan yang dihadapi, antara lain: Proyek Pemerintah Kabupaten Badung dalam bentuk bantuan pembangunan pintu gerbang rumah yang seragam sudah tidak tampak lagi, karena memang program tersebut keliru mengadopsi model pembangunan pintu gerbang rumah atau *angkul-angkul* Desa Wisata Adat Panglipuran, yang memang secara tradisional sudah mewarisi model tersebut, dengan konsep pembangunan desa dengan rumah-rumah adat yang membujur dari utara ke selatan, yang dinamai konsep *hulu margi agung*. Artinya, jalan yang membujur dari utara ke selatan Desa Adat Panglipuran merupakan sentral desa adat, demikian pula struktur pemerintahan Desa Adat Panglipuran menganut konsep *hulu apad* yang sangat berbeda dengan konsep pemerintahan Desa Adat *Bali Tengahan* termasuk Desa Wisata Baha.

Secara *real* keadaan di lapangan menunjukkan Pokdarwis atau pengelola Desa Wisata Baha kesulitan dalam mengelola desa wisata. Hal ini terbukti dari minimnya wisatawan yang berkunjung ke desa wisata Baha. Terkecuali setelah siang hari sering ada beberapa rombongan wisatawan Eropa yang ingin melihat salah satu rumah penduduk lokal yang masih menggunakan arsitektur Bali kuno dengan menggunakan bahan tembok dari tanah liat (*tanah popolan*). Para wisatawan yang pada umumnya berasal dari Jerman ini tidak memberikan pemasukan kepada desa wisata Baha melainkan memberikan donasi kepada pemilik rumah tradisional tersebut secara pribadi.

Permasalahan kedua adalah jalur masuk ke Desa Baha dari selatan tembus ke utara di ujung desa dan berfungsi sebagai jalan pintas menuju ke Bedugul dan daya tarik wisata lain di Bali Utara. Sehingga wisatawan atau pelancong cukup melewati desa wisata Baha tanpa merasa perlu untuk turun. Hanya *view* persawahan dan kebersihan lingkungan yang sempat dilihat dari kendaraan para wisatawan. Potensi

budaya seperti *sekeha* kecak pria dan wanita, tari legong, arena memancing, dan kesenian pengrajin ukir-ukiran, anyaman, dan industri rumah tangga seperti kuliner terlewatkan begitu saja.

Masyarakat sangat mengandalkan pemerintah kabupaten Badung atau pemerintah provinsi Bali untuk keberlanjutan desa wisata ini. Sementara pengembangan jaringan, bekerjasama dengan *travel agent* sempat dilakukan tetapi tidak lama berjalan. Pokdarwis setempat tampak belum putus asa dan berniat untuk mengadakan pengembangan kedepannya walau belum disampaikan secara eksplisit kepada tim peneliti.

Strategi pengembangan secara umum di desa wisata Baha adalah dengan mengintensifkan pengelolaan potensi desa wisata yang telah ada, seperti wilayah pertanian tanaman padi (sawah) dengan sistem subak yang masih lestari, dengan membangun museum subak sebagai daya tarik wisata, membuat paket wisata *tracking* dengan menelusuri potensi alam lingkungan desa yang masih alami; sistem pengelolaan desa wisata yang lebih profesional dengan catatan pengurus Pokdarwis harus benar-benar fokus terhadap desa wisata, meningkatkan pencitraan dengan membaca *market* sehingga dapat menentukan pola pemasaran, serta menjalin kerjasama dengan para pelaku pariwisata. Desa wisata Baha memerlukan pendampingan secara khusus dari *travel agent* karena selama ini hal tersebut belum secara serius dilakukan. Aksesibilitas sudah sangat baik bahkan terlalu baik namun justru disana kelemahannya karena wisatawan jarang ada yang berkeinginan untuk singgah di desa wisata Baha. Salah satu solusi adalah dengan pencitraan sumber daya pariwisata yang unik dan tidak dimiliki oleh desa-desa wisata lain. Sumber daya tersebut harus mampu menyentuh segmentasi pasar dengan memperhatikan aspek lingkungan, aspek sosial-budaya dan terakhir aspek ekonomi. Atau berjejaring dengan desa-desa wisata lain (minimal 2 desa wisata) untuk membangun hubungan saling melengkapi dan diupayakan desa wisata terdekat. Kebijakan secara internal maupun eksternal harus diperhatikan mengatasi permasalahan-permasalahan tersebut yang nantinya dapat dikombinasikan dengan strategi pemasaran.

Penelitian pasar dapat dengan mudah dilakukan dengan mengadakan studi banding terhadap desa wisata sekitar, di kabupaten lain di Provinsi Bali atau di desa wisata lain di Indonesia. Harapan dari penelitian pasar akan diperoleh target pasar dan dari observasi dominan wisatawan yang datang ke desa Baha adalah yang berasal dari Eropa khususnya Jerman. Kedepan *travel agent* yang selalu membawa



wisatawan tersebut kiranya dapat diajak bekerjasama secara serius untuk pengembangan desa wisata Baha selanjutnya sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan secara merata pada produk dan atraksi wisata yang dimiliki.

#### **4.1.1.2 Desa Wisata Bilok Sidan**

Desa wisata Belok Sidan masuk dalam wilayah Kecamatan Petang dan melewati desa Plaga melalui jembatan Tukad Bangkung. Seperti sudah diutarakan pada Bab III (gambaran umum) dan sekilas di 4.1 Perkembangan Desa Wisata di Badung, sebenarnya hanya satu banjar saja sebagai pelopor Desa Wisata Belok yaitu Banjar Lawak atau Desa Lawak. Namun karena perkembangannya yang baik sehingga mampu memberikan banyak manfaat bagi warga Banjar Lawak sendiri dan bahkan kepada Desa Belok Sidan.

Desa Wisata Belok Sidan merupakan desa paling utara bagian Timur wilayah Kabupaten Badung yang berbatasan langsung dengan wilayah Kabupaten Bangli. Sebelumnya desa ini sangat sulit untuk dapat dikunjungi karena memiliki medan yang terjal dan sulit dilalui oleh kendaraan beroda empat. Waktu itu merupakan tantangan jika ingin mengunjungi desa wisata Belok Sidan karena beratnya medan.

Desa Wisata Belok Sidan sebenarnya sudah dirancang sejak sekitar 20 tahun silam dengan pengembangan Agrowisata Lawak. Di masa awal masyarakat yang sangat mengandalkan sektor pertanian/perkebunan sempat merasa ragu dengan pengembangan kepariwisataan di desa mereka. Desa wisata Belok Sidan adalah desa yang sangat sering dijadikan tempat penelitian para akademisi termasuk KKN mahasiswa. Sehingga warga masyarakat lokal banyak mendapatkan pengetahuan baru dan akhirnya tertarik dengan pengembangan kepariwisataan. Desa Wisata Belok Sidan masih tetap berkembang karena potensi desa yang masih alami dengan potensi alam terutama perkebunan kopi dan palawija yang lain yang terletak di daerah pegunungan dengan terasering yang sangat menarik bagi wisatawan untuk wisata petualang, ekowisata, pengembangan wisata berbasis masyarakat lokal.

Pada tahun 1990-an Banjar Lawak sudah pernah dibangun restoran, pemondokan wisata/*home stay*, jalur *tracking*, hasil bantuan dari pemerintah kabupaten Badung di lahan milik desa adat. Namun hal tersebut sempat macet karena beberapa faktor internal dan eksternal. Sehingga pengelola desa wisata di dusun Lawak kebingungan untuk menentukan langkah selanjutnya. Sampai akhirnya bangunan permanen berupa restoran dan *homestay* roboh dan hancur karena beberapa

kali terkena bencana angin puyuh. Pengelola desa wisata pun berulang kali berupaya untuk merenovasi bangunan tersebut tetapi alam setiap tahunnya menjadi kendala utama.

Pihak pengelola desa wisata dusun Lawak memutuskan membiarkan bangunan tersebut meskipun tidak ada maksud untuk membiarkan terbengkalai. Kemungkinan pada saat mendirikan bangunan, belum dipikirkan kendala angin puyuh yang setiap tahun selalu menasar lokasi. Pertimbangan utama pembangunan di lokasi karena *view* yang baik, terletak dipinggir jalan dan merupakan tanah milik desa.

Sampai akhirnya dusun Lawak kedatangan seorang wisatawan yang tertarik dengan potensi alam dan keramah-tamahan warga setempat. Wisatawan tersebut mampu memotivasi masyarakat lokal menjaga kelestarian lingkungan, alam dan budaya. Berkaitan dengan desa wisata, Dusun Lawak didampingi oleh wisatawan tersebut berupaya mengembangkan desa wisata. Dusun Lawak sebagai desa wisata sudah memiliki *home stay*, jalur *tracking* dan kedatangan wisatawan secara berkelanjutan. Bahkan dusun Lawak sudah mulai memperhatikan dusun-dusun lainnya di desa Bilok Sidan, mulai dari pembagian hasil, pembagian jalur *tracking*, pelatihan *guiding*. Pada intinya Desa Wisata Dusun Lawak menginginkan partisipasi aktif masyarakat bukan hanya di dusun mereka tetapi meluas kepada dusun/banjar lain dalam satu desa mereka yaitu Desa Bilok Sidan

Desa wisata ini makin berkembang lagi dengan telah dibangunnya Jembatan Tukad Bangkung yang terletak di perbatasan bagian selatan desa ini. Jembatan Tukad Bangkung tersebut dibangun untuk mempercepat akses menuju Desa Belok Sidan yang sebelumnya dari Desa Pelaga menuju Desa Belok Sidan harus melewati jalan terjal yang berliku-liku atau berkelok-belok atau banyak berbelok makanya desa tersebut dinamai Desa Belok Sidan. Jembatan Tukad Bangkung tersebut, adalah model pembangunan infrastruktur jembatan *shortcut* yang juga telah dibangun sekarang di wilayah Kabupaten Tabanan menuju wilayah Kabupaten Jembrana yang tujuannya untuk memperpendek waktu tempuh dalam perjalanan. Gambar 16 Jembatan Tukad Bangkung di Wilayah Badung Utara

Potensi Desa Wisata Belok Sidan juga didukung adanya potensi pertanian dengan perkebunan sayur-mayur, bunga, dan buah-buahan, serta pengembangan kopi luwak yang sangat diminati wisatawan dan masyarakat saat ini. Demikian pula juga terdapat terowongan air tradisional yang merupakan *local genius* para pendahulu masyarakat lokal serta adanya penemuan Peti Batu (*sarcophagus*) yang merupakan

tinggalan arkeologi yang juga ditemukan di daerah-daerah lain di Bali, seperti di daerah Gilimanuk Kabupaten Jembrana, daerah Kabupaten Gianyar, daerah Kintamani-Bangli. Hal ini sebagai bukti arkeologi bahwa Desa Belok Sidan sudah dihuni sejak zaman prasejarah.

Permasalahan yang dihadapi Desa Wisata Belok Sidan, antara lain : masih belum tersedianya lahan untuk pusat pengembangan desa wisata; diperlukan campur tangan pemerintah agar masyarakat lokal tidak menjual tanahnya kepada investor agar masyarakat lokal-lah yang berperan dalam pengembangan desa wisata tersebut.

Melihat keberhasilan yang sudah dicapai oleh desa wisata Belok Sidan maka Strategi pengembangan selanjutnya adalah memperhatikan aspek lingkungan, aspek sosial budaya selain aspek ekonomi. Harus diakui saat ini desa Belok Sidan khususnya banjar Lawak sudah memperoleh hasil dari jerih payah selama lebih dari 20 tahun. Salah satu buktinya ketika adalah upacara keagamaan dan upacara adat warga banjar Lawak sudah mampu menggunakan keuntungan dari desa wisata untuk biaya-biaya tersebut. Memaksimalkan peran banjar-banjar lain di Desa Belok Sidan perlu pengembangan potensi wisata lain di masing-masing banjar. Hal ini bertujuan untuk menggali sumber daya potensial, dengan perencanaan dan investasi sesuai dengan target pasar yang sudah dimiliki. Pemerintah Daerah harus menyiapkan areal untuk pusat pengembangan desa wisata baik dalam bentuk kantor desa wisata, lahan parkir untuk tempat parkir kendaraan karena pada saat padatnya kunjungan wisatawan banyak sekali kendaraan yang diparkir di badan jalan; pengembangan sumber daya manusia (SDM) masyarakat lokal terutama di banjar selain banjar Lawak agar mampu berperan aktif dalam pengembangan desa wisata.

Penelitian pasar perlu dilakukan jika menginginkan target pasar baru yang harus dibarengi dengan perencanaan baik secara fisik maupun sosial. Hasil penelitian menunjukkan selama ini wisatawan yang datang berasal dari Eropa dan Jepang, kedepan Pokdarwis Banjar Lawak berniat untuk mengembangkan pasar domestik khususnya para siswa-siswi untuk melakukan aktifitas wisata seperti *out bond* di desa wisata mereka.

#### **4.1.1.3 Desa Wisata Bongkasa Pertiwi**

Desa Bongkasa Pertiwi berada di Kecamatan Abiansemal Kabupaten Badung. Pada awalnya menjadi bagian dari Desa Bongkasa dan kemudian secara kedinasan

terpisah dari desa Bongkasa melalui Keputusan Bupati Badung Nomor: 434 Tahun 2003 Tanggal 13 Maret 2003, terdiri dari 3 banjar yaitu Banjar Karangdalem I, banjar Karangdalem dan Banjar Tegal Kuning.

Keberadaan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi tidak dapat terlepas dari peran aktif para tokoh masyarakat setempat yang berkeinginan untuk memajukan desanya. Pada awalnya ketertarikan tersebut berawal dari potensi wisata yang dimiliki yaitu lembah sungai ayung dimanfaatkan oleh investor untuk wisata *rafting*. Sampai saat ini lebih dari 5 perusahaan *rafting* berlokasi di Sungai Ayung. Melihat kesempatan ini, muncul ide untuk menjadikan Desa Bongkasa Pertiwi sebagai desa wisata dengan pemanfaatan potensi budaya dan potensi alam meskipun di masa-masa awal belum sepenuhnya dapat diterima oleh warga masyarakat. Pada kenyataannya, ketika wisata *rafting* berkembang pesat masyarakat mulai menyadari manfaat dari keberadaan pariwisata terutama dalam penyerapan tenaga kerja dan manfaat ekonomi. Bahkan saat ini Desa Bongkasa Pertiwi sudah memiliki areal parkir Bus Besar dan kendaraan roda empat yang sangat memadai.

Data di lapangan menunjukkan Pokdarwis sebagai pengelola desa wisata sebenarnya belum berfungsi secara baik. Kenyataannya daya tarik wisata milik investor yang maju dan berkembang. Tetapi disisi lain, keberadaan investor melalui wisata *rafting* banyak memberikan manfaat bagi kemajuan desa dan sangat dirasakan oleh masyarakat. Mayoritas wisatawan yang datang berasal dari Asia yaitu Cina dan sedikit dari Jepang. Mereka datang ber-*group* dan sudah diatur melalui kerjasama antara travel agent dan investor pengelola wisata *rafting*.

Dengan demikian pemasalahan yang ada di Desa Wisata Bongkasa Pertiwi, antara lain: masih kurangnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata, dan belum digalinya potensi alam dan budaya yang lain untuk dijadikan daya tarik wisata.

Strategi pengembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi, antara lain : perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata; mengajak Desa Bongkasa sebagai *partner* desa wisata mengingat secara geografis wilayah Desa Bongkasa berdampingan, menggali potensi-potensi budaya lokal, mengkemas potensi kerajinan yang memiliki nilai jual pada wisatawan; membangun pondok-pondok wisata yang dimiliki masyarakat lokal, mengefektifkan wisata puri; serta mengkoordinasikan dengan baik pengelolaan desa wisata agar memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat lokal.

Pasar wisatawan sudah sangat jelas tinggal mengintegrasikan dengan pihak *stakeholders* yaitu investor pemilik wisata *rafting* dan *travel agent* untuk menentukan produk dan atraksi wisatawan yang diinginkan. Perlu diperhatikan pula agar konsep desa wisata dipahami karena ada kecenderungan warga masyarakat setempat menjual tanahnya di pinggir/lembah sungai ayung. Pemerintah kabupaten dalam pemasaran di Desa Wisata Bongkasa Pertiwi diperlukan sebagai fasilitator ke pihak investor/*travel agent* untuk dapat mengembangkan sumber daya potensial seperti agrowisata, *ecotourism* dan mungkin *spiritual tourism*.

#### **4.1.1.4 Desa Wisata Carangsari**

Desa Wisata Carang Sari terletak di Kecamatan Petang bagian Selatan, Kabupaten Badung bagian Utara. Desa Wisata Carang Sari sudah terkenal sebagai asal dari pahlawan nasional asal Bali I Gusti Ngurah Rai. Di ujung Utara desa tepatnya di kuburan setempat terdapat Monumen Perjuangan Rakyat Bali. Sebagai desa wisata, di Desa Carangsari terdapat aktivitas *rafting*/ arung jeram di Sungai Ayung, atraksi wisata gajah, dan *cycling* bersepeda yang dikelola pengusaha lokal dengan melibatkan masyarakat lokal.

Tidak jauh berbeda dengan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi keberadaan Desa Wisata Carangsari tidak terlepas dari peran para tokoh masyarakat setempat untuk mewujudkannya (lokasi desa wisata Carangsari disebelah Utara Desa Wisata Bongkasa Pertiwi). Di awali dengan peran investor melihat potensi wisata dari sungai Ayung, wisata *rafting* dikembangkan disertai dengan membuka jalur-jalur *tracking*. Wisata *rafting* pun berkembang dan menambah produk-produk untuk dijual kepada wisatawan seperti atraksi gajah. Masyarakat setempat yang semula awam dengan dunia pariwisata, pada tahun selanjutnya dapat menerima. Terbukti banyak tenaga kerja yang terserap dan selama hamper 25 tahun sumber daya manusia di desa wisata Carangsari banyak memiliki pengetahuan disamping bertani. Minimal kemampuan penguasaan bahasa asing dalam keseharian seperti bahasa Inggris. Termasuk keterampilan-keterampilan dalam pengelolaan daya tarik wisata.

Data penelitian menunjukkan bahwa aktivitas Desa Wisata Carangsari melalui Pokdarwis yang dimiliki belum optimal dalam pelaksanaannya. Banyaknya wisatawan yang datang ke desa Carangsari justru ke wisata *rafting* milik beberapa pengusaha (termasuk pengusaha lokal). Dominan wisatawan asal Cina, Jepang dan

wisatawan domestik. Secara jujur harus diakui banyak potensi alam dan potensi budaya yang belum tergarap maksimal.

Strategi pengembangan Desa Wisata Carang Sari, adalah perlu menggali potensi alam dan budaya yang ada di wilayah Desa Carang Sari, berupa wisata puri dengan menjadikan Puri Carang Sari sebagai daya tarik wisata, karena di Puri Carang Sari-lah tempat kelahiran pahlawan nasional I Gusti Ngurah Rai yang gugur pada waktu perang *Puputan Margarana*; mengembangkan pondok wisata yang dikelola masyarakat lokal; membuat jalur-jalur *tracking* yang lain; mengembangkan kerajinan tradisional dan produksi pertanian masyarakat lokal untuk kebutuhan wisatawan; serta mengoptimalkan koordinasi pengelolaan desa wisata, jika memungkinkan wisatawan yang berkunjung menikmati wisata *rafting* dapat terintegrasi dengan produk atau atraksi wisata Desa Wisata Carangsari. Untuk dapat mewujudkannya harus membuat perencanaan sehingga mampu merancang produk sesuai dengan segmentasi dan target pasar.

#### **4.1.1.5 Desa Wisata Kapal**

Desa Wisata Kapal terletak di Kecamatan Mengwi di bagian tengah Kabupaten Badung yang dilintasi jalur jalan utama Denpasar - Tabanan. Desa Kapal merupakan desa yang banyak terdapat kerajinan terutama kerajinan yang terkait dengan pembangunan tempat ibadah maupun rumah tradisional, serta peralatan upacara Agama Hindu, karena masyarakat Desa Kapal tergolong masyarakat kreatif, inovatif, dan memiliki etos kerja dan jiwa kewirausahaan.

Sebagai desa tradisional di Bali desa Kapal memiliki banyak keunikan tradisi adat-istiadat yang masih hidup dan menyatu dengan masyarakat. Seperti Tradisi *Aci Rah Pengangon* atau perang tipat-bantal yang dilangsungkan setahun sekali di depan Pura Desa lan Puseh Desa Adat Kapal, Kecamatan Mengwi.

Selain itu Desa Wisata Kapal memiliki Pura Kahyangan Jagat yang terkenal di Desa Kapal, Mengwi, Badung adalah Pura Sada. Terletak di daerah pemukiman di Banjar Pemebetan Desa Kapal, Mengwi, Badung, lokasi pura ini mudah ditemukan. Masuk beberapa meter dari jalan utama jurusan Denpasar-Tabanan, umat sudah dapat melihat keberadaan pura yang konon dibangun tahun 830 Masehi itu. Lokasinya sekitar 15 km dari Denpasar. Salah satu pelinggih yang memiliki ciri khas tersendiri di utama mandala pura itu yakni Prasada. Bahkan, Prasada dan Candi Bentar di pura ini diakui sebagai situs cagar budaya yang dilindungi sebagai cagar budaya. Menurut

*Kutara Kanda Dewa Purana Bangsul Pura Sada* bahwa candi tersebut merupakan *Lingga Bhuwana*, sebagai *Pura Penyungsungan/Kahyangan Jagat* yang *diempon* terutama oleh masyarakat Desa Kapal.

Di sekitar 200 meter ke arah Selatan dari Pura Purusada tersebut, juga terdapat *Pura Beji Langon* yang berlokasi di tepi sungai Penet. Di areal Pura ini khususnya di tebing-tebing areal Pura, terdapat pahatan-pahataninggalan arkeologi baik berbentuk ornamen maupun patung gajah yang berukuran besar yang mirip dengan situs peninggalan obyek wisata Pura Goa Gajah di Kabupaten Gianyar.

Di areal utama *mandala* Pura Beji Langon terdapat *pancoran* maupun kolam yang disucikan. Kolam tersebut hanya dihuni seekor *ikan julit* yang puntung yang disakralkan, karena kalau ikan itu mati pasti akan muncul hanya satu ekor *ikan julit* yang puntung juga, dan ikan yang mati dikubur di areal pura. Pura tersebut merupakan Pura Beji (pura yang berfungsi untuk penyucian/ pembersihan), karena setiap ada upacara di pura-pura umum maupun pura-pura keluarga, upacara *Manusa Yadnya* yang ada di Desa Adat Kapal dan upacara-upacara *memukur*, umumnya selalu ada *Acara Nunas Tirta* maupun *Upacara Memedek* dengan membawa arca-arca atau peralatan upacara untuk disucikan di Pura Beji Langon. Di luar areal pura/ di *Jaba Pura* juga terdapat beberapa *pancoran* yang airnya sangat jernih sebagai tempat permandian masyarakat lokal (Anom,2006).

Sekitar 500 meter kearah selatan dari Pura Beji Langon, tepatnya di pinggir jalan Desa Kapal menuju Desa Tangeb terdapat sebuah Pura *Kepuh Kembar* yang sekarang dinamai Pura *Dalem Solo*. Di areal bagian barat dan selatan bagian bawah pura di tebing-tebing terdapat beberapa Goa peninggalan jaman penjajahan Jepang, yang pada waktu itu dipergunakan sebagai tempat tinggal serdadu maupun tempat menyimpan senjata penjajah Jepang.

Di samping pura-pura tersebut yang layak menjadi daya tarik wisata, masih banyak terdapat pura-pura lain di Desa Adat Kapal yang juga layak untuk menjadi daya tarik wisata. Di Desa Adat Kapal juga ada acara *perang ketupat* yang dilaksanakan setahun sekali, acara tersebut merupakan acara ritual sebagai perwujudan rasa syukur masyarakat lokal terhadap keberhasilan hasil pertanian padi. Acara *perang ketupat* tersebut dilaksanakan di depan/di *Jaba Pura* Desa dan Pura Pusah Desa Adat Kapal yang terletak di jalan raya Kapal.

Adapun permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan Desa Wisata Kapal, antara lain: masih kurangnya partisipasi masyarakat maupun tokoh-tokoh masyarakat

lokal dalam pengembangan desa wisata, karena masyarakat Desa Kapal sudah memiliki beraneka ragam mata pencaharian yang lain, terutama sebagai pengerajin yang perkembangannya sudah memberikan manfaat ekonomi untuk mensejahterakan masyarakat lokal.

Selain permasalahan di atas, lokasi desa wisata Kapal yang berada pada jalur utama Denpasar-Gilimanuk membuat wisatawan jika tanpa pemasaran yang baik kecil kemungkinan untuk mengunjungi desa wisata Kapal. Hal teknis lainnya adalah belum aktifnya Pokdarwis yang dimiliki sebagai pondasi utama desa wisata dari sisi kelembagaan. Dapat dimaklumi karena warga masyarakat Kapal dominan bergelut disektor perdagangan dan sektor pertanian.

Strategi dalam pengembangan Desa Wisata Kapal, antara lain agar Pemerintah Kabupaten Badung menata areal peninggalan goa penjajahan Jepang sehingga menjadi daya tarik wisata; membuat paket *tracking* menelusuri tepi sungai Penet dan areal persawahan yang ada di Desa Wisata Kapal; membenahan pengelolaan desa wisata serta mempromosikan Desa Wisata Kapal kepada Biro Perjalanan, pembuatan brosur Desa Wisata Kapal, serta mempromosikan di *website* Desa Wisata Kapal.

Minimnya kunjungan wisatawan ke desa wisata Kapal dapat disikapi dengan strategi pengembangan di atas dengan syarat penguatan kelembagaan yaitu Pokdarwis ditambah pengembangan potensi sebagai produk wisata. Semisal desa Kapal yang masyarakatnya dominan berprofesi sebagai undagi tempat-tempat suci (pelinggih, dsb) dapat dikemas menjadi produk *edu tourism*. Setelah meyakini kekuatan dari produk tersebut baru dapat dilanjutkan dengan pengembangan pemasaran maupun aspek promosi.

#### **4.1.1.6 Desa Wisata Mengwi**

Desa Wisata Mengwi terletak di pusat Pemerintahan Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung. Desa Wisata Mengwi sudah terkenal dengan adanya daya tarik wisata Pura Taman Ayun yang menjadi daya tarik wisata yang sudah diakui sebagai warisan budaya dunia oleh UNESCO. Keberadaan pura Taman Ayun tidak terlepas dari kebesaran Kerajaan Mengwi (Puri Ageng Mengwi) yang pada masa kejayaannya memiliki kekuasaan sampai ke Tanah Blambangan (Banyuwangi) Jawa Timur. Di sekitar Pura Taman Ayun juga terdapat Museum *Manusa Yadnya*; Galeri Ogoh-Ogoh; dan pasar seni yang telah di bangun oleh Pemda Badung. Di sebelah Utara Desa Wisata Mengwi adalah Desa Wisata Baha.



Hasil penelitian menunjukkan, Pokdarwis selaku pengelola desa wisata belum berjalan karena banyak faktor seperti kelembagaan dan keterlibatan desa adat Mengwi yang lebih besar peranannya dalam pengelolaan kepariwisataan di Mengwi khususnya Daya Tarik Wisata Pura Taman Ayun. Selama ini wisatawan sangat banyak berkunjung ke Pura peninggalan Kerajaan Mengwi ini sebagai daya tarik wisata, tetapi bukan untuk melihat Desa Wisata Mengwi. Sementara dari sudut pengelolaan belum ada langkah-langkah kongkrit dari Pokdarwis setempat apalagi sampai merancang produk maupun atraksi wisata.

Permasalahan yang ada sampai saat ini antara lain: Museum Manusa Yadnya belum dikelola dengan baik; pasar seni yang sedang dalam penataan serta partisipasi masyarakat lokal dalam kegiatan kepariwisataan masih rendah.

Strategi pengembangan Desa Wisata Mengwi, antara lain: pengelolaan Pura Taman Ayun sebagai daya tarik wisata yang sudah diakui sebagai warisan budaya dunia harus terus dikelola secara profesional; penataan dan pengelolaan Museum Manusa Yadnya yang harus profesional; mensinergikan wisata Puri Ageng Mengwi dengan daya tarik wisata yang lain; lebih banyak memberikan peran kepada masyarakat lokal dalam pengembangan kepariwisataan serta mempromosikan Desa Wisata Mengwi.

Memerlukan perencanaan terintegrasi antara desa wisata dengan Pokdarwisnya, desa adat Mengwi, Puri Ageng Mengwi dan Pemkab Badung sehingga dapat mensinergikan potensi alam, potensi budaya setempat dengan Daya Tarik Wisata Pura Taman Ayun yang sudah sangat ramai dikunjungi wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik.

#### **4.1.1.7 Desa Wisata Munggu**

Desa Munggu yang terletak di Kecamatan Mengwi bagian Selatan Kabupaten Badung merupakan daerah dekat pantai dengan potensi daerah pertanian lahan basah (persawahan), didukung sosial-budaya masyarakat khususnya yang beragama Hindu. Daerah ini sekarang sudah berkembang pesat karena telah tersedia wisata kuliner khususnya makanan tradisional khas Bali. Setiap 210 (dua ratus sepuluh) hari sekali pada hari raya *Umanis Kuningan* diadakan acara *makotekan* semacam atraksi yang mempergunakan bambu yang dibawa oleh masyarakat lokal yang mempunyai makna keperwiraan dalam peperangan, atraksi seperti ini sudah menjadi daya tarik wisata khusus di Desa Munggu. Demikian pula, menurut Dr. Nyoman Nikanaya (Ketua

Pokdarwis Desa Wisata Munggu) yang juga telah mengelola pendidikan dan pelatihan kebudayaan yang sudah melibatkan wisatawan dan pelajar dari mancanegara. Hal ini telah mendapat dukungan dari UNESCO dengan perjuangan keras dari Dr. Nyoman Nikanaya yang juga mantan Kepala Dinas Kebudayaan Provinsi Bali. Sanggar seni desa wisata Munggu kerap kali mewakili Bali di kancah atau *event-event* nasional dan internasional bekerjasama dengan Kementerian Luar Negeri RI.

Tantangan atau permasalahan yang masih dihadapi adalah masih belum adanya koordinasi antara Pokdarwis dengan tokoh-tokoh terutama pejabat Desa Munggu, baik pejabat dinas maupun pejabat adat, sehingga program-program yang direncanakan belum bisa dilaksanakan secara optimal. Permasalahan terberat adalah kesulitan mengatur komponen pariwisata yang sudah kadung berkembang pesat di desa Munggu karena tuntutan mereka adalah profesionalitas seperti kuliner, *travel agent*, villa dan hotel, dengan kata lain sangat sulit menggandeng investor untuk pengembangan desa wisata Munggu.

Keuntungannya adalah ketua Pokdarwis Munggu yaitu Dr. Nyoman Nikanaya memiliki jaringan secara berkelanjutan untuk menerima kedatangan wisatawan terutama kalangan pelajar dari berbagai belahan dunia untuk menggeluri seni budaya Bali di desa wisata Munggu. Para pelajar asing tersebut juga menginap dalam kurun waktu 3-6 bulan atau lebih di penginapan-penginapan atau *homestay* di desa wisata Munggu.

Adapun strategi yang seyogyanya dilaksanakan, agar Pemerintah Daerah Kabupaten Badung memfasilitasi dengan aturan yang jelas agar koordinasi antara Pokdarwis dengan pejabat dinas dan adat setempat bisa berjalan lancar sehingga program-program pengembangan desa wisata bisa berjalan secara optimal. Ditambah pengembangan potensi yang belum dimanfaatkan seperti pantai, areal persawahan dan perkembangan pesat desa Munggu sebagai perluasan dari kepadatan daerah wisata di Kuta yang mengarah ke pinggiran Seminyak, ke Kerobokan, ke Canggu dan ke Munggu. Dapat dilihat dari tingginya alih fungsi lahan pertanian menjadi villa, hotel dan pemukiman yang sangat tinggi di desa Munggu selama 15 tahun terakhir.

Desa Wisata Munggu seyogya-nya dengan bantuan Pemda Badung harus sudah memiliki lokasi tempat kantor Pokdarwis sebagai pusat pengembangan Desa Wisata Munggu. Beberapa atraksi yang bisa dikembangkan, antara lain : Wisata *tracking* menelusuri wilayah pedesaan, persawahan dan pinggiran sungai (Tukad Penet).

Pemda Badung juga harus mengurangi adanya alih fungsi lahan persawahan menjadi bangunan fisik agar kondisi alam wisata pedesaan masih tetap lestari.

#### **4.1.1.8 Desa Wisata Pangsang**

Desa Wisata Pangsang terletak dekat dengan pusat pemerintahan Kecamatan Petang, Kabupaten Badung Utara. Di daerah ini juga sudah berkembang atraksi arung jeram/ rafting di Sungai Ayung yang dikelola pengusaha lokal, dengan memberikan peluang kerja kepada masyarakat lokal, lokasi arung jeram di daerah ini lebih menantang dan lebih alami karena melewati potensi yang benar-benar menakjubkan di pinggiran Sungai Ayung dengan adanya beberapa satwa seperti kelelawar, dan burung-burung, monyet, dan tumbuh-tumbuhan yang sangat mempesona; Sudah tersedia beberapa *home stay* atau *bungalow* yang dimiliki masyarakat.

Adanya daya tarik wisata budaya, seperti pura dengan aktifitas ritual yang khas di desa tersebut, yang ada kaitannya dengan pemerintahan pada zaman kerajaan Bali kuno. Aktifitas ritual tersebut, merupakan *local wisdom* yang mengandung nilai-nilai yang bijak untuk membina kehidupan masyarakat terutama mempersiapkan generasi muda agar memiliki rasa kepedulian akan peninggalan warisan budaya, nilai-nilai kebersamaan, nilai-nilai etika dan moral yang menjadikan generasi muda kelak menjadi generasi mudah yang tangguh, bermartabat dan berakhlak mulia.

Permasalahan yang ada, antara lain: pengelolaan desa wisata belum terkoordinasi dengan baik; masih belum banyak masyarakat yang terlibat dalam pengembangan desa wisata; peran investor masih tampak dominan, belum tergalinya potensi alam khususnya potensi pertanian yang memungkinkan untuk dijadikan daya tarik wisata maupun produk-produk hasil pertanian yang bisa dikonsumsi wisatawan, potensi kerajinan masyarakat lokal yang berpeluang untuk dibeli wisatawan.

Perpaduan sektor pertanian, perkebunan dan pariwisata belum tampak maksimal. Padahal dengan kondisi alam pegunungan yang nyaman dan situasi yang tenang desa wisata Pangsang berpeluang besar untuk menarik kedatangan wisatawan. Sayangnya, sampai saat ini wisatawan masih minim datang untuk menikmati produk dan atraksi desa wisata yang dimiliki oleh desa wisata Pangsang.

Strategi pengembangan Desa Wisata Pangsang, antara lain: mengoptimalkan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Pangsang; membuat paket-paket wisata jalur *tracking* yang lebih menantang; membina para petani agar bisa menghasilkan produk-produk pertanian unggulan yang bisa dijual kepada wisatawan maupun bisa

dipasarkan ke industri pariwisata, seperti hotel dan restoran, serta untuk dikonsumsi masyarakat lokal Bali; membina masyarakat lokal dalam industri kerajinan khas untuk bisa dijual kepada wisatawan; mengembangkan potensi pasar tradisional Desa Petang untuk dijadikan daya tarik wisata serta pengembangan wisata puri dan mengefektifkan kerjasama dengan pelaku pariwisata.

#### **4.1.1.9 Desa Wisata Kerta**

Desa Wisata Kerta terletak di Kecamatan Petang, yang memiliki wilayah perkebunan yang cukup luas dan memungkinkan untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Potensi budaya dan alam desa wisata Kerta sangat menjanjikan terutama seperti kebun manggis dan berbagai buah-buahan khas Bali.

Setiap tahunnya digelar festival manggis bertujuan agar wisatawan mengetahui bagaimana cara menanam manggis, merawat sampai memanennya. Sudah beberapa kali desa wisata Kerta menjual paket *out bond* kepada pengunjung lokal. Ketua Pokdarwis setempat yang memiliki pengalaman dalam dunia pariwisata memiliki semangat yang menggebu untuk memajukan desa wisatanya.

Permasalahannya, antara lain : kelembagaan yang belum jelas, perlunya pendampingan, pendanaan, areal yang dirancang baik fisik maupun alam lingkungan, saat ini belum ada pembenahan dan bahkan banyak bangunan fisik yang dipersiapkan untuk sentra pengembangan desa wisata kurang terawat.

Strategi pengembangan Desa Wisata Kerta, adalah : perlunya pembenahan dan menata ulang sentra pusat pengembangan desa wisata tersebut agar bisa optimal untuk dijadikan *start* atau awal mulainya jalur *tracking* melewati areal perkebunan dengan alam terjal yang menantang sebagai *adventure tourism* (wisata petualang) sampai *finish* di lokasi *Jaba Pura Pucak Tedung* yang terletak di Desa Sulangai; Perlunya peningkatan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Kerta agar lebih banyak bisa melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata baik secara langsung maupun mempersiapkan produk-produk pertanian, perkebunan dan kerajinan untuk dijual kepada wisatawan.

#### 4.1.1.10 Desa Wisata Plaga

Desa Wisata Pelaga terletak di Kecamatan Petang bagian Utara wilayah Badung Utara. Desa Wisata Pelaga sudah terkenal dengan adanya Air Terjun Nungnung dengan aktivitas wisata yang sudah banyak dikunjungi wisatawan mancanegara, nusantara, maupun pelancong. Karena, untuk mencapai lokasi Air terjun Nungnung tersebut, harus melewati jalur yang sangat terjal dengan pemandangan alam yang masih alami. Gambar 13 Air Terjun Nungnung Di Desa Wisata Pelaga.

Di Desa Wisata Pelaga juga sudah terdapat pengembangan agrowisata yang dipusatkan di lingkungan Kiadan dengan potensi subak *abian*-nya. Karena di wilayah agrowisata tersebut, lebih banyak terdapat perkebunan kopi dan palawija yang lain. Demikian pula terdapat agrowisata di lingkungan Auman dengan ciri khasnya terdapat terowongan air tradisional yang sudah menjadi daya tarik wisata. Terowongan air tersebut merupakan *local genius* atau kecerdasan masyarakat lokal yang dulu bisa membangun terowongan air tanpa mempergunakan teknologi, tetapi hanya dengan mempergunakan peralatan tradisional.

Di Desa Wisata Pelaga juga terdapat Pura Pucak Mangu yang merupakan Pura *Khayangan Jagat* dengan memiliki nilai yang sangat sakral, yang terletak di ujung Utara wilayah Kabupaten Badung yang sudah menjadi daya tarik wisata, karena letak pura tersebut ada di dasar bukit dan bahkan jauh di atasnya terdapat pura yang ada di daerah Pucak Gunung Mangu. Pucak Mangu inilah dijadikan inspirasi sebagai Ibukota Kabupaten Badung yang sekarang bernama Mangu Pura. Gambar 15 Pura Penataran Pucak Mangu di Desa Wisata Pelaga

Potensi Desa Wisata Petang lainnya yang sangat potensial dengan telah dibangunnya Jembatan Tukad Bangkung yang menghubungkan Desa Wisata Pelaga dengan Desa Wisata Belok Sidan. Wilayah Tukad Bangkung ini sangat mempesona dengan alam indah yang terjal, dengan jembatan yang panjang, belakangan ini sudah banyak dikunjungi wisatawan mancanegara, nusantara, maupun pelancong asal Bali, dan di wilayah sekitar Tukad Bangkung tersebut, setiap tahun telah dilaksanakan Festival Pertanian yang diselenggarakan Pemda Badung dengan masyarakat lokal dalam upaya mengangkat potensi pertanian untuk meningkatkan perekonomian di wilayah Badung Utara, dan telah dibangun Sekolah Menengah Pertanian di Desa Pelaga untuk mempersiapkan generasi muda kelak bisa menekuni mata pencaharian

sebagai petani profesional sehingga generasi muda tidak perlu lagi bermigrasi mencari pekerjaan ke wilayah Badung Selatan.

Permasalahan yang dihadapi Desa Wisata Pelaga, antara lain : Belum tersedianya tempat pengembangan sentra desa wisata; belum optimalnya koordinasi pengelolaan desa wisata; masih ada potensi daya tarik wisata yang belum tergali; masih lemahnya sumber daya manusia (SDM) masyarakat lokal; serta masih kurangnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata.

Strategi pengembangan Desa Wisata Pelaga, adalah: diperlukan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Pelaga; Pemerintah Daerah Badung harus mempersiapkan lahan untuk pusat pengembangan Desa Wisata Pelaga, baik untuk kantor desa wisata, menyediakan tempat parkir kendaraan untuk wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pelaga, sebagai tempat *start* atau mulainya wisata *tracking*, *cycling*, wisata petualang; mengembangkan pondok-pondok wisata yang dimiliki dan dikelola masyarakat lokal; diperlukan ketegasan pemerintah untuk meminimalkan alih fungsi lahan; tetap mengkonservasi alam dengan tidak mengubah bentang alam karena wilayah tersebut merupakan daerah penyangga atau daerah resapan; mengembangkan ekowisata berbasis kearifan masyarakat lokal; mengembangkan sumber daya manusia agar masyarakat lokal lebih berperan aktif dalam pengembangan Desa Wisata Pelaga.

#### **4.1.1.11 Desa Wisata Sangeh**

Desa Wisata Sangeh terletak di Kecamatan Abiansemal, Kabupaten Badung bagian utara yang sudah terkenal dengan adanya cagar alam dan suaka marga satwa dengan hutan dan ditumbuhi pohon pala yang dihuni ribuan kera yang sudah menjadi daya tarik wisata sejak awal berkembangnya pariwisata di Bali

Di wilayah desa wisata tersebut, juga masih ada rumah-rumah tradisional seperti zaman tahun 1900-an yang sudah mulai di tata oleh Pokdarwis setempat dan juga terdapat sumber mata air yang disucikan, yang disebut dengan Taman Mumbul yang merupakan tempat pelaksanaan prosesi upacara *melasti*, *penglukatan*, penyucian untuk desa-desa sekitar wilayah Desa Sangeh. Taman Mumbul ini sudah di tata oleh Pemkab Badung untuk dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Permasalahan yang dihadapi, adalah: penguatan kelembagaan antara desa adat dan Pokdarwis sebagai pengelola desa wisata, perlunya melakukan kerjasama-kerjasama secara berkelanjutan dengan lembaga penelitian khususnya *zoology* dan

biologi untuk menjaga kelestarian flora dan fauna, meningkatkan peran generasi muda agar turut serta dalam pengembangan desa wisata.

Strategi pengembangan Desa Wisata Sangeh, antara lain : dengan menata kembali rumah-rumah adat tradisional yang khas tersebut, yang mencerminkan kehidupan masyarakat Bali sekitar tahun 1900-an baik dalam bentuk fisik bangunannya maupun aktifitas kehidupan masyarakat pada masa itu; membuat jalur *tracking*, mengembangkan pondok wisata, mengintensifkan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Sangeh serta terus menjalin kerjasama dengan pelaku pariwisata.

#### **4.1.2 Perencanaan Sistem Desa Wisata secara Berkelanjutan di Kabupaten Badung**

Harus dipahami bahwa desa wisata merupakan bagian dari *alternative tourism* yang artinya mengutamakan aktifitas kepariwisataan dengan berlandaskan masyarakat lokal sebagai kunci utama pelaku pengelolaan atau dengan kata lain sebagai pariwisata berbasis masyarakat/*community based tourism (CBT)*. Ciri khas dari pariwisata alternatif yang sering dipertentangkan dengan *mass tourism* adalah partisipasi aktif dari masyarakat, skala jumlah wisatawan yang kecil, memiliki minat khusus, dan sangat memperhatikan kondisi setempat berupa alam, budaya dan segenap sumber daya lokal agar tercipta pembangunan pariwisata secara berkelanjutan.

Melihat permasalahan yang dihadapi oleh desa-desa wisata di Kabupaten Badung seperti diuraikan di atas, maka dapat dikatakan desa wisata di Badung belum sepenuhnya menyadari dan memahami apa sebetulnya yang dimaksud oleh desa wisata, bagaimana implementasi dan pengembangannya (kecuali desa wisata Kiadan, Plaga dan desa wisata Lawak, Bilok Sidan). Perencanaan pun menjadi hal yang belum diperhitungkan, karena persiapan yang singkat dan seakan yang terpenting adalah ditetapkannya dahulu Surat Keputusan Bupati sebagai desa wisata. Artinya, pihak pemerintah dalam hal ini Pemkab Badung perlu membuat suatu terobosan mendasar dan tidak boleh lepas tangan terhadap keberadaan dan keberlanjutan desa-desa wisata di Kabupaten Badung. Untuk permasalahan pengelolaan, permodalan, sumber daya manusia nanti belakangan diselesaikan.

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi ,akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam satu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tatacara dan tradisi yang berlaku (Nuryanti, 1993). Desa wisata

merupakan representasi dari pariwisata lestari sebagai buah dari budaya tanding posmodern. Dalam penyelenggaraan pariwisata massal, tata cara dan tradisi masyarakat lokal relatif terpinggirkan dan dianggap sebagai “yang lain”, karena *stressing* atraksi yang ditawarkan kepada wisatawan lebih marak bersifat kuasi budaya, komodifikasi dari hal-hal yang sakral, disajikan dalam rangka pesanan. Dengan terminologi desa wisata seperti yang disampaikan Nuryanti, maka akan terkreasi produk pariwisata yang relatif lebih natural karena berbasis praktik kehidupan masyarakat lokal sehari-hari.

Meminjam konsepsi Bourdieu tentang praktik sosial, desa wisata dapat diformulasi sebagai berikut:

$$(\text{Habitus} \times \text{Modal}) + \text{Ranah} = \text{Praktik Desa Wisata}$$

(modifikasi Harker, dkk: 1990)

Rumusan generatif ini menggantikan setiap relasi sederhana antara individu dan struktur dengan relasi antara habitus dan ranah yang melibatkan modal. Jika formulasi generatif di atas diterakan dalam konteks desa wisata, akan bermakna sebagai berikut:

1. Adanya habitus desa wisata yang merupakan jaringan relasi antar posisi-posisi aktor obyektif dalam ranah desa wisata tatanan sosial yang hadir terpisah dari kesadaran individual. Artinya, setiap aktor desa wisata memiliki habitus yang khas yang hanya terdapat dalam ranah desa wisata, yang berbeda dengan ranah lainnya di suatu ruang sosial (misalnya desa adat dan desa dinas sebagai ruang sosial akan memiliki beragam ranah, yang salah satunya ranah desa wisata).
2. Ranah mengisi ruang sosial, yang mengacu pada keseluruhan konsepsi tentang dunia sosial. Ruang sosial dalam terminologi Bourdieu dapat diartikan sebagai ruang geometris. Ruang sosial dapat dianalogikan seperti sistem tata surya. Dalam sistem tata surya, Matahari merupakan sentral yang memungkinkan adanya sistem tersebut, dan benda-benda langit seperti planet, satelit, meteor merupakan kumpulan ranah. Dalam konteks pariwisata Bali, jika desa wisata diartikan sebagai sebuah ranah, maka ia merupakan bagian dari sebuah sistem desa adat dan desa dinas.
3. Konsep modal dari Bourdieu lebih luas daripada sekadar modal material, yakni bisa juga berupa modal ekonomi, modal intelektual maupun modal kultural. Modal merupakan elemen penting yang diperjuangkan aktor dalam suatu ranah. Semakin aktor atau kelompok aktor mampu menghimpun modal secara lengkap



dan/atau kualitatif, akan menentukan posisi sosialnya secara strategis dalam ranah. Artinya, jika ada aktor atau kelompok aktor tidak memiliki modal yang lengkap dan/atau satu-dua modal saja tapi berkualitas, maka posisinya tidak akan diperhitungkan.

4. Sedangkan praktik adalah produk dari relasi antara habitus dengan ranah, yang keduanya merupakan produk sejarah. Dalam ranah inilah ada pertarungan kekuatan antar aktor yang memiliki modal.

Saat ini sebanyak 11 desa wisata di Kabupaten Badung telah ditetapkan berdasarkan Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010, dan telah memiliki Kelompok Sadar Wisata (pokdarwis). Hal ini berarti telah tercipta ranah pariwisata di lokasi tersebut. Idealnya, jika suatu lokasi telah ditetapkan sebagai desa wisata, artinya sebagian besar ranah yang ada di ruang sosial desa adat dan desa dinas terintegrasi, berhimpun menjadi ranah pariwisata. Akan tetapi, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap kesebelas desa wisata tersebut, sebagian besar tiap ranah yang ada di desa yang telah ditetapkan tersebut masih berjalan sendiri-sendiri. Hanya terdapat dua desa wisata yang dapat dikatakan relatif telah berjalan.

Menyikapi permasalahan tersebut di atas diperlukan kerangka implementasi kebijakan pariwisata yang menyentuh empat aspek yaitu (Liu, 1994) :

1. Pembangunan dan pengembangan infrastruktur
2. Pemasaran
3. Memperhatikan peningkatan kualitas budaya dan lingkungan
4. Pengembangan sumber daya manusia

Empat aspek di atas mutlak harus dilaksanakan meskipun setahap demi setahap karena pariwisata, dalam hal ini desa wisata tidak dapat begitu saja berjalan aktifitas kepariwisataannya tanpa ada unsur perencanaan dan pengembangan. Peran segenap pihak terutama pemerintah pada tahap awal memerlukan kerja keras untuk dapat meyakinkan, membina dan memberikan bantuan-bantuan tidak hanya permodalan tetapi juga bantuan secara regulasi, kebijakan, membuka hubungan desa wisata dengan industri jasa pariwisata yang sudah mapan, membangun kerjasama desa wisata dengan LSM, perguruan tinggi/akademisi bahkan membuka jaringan pemasaran di target wisatawan melalui upaya promosi ke luar negeri.

Menurut UN-WTO peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggungjawab terhadap beberapa hal berikut (Pitana, 2009) :

1. Membangun *framework* dengan melibatkan sektor publik dan swasta untuk menggerakkan pariwisata
2. Menyediakan dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, regulasi, dan kontrol yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya serta warisan budaya
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi dan kelengkapan prasarana komunikasinya
4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan kualitas SDM dengan menjamin pendidikan dan pelatihan profesional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja di dektor pariwisata
5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun ke dalam rencana kongkret yang mungkin masuk di dalamnya : (a) evaluasi kekayaan aset pariwisata, alam dan budaya serta mekanisme perlindungan dan pelestariannya, (b) identifikasi dan kategorisasi produk pariwisata yang mempunyai keunggulan kompetitif dan komparatif, (c) menentukan persyaratan dan ketentuan penyediaan infrastruktur dan suprastruktur yang dibutuhkan yang berdampak kepada performa pariwisata, dan ; (d) mengelaborasi program untuk pembiayaan dalam aktivitas pariwisata, baik untuk sektor publik maupun swasta

Berdasarkan pendapat Liu (1994) dan UN-WTO (Pitana, 2009) di atas, dan interpretasi data yang diperoleh di lapangan, berikut penjabaran kerangka implementasi kebijakan pariwisata yang direkomendasikan kepada pemerintah kabupaten Badung :

Tabel 4.1

## Kerangka Implementasi Kebijakan Desa Wisata di Kab. Badung

No.	Aspek Perencanaan	Implementasi
1.	Penentuan tujuan pembangunan desa wisata	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cara pandang yang sama tentang desa wisata di tingkat masyarakat lokal</li> <li>b. Menentukan tujuan dan pengembangan</li> <li>c. Pertimbangan faktor sosial budaya, aspek ekonomi dan lingkungan</li> <li>d. Merancang area pembangunan dan pengembangan secara bertahap, identifikasi kepentingan secara individual dan kolektif dari masyarakat lokal untuk dapat diakomodasikan dan meminimalkan terjadinya konflik kepentingan</li> <li>e. Kesiapan masyarakat lokal menerima sektor pariwisata bersinergi dengan sektor pertanian atau sektor lainnya</li> <li>f. Sosialisasi secara berkelanjutan</li> </ul>
2.	Inventarisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Survei dan analisis potensi wisata yang dimiliki, karakteristik kawasan pembangunan dan pengembangan termasuk, ekonomi, sumber daya, pola penguasaan dan pemilikan tanah dan perairan</li> <li>b. Penelitian mendalam sejarah, budaya dan masyarakat</li> <li>c. Kombinasikan survei dan penelitian mendalam untuk menetapkan produk, atraksi, dan aktivitas pariwisata yang potensial untuk dikembangkan</li> </ul>

		<p>d. Evaluasi aksesibilitas, dan kondisi infrastruktur pendukung dan kemungkinan pengembangannya di masa depan</p> <p>e. <i>Review blue print</i> program pengembangan desa wisata dari tingkat pemerintah pusat hingga ke tingkat pemerintah kabupaten (jangka pendek maupun jangka panjang)</p>
3.	Infrastruktur dan Fasilitas	<p>a. Penyediaan infrastruktur dan fasilitas pendukung pengembangan pariwisata</p> <p>b. Mendorong partisipasi masyarakat dengan meyakinkan bahwa desa wisata dapat bersinergi dengan sektor pertanian atau sektor lainnya secara berkelanjutan</p>
4.	Pasar	<p>a. Analisis kondisi pasar nasional dan internasional, tetapkan tujuan, segmentasi khusus dan target pemasaran.</p> <p>b. Analisis pengemasan produk dan atraksi wisata yang sesuai dengan target pasar</p> <p>c. Analisis akomodasi, fasilitas dan pelayanan yang kelak dibutuhkan</p> <p>d. Pelajari target pasar dan upayakan target pasar harus bisa diakses oleh <i>IT</i> dan transportasi</p> <p>e. Lakukan riset pasar bersama akademisi, sinergikan dengan pihak <i>travel agent</i> untuk membantu pemasaran dan promosi</p>
5.	Daya Dukung	<p>a. Tentukan batas ambang (<i>carrying capacity</i>) kawasan pengembangan desa wisata melalui analisis lingkungan, ekonomi dan sosial budaya</p> <p>b. Tentukan batas standar yang dapat ditoleransi untuk aktivitas dan kegiatan pariwisata secara</p>

		<p>ekonomi termasuk batas maksimal pengunjung, jumlah dan jenis kendaraan, dan kesesuaian dengan kawasan yang dapat didatangi</p> <p>c. Implementasikan prosedur yang dapat menentukan kapan kawasan pengembangan dan dalam kondisi bagaimana jika terjadi suatu kerusakan termasuk upaya pemulihannya</p>
6.	Pengembangan	<p>a. Membuat rencana pengembangan struktur pariwisata di desa wisata termasuk atraksi dan <i>core</i> desa wisata yang berkesesuaian dengan 5 aspek perencanaan sebelumnya, pengembangannya secara regional, disertai akses dan jaringan transportasinya</p> <p>b. Membuat rekomendasi untuk pembangunan dan penataan fasilitas, pelayanan dan infrastruktur terkait</p> <p>c. Membantu permodalan dengan pola pendampingan tentang apa yang dibutuhkan agar memenuhi kelayakan sampai desa wisata benar-benar mampu mandiri</p> <p>d. Membuat rencana kontingensi atau manajemen krisis untuk tantangan potensial di masa depan untuk menjaga kestabilan pemasaran dan kemungkinan pengaruh stabilitas politik internasional, nasional maupun dampak buruk bencana alam</p> <p>e. Tetapkan sesuai karakter sosial budaya setempat mana yang layak dan tidak layak untuk pengembangan selanjutnya</p>
7.	Ekonomi	<p>a. Lakukan analisis ekonomi untuk kondisi</p>

		<p>sekarang dan perkiraan masa depan dari pengembangan pariwisata</p> <p>b. Membuat strategi meningkatkan keuntungan ekonomi dari kegiatan pariwisata</p> <p>c. <i>Standar Operasional Procedure (SOP)</i> yang terkontrol dalam manajemen finansial sehingga desa wisata memperoleh keuntungan dan wisatawan membayar kewajibannya. Diperhitungkan pula sistem pembagian keuntungan apabila bekerjasama dengan <i>travel agent</i> atau perorangan.</p>
8.	Lingkungan	<p>a. Evaluasi dampak pariwisata terhadap lingkungan dan tetapkan upaya pencegahan kerusakannya.</p> <p>b. Membangun sinergi pembangunan dan pengembangan pariwisata dengan usaha konservasi lainnya termasuk kawasan rawan longsor, zona suci, resapan air, sungai, sempadan, pengelolaan limbah, dan bencana alam</p>
9.	Budaya	<p>a. Evaluasi dampak sosial budaya pariwisata dan upaya pencegahan terjadinya degradasi budaya, komersialisasi budaya, komodifikasi budaya secara berlebihan, perubahan <i>mind set</i>, <i>life style</i>, dan pola hidup masyarakat lokal dengan upaya revitalisasi, pelestarian dan mencegah terjadinya <i>shock culture</i></p> <p>b. Kedepankan nilai tradisi dan adat istiadat berdasarkan Tri Hita Karana dengan mempertahankan modal budaya sebelumnya, seperti banjar adat, subak, sekeha-sekeha (contoh : Sekeha Teruna-Teruni) dan PKK.</p>

		<p>c. Melakukan <i>social mapping</i> untuk dapat meng-audit secara sosial perubahan dan pengaruh masyarakat lokal karena pariwisata</p>
10.	Standar Kualitas	<p>a. Membuat desain untuk pengukuran standar kualitas bagi fasilitas dan akomodasi untuk memenuhi persyaratan pariwisata</p> <p>b. Melakukan penilaian standar kualitas untuk akomodasi dan fasilitas pendukung pariwisata lainnya</p> <p>c. Memberikan pembinaan untuk mengejar standar kualitas dengan pemberian <i>rewards</i> dalam bentuk perlombaan, festival atau sejenisnya</p>
11.	Sumber Daya Manusia	<p>a. Rencanakan kebutuhan Sdm dan utamakan yang sudah memiliki pengalaman di dunia pariwisata</p> <p>b. Melakukan kerjasama dengan institusi pendidikan kepariwisataan untuk pembinaan dan pelatihan kepariwisataan</p> <p>c. Penerapan pariwisata berbasis masyarakat dengan mengupayakan partisipasi aktif masyarakat lokal</p>
12.	Organisasi	<p>a. Menetapkan struktur Pokdarwis dalam pemerintah desa dan kejelasan sumber pendanaan</p> <p>b. <i>SOP</i> dan <i>job desk</i> yang menyesuaikan dengan faktor sosial budaya setempat</p> <p>c. Membuat jaringan kelembagaan antara desa wisata</p>
13.	Investasi	<p>a. Sediakan bantuan permodalan yang meningkat setiap tahunnya sesuai dengan keberhasilan yang diraih</p>

		b. Memilah aset seperti tanah atau bangunan yang dapat diinvestasikan untuk desa wisata
14.	Regulasi dan Pengawasan	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Membangun mekanisme legislasi dan regulasi untuk mendorong pengembangan pariwisata melalui dukungan praktisi pariwisata di Badung Selatan, organisasi pariwisata nasional, dan sektor-sektor lainnya dalam pariwisata</li> <li>b. Membuat standar fasilitas, insentif investasi, dan zoning</li> <li>c. Membuat prosedur penilaian dan pengawasan</li> </ul>
15.	Sistem Data dan Informasi	Membangun sistem data dan informasi desa wisata terintegrasi dalam suatu <i>web site</i> yang dapat menjadi satu dengan <i>web site</i> Pemkab Badung yang dapat berfungsi sebagai informasi pasar
16.	Implementasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Identifikasi metode dan teknik untuk mengimplementasikan berbagai perencanaan pariwisata</li> <li>b. Kolaborasikan dengan dunia industri dan dunia akademik untuk menjamin kualitas dan keberlanjutan implementasi tersebut.</li> </ul>

Sumber : Modifikasi Liu (1994)

Melalui “*Kerangka Implementasi Kebijakan Desa Wisata di Kabupaten Badung*” di atas diharapkan dapat menjadi pertimbangan untuk diterapkan sehingga pihak pemerintah kabupaten Badung akan memiliki *framework* yang jelas, terukur dan dapat dipahami oleh segenap komponen. *Road map* pengembangan desa wisata ke depan akan jelas terlihat oleh masing-masing desa-desa wisata yang nantinya akan memiliki pola-pola tersendiri. Keseragaman produk seminal mungkin harus dihindari, diupayakan untuk saling melengkapi dan saling mengisi produk dan atraksi wisata bagi para wisatawan dengan ciri khasnya masing-masing.



Luaran yang diinginkan dari kerangka implementasi kebijakan desa wisata di Kabupaten Badung sebenarnya sangat sederhana, yaitu terciptanya partisipasi aktif masyarakat lokal, pemanfaatan potensi secara optimal, perencanaan dan pengembangan berdasarkan kebutuhan, pengelolaan yang efisien dan efektif, datangnya wisatawan, lingkungan, alam dan budaya tetap lestari serta memperoleh keuntungan finansial dari aktifitas desa wisata tersebut yang dapat dinikmati oleh warga masyarakat lokal secara langsung maupun tidak langsung. Pada kasus desa-desa wisata di kabupaten Badung sudah selayaknya konsisten menggunakan konsep desa wisata ditambah kondisi alam dan budaya di mayoritas Badung Utara sangat menjanjikan dan menarik bagi para wisatawan domestik maupun mancanegara. Fokus selanjutnya adalah menciptakan produk dan atraksi wisata yang diminati oleh wisatawan. Dengan demikian diciptakan *product style* seperti (Yoeti, 1999) :

1. Objek itu harus menarik untuk disaksikan maupun dipelajari
2. Mempunyai kekhususan dan berbeda dengan objek yang lain
3. Prasarana menuju tempat ke tempat tersebut terpelihara dengan baik
4. Kalau perlu dilengkapi sarana akomodasi (hotel dan restoran)

Menciptakan *product style* tidak mudah, namun memang harus dibuat secara kreatif dan inovatif. Terpenting yang harus dijaga adalah desa wisata sangat mengandalkan partisipasi aktif masyarakat dengan sasaran wisatawan minat khusus dan sangat berbeda dengan pendekatan *mass tourism*.

Pengembangan produk desa wisata hendaknya dilakukan dengan perencanaan yang matang. Ada beberapa hal mendasar yang perlu dipertimbangan dalam mengembangkan produk desa wisata agar pertumbuhan dan perkembangan desa wisata dapat berjalan sesuai dengan harapan pemerintah maupun masyarakat lokal. Asas legalitas, penentuan zona, dan kesiapan masyarakat lokal menjadi hal yang sangat penting. Untuk itu perlu dipertimbangkan beberapa hal:

1. Pertama; Pada tahap ini asas legalitas yang didasari dan mengacu peraturan perundang-undangan yang berlaku. Hal ini bertujuan agar keberlangsungan desa wisata tidak menyimpang dari ketentuan-ketentuan yang diatur dalam peraturan perundangan undangan yang ada. Undang Undang tentang Kepariwisataaan, Undang-Undang lingkungan Hidup, Undang-Undang Desa, Undang-Undang Benda Cagar Budaya dan Peraturan Pemerintah setempat yang terkait serta peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait. Pemerintah Kabupaten Badung telah mengeluarkan surat keputusan

penetapan 11 desa wisata di Badung Tengah dan Badung Utara. Selanjutnya perlu dibuatkan surat keputusan tentang pengelolaannya dan pengelolanya agar memiliki kekuatan hukum dalam mengelola desa wisata.

2. Kedua; tentukan secara jelas dan tegas mengenai jenis dan tujuan pengembangan produk desa wisata. Sebagaimana tercantum dalam Undang-undang No. 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, Pada bab I pasal 1 bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan. Dalam hal ini perlu diperhatikan selling pointnya apakah memprioritaskan keindahan dan keunikan alam, budaya atau hasil karya manusia. Hal ini bisa dilakukan masing-masing atau keseluruhan potensi yang ada secara terintegrasi. Kemudian pengembangan produk ini akan berkaitan dengan tujuan berwisata dimana bisa dilakukan dengan menganalisis tujuan kunjungan wisatawan apakah untuk rekreasi aktif atukah untuk tujuan rekreasi pasif.
3. Ketiga; perlu juga diperhatikan karakteristik produk desa wisata. Karakteristik ini akan dapat menjadi daya magnetic bagi wisatawan yang akan berkunjung. Karakteristik tersebut ada yang tergolong original, specific, maupun populer. Karakteristik ini hendaknya tetap dipertahankan karena akan membawa daya magnetic tersendiri bagi wisatawan. Produk budaya seperti arsitektur, kerajinan, tradisi, sejarah suatu tempat, makan lokal, pakaian tradisional, agama, bahasa, seni dan musik, dan cara hidup suatu masyarakat (Shaw&Williams, 1997), kalau dapat dipertahankan keaslian dan kekhasannya tentunya akan sangat menarik untuk dikunjungi. Demikian juga dengan keaslian dan kekhasan alamnya. Karena komponen terpenting dalam pengembangan Desa Wisata adalah keaslian produk bukan produk buatan atau tiruan. Akan lebih mudah lagi apabila mengembangkan produk desa wisata yang sudah populer sebelum dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Kepopuleran sebelum dijadikan daya tarik wisata bisa dilihat dalam bidang ilmu pengetahuan, sejarah, maupun bidang seni. Jadi produk yang original, specific, dan populer akan lebih cepat dan mudah dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

4. Keempat; Lokasi atau lingkungan social budaya dimana produk itu berada menjadi pertimbangan juga. Hal ini berkaitan erat antara lokasi dan lingkungan sosial dimana tradisi, adat istiadat setempat, kebiasaan masyarakat akan menentukan pola atau model pengembangannya. Artinya pengembangan produk tersebut searah dengan lingkungan sosial masyarakat setempat atau tidak bertentangan dengan adat istiadat, tradisi, kebiasaan, maupun kepercayaan masyarakat lokal. Dalam hal ini penentuan zonasi dan peruntukan pengembangan produk harus direncana dengan sebaik mungkin. Artinya dimana boleh/tidak boleh membuat atau melakukan aktivitas pariwisata, akses atau jalur menuju produk utama dan penempatan fasilitas pendukung dibuat sedemikian rupa agar semua komponen masyarakat dapat menikmati secara merata
5. Kelima; sifat produk, apakah produk yang akan dikembangkan bersifat sacral atau profan. Produk profane mungkin tidak terlalu banyak pertimbangan. Berbeda dengan produk sakral yang sangat sensitive terhadap masyarakat pendukungnya. Oleh sebab itu harus ekstra hati-hati dalam pengawasannya dan selalu harus mengacu pada teknik konservasi budaya. Demikian juga kalau berupa alam yang sacral atau disakralkan hendaknya mengacu pada teknik konservasi alam dengan pendekatan budaya local. Komersialisasi terhadap produk sacral harus tetap dihindari demi keutuhan nilai-nilai budaya dan kepercayaan masyarakat lokal.
6. Keenam; Kondisi dan posisi produk saat dikembangkan; hal ini berkaitan dengan teori Batler tentang *tourism life cycle*. Diposisi mana produk itu berada saat dikembangkan. Apakah pada tahap *exploration*, *involment*, *development*, *consolidation*, maupun *stagnation*. Pada umumnya pengembangan produk desa wisata berada pada posisi *exploration* dimana jumlah pengunjung sedikit, tertarik dengan daerah yang belum tercemar, cenderung sepi, dan sulit dicapai. Justru hal ini yang menjadi daya tarik bagi wisatawan minat khusus untuk berkunjung. Bila dilihat kondisi masyarakatnya sesuai teori Doxey (*index of irritation*) dengan level *euphoria*, *aphaty*, *annoyance*, dan *antagonism*. Biasanya untuk produk yang baru berkembang berada pada tahap *euphoria* dimana masyarakatnya terlihat menunjukkan sikap bersahabat dan sangat tertarik dengan kedatangan pengunjung, belum ada perencanaan dan pengelolaan yang matang, jadi masyarakat sangat welcome

dengan kedatangan wisatawan dan secara ikhlas tanpa pammerih memberi informasi dan pelayanan yang diperlukannya. Mulai fase ini dan seterusnya peran masyarakat lokal (*community Base*) menjadi sangat penting. Untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan maka program pendidikan kepada masyarakat lokal terutama yang berkaitan langsung dengan wisatawan mutlak dilakukan. Hal ini penting dalam rangka memberikan informasi kepada wisatawan tentang latar belakang sosial budaya, kebiasaan, cara berpakaian, kode etik, cara makan, dan lain-linnya. Pentingnya pendidikan kepada masyarakat tentang latar belakang wisatawan yang akan berkunjung dan pentingnya wisatawan memahami budaya masyarakat lokal adalah untuk menghindari mispersepsi bahkan *shock culture* kedua belah pihak (*host and guest*). Perlu juga dilakukan secara bertahap terhadap pengembangan produk desa wisata agar dapat memberikan kesiapan kepada masyarakat lokal menyiapkan diri untuk memahami dan berperan serta dalam pariwisata di daerahnya.

7. Ketujuh; secara berkesinambungan memantau dampaknya. Setiap pengembangan suatu produk akan diikuti oleh dampak negatif maupun positif karena dualisme dalam kehidupan ini. Sudah barang tentu tugas pengelola adalah mengurangi bahkan kalau mungkin meniadakan dampak negatif dan memperbesar dampak positif.

Dalam pengembangan produk desa wisata disamping memahami komponen dasar tersebut di atas, maka perlu juga mengenali komponen pariwisata secara umum. Cooper, dkk, (1997) menyebutkan bahwa ada 4 komponen pariwisata (sering disebut 4 A) yang satu komponen dengan komponen lainnya berkaitan dan saling menentukan. Adapun komponen tersebut adalah; *attraction, accessibility, amenities, ancillary*. Produk pariwisata sebagai suatu paket aktivitas, pelayanan, dan manfaat yang menghasilkan pengalaman berwisata. Adapun komponennya terdiri dari; *attraction, accessibility, image, price*, dan institusi merupakan komponen pengembangan pariwisata (Inskeep, 1991). Komponen-komponen tersebut selanjutnya akan menjadi dasar penawaran produk desa wisata dalam rangka menangkap pasar desa wisata yang memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu wisatawan minat khusus (*special interest tourist*). Oleh karena produksi dan konsumsi terjadi secara bersamaan sesuai karakteristik jasa pelayanan pariwisata maka produk-produk tersebut harus selalu dijaga dengan sebaik-baiknya agar image yang baik tetap dapat

dipertahankan. Keberhasilan Pariwisata perdesaan sangat dipengaruhi oleh intensitas kegiatan, lokasinya, manajemen, dan dukungan dari masyarakat lokal dan yang paling penting harus sesuai dengan keinginan masyarakat lokal (Lane, 1994 dalam Page dan Getz 1997). Demikian juga dengan pengembangan produk Desa Wisata harus selalu mempertimbangkan aspek intensitas kegiatan, lokasi, manajemen, keinginan dan dukungan masyarakat lokal terutama yang tinggal dan berada di wilayah tersebut.

Disamping mempertimbangkan komponen dasar pengembangan produk desa wisata, maka perlu juga diperhatikan tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam mengembangkan produk desa wisata. Hal ini bertujuan agar untuk menyiapkan secara matang tahapan kegiatan yang dilakukan agar sesuai dengan tujuan dan harapan yang diinginkan masyarakat.

Adapun tahapan tersebut diantaranya;

1. Mengidentifikasi sumber produk desa wisata, dalam rangka menembangkan produk desa wisata akan ada berbagai sumber informasi terhadap produk. Sumber-sumber tersebut bisa datang dari wisatawan yang pernah berkunjung ke destinasi dimana desa wisata itu berada, bisa dari pesaing yang sama-sama mengembangkan desa wisata, pelaku pariwisata (travel agent, guide, pengusaha pariwisata), para ahli pariwisata, organisasi pariwisata nasional maupun internasional, marketing, hasil riset, dan lain-lain.
2. Seleksi/penyaringan ide-ide. Dari semua ide yang masuk tersebut sudah barang tentu tidak semuanya dapat dipakai atau tidak semuanya layak untuk dikembangkan. Karena semua informasi tersebut tidak semua ada dan cocok dengan wilayah setempat. Oleh sebab itu ide-ide tersebut perlu diseleksi kelayakannya agar sesuai dengan tujuan pengembangan Desa Wisata di daerah bersangkutan. Dari sejumlah ide yang masuk dan lolos seleksi perlu diambil beberapa alternative untuk nantinya dicari yang paling layak.
3. Menguji konsep. Produk yang lolos seleksi kemudian diuji secara konseptual yang disesuaikan dengan maksud, tujuan, dan sasaran yang diinginkan oleh masyarakat local dimana desa wisata akan dikembangkan. Dapat dilakukan dengan *Focus Group Discussion* beberapa kali untuk menemukan yang paling sesuai dengan keinginan masyarakat lokal.
4. Analisis bisnis, apabila sudah ada kesepakatan akan alternatif produk-produk yang akan dikembangkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan analisis bisnis.

Bagaimanapun juga bahwa pengembangan pariwisata adalah untuk mensejahterakan masyarakat lokal . Dilakukan dengan matang untuk memperjelas karakteristik produk desa wisata, berapa biaya yang diperlukan, bagaimana kemungkinan permintaan pasar, dari mana saja segmen pasarnya, bagaimana karakteristik pasar, kemungkinan keuntungannya, menyusun program untuk mengembangkan produk baru, dan kemungkinan pelaksanaannya.

5. Pengembangan Produk desa wisata, kalau sudah mantap hasil analisis bisnisnya secara hitung-hitungan statistik barulah dicoba untuk pengembangan produk untuk dilakukan riset dalam bentuk kongkrit hingga terwujud desa wisata dengan segala kelengkapannya.
6. Uji Pasar, hal ini dilakukan untuk mengukur dan menguji reaksi pasar (wisatawan). Tidak hanya wisatawan yang diikutsertakan dalam tahap ini tetapi seluruh stakeholders pariwisata sebaiknya dilibatkan. Pada tahap ini sebaiknya dilakukan secara gratis atau peserta tidak membayar atau membeli karena produk belum siap untuk dikorsilkan. Pada tahap ini lebih diutamakan untuk mencari masukan dari wisatawan dan *stakeholders* lainnya terhadap produk yang akan dikembangkan. Masukan, kritik, saran dan bentuk penilaian lainnya akan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan terhadap perbaikan produk desa wisata.
7. Komersialisasi, bilamana semua sudah disiapkan dari tahap pertama hingga tahap keenam barulah mulai menjual produk tersebut. Pada tahap ini diperlukan berbagai cara, jenis, strategi, dan teknis pemasaran. Kerjasama dengan berbagai *stakeholders* pariwisata mutlak diperlukan untuk mempercepat popularitas desa wisata.

Kejenuhan dunia pariwisata di negara-negara berkembang dengan *mass tourism* kemungkinan disebabkan oleh pengetahuan dan pengalaman *mass tourism* lebih cepat dan banyak menghasilkan keuntungan finansial dan pembangunan fisik. Tetapi banyak pula dampak negatif yang tidak dapat dihindari seperti, *cultural shock*, pencemaran lingkungan, tidak terciptanya pemerataan ekonomi, dan banyak permasalahan sosial lainnya. Menyadari kenyataan tersebut banyak negara yang mengandalkan sektor pariwisata mulai melirik pengembangan kepariwisataan yang kecil dalam artian secara kuantitas namun memiliki kualitas yang baik, dari segi masyarakat lokal maupun dari segi wisatawan yang dikenal sebagai pariwisata alternatif beserta ragam bentuknya ; *ecotourism*, *agrotourism*, termasuk desa wisata. Apabila industri kepariwisataan ingin berhasil dalam mengemban misinya sebagai

wacana pemerataan pendapatan melalui perluasan kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, maka pembangunan kepariwisataan harus memberi perhatian pada pariwisata alternatif. Secara umum pariwisata alternatif ini dapat didefinisikan sebagai Berbagai bentuk pariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai alami, sosial dan komunitas dan yang memungkinkan baik wisatawan maupun masyarakat setempat menikmati interaksi yang positif dan bermanfaat dan bertukar pengalaman (Stupa, 2011).

Pembangunan kepariwisataan secara berkelanjutan juga harus menjadi luaran yang patut dijadikan pertimbangan. Keberlanjutan merupakan hal ideal yang diharapkan dari pembangunan kepariwisataan. Meskipun sering dianggap sebagai sesuatu yang utopis, namun masih banyak pihak termasuk para ilmuwan yang menganggap bahwa pembangunan pariwisata secara berkelanjutan mutlak harus dilakukan untuk meminimalkan segala dampak negatif dari pariwisata.

Pariwisata berkelanjutan secara sederhana dapat didefinisikan sebagai pariwisata yang memperhitungkan penuh dampak ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat. Artinya, pembangunan pariwisata secara berkelanjutan harus memperhatikan tiga aspek penting yang harus dibangun secara baik yaitu aspek lingkungan, aspek ekonomi dan aspek sosial budaya. Pengembangan pariwisata berkelanjutan memerlukan partisipasi dari para *stakeholder* terkait serta kepemimpinan politik yang kuat untuk memastikan adanya partisipasi yang aktif dan kesepakatan antar *stakeholder*. Pencapaian pariwisata berkelanjutan merupakan proses yang berkesinambungan dan membutuhkan pemantauan yang konstan, inovasi mengenai langkah-langkah pencegahan dan perbaikan yang diperlukan terhadap dampak dari kegiatan pariwisata juga harus terus dilakukan (UNEP dan WTO, 2005).

Desa wisata di Kabupaten Badung masih sangat terbuka untuk berkembang menjadi cukup baik, baik dan sangat baik kedepannya. Peran serta segenap komponen tidak dapat dikesampingkan termasuk pemerintah pusat melalui Kementerian Pariwisata RI. Lima tahun terakhir pihak kementerian selalu melakukan sosialisasi merangsang kelahiran desa-desa wisata baru di seluruh Indonesia. Tetapi sangat disayangkan masih sebatas dorongan dalam tataran wacana. Untuk implementasinya diserahkan kepada masing-masing pemerintah daerah merealisasikannya.

Akan sangat bijak dan bermanfaat jika pihak kementerian juga turut memberikan pendampingan sehingga secara langsung dapat melihat di bawah situasi dan kondisi desa wisata dan permasalahan yang dihadapi. Meskipun dengan alasan otonomi daerah, bukan berarti pemerintah pusat lepas tangan melainkan harus mengetahui dan memahami kondisi praktis di lapangan sehingga dalam menentukan regulasi, perencanaan dan pengembangan makro ke depan tidak bersifat generalisir melainkan sesuai dengan karakter dan permasalahan di daerah yang tentu tidak sama.

#### **4.2. ANALISIS STATUS PERKEMBANGAN DESA WISATA**

Kajian terkait dengan status perkembangan desa wisata dianalogikan sama dengan siklus kegiatan pariwisata atau yang lebih dikenal dengan *Tourist Area Life Cycle* (dalam Butler, 1980). Dalam konsep *Tourist Area Life Cycle* yang diperkenalkan oleh Butler (1980), dirumuskan 6 (enam) tahap perkembangan pariwisata di suatu area. Tahap perkembangan ini dapat berlaku linier dengan tahapan yang sama, tetapi juga dapat berlaku / berjalan dengan tahapan yang melompati tahapan berikutnya. Berbagai pola perkembangan umum terjadi pada sebuah daya tarik wisata atau destinasi pariwisata. Secara teroris, penjabaran mengenai konsep *Tourist Area Life Cycle* yang dijabarkan oleh Butler (1980) dijabarkan sebagai berikut :

##### **Tahap 1. Penemuan (*Exploration*)**

Pada tahapan ini kegiatan pariwisata yang berada pada suatu daerah berada pada tahap identifikasi dan penggalian mekanisme pemanfaatan potensi pariwisata yang ada. Umumnya proses identifikasi yang dilakukan merupakan cikal bakal upaya untuk pengembangan destinasi pariwisata atau daya tarik wisata yang akan dikembangkan di daerah tersebut. Identifikasi potensi pariwisata yang ada umumnya dibagi menjadi sejumlah bagian seperti potensi alam, potensi budaya dan potensi buatan yang dapat dikembangkan menjadi sebuah daya tarik wisata, untuk kemudian dikembangkan menjadi sebuah destinasi pariwisata. Pada tahapan ini umumnya telah ada kunjungan wisatawan dalam jumlah yang relatif kecil dan interaksi dengan penduduk lokal masih sangat



intensif dilakukan. Proses identifikasi dan analisis potensi daerah menjadi daya tarik wisata pada tahapan ini menjadi pijakan dasar penetapan suatu daerah menjadi daya tarik wisata atau destinasi pariwisata.

#### Tahap 2. Pelibatan (*Involvement*)

Setelah dilakukan proses identifikasi dan pemilahan potensi wilayah menjadi daya tarik wisata yang dilakukan pada tahap penemuan, tahap berikutnya yaitu tahap pelibatan yang mengembangkan pelibatan masyarakat lokal dalam upaya untuk turut serta mengembangkan potensi yang ada untuk dapat lebih berkembang. Pada tahap ini masyarakat mulai terlihat aktif untuk berpartisipasi dalam upaya pemanfaatan potensi wisata yang telah ditetapkan. Pada tahap pelibatan ini, masyarakat menganggap bahwa pariwisata telah memberikan manfaat dan berdampak secara positif bagi mereka. Untuk itulah masyarakat mulai mengambil peran dalam upaya untuk melakukan sosialisasi dan periklanan secara terbatas guna lebih memperkenalkan daya tarik yang dimiliki. Bagian akhir dari tahap ini adalah masyarakat mulai menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan untuk memenuhi permintaan wisatawan yang meningkat.

#### Tahap 3. Pengembangan (*Development*)

Tahap pengembangan digambarkan sebagai sebuah tahap dimana kunjungan wisatawan sudah tinggi dan pariwisata telah melekat dalam keseharian masyarakat. Hal yang paling riil untuk menggambarkan pada tahap ini yaitu mulai berubahnya kehidupan masyarakat dari semula merupakan petani berubah menjadi kegiatan pariwisata baik untuk pekerjaan utama maupun pekerjaan sampingan. Pada tahap pengembangan ini, partisipasi masyarakat yang telah berkembang pada tahap pelibatan mulai menunjukkan gemanya dimana pemerintah dan pihak swasta mulai berperan dalam upaya untuk mengembangkan kegiatan pariwisata di desa ini. Secara konsep bisnis, dengan datangnya pihak swasta, juga menggambarkan datangnya pihak investor untuk menanamkan modalnya di sebuah daya tarik wisata. Pada tahapan ini mulai

terjadi seleksi alam dalam lingkup kegiatan wisata. Usaha / bisnis pariwisata yang dilakukan oleh masyarakat lokal pada tahap awal bersaing dengan usaha yang dilakukan oleh investor sehingga kecenerungan usaha kecil yang dilakukan oleh masyarakat menjadi menurun atau bahkan hilang. Sejalan dengan datangnya investor, penerapan standar kerja dan standar pelayanan wisata mulai diterapkan dan mulai bermunculan asosiasi terkait dengan pekerja, produk atau pengusaha di bidang pariwisata.

#### Tahap. 4 Konsolidasi (*consolidation*)

Menindaklanjuti perkembangan kegiatan kepariwisataan dengan pelaku utamanya yang lebih kompleks, pelibatan pemerintah, masyarakat dan swasta (investor) serta asosiasi pariwisata merupakan sebuah tantangan baru bagi daya tarik wisata atau destinasi wisata untuk berbenah. Dalam upaya untuk menjadikan kegiatan pariwisata untuk terus maju dan berkembang, sektor pariwisata mulai memperlihatkan dominasi dan peningkatan kontribusinya dibandingkan sektor lainnya. Peningkatan kontribusi sektor pariwisata dibandingkan dengan sektor lainnya umumnya digambarkan dengan peningkatan kunjungan wisatawan pada daerah tujuan wisata. Dalam konteks ini kunjungan wisatawan dapat diartikan sebagai peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, peningkatan long of stay wisatawan dan peningkatan spend of money dari wisatawan. Akibat dari peningkatan kegiatan wisata dan peningkatan pelaku usaha pariwisata yang ada, tidak dapat dipungkiri lagi bahwa terjadi persaingan antara pelaku usaha dibidang pariwisata dalam menjalankan usahanya. Proses konsolidasi terjadi sejalan dengan konflik yang terjadi di daerah tujuan wisata baik berupa konflik kepentingan antara pihak atau konflik kepentingan dalam satu pihak. Konsolidasi dilakukan dalam konteks re-organisasi, balancing serta penyesuaian hak – kewajiban – wewenang antara pemerintah, pihak investor (swasta) dan masyarakat.

#### Tahap. 5 Stagnasi (*Stagnation*)

Kondisi stagnasi yang terjadi pada tahap ini lebih digambarkan pada status puncak kunjungan wisatawan pada daerah tujuan wisata. Kondisi puncak digambarkan sebagai kondisi dimana kunjungan wisatawan secara kuantitas dan kualitas pengeluaran paling tinggi dibandingkan dengan periode sebelumnya. Ciri khas periode ini adalah tidak adanya peningkatan kunjungan wisatawan, lama kunjungan atau tingkat pengeluaran wisatawan yang meningkat tidak signifikan. Pada sisi yang berbeda pada tahap ini digambarkan dimana jumlah kunjungan tetap tinggi, tetapi ada perbedaan orientasi oleh wisatawan terkait dengan image daerah tujuan wisata atau atraksi wisata yang akan dinikmati. Pada kondisi ini wisatawan yang datang lebih banyak merupakan repeater guest atau wisatawan yang loyal dengan sejumlah alasan seperti alasan pribadi, alasan teknis atau alasan ekonomis. Pada tahap ini kegiatan promosi yang dilakukan tidak memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kunjungan wisatawan. Sejalan dengan tingginya jumlah kunjungan wisatawan yang telah terjadi pada tahap sebelumnya (tahap konsolidasi), pada tahapan stagnasi ini mulai terlihat dampak negatif kegiatan pariwisata yang ada baik secara fisik, lingkungan, sosial, budaya masyarakat hingga terhadap aspek ekonomi yang awalnya dianggap positif.

#### Tahapan. 6 Penurunan atau Peremajaan (*Decline/Rejuvenation*)

Setelah terjadinya stagnasi perkembangan kegiatan pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata, kondisi selanjutnya yang mungkin terjadi adalah kondisi penurunan atau peremajaan kegiatan wisata. Proses penurunan terjadi bilamana tidak dilakukan upaya untuk mengantisipasi kondisi stagnasi atau upaya yang dilakukan belum optimal memberikan manfaat terhadap perbaikan daerah tujuan wisata. Bilamana upaya yang dilakukan untuk memperbaiki status stagnasi berhasil, proses peremajaan atau kecenderungan kembalinya proses pembangunan kepariwisataan di daerah tujuan wisata dapat tercapai. Dalam upaya pengembangan daerah tujuan untuk keluar dari kondisi stagnasi, berbagai terobosan terfokus

umumnya dilakukan baik oleh pemerintah, swasta dan masyarakat. Terjadinya proses penurunan kegiatan pariwisata yang ada harus secepatnya ditanggulangi sehingga manfaat positif kegiatan pariwisata dapat lebih cepat dirasakan oleh pelaku usaha, pemerintah dan masyarakat sebagai *stakeholder* pariwisata yang ada. Proses penurunan kegiatan kepariwisataan yang ada akan tercermin semakin parah dengan mulai ditinggalkannya daerah tujuan wisata sebagai tujuan berwisata. Bilamana kondisi ini terjadi, status perkembangan kepariwisataan akan mulai dari tahapan konsolidasi kembali atau harus dimulai dari tahap penemuan. Kondisi ini berarti dibutuhkan dukungan dan sumber daya yang lebih untuk mengembalikan kondisi kepariwisataan daerah. Sejumlah upaya yang harus dilakukan pada tahap penurunan ini adalah dengan mengubah pemanfaatan potensi wisata yang ada, menyasar pasar pariwisata baru, perubahan atraksi wisata yang ada menjadi bentuk lain, perombakan manajemen destinasi wisata dan sejumlah kegiatan terkait dengan penguatan *image* dan *positioning* kepariwisataan.

## **1. Desa Wisata Baha**

Berdasarkan analisis deskriptif kondisi Desa Wisata Baha terkait dengan tahap perkembangan desa wisata masuk dalam kategori antara tahap penemuan dengan tahap pertumbuhan. Kondisi ini digambarkan dengan sejarah perkembangan pariwisata di desa ini yang belum sempat tumbuh dan berkembang setelah memperoleh bantuan angkul-angkul. Secara teknis salah satu sebab tidak berkembangnya desa ini ke tahap pertumbuhan murni atau bahkan tahap keterlibatan adalah kurangnya upaya untuk menjaga pertumbuhan kunjungan dari sekedar berkunjung hingga menginap atau menikmati atraksi yang ditawarkan.

Tabel 4.1. Analisis Perkembangan Desa Wisata Baha

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	Agrowisata, Alas Baha sebagai markas serdadu penjajah Belanda	Balai Subak Lepud	-	Jalur alternatif penghubung jalur sangeh dengan jalur Bedugul	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Angkul- angkul, sekeha cak pria dan wanita, pertunjukan legong	-	-	Dukungan pemerintah Kabupaten Badung dalam peningkatan kualitas jalan	Pembentukan tim pengelola desa wisata
Keterlibatan	-	Perbaikan lapangan Desa baha	-	-	-
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	Kondisi agrowisata yang sudah rusak tanpa adanya perbaikan	-	-	-	Berubahnya bentuk angkul – angkul sesuai dengan perkembangan desain

Sumber : Hasil Analisis

## 2. Desa Wisata Bilok Sidan

Berdasarkan analisis status perkembangan kepariwisataan di Desa Bilok Sidan, desa ini masuk kategori masih berada pada tahap pertumbuhan. Kondisi ini didukung dengan mulai munculnya sejumlah usaha pariwisata baik berupa paket wisata maupun pengelolaan warung makan di daerah sekitar Jembatan Tukad Bangkung. Secara teknis, mengacu kepada siklus TLC oleh Butler (1980), Desa Bilok Sidan harus mengembangkan mekanisme keterlibatan oleh pihak banjar adat, pihak desa adat maupun pihak desa dinas.

Tabel 4.2. Analisis Perkembangan Desa Wisata Bilok Sidan

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	terowongan air tradisional, perkebunan kopi dan palawija	-	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Agrowisata Lawak, penemuan Peti Batu ( <i>sarcophagus</i> )	-	pusat pengembangan desa wisata	Jembatan Tukad Bangkung	-
Keterlibatan	-	-	-	-	-
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

### 3. Desa Wisata Bongkasa Pertiwi

Desa Bongkasa Pertiwi identik dengan kegiatan wisata arung jeram yang telah ada di daerah ini. Mengacu kepada karakteristik dan ciri – ciri pelaksanaan desa wisata di Bongkasa Pertiwi, desa ini masuk dalam kategori daerah yang berada pada tahap keterlibatan menuju pembangunan. Guna lebih dapat meningkatkan status desa wisata, Desa Wisata Bongkasa Pertiwi perlu untuk meningkatkan pembangunan fasilitas umum dan pembangunan aksesibilitas.

Tabel 4.3. Analisis Perkembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	Arung jeram	LMD dan LKMD	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	-	-	massage dan Spa	-	potensi kerajinan
Keterlibatan	wisata puri	-	villa villa yang bisa di sewa untuk tinggal	-	sanggar tari, kerajinan perak
Pembangunan			Atraksi paintball, Elephant Camp		pondok- pondok wisata yang dimiliki masyarakat lokal
Konsolidasi					
Kestabilan					
Kelanjutan					

Sumber : Hasil Analisis

#### 4. Desa Wisata Carangsari

Minimnya pengelolaan potensi dan daya tarik wisata di desa Carangsari merupakan faktor penghambat mengapa desa ini masih berada pada tahap penemuan. Tidak banyak daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan aksesibilitas dikembangkan untuk menunjang kegiatan pariwisata di desa ini. Pemenuhan faktor ini merupakan salah satu syarat untuk meningkatkan tahap perkembangan kegiatan wisata di desa ini.

Tabel 4.4. Analisis Perkembangan Desa Wisata Carangsari

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	-	Monumen Pahlawan I Gusti Ngurah Rai	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	naik gajah, rafting, bersepeda, trekking lintas alam	-	-	-	-
Keterlibatan	-	-	-	-	-
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

#### 5. Desa Wisata Kapal

Hal yang berbeda dengan yang dialami Desa Wisata Kapal dalam pengelolaan perkembangan pariwisata. Di Desa Kapal, pengelola desa wisata menjalin kerjasama dengan pihak LSM dan travel agent untuk memasarkan daya tarik wisata yang ada di Desa. Dengan pola ini, Desa Wisata kapal yang semula



masih berada pada tahap pertumbuhan dan pelibatan memiliki potensi untuk berkembang menjadi tahap Pembangunan.

Tabel 4.5. Analisis Perkembangan Desa Wisata Kapal

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	<i>Pura Purusada, Candi Prasada, Pura Beji Langon, pancoran, Pura Dalem Solo</i>	-	Goa Jepang	Jalur Utama Denpasar - Gilimanuk	Pembentuk tim pengelola desa wisata, kerajinan rumah tradisional, peralatan upacara Agama Hindu
Pertumbuhan	<i>perang ketupat</i>	Penataan parkir sekitar Pura Purusada	-	-	-
Keterlibatan	Kerjasama dengan pihak LSM dan Travel agent untuk menawarkan atraksi wisata yang ada seperti Pura Purusada	-	-	-	-

	dan Goa Jepang				
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 6. Desa Wisata Mengwi

Desa Wisata Mengwi tergolong desa yang masih berada pada tahap pertumbuhan memiliki potensi untuk terus maju dan berkembang. Keberadaan Pura Taman Ayun sebagai daya tarik wisata utama menjadi magnet penarik wisatawan untuk datang dan menikmati paket di daerah ini. Trik pengelola desa wisata untuk lebih mengoptimalkan pengelolaan kegiatan pariwisata yang terfokus disekitar lokasi Pura Taman Ayun menjadi sebuah strategi pasar yang tepat bagi upaya pengembangan kegiatan kepariwisataan di daerah ini.

Tabel 4.6. Analisis Perkembangan Desa Wisata Mengwi

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	Pura Taman Ayun	-	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Museum <i>Manusa Yadnya</i> ; Galeri Ogoh-Ogoh;	Bencingah yang merupakan fasilitas tambahan	pasar seni	Posisi kawasan yang berada pada jalur Denpasar - Bedugul	-
Keterlibatan	-	-	-	-	-
Pembangunan	-	-	-	-	-

Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 7. Desa Wisata Munggu

Desa Wisata Munggu memiliki karakteristik yang khas dibandingkan dengan desa wisata yang lain. Desa wisaa ini lebih menonjolkan pengelolaan potensi dea guna pengembangan kegiatan MICE. Berdasarkan siklus TLC, Desa Wisata Munggu tergolong dalam kategori tahap pertumbuhan menuju tahap keterlibatan. Minimnya fasilitas umum dan aksesibilitas kawsan menjadi faktor negatif bagi desa ini untuk berkembang ke tahap selanjutnya.

Tabel 4.7. Analisis Perkembangan Desa Wisata Munggu

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	pertanian lahan basah (persawahan)	-	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Kegiatan MICE	-	-	Pengenalan dan sosialisasi kegiatan kepariwisataan yang telah berjalan dan dilakukan sebagai media promosi	Atraksi wisata terkait dengan kegiatan MICE
Keterlibatan	Pengembangan daya tarik wisata kuliner	-	Kerjasama dengan lembaga luar	-	-

	sebagai daya tarik wisata khas tambahan		negeri dalam penyediaan dan pendampingan kegiatan MICE		
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 8. Desa Wisata Pangsan

Perkembangan Desa Wisata Pangsan dimotori oleh ketua tim pengelola desa wisata yang ada. Tingginya upaya pengembangan desa wisata yang telah dilakukan menjadikan status desa wisata ini dalam konsep siklus TLC berada pada tahap pembangunan. Sejumlah hal yang dibutuhkan untuk terus menuju tahap konsolidasi yaitu dengan cara meningkatkan peran serta masyarakat, pengembangan pelibatan pihak desa adat, desa dinas serta sejumlah upaya untuk bekerjasama dengan operator rafting dalam pelayanan wisata.

Tabel 4.8. Analisis Perkembangan Desa Wisata Pangsan

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	-	Pura Pucak Mangu	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Agrowisata kiadan	-	Homestay lengkap dengan fasilitas	Pengembangan jalur wisata terkait dengan rencana jalur	-

			ruang pertemuan	tracking	
Keterlibatan	Pengembangan kegiatan wisata arung jeram, tracking dan sejumlah kegiatan wisata berbasis alam	-	-	Pengenalan kegiatan wisata yang ditawarkan di daerah ini	-
Pembangunan	-	-	-	Peningkatan kualitas jalur jalan dan pembersihan jalan wisata	Pelibatan organisasi kepemudaan dalam pengelolaan kegiatan wisata
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 9. Desa Wisata Pelaga

Kegiatan pariwisata di Desa Wisata pelaga perlu dilakukan secara simultan dan dibutuhkan dukungan teknis yang lebih kongkrit baik dalam bentuk pengembangan daya tarik wisata, pengembangan fasilitas umum, fasilitas wisata hingga peningkatan aksesibilitas desa. Desa Wisata Pelaga masuk dalam kategori tahap pertumbuhan akibat minimnya fasilitas wisata, peningkatan aksesibilitas dan keterlibatan masyarakat.

Tabel 4.9. Analisis Perkembangan Desa Wisata

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat

Penemuan	-	-	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Air Terjun Nungnung	perkebunan kopi dan palawija	-	-	-
Keterlibatan	-	-	-	-	-
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 10. Desa Wisata Petang

Motivasi dan dukungan masyarakat dalam pengelolaan dan pembangunan desa wisata di Petang menjadi sebuah jaminan keberhasilan pembangunan kepariwisataan di daerah ini. Saat ini Desa Wisata Petang tergolong berada pada tahap pertumbuhan. Dibutuhkan dukungan penuh untuk penyediaan fasilitas umum, fasilitas wisata dan aksesibilitas dalam upaya untuk mengembangkan daerah ini menjadi daerah tujuan wisata. Dibutuhkan pelibatan masyarakat untuk proses pembangunan atraksi wisata, pengembangan pemasaran hingga pengelolaan potensi desa sebagai daya tarik wisata.

Tabel 4.10. Analisis Perkembangan Desa Wisata Petang

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	perkebunan	Parkir Daya tarik Wisata Sangeh	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	Jalur Tracking	-	-	-	-

Keterlibatan	-				-
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

## 11. Desa Wisata Sangeh

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur. Dalam siklus TLC, Desa Wisata Sangeh berada pada tahap keterlibatan. Proses pembangunan yang merupakan tahap berikutnya telah dilakukan di desa ini hanya saja realisasi bantuan dan dukungan pemerintah daerah masih terus dibutuhkan sehingga keberadaan dan pembangunan fasilitas pariwisata dapat terus memberikan manfaat yang positif terhadap perkembangan kegiatan wisata.

Tabel 4.11. Analisis Perkembangan Desa Wisata Sangeh

Siklus Destinasi	Aspek Daerah Tujuan Wisata				
	daya tarik wisata	fasilitas umum	fasilitas pariwisata	aksesibilitas	masyarakat
Penemuan	Alas/Hutan Pala Yang Dihuni Ribuan Kera	-	-	-	Pembentuk tim pengelola desa wisata
Pertumbuhan	rumah- rumah tradisional, Taman Mumbul	Parkir Daya tarik Wisata Sangeh	Jalur Tracking	-	-
Keterlibatan	-	Penataan Taman Mumbul	-	Peningkatan kualitas jalan lingkar	-

		menjadi daya tarik wisata		desa menuju daya tarik wisata Rumah tradisional	
Pembangunan	-	-	-	-	-
Konsolidasi	-	-	-	-	-
Kestabilan	-	-	-	-	-
Kelanjutan	-	-	-	-	-

Sumber : Hasil Analisis

#### 4.3. Persepsi dan Aspirasi *Stakeholders* Desa Wisata di Badung.

Persepsi adalah proses internal yang dilakukan untuk memilih, mengevaluasi dan mengorganisasikan rangsangan dari lingkungan eksternal. Persepsi merupakan cara untuk mengubah energi – energi fisik lingkungan menjadi pengalaman yang bermakna. Persepsi juga sebagai suatu proses yang dimulai dari penglihatan hingga terbentuk tanggapan yang terjadi dalam diri individu sehingga individu sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indera-indera yang dimilikinya.

Persepsi meliputi penginderaan (sensasi) melalui alat – alat indra (indra perasa, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar). Makna pesan yang dikirimkan ke otak harus dipelajari. Semua indra itu mempunyai andil bagi berlangsungnya komunikasi manusia. Penglihatan menyampaikan pesan non verbal ke otak untuk diinterpretasikan. Pendengaran juga menyampaikan pesan verbal ke otak untuk ditafsirkan. Penciuman, sentuhan dan pengecap, terkadang memainkan peranan penting dalam komunikasi,

Selanjutnya atensi atau perhatian adalah, pemrosesan secara sadar sejumlah kecil informasi dari sejumlah besar informasi yang tersedia. Informasi didapatkan dari penginderaan, ingatan dan, proses kognitif lainnya. Proses atensi membantu efisiensi penggunaan sumberdaya mental yang terbatas yang kemudian akan membantu kecepatan reaksi terhadap rangsangan tertentu. Atensi dapat merupakan proses sadar maupun tidak sadar. Menurut Rangkuti (2003:31) makna dari proses persepsi dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dari individu yang bersangkutan.



Sedangkan, aspirasi merupakan usulan, keinginan atau kehendak disertai ekspektasi yang ingin dicapai. Dalam praktik pariwisata, aspirasi *stakeholders* merupakan hal yang penting karena terkait dengan keberlanjutan penyelenggaraannya sebagai suatu sistem. Artinya, jika abai memperhatikan dan memfasilitasi aspirasi tersebut, keseimbangan sistem akan terganggu dengan adanya sumbatan aspirasi yang menyebabkan suasana disharmonis dan kontraproduktif, yang bermuara pada gagalnya penyelenggaraan pariwisata di suatu destinasi pariwisata.

*Stakeholders* dalam penelitian ini meliputi masyarakat lokal, wisatawan, dan biro perjalanan wisata. Persepsi dan aspirasi masing-masing elemen tersebut dalam konteks penyelenggaraan desa wisata di Badung penting diketahui sebagai bahan analisa untuk selanjutnya sebagai dasar pertimbangan dalam mengambil kebijakan oleh Pemerintah Kabupaten Badung.

#### 4.3.1. Masyarakat

Persepsi masyarakat tentang desa wisata terkait dengan penafsiran masyarakat lokal tempat diselenggarakannya praktik desa wisata. Sedangkan aspirasi masyarakat terkait dengan harapan ke depan tentang kondisi ideal yang diinginkan. Sehingga, antara persepsi dan aspirasi sangat terkait erat, karena bagaimana persepsi mereka tentang desa wisata akan menentukan aspirasinya.

##### 1. Persepsi tentang Desa Wisata.

Pada umumnya, masyarakat mengetahui bahwa sebuah desa dapat dijadikan sebagai desa wisata (81,8%), dan mengetahui bahwa desa mereka merupakan salah satu dari 11 desa wisata yang ditetapkan oleh Pemkab Badung (90,9%). Hal tersebut seperti tersaji pada tabel 4.1 dan tabel 4.2:

Tabel 4.12. Pengetahuan tentang Desa sebagai Daya Tarik Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	81,8
2	Tidak	18,2
TOTAL		100,00

Sumber: Penelitian, 2015

Tabel 4.13. Pengetahuan tentang Penetapan Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	90,9
2	Tidak	9,1
TOTAL		100,00

Sumber: Penelitian 2015

Pengetahuan tersebut diperoleh dari forum rembug desa, sosialisasi dari pihak desa, sosialisasi masyarakat, dan pengelola pariwisata. Hal ini dapat dimengerti karena desa (baik adat maupun dinas) di Kabupaten Badung khususnya dan Bali pada umumnya memiliki posisi sosial dan budaya yang sangat kuat, sehingga dapat menjadi saluran komunikasi yang efektif. Selain itu, penyebaran informasi juga disampaikan dari mulut ke mulut oleh masyarakat desa. Dan, peran dari organisasi pengelola pariwisata di desa juga berjalan dengan baik.

Untuk produk pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan, masyarakat pada umumnya menyebutkan agrowisata, *rafting*, dan *tracking*. Hal ini dikarenakan aktivitas wisata yang telah berjalan di 11 desa wisata secara umum terkait ketiga hal tersebut.

Terkait dengan *branding* desa wisata, masyarakat belum memiliki pengetahuan yang cukup baik, yang dipersepsikan sebesar 48,5%, seperti tampak pada tabel 4.14 berikut:

Tabel 4.14. *Brand* Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	48,5
2	Tidak	45,5
3	Tidak Menjawab	6,1
TOTAL		100,00

Sumber: Penelitian, 2015

Begitu pula tentang lokasi pusat pelayanan desa wisata, masyarakat mengetahui dengan cukup baik, yaitu sebesar 63,6%, seperti tampak pada tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.15. Lokasi Pusat Pelayanan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	63,6
2	Tidak	30,3
3	Tidak Menjawab	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Hal yang tidak jauh berbeda, masyarakat juga mengetahui tentang pengelola desa wisata yakni dengan besaran yang sama, yaitu 63,6%.

Tabel 4.16. Pengetahuan Pengelola Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	63,6
2	Tidak	30,3
3	Tidak Menjawab	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber : Penelitian 2015

Selanjutnya, pengetahuan tentang adanya wisatawan yang berkunjung di desa wisata mereka relatif tinggi, yaitu sebesar 78,8%. Hal ini berarti masyarakat relatif telah menyadari adanya keberadaan wisatawan dan memiliki kesadaran bahwa tempat di mana mereka tinggal telah dikreasi sebagai ruang pariwisata.

Tabel 4.17. Pengetahuan terhadap Kunjungan Wisatawan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	78,8
2	Tidak	15,2
3	Tidak Menjawab	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Akan tetapi untuk pengetahuan masyarakat tentang kerjasama yang dilakukan pengelola desa wisata dengan pihak lain, dan pertanggungjawaban pengelola, persentasenya dibawah 50%, yaitu berturut-turut sebesar 48,5% dan 39,4%. Hal ini mengindikasikan masyarakat masih belum memiliki *interest* langsung dalam pengelolaan desa wisata.

## 2. Persepsi terkait Pengembangan Desa Wisata

Upaya pengelola dalam memanfaatkan dan mengembangkan potensi desa wisata, dipersepsikan baik oleh masyarakat, seperti tersaji pada tabel 4.18 di bawah ini:

Tabel 4.19. Persepsi Kedatangan Wisatawan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	15,2
2	Baik	63,6
3	Sedang	18,2
4	Kosong	3,0
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.19 di atas menunjukkan persepsi masyarakat terhadap kedatangan wisatawan direspons baik dan sangat baik dengan besaran 78,8%, artinya masyarakat tidak merasa terganggu dengan adanya wisatawan yang berkunjung dan melakukan aktivitas wisata di daerah mereka.

Tabel 4.18. Persepsi Pemanfaatan dan Pengembangan Potensi

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	9,1
2	Baik	51,5
3	Sedang	33,3
4	Kosong	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Jika kategori baik dan sangat baik digabungkan, akan diperoleh prosentase sebesar 60,6%. Hal ini dapat dimaknai, persepsi masyarakat tentang apa yang dilakukan pengelola desa wisata adalah positif.

Untuk program terkait dengan desa wisata yang dijalankan, masyarakat mempersepsikan baik dan sangat baik sebesar 48,5% dan 15,2% (Tabel 4.20). Sedangkan persepsi tentang dampak ekonomi dari penyelenggaraan desa wisata dikategorikan baik, dengan besaran 69,7% (Tabel 4.20)

Tabel 4.20. Persepsi Program Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	15,2
2	Baik	48,5
3	Sedang	27,3
4	Kosong	9,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.21. Persepsi Dampak Ekonomi

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	6,1
2	Baik	63,6
3	Sedang	21,2
4	Kosong	9,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Persepsi masyarakat terhadap peran *stakeholders* pariwisata lain, seperti pemerintah dan biro perjalanan dipersepsikan baik dan sangat baik oleh masyarakat. Untuk katagori pemerintah terdiri dari: peran desa (81,9%), peran kecamatan (51,5%), peran kabupaten (75,8), dan peran desa adat (69,7%). Sedangkan persepsi masyarakat terhadap peran biro perjalanan wisata/*travel agent* sebesar 36,3%, peran akademisi 66,7%, dan keamanan 72,7%.

Tabel 4.22 Persepsi tentang Peran Desa

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	15,2
2	Baik	66,7
3	Sedang	12,1
4	Kosong	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.23 Persepsi Peran Kecamatan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	3,0
2	Baik	48,5
3	Sedang	42,4
4	Kosong	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.24 Persepsi Peran Kabupaten

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	15,2
2	Baik	60,6
3	Sedang	18,2
4	Kosong	6,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.25 Persepsi Peran Desa Adat

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	15,2
2	Baik	54,5
3	Sedang	21,2
4	Kosong	9,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.26 Persepsi Peran *Travel Agent*

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	12,1
2	Baik	24,2
3	Sedang	36,4
4	Buruk	6,1
5	Kosong	21,2
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.27 Persepsi Peran Akademisi

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	9,1
2	Baik	57,6
3	Sedang	18,2
4	Kosong	15,2
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.28 Persepsi Peran Keamanan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	3,0
2	Baik	69,7
3	Sedang	18,2
4	Kosong	9,1
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Dari data-data yang tersaji pada tabel-tabel di atas menunjukkan, persepsi masyarakat terhadap biro perjalanan berada di bawah 50 %, yang artinya relatif kurang baik. Hal ini dikarenakan masyarakat masih belum berinteraksi secara produktif, dan belum merasakan manfaat ekonomi secara langsung dalam konteks kerjasama yang dilakukan dengan pihak biro perjalanan wisata.

### 3. Partisipasi Masyarakat dalam Desa Wisata

Tolok ukur dari partisipasi masyarakat lokal dalam penyelenggaraan pariwisata terdiri dari dua hal, yaitu terlibat dalam proses pengambilan keputusan pariwisata dan mendapatkan manfaat pariwisata baik langsung ataupun tidak langsung. Dalam hal keterlibatan dalam pengambilan keputusan pariwisata, seperti tampak dalam tabel-tabel berikut ini:

Tabel 4.29. Mengikuti Rapat Desa Terkait dengan Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	51,5
2	Tidak	24,2
3	Kosong	24,2
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Masyarakat mengikuti rapat desa sebagai salah satu forum dalam pengambilan keputusan pariwisata. Data pada tabel 4.29 di atas menunjukkan tingkat partisipasinya sebesar 51,5%.

Tabel 4.30. Ikut dalam Struktur Pengelola Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	30,3
2	Tidak	33,3
3	Kosong	36,4
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Dalam hal keikutsertaan masyarakat dalam struktur pengelola desa wisata, menunjukkan angka partisipasi sebesar 30,3%. Hal ini dapat dipahami bahwasanya tidak seluruh warga masyarakat terlibat secara langsung dengan duduk di struktur kepengurusan, karena pada umumnya menggunakan cara perwakilan, baik dengan penunjukkan maupun pemilihan.

Akan tetapi, yang perlu mendapatkan perhatian adalah ketidakikutsertaan masyarakat dalam kepengurusan ternyata diikuti pula dengan kurangnya keterlibatan dalam kegiatan pelayanan wisata (24,2%), terkait dengan sarana dan prasarana (30,3%), pemasaran (30,3%), serta kegiatan partisipasi lainnya (12,1%).



Tabel 4.31. Ikut dalam Kegiatan Pelayanan Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	24,2
2	Tidak	33,3
3	Kosong	42,4
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.32. Ikut terkait dengan Sarana dan Prasarana

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	30,3
2	Tidak	39,4
3	Kosong	30,3
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.33. Ikut dalam Pemasaran Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	30,3
2	Tidak	33,3
3	Kosong	36,4
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.34. Ikut dalam Kegiatan Partisipasi Lainnya

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	12,1
2	Tidak	30,3
3	Kosong	57,6
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Untuk kurangnya partisipasi masyarakat dalam hal kegiatan pelayanan wisata, dapat dimengerti ketika aktivitas pariwisata yang berbasis kunjungan wisatawan masih minim, sehingga umumnya hanya masyarakat yang terlibat dalam pengelolaan

secara langsung saja yang berinteraksi langsung dengan wisatawan dengan memberikan pelayanan secara langsung.

Sedangkan untuk partisipasi dalam hal kegiatan guna mendukung sarana dan prasarana pariwisata, masyarakat sebenarnya dapat terlibat dengan memberikan bantuan berupa tenaga, material, maupun gagasan. Demikian juga dalam hal pemasaran desa wisata. Masyarakat sesungguhnya dapat berperan tanpa harus duduk dalam struktur kepengurusan pengelola desa wisata. Hal ini menunjukkan belum adanya partisipasi yang tinggi dalam penyelenggaraan desa wisata oleh masyarakat lokal, karena masyarakat pada umumnya belum merasakan keuntungan/manfaat ekonomi secara langsung. Artinya, dalam konteks partisipasi masyarakat dalam penyelenggaraan desa wisata, masyarakat baru berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan pariwisata, tetapi karena belum mendapatkan manfaat ekonomis dari aktivitas pariwisata yang ada, mereka belum terlibat dalam konteks partisipasi tidak langsung (kegiatan yang dilakukan masyarakat dalam perannya sebagai pihak yang tidak berada dalam struktur pengelola pariwisata).

#### 4. Aspirasi Kegiatan Wisata oleh Masyarakat

Terkait dengan aspirasi masyarakat terhadap kegiatan wisata, pada umumnya masyarakat menginginkan kegiatan aktivitas pariwisata di daerah mereka berupa produk desa wisata dapat terselenggara dengan baik. Masyarakat mengajukan aspirasi berupa: kelengkapan fasilitas desa wisata (63,6%); adanya informasi terkait wisata yang akan dilakukan (66,7%); pengelolaan atraksi yang lengkap (57,6%); adanya manajemen resiko terkait dengan kegiatan wisata (54,5%); informasi ketersediaan atraksi wisata (63,6%); informasi pelayanan tambahan dari atraksi wisata (63,6%), selengkapnya tampak pada tabel-tabel berikut:

Tabel 4.35. Kelengkapan Fasilitas

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	63,6
2	Tidak	-
3	Kosong	36,4
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.36. Adanya Informasi terkait Kegiatan Wisata yang akan Dilakukan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	66,7
2	Tidak	-
3	Kosong	33,3
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.37. Pengelolaan Atraksi Wisata yang Lengkap

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	57,6
2	Tidak	-
3	Kosong	42,4
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.38. Adanya Manajemen terkait Resiko Kegiatan Wisata (Asuransi, Perlengkapan, dll)

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	54,5
2	Tidak	-
3	Kosong	45,5
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.39. Perlu Informasi Ketersediaan Atraksi Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	63,6
2	Tidak	-
3	Kosong	36,4
	TOTAL	100,00

Tabel 4.40. Perlu Informasi Pelayanan Tambahan dari Atraksi Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	63,6
2	Tidak	-
3	Kosong	36,4
	TOTAL	100,00

#### 4.3.2. Wisatawan

Sebagai salah satu elemen stakeholders terpenting dalam aktivitas wisata, kiranya perlu juga dikaji mengenai persepsi dan aspirasi wisatawan. Hal ini guna mengetahui dan memahami bagaimana wisatawan menafsirkan kondisi eksisting dari desa wisata yang mereka kunjungi, selanjutnya mengetahui aspirasi mereka tentang desa wisata ideal dari perspektif mereka.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui aktivitas, persepsi dan aspirasi wisatawan sebagai berikut:

##### 1. Aktivitas Wisatawan

Wisatawan menyatakan mereka belum memiliki pengalaman membeli dan menikmati produk desa wisata, Seperti tersaji pada tabel di atas, hanya 25% yang menyatakan telah menikmati paket desa wisata, sedangkan sebesar 75% menyatakan belum pernah mengunjungi desa wisata.

Tabel 4.41. Pengalaman menikmati Paket Wisata Desa

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	25,00
2	Tidak	75,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Selanjutnya, untuk desa wisata di Kabupaten Badung, wisatawan menyatakan belum pernah menikmati paket wisata yang ditawarkan (91,75), dan hanya sebesar 8,3% wisatawan yang pernah memiliki pengalaman menikmati paket desa wisata di Kabupaten Badung.

Tabel 4.42. Pengalaman Menikmati Paket Desa Wisata di Kabupaten Badung

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	8,3
2	Tidak	91,7
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Berbasis pengalaman wisatawan dalam mengunjungi desa wisata di Kabupaten Badung, berdasarkan data yang diperoleh, mengindikasikan belum populernya desa wisata sebagai tujuan berwisata wisatawan yang ada di Kabupaten Badung.

## 2. Persepsi Wisatawan terkait Desa Wisata

Wisatawan menyatakan ketidaktahuannya tentang desa wisata sebagai salah satu alternatif pilihan wisata di Kabupaten Badung (91,7%), dan hanya sedikit yang mengetahui adanya desa wisata di kabupaten Badung (8,3%).

Tabel 4.43. Tahu Kabupaten Badung memiliki Desa sebagai Daerah Tujuan Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	8,3
2	Tidak	91,7
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Menariknya, wisatawan menyatakan keinginannya untuk menikmati paket desa wisata, yakni sebesar 66,7%, seperti tampak pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.44. Keinginan Menikmati Paket Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	66,7
2	Tidak	8,3
3	Kosong	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Hal tersebut menunjukkan, belum adanya upaya promosi yang massif, sehingga wisatawan masih mempersepsikan bahwa ranah pariwisata di Kabupaten Badung masih berbasiskan *mass tourism*. Keinginan wisatawan untuk menikmati paket atraksi desa wisata di Kabupaten Badung perlu ditindaklanjuti secara serius oleh

penyelenggara pariwisata di daerah ini, agar niatan untuk pemerataan pendapatan masyarakat berbasis pariwisata di Kabupaten Badung dapat terealisasi.

### 3. Aspirasi Wisatawan terkait dengan Desa Wisata.

Berkaitan dengan aspirasi wisatawan dalam penyelenggaraan desa wisata di Kabupaten Badung, dapat dihipunkan sebagai berikut:

Tabel 4.45. Kelengkapan Fasilitas

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	66,7
2	Kosong	33,3
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Terkait dengan kelengkapan fasilitas, aspirasi wisatawan sebesar 66,7%. Artinya kelengkapan fasilitas di desa wisata merupakan salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan wisatawan dalam membeli produk atraksi desa wisata.

Tabel 4.46. Informasi Terkait Kegiatan Wisata yang akan Dilakukan

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	75,00
2	Kosong	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Hal penting selanjutnya adalah informasi terkait dengan kegiatan wisata yang akan dilakukan wisatawan. Sebanyak 75% wisatawan menyatakan pentingnya informasi ini sehingga mereka memiliki bekal pertimbangan sebelum memutuskan untuk menikmati paket wisata yang ditawarkan.

Selanjutnya, aspirasi wisatawan terkait dengan kelengkapan pengelolaan atraksi wisata sebesar 58,3%, seperti tampak pada tabel berikut:

Tabel 4.47. Kelengkapan Pengelolaan Atraksi Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	58,3
2	Kosong	41,7
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Demikian pula mengenai manajemen resiko kegiatan wisata seperti asuransi, peralatan, dll, wisatawan menyatakan perlunya hal tersebut (66,7%).

Tabel 4.48. Perlu Manajemen terhadap Resiko Kegiatan Wisata (Asuransi, Peralatan,dll)

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	66,7
2	Kosong	33,3
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Terkait dengan aspirasi mengenai atraksi yang diinginkan wisatawan, mereka menginginkan produk atraksi berupa wisata budaya (75%) dan ekowisata (75%).

Tabel 4.49. Tambahan Bentuk Atraksi Wisata Budaya

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	75,00
2	Kosong	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.50. Tambahan Bentuk Atraksi Ekowisata (*Ecotourism*)

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	75,00
2	Kosong	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Informasi mengenai harga tiket masuk atau harga atraksi wisata yang ditawarkan juga merupakan hal penting yang disampaikan wisatawan:

Tabel 4.51. Tambahan Info Harga Tiket Masuk atau Harga Atraksi Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	58,3
2	Kosong	41,7
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Selanjutnya, tambahan pelayanan atraksi wisata juga diaspirasikan wisatawan sebesar 58,3%.

Tabel 4.52. Tambahan Pelayanan Atraksi Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Ya	58,3
2	Kosong	41,7
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

#### 4.3.3. Persepsi Biro Perjalanan Wisata (BPW)

Biro Perjalanan Wisata (BPW) adalah operator perjalanan (*tour operator*) wisata yang memasarkan produk (*product marketing*) industri pariwisata, yang tidak lain adalah bahan baku (*raw materials*) bagi BPW selaku *Tour Operator*. Produk industri pariwisata adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk menarik perhatian target pasar agar supaya mengambil alih atau memiliki, memakai atau mengkonsumsi, yang dapat memuaskan wisatawan tentang kebutuhan dan keinginan mereka yang bermacam-macam, termasuk dalam pengertian ini adalah obyek-obyek pariwisata yang berwujud, program perjalanan, berbagai bentuk layanan yang bersifat pribadi di tempat-tempat yang dipersiapkan organisasi yang dianggap memiliki nilai dan bermanfaat bagi wisatawan (Kotler, 1985: 221).

Dalam fungsinya selaku *Tour Operator* suatu BPW minimal ia harus memiliki kegiatan usaha yang akhirnya merupakan produk yang akan ditawarkan kepada wisatawan, seperti: *ticketing* (domestik dan internasional), pelayanan reservasi kamar hotel (*hotel reservations*), pelayanan pengurusan dokumen perjalanan (*passport, exit permit, visa, health certificate*, dan lain-lain) dan *tour operations*, yaitu kegiatan, merencanakan, menyusun, mempromosikan dan menjual paket wisata yang mencirikannya selaku *Tour Operator*. Karenanya, merupakan keharusan untuk memanfaatkan produk industri pariwisata sebagai bahan bakunya dalam menyusun paket wisata yang akan ditawarkan pada wisatawan. (Yoeti, 2003).

##### 1. Kegiatan Usaha

Berdasarkan data yang digali dari beberapa biro perjalanan wisata yang disurvei menunjukkan mereka belum menawarkan paket desa wisata di Kabupaten Badung kepada wisatawan. Paket-paket wisata mereka, baik yang *Full Day tour* maupun *Half Day Tour* pada umumnya diarahkan ke Kintamani, Bedugul, Singaraja,



Besakih, Tanah Lot, Uluwatu. Jikapun ada paket desa wisata yang ditawarkan kepada wisatawan, pihak biro perjalanan wisata/*travel agent* mengarahkan ke desa wisata di luar Kabupaten Badung, misalnya: Desa Wisata Baru (Kabupaten Tabanan), Desa Wisata Tanjuk (Kabupaten Tabanan), dan Desa Wisata Mundur (Kabupaten Buleleng). Aktivitas wisatawan dengan melakukan *cooking class*, *farming*, dan trekking.

## 2. Persepsi terkait Desa Wisata

Persepsi biro perjalanan wisata/*travel agent* mengenai desa wisata seperti disajikan pada tabel-tabel berikut ini:

Tabel 4.53. Pendapat Tentang Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	50,00
2	Baik	50,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.54. Pendapat Tentang Produk/Atraksi Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	50,00
2	Baik	50,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.55. Pendapat Tentang Kebersihan Lingkungan di Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Baik	25,00
2	Sedang	75,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.56. Pendapat Tentang Kondisi Alam di Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Baik	50,00
2	Sedang	50,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.57. Pendapat Tentang Keunikan Budaya dan Keseharian Masyarakat Setempat

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Sangat Baik	75,00
2	Baik	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.58. Pendapat Tentang Kondisi Aksesibilitas menuju Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Baik	75,00
2	Sedang	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.59. Pendapat Tentang Kondisi Akomodasi di Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Baik	50,00
2	Sedang	50,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

Tabel 4.60. Pendapat Tentang Kenyamanan untuk Tinggal di Desa Wisata

No.	Persepsi	Prosentase (%)
1	Baik	75,00
2	Sedang	25,00
	TOTAL	100,00

Sumber: Penelitian 2015

### 3. Kerjasama dengan Desa Wisata

Pihak biro perjalanan wisata sejatinya menginginkan adanya peninjauan kerjasama dengan desa-desa wisata di Kabupaten Badung. Hal utama yang menjadi penghambat adalah belum adanya informasi tentang keberadaan desa wisata di Badung menyangkut produk yang ditawarkan serta sarana dan prasarana penunjang pariwisata. Masih minimnya media informasi seperti brosur merupakan hal yang banyak dikeluhkan pihak biro perjalanan wisata.

### 4. Aspirasi Kegiatan Wisata oleh Biro Perjalanan Wisata/*Travel Agent*

Berdasarkan data mengenai aspirasi biro perjalanan wisata/*travel agent* dalam penyelenggaraan desa wisata di Kabupaten Badung agar dapat berjalan dengan baik, dapat dikumpulkan antara lain sebagai berikut:

1. Kelengkapan fasilitas
2. Informasi terkait kegiatan wisata yang akan dilakukan
3. Pengelolaan atraksi yang lengkap
4. Manajemen resiko terkait dengan kegiatan wisata

Menyangkut bentuk atraksi/tujuan wisata yang dapat ditambahkan dalam aktivitas desa wisata di Kabupaten Badung, pihak biro perjalanan wisata/*travel agent* menginginkan adanya atraksi wisata spiritual dan wisata budaya. Sedangkan dalam hal peningkatan pelayanan, mereka umumnya menginginkan informasi ketersediaan atraksi wisata.

#### **4.4. Kendala yang Dihadapi dalam Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Badung**

Pada umumnya, kendala yang dihadapi dan menjadi hambatan terkait partisipasi masyarakat dalam proses penyelenggaraan pengambilan keputusan pembangunan dalam pengembangan pariwisata disuatu negara, menurut Tosun (2000) terbagi menjadi tiga tipe hambatan utama:

1. keterbatasan operasional.

Keterbatasan operasional meliputi sentralisasi administrasi publik pariwisata, kurangnya koordinasi dan kurangnya informasi.

2. keterbatasan struktural.

Keterbatasan struktural meliputi sikap profesional, kurangnya keahlian, dominasi kaum elit, kurangnya sistem hukum yang tepat, kurangnya sumber daya manusia yang terlatih, partisipasi masyarakat, kurangnya sumber daya keuangan karena biaya yang relatif tinggi.

3. keterbatasan budaya/*cultural*.

Keterbatasan budaya meliputi sikap apatis dan rendahnya tingkat kesadaran masyarakat setempat dalam penyelenggaraan pariwisata.

Ketiga hambatan utama seperti yang dikemukakan di atas, berdasarkan data yang diperoleh di lapangan penelitian, juga dihadapi dalam penyelenggaraan desa wisata di Kabupaten Badung. Jika dijabarkan lebih lanjut, ketiga hambatan utama di atas dapat diurai lagi menjadi 9 (sembilan) permasalahan mendasar pengembangan desa wisata di Badung, yakni sebagai berikut:

1. Cara pandang yang salah mengenai keberadaan desa wisata.

- Selama ini pemahaman desa wisata adalah *mass tourism*
- Kekeliruan cara pandang ini mengakibatkan banyak potensi wisata terkait dengan desa wisata menjadi belum dioptimalkan, terutama dalam hal penataan dan pengemasannya

2. Minim sosialisasi dan pembinaan tentang desa wisata

- Kurangnya sinergitas *stakeholders* pariwisata dalam *transfer of knowledge* (sosialisasi pola top-down)
- Mampatnya ruang publik sebagai tempat menyalurkan aspirasi bagi masyarakat lokal karena eksistensi kaum elitis (menumpulkan pola aspirasi *bottom-up*)

3. Belum terjalin koordinasi antara pemerintahan di tingkat desa

- Belum adanya kesamaan visi dan misi serta pengaturan desa wisata
- Hal ini terkait dengan tidak adanya sinergi yang produktif antara desa adat dengan desa dinas, serta dengan kelompok masyarakat pariwisata yang ada.

4. Permodalan, pengelolaan kelembagaan dan sumber daya manusia
  - Kurangnya kemampuan dalam menciptakan jaringan kerjasama
  - Belum adanya struktur organisasi yang jelas, sejalan dengan struktur organisasi desa dinas dan desa adat
  - Kurangnya kapasitas dan kapabilitas masyarakat lokal dalam pengelolaan desa wisata
  
5. Kunjungan wisatawan belum sesuai harapan
  - Terkait dengan kuantitas, sepiunya wisatawan yang datang menyebabkan masyarakat lokal skeptis dan apatis
  - Terkait dengan kualitas, wisatawan yang datang belum sepenuhnya bertindak ala *quality tourist*.
  
6. Memaksakan produk dan atraksi wisata tidak sesuai dengan potensi yang dimiliki
  - Salah kaprah kreasi produk berdasarkan *trend (market driven)* yang tidak sesuai dengan batasan desa wisata
  - Produk pariwisata yang ditawarkan tidak sesuai dengan nafas budaya dan falsafah setempat sehingga terkesan dipaksakan
  
7. Harapan besar bahwa desa wisata akan segera dan cepat mendatangkan uang
  - Massifnya budaya instan, tidak menghargai proses tetapi berorientasi hasil
  - Maraknya sikap pragmatis dan oportunistis di kalangan masyarakat
  - Orientasi materialistis
  
8. Dalam tataran implementasi pemerintah daerah terkesan lepas tangan
  - Kurangnya peran pemerintah sebagai regulator, fasilitator, dan regulator
  
9. Pemasaran dan promosi
  - Kurangnya kreativitas dalam hal pemasaran dan promosi, baik dari sisi kreasi jaringan (*networking*) maupun bentuk dan media promosinya
  - Kurang tersedianya jaringan internet yang memadai

Kesembilan permasalahan mendasar yang dihadapi oleh desa-desa wisata di Kabupaten Badung tersebut tampaknya belum dilihat oleh Pemerintah Kabupaten Badung, atau jika memang sudah diketahui, namun belum dianggap *urgent*. Sehingga sampai saat ini permasalahan tersebut belum mendapatkan solusinya. Sementara di sisi lain, harapan dari masyarakat di desa wisata yang begitu besar untuk meraup “*dollar*”, begitu lama mereka menanti ternyata tidak kunjung datang dengan cepat dan banyak.

Hal ini menimbulkan masyarakat di desa wisata yang masih embriotik mulai merasakan kejenuhan menunggu kedatangan wisatawan. Dikhawatirkan hal itu akan merembet kepada permasalahan-permasalahan lain bahkan kepada permasalahan pribadi di antara oknum pengelola desa wisata, oknum pemerintah di tingkat desa maupun oknum pemerintahan desa adat maupun dengan oknum masyarakat lainnya. Padahal sumber permasalahannya adalah sembilan permasalahan mendasar di atas yang ternyata dapat bermanifestasi menjadi permasalahan-permasalahan lain, sehingga dari luar terlihat desa wisata yang belum berkembang memiliki permasalahan kompleks, bahkan ada isu yang mengatakan desa wisata sangat sulit berkembang sesuai dengan yang diharapkan.

Menyikapi permasalahan mendasar yang pertama desa-desa wisata di Kabupaten Badung yaitu cara pandang yang salah mengenai keberadaan desa wisata diperlukan upaya pemahaman melalui proses sosialisasi tentang apa itu desa wisata. Tampak cara pandang tentang desa wisata masih minim, sekedar mengikuti pencanangan program, dan menunggu untuk digerakkan. Ketika ada suatu *event* atau program kerja dari pemerintah provinsi maupun pemerintah pusat, baru Pokdarwis di diarahkan oleh pemerintah kabupaten Badung untuk persiapan dan pelaksanaannya. Setelah *event* berlalu maka desa-desa wisata seakan dibiarkan begitu saja dan akan kembali berulang pada kasus yang sama. Ternyata ke-11 (sebelas) desa wisata yang ada di kabupaten Badung, tidak semua memahami seperti apa model desa wisata sebagai bagian dari *alternative tourism*. Sebagian besar memahami keberadaan desa wisata sebagai upaya mendatangkan “bule” atau “tamu” (istilah lokal) sebanyak-banyaknya ke desa mereka sehingga secara cepat mampu menghasilkan keuntungan yang besar. Tidak lebih dari dua desa wisata saja di Kabupaten Badung yang benar dan serius dalam pengelolaannya yaitu desa wisata Pangsan (bagian dari desa wisata Plaga) dan Desa Lawak (bagian dari desa wisata

Bilok Sidan). Desa wisata tanpa pendampingan yang mapan (pemerintah daerah, LSM, akademisi, investor), maka pengelola desa wisata (Pokdarwis) tersebut tidak mengetahui akan berbuat apa. Beberapa Pokdarwis yang kebetulan memiliki pengelola sebagai praktisi pariwisata atau seniman akan berjalan sendiri-sendiri. Pokdarwis yang lain karena kebetulan memiliki daya tarik wisata di desanya maka terkesan desa wisatanya berjalan dengan baik atau Pokdarwis yang lain terlihat berjalan baik justru karena kebetulan di desa wisatanya terdapat investor lokal/asing yang menanamkan modalnya seperti *rafting, villa*, dll.

Pemetaan permasalahan tiap desa wisata di Kabupaten Badung tentu berbeda-beda, sesuai dengan karakteristik sosial budaya dan tipologi lingkungannya. Akan tetapi, jika dikaji secara lebih seksama, dalam rangka mencari akar masalahnya, kesembilan permasalahan dasar yang dipaparkan di atas kiranya dapat merepresentasikan apa yang menjadi kendala dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung.

Untuk itu, selanjutnya diperlukan formulasi berupa konsep pengembangan daya tarik wisata berbasis desa wisata di Kabupaten Badung, terutama di Wilayah Badung Utara dan Badung Tengah. Terdapat 4 (empat) kriteria dasar yang dijadikan pijakan dalam rangka pengembangan desa wisata adalah:

1. Ketersediaan sumber daya pariwisata
2. Masyarakat sebagai pengelola desa wisata
3. Aksesibilitas terkait dengan desa wisata terkait fisik dan non fisik
4. Fasilitas pendukung kegiatan wisata

Kendala yang dihadapi dalam pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung terkait dengan 9 (sembilan) permasalahan dasar yang teridentifikasi, akan di bahas di bab selanjutnya dengan menggunakan 4 (empat) kriteria di atas.

## BAB V

### PENGEMBANGAN DESA WISATA

#### 5.1. KONSEP PENGEMBANGAN

Upaya pengembangan desa wisata yang dilakukan mengacu kepada kriteria teknis sebuah daya tarik wisata. Dengan konsep ini desa wisata dianalogikan sebagai sebuah daya tarik wisata, sehingga kriteria dasar untuk berkembang adalah ketersediaan sumber daya pariwisata, masyarakat atau pengelola desa wisata, aksesibilitas terkait dengan desa wisata yang terdiri atas aksesibilitas fisik dan non fisik, serta fasilitas pendukung yang ada di desa wisata baik fasilitas umum dan fasilitas pendukung kegiatan wisata.

##### 1. Desa Wisata Baha

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.1. Konsep Pengembangan Desa Wisata Baha

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi <i>Stakeholder</i>	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Pengembangan desa wisata pertanian dan sejarah	Pengelolaan potensi pariwisata oleh desa wisata	Pengelolaan potensi pariwisata tiap bagian wilayah banjar	Penetapan target pasar wisatawan eropa dan pencapaian mekanisme pasar yang memadukan unsur kondisi pertanian dengan buah - buahan
Masyarakat / Pengelola	Kehidupan masyarakat yang lekat dengan pertanian	Setiap anggota masyarakat sebagai contoh pengadaan kegiatan desa wisata	Pelibatan seluruh anggota masyarakat	Pelibatan masyarakat sebagai agen pemasaran



Aksesibilitas	Percontohan kawasan desa tradisional	Pengaturan ukuran kendaraan	Koordinasi dengan dinas terkait	Menyasar mekanisme baru dalam pemasaran
Fasilitas	Fasilitas pendukung kegiatan sosial masyarakat	Perbaikan fasilitas dan pembangunan baru	Koordinasi dengan dinas terkait	Pengembangan pusat informasi pemasaran wisata

Sumber : Hasil rencana

## 2. Desa Wisata Bilok Sidan

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangheh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.2. Konsep Pengembangan Desa Wisata Bilok Sidan

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Desa Pertanian	Pengelolaan potensi wisata berbasis masyarakat desa	Dukungan pelaku usaha pariwisata dalam pengelolaan sumber daya pariwisata	Pengembangan pemasaran sumber daya pariwisata yang ada
Masyarakat / Pengelola	Pelibatan pengelola usaha pariwisata dalam pembentukan citra kawasan	Kewajiban masyarakat lokal untuk turut serta dalam pengelolaan sumber daya pariwisata	Pengawasan oleh masyarakat guna evaluasi keterlibatan stakeholder	Pelibatan masyarakat dan pengelola dalam pemasaran produk wisata
Aksesibilitas	Ikon Tukad bangkung menjadi image utama daerah	Pengelolaan Tukad Bangkung dan potensi parkir oleh desa	Koordinasi dengan dinas terkait	Pengembangan mekanisme pasar baru
Fasilitas	Pengembangan fasilitas kawasan yang terintegrasi dengan daya tarik utama desa	Pengelolaan bersama fasilitas pendukung wisata bersama masyarakat	Koordinasi dengan dinas terkait	Pembangunan unit pemasaran

Sumber : Hasil rencana

### 3. Desa Wisata Bongkasa Pertiwi

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.3. Konsep Pengembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Pengembangan citra kawasan sebagai sentra rafting	Pengaturan dan Pembatasan kegiatan wisata sesuai dengan daya tampung	Pelibatan operator rafting dalam menjaga kualitas sumber daya pariwisata	Pengembangan target pasar wisatawan terkait dengan sumber daya pariwisata
Masyarakat / Pengelola	Pengelola sebagai salah satu pelaku penguatan citra kawasan	Hak pengelolaan penuh kepada masyarakat melalui desa adat	Peningkatan kualitas SDM masyarakat lokal melalui pelatihan oleh SKPD teknis	Pelibatan masyarakat dan pengelola dalam pengembangan target pasar dan pemasaran yang dilakukan
Aksesibilitas	Pengembangan akses citra kepada seluruh target pasar usaha	Akses terhadap pengelolaan potensi wisata hanya diberikan kepada masyarakat lokal	Koordinasi dengan SKPD teknis	Pengembangan jalur / saluran distribusi baru dalam pemasaran sumber daya pariwisata
Fasilitas	Pengembangan fasilitas yang memadai sehingga tercipta kawasan wisata yang aman dan nyaman	Pengembangan fasilitas didukung penuh oleh tim pengelola desa wisata	Koordinasi dengan SKPD teknis	Pengembangan fasilitas pemasaran

Sumber : Hasil rencana

#### 4. Desa Wisata Carangsari

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.4. Konsep Pengembangan Desa Wisata Carangsari

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Citra desa sebagai desa petualangan	Pemanfaatan potensi desa seperti sawah dan sungai dengan bijak dan memperhatikan kegiatan wisata yang telah berjalan	Perumusan batasan peran stakeholder dalam partisipasinya memanfaatkan sumber daya pariwisata	Pengembangan pemasaran sumber daya pariwisata
Masyarakat / Pengelola	Penguatan citra desa bersama masyarakat dan pelaku usaha di desa	Pengembangan kewajiban pelibatan masyarakat dalam mengelola desa wisata	Stakeholder perlu memperhatikan kepentingan dan posisi masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata	Pelibatan masyarakat dalam perumusan target pasar dan upaya pemasaran
Aksesibilitas	Peningkatan kualitas aksesibilitas sebagai upaya peningkatan citra desa	Pengembangan aksesibilitas yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan pengembangan atraksi wisata	Koordinasi dengan dinas terkait sehubungan dengan pembangunan atau peningkatan kualitas	Pengembangan mekanisme akses baru dalam pemasaran produk wisata
Fasilitas	Pengembangan fasilitas pendukung kegiatan pariwisata	Diupayakan penggunaan fasilitas bersama atau tergabung dengan fasilitas lain yang telah ada	Koordinasi dengan dinas terkait sehubungan dengan pembangunan atau peningkatan kualitas	Pengembangan fasilitas pemasaran yang terintegrasi dengan penawaran kegiatan wisata

Sumber : Hasil rencana

## 5. Desa Wisata Kapal

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.5. Konsep Pengembangan Desa Wisata Kapal

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Penetapan sebagai desa kesejarahan	Pengelolaan potensi wisata kesejarahan baru (goa jepang)	Pengembangan pelibatan desa dinas dalam pemanfaatan potensi wisata yang baru	Evaluasi target pasar wisatawan dan mekanisme pemasaran
Masyarakat / Pengelola	Masyarakat sebagai ujung tombang pengenalan citra desa wisata	Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan potensi goa jepang sebagai daya tarik wisata	Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan potensi goa jepang sebagai daya tarik wisata	Penjaringan kebutuhan dari masyarakat terkait dengan pengembangan pemasaran pariwisata
Aksesibilitas	Pengembangan jalur pemasaran yang baru dalam pengembangan produk wisata	Pengembangan aksesibilitas wisata yang lebih sesuai dengan kebutuhan	Koordinasi dengan dinas terkait	Pengembangan akses pemasaran dengan memanfaatkan tour dan travel
Fasilitas	Pengembangan fasilitas wisata guna penguatan citra desa	Pengembangan fasilitas wisata	Koordinasi dengan dinas terkait	Pemanfaatan fasilitas pemasaran daya tarik wisata pada dinas terkait

Sumber : Hasil rencana

## 6. Desa Wisata Mengwi

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.6. Konsep Pengembangan Desa Wisata Kapal

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Penetapan citra desa wisata sebagai icon pemasaran	Pengembangan citra sumber daya pariwisata yang terintegrasi antara Puri Mengwi, Taman Ayun dan Pasar Desa Mengwi	Pengembangan partisipasi desa adat, desa dinas, pihak masyarakat dan puri sebagai stakeholder desa	Penetapan target pasar terkait dengan penawaran produk / paket wisata yang ditawarkan
Masyarakat / Pengelola	Pengembangan kesan pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata mengwi	Penetapan hak, kewajiban dan kewenangan masyarakat dan pengelola desa wisata	Pelibatan masyarakat yang lebih intensif	Pelibatan masyarakat dalam pemasaran desa wisata
Aksesibilitas	Pengembangan aksesibilitas terkait pencitraan mengwi	Penyebarkuasan kebijakan pembangunan desa wisata kepada seluruh stakeholder	Pelibatan seluruh stakeholder dalam pengenalan informasi terkait keberadaan desa wisata	Pemasaran yang memanfaatkan media sosial
Fasilitas	Penyediaan fasilitas yang terintegrasi dengan kegiatan pariwisata sekitar	Aplikasi penyediaan fasilitas berdasarkan karakter lokal	Pemanfaatan fasilitas bersama yang berada di wilayah desa untuk kegiatan pariwisata	Penetapan standar fasilitas yang dihubungkan dengan target pasar desa wisata

Sumber : Hasil rencana

## 7. Desa Wisata Munggu

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.7. Konsep Pengembangan Desa Wisata Munggu

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Penetapan bahwa Desa Wisata Munggu sebagai salah satu ikon desa wisata berbasis MICE	Pemanfaatan potensi wisata yang telah dikelola saat ini berbasis budaya bali	Pengembangan partisipasi pemerintah dan swasta serta LSM dalam upaya pengembangan sumber daya pariwisata	Penetapan target pasar yang sesuai dan sudah berkembang hingga kini
Masyarakat / Pengelola	Pencitraan pengelolaan desa wisata yang berbasis lingkungan dan keseharian desa	Penetapan mekanisme hak dan kewajiban masyarakat dalam pengelolaan desa wisata	Koordinasi dan komunikasi stakeholder terkait dengan pengembangan partisipasi masyarakat	Pelibatan masyarakat dalam pemasaran produk wisata yang ada di Munggu
Aksesibilitas	Pengembangan saluran pengenalan desa wisata yang lebih intensif	Penetapan program kerja dalam penyebarluasan informasi desa wisata	Partisipasi dari seluruh stakeholder dalam penyebarluasan informasi desa wisata	Pengembangan pemasaran yang mengintegrasikan komunikasi media massa dengan internet
Fasilitas	Pengembangan fasilitas yang berbasis lingkungan dan budaya lokal	Penyediaan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan dan budaya lokal	Pelibatan bantuan penyediaan fasilitas bersama dengan pemerintah daerah	Penyediaan fasilitas sesuai dengan target pasar wisata

Sumber : Hasil rencana

## 8. Desa Wisata Pangsan

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.8. Konsep Pengembangan Desa Wisata Pangsan

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya	Penetapan citra	Pelestarian	Pelibatan unsur	Penetapan

Pariwisata	pariwista desa dengan konsep alam dan budaya	ritual langka yang menjadi cirikhas desa	desa dinas, desa adat dan pelaku usaha	target pasar baru
Masyarakat / Pengelola	Penguatan citra desa kepada masyarakat	Pelibatan masyarakat desa dalam kegiatan pelayanan wisata	Pengembangan partisipasi masyarakat dalam tiap event atau produk wisata yang ditawarkan	Pelibatan masyarakat dalam pemasaran produk pariwisata
Aksesibilitas	Penyebarluasan citra desa kepada pihak luar	Pengembangan jaringan informasi desa wisata	Pelibatan desa adat dan dinas untuk penyebarluasan informasi desa wisata	Pengembangan promosi dengan pemanfaata media internet pada warga
Fasilitas	Penguatan fasilitas wisata yang memadai	Penetapan kerjasama dalam pemanfaatan fasilitas bersama antara fasilitas umum dengan fasilitas wisata	Pelibatan kerjasama dalam penggunaan fasilitas dengan desa adat dan dinas serta partisipasi lahan warga untuk kegiatan wisata	Pemanfaatan fasilitas umum untuk kegiatan penguatan jaringan pemasaran desa wisata

Sumber : Hasil rencana

## 9. Desa Wisata Pelaga

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.9. Konsep Pengembangan Desa Wisata Pelaga

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Penciptaan dan penguatan citra desa sebagai wisata berbasis alam	Penetapan program pengembangan produk wisata	Pelibatan pengelola desa dinas dan desa adat dalam pemanfaatan sumber daya wilayah untuk	Pengembangan pemasaran produk wisata kepada pihak luar

			kegiatan wisata	
Masyarakat / Pengelola	Sosialisasi citra desa wisata kepada masyarakat	Penetapan peranserta masyarakat dalam pengelolaan dan pelayanan produk desa wisata	Pengembangan partisipasi pemilik lahan untuk kegiatan wisata	Pemasaran yang terintegrasi antara pengelola desa wisata dengan masyarakat
Aksesibilitas	Penguatan citra aksesibilitas kawasan sebagai keunggulan desa wisata	Pengembangan jalur wisata dengan koordinasi lintas banjar	Pelibatan pemerintah daerah dan kecamatan dalam peningkatan aksesibilitas produk wisata	Pengembangan target pasar yang tepat dengan karakteristik aksesibilitas desa
Fasilitas	Pengembangan fasilitas yang sesuai dengan citra produk wisata yang ditawarkan	Pembangunan dan penyediaan fasilitas yang terprogram baik tingkat desa, tingkat kecamatan maupun tingkat kabupaten	Pelibatan pihak pemerintah, swasta dan masyarakat yang dikoordinasikan oleh pengelola desa wisata	Pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan fasilitas yang ada ditingkat desa dan fasilitas pada masyarakat

Sumber : Hasil rencana

## 10. Desa Wisata Petang

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.10. Konsep Pengembangan Desa Wisata Petang

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Pengembangan citra produk wisata berbasis agro	Budidaya dan pemetaan tanaman hortikultura desa	Pelibatan dinas / instansi terkait sehubungan dengan pemanfaatan sumber daya pariwisata	Pemanfaatan sumber daya pariwisata yang berbasis lokal menjadi brand pemasaran
Masyarakat /	Sosialisasi citra	Penetapan	Pengembangan	Pelibatan



Pengelola	desa wisata kepada seluruh masyarakat desa	kesepakatan dalam pelihatan partisipasi masyarakat dalam kegiatan wisata	partisipasi stakeholder desa dan dunia usaha dalam pengembangan pariwisata	masyarakat dalam kegiatan pemasaran produk desa wisata
Aksesibilitas	Peningkatan jangkauan pencitraan desa wisata dengan pemanfaatan event skala kabupaten	Penetapan mekanisme pemanfaatan aksesibilitas desa untuk kegiatan desa wisata	Peningkatan partisipasi pemerintah daerah dalam pengembangan informasi desa wisata	Pengembangan pemasaran dengan memanfaatkan fasilitas desa dan media sosial
Fasilitas	Perbaikan citra kawasan dengan penyebaran informasi terkait dengan kelengkapan fasilitas wilayah	Penetapan program penyediaan dan perbaikan fasilitas dalam program pembangunan desa	Penetapan fasilitas yang prioritas untuk disediakan dan peningkatan kualitas untuk diusulkan dalam program pembangunan desa dan daerah	Pengembangan pasar wisatawan dengan memanfaatkan fasilitas tingkat kabupaten

Sumber : Hasil rencana

## 11. Desa Wisata Sangeh

Dibandingkan dengan sejumlah desa wisata lainnya di Kabupaten Badung, Desa Wisata Sangeh merupakan desa yang kegiatan pariwisata telah dikelola dan dikembangkan secara terstruktur.

Tabel 5.11. Konsep Pengembangan Desa Wisata Sangeh

Kriteria	Dukungan teknis			
	Citra / Image	Kebijakan	Partisipasi Stakeholder	Pasar dan Pemasaran
Sumber Daya Pariwisata	Penetapan citra sebagai desa budaya terintegrasi	Pengembangan konsepsi desa wisata dan hubungannya dengan penetapan penggunaan sumber daya pariwisata	Penetapan program kerja bersama antara desa wisata, desa adat, BKSDA dan pihak pemerintah kabupaten	Pengenalan produk wisata baru yang dapat dinikmati wisatawan
Masyarakat / Pengelola	Sosialisasi image desa	Penetapan partisipasi	Peningkatan peran serta	Pelibatan masyarakat

	wisata	masyarakat dalam kegiatan pelayanan desa wisata	masyarakat dan hubungannya dengan keberadaan stakeholder di desa	dalam pemasaran desa wisata
Aksesibilitas	Pencapaian citra desa wisata yang lebih terkoordinasi dengan mekanisme media informasi	Penuangan program pencapaian informasi desa wisata	Pelibatan stakeholder dalam penyediaan aksesibilitas informasi desa wisata	Penggunaan media internet dan komunikasi pasar terkait dengan penawaran produk wisata
Fasilitas	Penyediaan sentra pelayanan desa wisata sebagai upaya penetapan citra desa wisata	Kebijakan dan program pembangunan fasilitas wisata	Penyediaan fasilitas wisata dengan bantuan pemerintah daerah, CSR usaha dan BKSDA	Penyediaan fasilitas pengelola desa wisata sebagai media pemasaran produk wisata

Sumber : Hasil rencana

## 5.2. STRATEGI PENGEMBANGAN

### 1. Desa Wisata Baha

Strategi pengembangan Desa Wisata Baha, antara lain : dengan mengintensifkan pengelolaan potensi desa wisata yang telah ada, seperti wilayah pertanian tanaman padi (sawah) dengan sistem subak yang masih lestari, dengan membangun museum subak sebagai daya tarik wisata, membuat paket wisata *tracking* dengan menelusuri potensi alam lingkungan desa yang masih alami; sistem pengelolaan desa wisata yang lebih profesional serta mejalin kerjasama dengan para pelaku pariwisata.

### 2. Desa Wisata Bilok Sidan

Strategi pengembangan Desa Wisata Belok Sidan, antara lain : Pemerintah Daerah harus menyiapkan areal untuk pusat pengembangan desa wisata baik dalam bentuk kantor desa wisata, lahan parkir untuk tempat parkir kendaraan karena pada

saat padatnya kunjungan wisatawan banyak sekali kendaraan yang diparkir di badan jalan; pengembangan sumber daya manusia (SDM) masyarakat lokal agar mampu berperan aktif dalam pengembangan desa wisata.

### **3. Desa Wisata Bongkasa Pertiwi**

Strategi pengembangan Desa Wisata Bongkasa Pertiwi, antara lain : perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan desa wisata; mengemas potensi kerajinan yang memiliki nilai jual pada wisatawan; membangun pondok-pondok wisata yang dimiliki masyarakat lokal, mengefektifkan wisata puri; serta mengkoordinasikan dengan baik pengelolaan desa wisata agar memberikan manfaat yang sebesar-besarnya kepada masyarakat lokal.

### **4. Desa Wisata Carangsari**

Strategi pengembangan Desa Wisata Carang Sari, adalah : Perlu menggali potensi alam dan budaya yang ada di wilayah Desa Carang Sari, berupa wisata puri dengan menjadikan Puri Carang Sari sebagai daya tarik wisata, karena di Puri Carang Sari-lah tempat kelahiran pahlawan nasional I Gusti Ngurah Rai yang gugur pada waktu perang *Puputan Margarana*; mengembangkan pondok wisata yang dikelola masyarakat lokal; membuat jalur-jalur *tracking* yang lain; mengembangkan kerajinan tradisional dan produksi pertanian masyarakat lokal untuk kebutuhan wisatawan; serta mengoptimalkan koordinasi pengelolaan desa wisata.

### **5. Desa Wisata Kapal**

Strategi dalam pengembangan Desa Wisata Kapal, antara lain agar Pemerintah Kabupaten Badung menata areal peninggalan Goa penjajahan Jepang sehingga menjadi daya tarik wisata; membuat paket *tracking* menelusuri tepi sungai Penet dan areal persawahan yang ada di Desa Wisata Kapal; membenah pengelolaan desa

wisata serta mempromosikan Desa Wisata Kapal kepada Biro Perjalanan, pembuatan brosur Desa Wisata Kapal, serta mempromosikan di *website* Desa Wisata Kapal.

## **6. Desa Wisata Mengwi**

Strategi pengembangan Desa Wisata Mengwi, antara lain : pengelolaan Pura Taman Ayun sebagai daya tarik wisata yang sudah diakui sebagai warisan budaya dunia harus terus dikelola secara profesional; penataan dan pengelolaan Museum Manusa Yadnya yang harus profesional; mensinergikan wisata Puri Ageng Mengwi dengan daya tarik wisata yang lain; lebih banyak memberikan peran kepada masyarakat lokal dalam pengembangan kepariwisataan serta mempromosikan Desa Wisata Mengwi.

## **7. Desa Wisata Munggu**

Adapun strategi yang seyogya-nya dilaksanakan, agar Pemerintah Daerah Kabupaten Badung memfasilitasi dengan aturan yang jelas agar koordinasi antara Pokdarwis dengan pejabat dinas dan adat setempat bisa berjalan lancar sehingga program-program pengembangan desa wisata bisa berjalan secara optimal.

Desa Wisata Munggu seyogya-nya dengan bantuan Pemda Badung harus sudah memiliki lokasi tempat kantor Pokdarwis sebagai pusat pengembangan Desa Wisata Munggu. Beberapa atraksi yang bisa dikembangkan, antara lain : Wisata *tracking* menelusuri wilayah pedesaan, persawahan dan pinggiran sungai (Tukad Penet). Pemda Badung juga harus mengurangi adanya alih fungsi lahan persawahan menjadi bangunan fisik agar kondisi alam wisata pedesaan masih tetap lestari.

## **8. Desa Wisata Pangsang**

Strategi pengembangan Desa Wisata Pangsang, antara lain : mengoptimalkan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Pangsang; membuat paket-paket wisata jalur

*tracking* yang lebih menantang; membina para petani agar bisa menghasilkan produk-produk pertanian unggulan yang bisa dijual kepada wisatawan maupun bisa dipasarkan ke industri pariwisata, seperti hotel dan restoran, serta untuk dikonsumsi masyarakat lokal Bali; membina masyarakat lokal dalam industri kerajinan khas untuk bisa dijual kepada wisatawan; mengembangkan potensi pasar tradisional Desa Petang untuk dijadikan daya tarik wisata serta pengembangan wisata puri dan mengefektifkan kerjasama dengan pelaku pariwisata.

## **9. Desa Wisata Pelaga**

Strategi pengembangan Desa Wisata Pelaga, adalah : Diperlukan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Pelaga; Pemerintah Daerah Badung harus mempersiapkan lahan untuk pusat pengembangan Desa Wisata Pelaga, baik untuk kantor desa wisata, menyediakan tempat parkir kendaraan untuk wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pelaga, sebagai tempat *start* atau mulainya wisata *tracking*, *cycling*, wisata petualang; mengembangkan pondok-pondok wisata yang dimiliki dan dikelola masyarakat lokal; diperlukan ketegasan pemerintah untuk meminimalkan alih fungsi lahan; tetap mengkonservasi alam dengan tidak mengubah bentang alam karena wilayah tersebut merupakan daerah penyangga atau daerah resapan; mengembangkan ekowisata berbasis kearifan masyarakat lokal; mengembangkan sumber daya manusia agar masyarakat lokal lebih berperan aktif dalam pengembangan Desa Wisata Pelaga.

## **10. Desa Wisata Petang**

Strategi pengembangan Desa Wisata Kerta, adalah : perlunya pembenahan dan menata ulang sentra pusat pengembangan desa wisata tersebut agar bisa optimal untuk dijadikan *start* atau awal mulainya jalur *tracking* melewati areal perkebunan dengan alam terjal yang menantang sebagai *adventure tourism* (wisata petualang)

sampai *finish* di lokasi *Jaba* Pura Pucak Tedung yang terletak di Desa Sulangai; Perlunya peningkatan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Kerta agar lebih banyak bisa melibatkan masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata baik secara langsung maupun mempersiapkan produk-produk pertanian, perkebunan dan kerajinan untuk dijual kepada wisatawan.

#### **11. Desa Wisata Sangeh**

Strategi pengembangan Desa Wisata Sangeh, antara lain : dengan menata kembali rumah-rumah adat tradisional yang khas tersebut, yang mencerminkan kehidupan masyarakat Bali sekitar tahun 1900-an baik dalam bentuk fisik bangunannya maupun aktifitas kehidupan masyarakat pada masa itu; membuat jalur *tracking*, mengembangkan pondok wisata, mengintensifkan koordinasi pengelolaan Desa Wisata Sangeh serta terus menjalin kerjasama dengan pelaku pariwisata.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **6.1. Kesimpulan**

Peraturan Bupati Badung Nomor 47 Tahun 2010 tentang Penetapan Kawasan Desa Wisata di Kabupaten Badung merupakan cikal bakal upaya pengembangan desa wisata di Kabupaten Badung. Dalam konteks pengembangan kepariwisataan, siklus pembangunan dan perkembangan kegiatan wisata dimulai dengan tahap penemuan, kemudian berkembang menjadi tahap pelibatan, setelah itu dilakukan upaya pembangunan secara bersama – sama oleh *stakeholders* daerah tujuan wisata, kemudian dilakukan konsolidasi upaya pembangunan kepariwisataan baik dalam lingkup internal desa wisata maupun eksternal desa wisata (pemerintah daerah, lembaga non pemerintah dan lembaga swasta selaku pelaku usaha pariwisata. Pada tahap akhir adalah tahap stagnasi yang memerlukan penanganan agar tidak terjadi penurunan perkembangan kegiatan pariwisata. Harapan akhir pada tahap ini adalah kelahiran kembali kegiatan pariwisata di sebuah daya tarik wisata atau dalam konteks penelitian ini yaitu desa wisata.

Terkait dengan pencerminan perkembangan desa wisata yang ada, sejumlah kendala yang dihadapi oleh desa wisata dalam lingkup internal yaitu :

1. Setelah ditetapkannya sebagai desa wisata, sejumlah desa belum menyusun rencana kegiatan riil sehingga belum mengetahui apa yang harus dilakukan.
2. Perjalanan perkembangan kegiatan wisata di desa wisata didominasi oleh pionir-pionir yang bergerak dibidang desa wisata di desa sehingga cenderung kurang menerapkan prinsip pengelolaan kelembagaan dalam mengelola desa.
3. Munculnya perubahan paradigma desa wisata yang dulunya lebih mementingkan potensi desa dibandingkan peluang pasar menjadi kendala didesa sebagai sebuah daerah tujuan wisata. Hal yang menjadi kendala adalah dibutuhkan sumber daya dan dukungan yang dukungan teknis yang besar di desa untuk dapat menangani perubahan ini agar desa wisata dapat tetap bertahan bahkan tumbuh berkembang
4. Kurangnya proses pendampingan dan pembinaan terkait dengan upaya pemanfaatan potensi wisata, pengelolaan kegiatan wisata hingga proses pengembangan kegiatan wisata di desa menjadi kendala karena pihak

pengelola cenderung hanya mengelola potensi wisata berdasarkan pengalaman sendiri.

5. Secara kelembagaan, pelaksana tugas pengelolaan desa wisata umumnya belum memiliki legalitas yang pasti apakah berada di bawah pengawasan desa adat atau dibawah pengawasan desa dinas. Kondisi ini tercermin dari belum jelasnya pelaporan kegiatan pengelolaan desa wisata oleh tim pengelola desa wisata.
6. Kegiatan wisata/produk wisata yang ditawarkan umumnya mencakup sebagian wilayah desa atau wilayah banjar sehingga untuk warga masyarakat yang tidak terlibat menganggap bahwa kegiatan desa wisata bukan merupakan kegiatan seluruh warga masyarakat desa. Kondisi ini mengakibatkan minimnya partisipasi masyarakat desa dalam pembangunan dan pengembangan desa wisata.
7. Sebagai pelaku usaha di bidang kegiatan wisata, pihak desa wisata sangat kurang dalam melakukan promosi dan kerjasama dengan pihak *travel agent* atau pihak pemerintahan daerah untuk lebih memperkenalkan terkait desa wisata secara umum dan secara spesifik terkait dengan produk wisata yang ada di masing-masing desa wisata.
8. Status legalitas yang dimiliki oleh tim pengelola desa wisata umumnya hanya berupa surat keputusan sehingga tidak dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk pengembangan jaringan kerjasama dengan pihak lain.

Pengelolaan desa wisata sesuai dengan konsep pelibatan multi pihak seharusnya terjadi koordinasi dan sinkronisasi seluruh stakeholder eksternal desa wisata. Secara konseptual terdapat pemerintah daerah, pihak pelaku usaha pariwisata, wisatawan, masyarakat umum dan organisasi lain diluar pemerintah yang menjadi pelaku dalam kegiatan wisata yang ada di desa. Dalam penanganan dan pengelolaan desa di Kabupaten Badung, stakeholder ini merupakan pihak eksternal yang harus dirangkul dan diajak bekerja bersama membangun desa wisata. Dari sudut pandang eksternal, pembangunan desa wisata memiliki sejumlah kendala yaitu :



1. Kurangnya sinkronisasi program pembangunan desa wisata dengan program pembangunan daerah kabupaten. Kondisi ini akan mengakibatkan tidak terealisasinya usulan program / kegiatan yang diusulkan pengelola desa wisata dengan sumber pendanaan APBD.
2. Pengelola desa wisata umumnya menjalin kerjasama antar desa wisata dengan adanya jejaring desa wisata dan antara satu desa wisata dengan sebuah *travel agent*. Kondisi ini kurang menguntungkan dari sisi pasar wisatawan karena minimnya produk wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.
3. Paket dan produk pariwisata dari desa wisata umumnya tidak dikenal oleh pelaku usaha atau pemerintah daerah. Pemerintah daerah atau pelaku usaha hanya mengetahui bahwa sebuah desa ditetapkan sebagai desa wisata, tanpa mengetahui produk atau atraksi apa yang ditawarkan dan siapa *contract person* di desa wisata.
4. Pihak pengelola desa wisata tidak memiliki target pasar yang spesifik sehingga cenderung mengikuti arus perkembangan wisatawan dan memanfaatkan jaringan wisatawan (*repeater guess*) yang datang dan pernah menikmati paket wisata yang ada. Seharusnya terdapat target wisatawan yang jelas sehingga karakteristik paket wisata menjadi jelas dan terukur.

Jika dipadukan, berdasarkan kendala internal dan eksternal seperti dijabarkan di atas, dapat disarikan kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara empiris ke-11 desa wisata di kabupaten Badung memiliki potensi alam, budaya dan buatan yang sangat layak untuk pengembangan kepariwisataan namun belum optimal pelaksanaannya karena faktor eksternal maupun internal dari desa wisata tersebut seperti partisipasi masyarakat, pengelolaan dan kunjungan wisatawan, produk dan atraksi wisata.
2. Partisipasi masyarakat, pengelolaan dan kunjungan wisatawan masih pasif, pengelolaan terkendala SDM dan permodalan, serta kunjungan wisatawan yang minim. Hanya dua desa wisata yang sudah dapat dikatakan berjalan dengan baik dari sisi partisipasi masyarakat, pengelolaan dan adanya kunjungan wisatawan, yaitu desa wisata Belok (banjar Lawak) dan desa wisata Plaga (Banjar Kiadan).

3. Terdapat beberapa permasalahan mendasar desa wisata di Badung yaitu cara pandang yang salah mengenai keberadaan desa wisata, minim sosialisasi dan pembinaan tentang desa wisata, belum terjalin koordinasi antara pemerintahan di tingkat desa, permodalan, pengelolaan kelembagaan dan Sdm, kunjungan wisatawan belum sesuai harapan, memaksakan produk dan atraksi wisata tidak sesuai dengan potensi yang dimiliki, harapan besar bahwa desa wisata akan segera dan cepat mendatangkan uang dalam waktu singkat, dalam tataran implementasi pemerintah daerah terkesan lepas tangan dan pemasaran termasuk promosi.
4. Adanya kekeburan apakah wisatawan yang datang mengunjungi desa wisata (menyaksikan produk atau atraksi wisata dari pokdarwis) atau daya tarik wisata yang memang sudah memiliki *branding*. Contoh : Desa Wisata Mengwi dengan Daya Tarik Wisata Pura Taman Ayun.

## 6.2. Rekomendasi

Pengembangan desa wisata difokuskan pada bagaimana kegiatan wisata yang ada di desa dapat terus tumbuh dan berkembang. Perkembangan dan pertumbuhan pengelolaan kegiatan desa wisata diharapkan mampu memberikan kontribusi positif terhadap pemenuhan kebutuhan masyarakat dan upaya pengembangan kegiatan yang ada di desa. Bila mempertimbangkan kondisi Kabupaten Badung sebagai sebagai sebuah destinasi wisata unggulan di Indonesia khususnya di Bali, dalam upaya pengembangan desa wisata, sejumlah hal yang harus dilakukan, yaitu:

1. Aspek internal. Pihak desa harus beranjak dari sumber daya pariwisata yang dimiliki yang dapat dimanfaatkan dan dikelola untuk kegiatan pariwisata. Pada sejumlah kasus, pengelola desa wisata harus mensinkronkan kegiatan yang dilakukan terkait dengan pariwisata dan melakukan koordinasi intensif dengan pihak desa adat, desa dinas serta pihak pemerintah kabupaten. Dengan koordinasi ini diharapkan tercapai satu pemahaman yang sama mengenai tujuan pembangunan desa wisata dan hal apa yang harus dilakukan dengan potensi wisata yang ada di desa. Terkait dengan keberadaan dan partisipasi masyarakat, seharusnya pihak desa melakukan upaya sosialisasi dan perumusan kebutuhan. Kondisi ini tentunya tidak dapat dilakukan bila tidak diawali dengan pengenalan diri masyarakat terkait dengan wisata. Perlu

ada penegasan terkait dengan kepemilikan pengelolaan desa wisata, bagaimana hak, kewajiban dan wewenang masyarakat dalam upaya pembangunan desa wisata. Upaya lain yang harus dilakukan adalah bagaimana agar pengelolaan kegiatan wisata di desa mendapatkan dukungan dari masyarakat desa sehingga masyarakat desa dapat membantu pihak pengelola desa dalam hal penyusunan produk wisata, kegiatan pelayanan wisata hingga kegiatan promosi terkait dengan potensi desa yang ada. Bila mengacu kepada konsep pembangunan desa wisata, pengelola desa wisata harus menetapkan status saat ini dimana dalam siklus perkembangan pariwisata. Bila masih berada dalam tahap penemuan, untuk menjadi berkembang harus meningkatkan pelibatan pihak untuk membangun desa wisata. Pihak masyarakat, pihak pemerintahan desa adat dan desa dinas dan pihak pemerintah daerah hingga pihak pelaku usaha pariwisata harus dilibatkan sehingga jumlah kunjungan wisatawan atau pengunjung meningkat ke desa wisata. Bilamana sebuah desa wisata berada pada tahap pelibatan, untuk dapat lebih berkembang, maka harus melakukan upaya pembangunan untuk dapat terus menikmati perkembangan dan dampak dari kegiatan pariwisata. Konsepsi perkembangan ini merupakan derajat perkembangan sehingga membutuhkan konsistensi dalam pengelolaan potensi pariwisata yang ada di desa.

2. Aspek Eksternal. Pihak desa harus melakukan orientasi eksternal untuk memperoleh informasi posisi dan kondisi pasar yang ada. Kondisi ini dapat bermanfaat untuk proses penetapan pasar dan upaya pemasaran produk wisata yang ada di desa. Dalam upaya untuk membaca peluang pasar pihak desa harus melakukan koordinasi eksternal dengan *stakeholder* di desa baik terkait dengan apa yang harus dilakukan hingga bagaimana mencapai target pasar yang diinginkan. Selanjutnya pihak pengelola desa wisata dalam rangka penguatan produk wisata yang ditawarkan harus lebih gencar dalam pengenalan diri sehingga lebih dikenal dengan harapan dapat membeli paket wisata yang ditawarkan. Sebagai bentuk koordinasi eksternal, pihak pengelola desa wisata harus mampu untuk mensinkronkan program pembangunan kepariwisataan yang dimiliki sehingga mampu untuk melakukan realisasi kegiatan yang telah diprogramkan. Proses sinkronisasi pada tahap ini menjadi penting mengingat terealisasinya apa yang

diprogramkan oleh tim pengelola di desa adalah adanya kesesuaian dengan program pembangunan yang ditetapkan di lingkup kabupaten.

Secara lebih teknis, dapat direkomendasikan sebagai berikut:

1. Diperlukan kerangka implementasi kebijakan desa wisata bagi pemerintah Kabupaten Badung untuk dapat memformulasikan dan merealisasikan desa wisata sebagai bagian dari *alternative tourism* secara berkelanjutan.
2. Upaya pengusulan Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang kepariwisataan di Kabupaten Badung yang didalamnya diatur tentang desa wisata, guna mengatasi adanya multitafsir tentang pengertian, kriteria, klasifikasi, dan permodalan desa wisata.
3. Sosialisasi Desa Wisata sebagai *alternative tourism* berdasarkan partisipasi masyarakat karena pemahaman di masyarakat desa wisata justru sebagai *mass tourism*, bekerjasama dengan kegiatan pengabdian Perguruan Tinggi.
4. Diperlukan pendampingan bagi desa-desa wisata oleh Pemerintah Kabupaten Badung bekerjasama dengan LSM serta Perguruan Tinggi/Akademisi yang berpengalaman, dalam rangka mengawal proses internalisasi *mind-sett* desa wisata dan mengatasi adanya perasaan dibiarkan/ditinggalkan yang menghinggapi sebagian besar pengurus Pokdarwis oleh *stakeholders* lainnya.
5. Generasi Muda di desa-desa wisata harus diperhatikan agar menyadari keberadaan desa wisata, sehingga tidak keluar dari desa mereka untuk mencari pekerjaan.
6. Sedapat mungkin produk wisata dari desa-desa wisata berkaitan atau sinergi sesuai dengan potensi yang ada, guna menghindari tumpah tindih dan monotonnya produk wisata yang ditawarkan.
7. Penguatan jaringan desa wisata yang dimotori Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) di masing-masing desa wisata dengan cara intensif menjalin kerjasama dan promosi dengan pihak industri pariwisata (PHRI, ASITA), Perguruan Tinggi, dan desa wisata daerah lain yang telah maju.
8. Penguatan Permodalan dan SDM dengan pembentukan yayasan berbadan hukum pariwisata.
9. Meningkatkan antusiasme dan gairah desa-desa di Kabupaten Badung untuk kreasi desa wisata secara *bottom-up*, dengan mengadakan lomba desa wisata

yang difasilitasi oleh Pemkab Badung, dan dinilai serta dievaluasi oleh Perguruan Tinggi/Akademisi yang berpengalaman dan sesuai kompetensi.

10. Diperlukan kajian berupa penelitian tentang strategi pemasaran dengan segmentasi khusus bekerjasama dengan *stakeholders*, antara lain ide tentang penguatan aktivitas pariwisata lokal Badung dengan kreasi wisata edukasi yang melibatkan peran serta sekolah-sekolah di Kabupaten Badung.
11. Sangat *urgent* dilaksanakan penelitian lanjutan mengenai Kebijakan Pemerintah Kabupaten Badung terkait dengan Pengembangan Desa Wisata, berpijak Rencana Detail Tata Ruang (RDTR) Kabupaten Badung, sehingga pengembangan desa wisata tidak berbenturan dengan RDTR.
12. Perlu adanya penelitian lanjutan tentang penguatan kelembagaan desa wisata di Kabupaten Badung, guna mengatasi hambatan operasional, kultural, dan struktural.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisasmita, Rahardjo. 2008. Pengembangan Wilayah, Konsep dan Teori. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Allen, S. J. (2009) *The social and moral fibre of Celtic Tiger Ireland*. Unpublished PhD thesis. University College Dublin.
- Anom, I Gusti Ngurah, dkk. 2007. Sejarah Pura Bukit Darma Durga Kutri. Denpasar : Balai Arkeologi.
- Anom, I Putu, 1999, *Pemberdayaan The Input of Tourism Resources yang Berdimensi Kerakyatan Menuju Pariwisata Berkelanjutan*, Analisis Pariwisata Vol 2 No. 2, PS. Pariwisata Unud, Denpasar.
- , 2005 *Membangun Birokrasi Pemerintah yang Profesional Berbasis Kinerja untuk Mewujudkan Kepemerintahan yang Baik dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Badung*. Makalah Seminar Diklat Kepemimpinan Tingkat II Angkatan VIII BAKN, Hari Kamis, 3 Februari 2005 Denpasar.
- , 2006 *Potensi Pura Sada dan Pura Beji Langon sebagai daya tarik wisata budaya di Desa Kapal, Kecamatan Mengwi Kabupaten Badung*, Program Studi Pariwisata Universitas Udayana, Denpasar
- Anom, I Putu, Michael Hitchcock and Sunarta I Nyoman. 2005. *Pro Poor Tourism: Tanjung Benoa Focus Group*. Paper Presented at “ 3<sup>rd</sup> Trans National Patners Meeting of the EU-ASEAN Project Building Research Capacity Pro Poor Tourism “Organized by National University of Laos Faculty of Forestry Department of Forest Management. April 4-7, 2005 in Vientiane Laos.
- Anom I Putu, Ariana Nyoman, Sukana Made, Jamin I Nyoman. 2012. *Pengembangan Wisata Damai (Studi Ekspektasi an Prioritas Monumen Ground Zero Sebagai Wisata Damai di Kuta, Bali*, Laporan Penelitian Universitas Udayana.
- Anom I Putu, Suryasih Ida Ayu, Suryawan Ida Bagus, Sukma Arida I Nyoman. 2012. *Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Nunukan-Kaltim*, Laporan Penyusunan Rippda, Kerjasama Fakultas Pariwisata Unud dengan Kabupaten Nunukan – Kaltim.
- Anonimus, *Undang-undang No. 25 Tahun 2000 Tentang Program Pembangunan Nasional (Propenas) Bab VIII*.
- ....., *Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*, Presiden Republik Indonesia.

- .....,, *Peraturan Daerah Propinsi Bali No. 3 Tahun 1991 Tentang Pariwisata Budaya.*
- ....., *Peraturan Daerah Propinsi Bali No. 2 Tahun 2012 Tentang Pariwisata Budaya Bali.*
- ....., *Kutara Kanda Dewa Purana Bangsul Pura Sada*, Desa Kapal, Mengwi-Badung, 1997.
- ....., Perbup Badung Nomor 47 Tertanggal 15 September 2010 tentang penetapan kawasan desa di Kabupaten Badung
- Anonim. 2014. Surat Edaran Kadisparda Provnsi Bali nomor 556/317/I/DISPAR tentang pengembangan 100 Desa Wisata di Bali tahun 2014-2018. Denpasar : Disrpada Pemrpov. Bali
- Ardika, I Gde. 2001, *Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Yang Berbasis Kerakyatan*, Makalah Seminar Nasional *The Last or The Lost Paradise*.
- Arikunto, Suharsini. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta : PT. Rineka Cipta
- Brown, J. (2005). 'Evaluating surveys of transparent governance. In: UNDESA (United Nations Department of Economic and Social Affairs), *6th Global forum on reinventing government: towards participatory and transparent governance*, Seoul, Republic of Korea 24-27 May.
- Bungin, Burhan. 2003. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Cooper, Chris Jackson, Stephen. 1997, *Distination Life Cycle: The Isle of Man Case Study, (ed Lesley France) dalam The Eartscan in Sustainable Tourism*, MK : Eastscan Publication Heunited.
- France, Lesley (ed), 1997, *The earthscan Reader in Sustainable Tourism*, London. Earthscan Publicitions Limited.
- Geertz, Clifford. 1995. *Interpretasi Kebudayaan*. Yogyakarta : Kanisius.
- Ginarsa, Ketut. 1987, *Bhuwana Tatwa Maha Rsi Markandheya*, Sukajaya (offset), Singaraja.
- Harker, Richard et.al. 1990. *Habitus X Modal + Ranah=Praktek, Pengantar Paling Komprehensif Kepada Pemikiran Piere Bourdieu*, Yogyakarta: Jala Sutra
- Hayes, B. C., McAllister, I. and Dowds, L. (2011) 'Depicting Ireland on Film, what are we really saying?', *Social Cinema Journal*, 54(4), pp. 454-482.
- Ife Jim & Tesoriero Frank. 2008. *Community Development*. Pustaka Pelajar.

Yogyakarta.

Inskeep, Edward, 1991, *Tourism Planning and Integrated and Sustainable Development Approach*, Van Non Strand Reinhold, New York.

Isdaryono. 2013. Wajah Pariwisata Indonesia, Refleksi Kritis Seorang Peneliti. Puslitbang Kebijakan Kepariwisata Kementerianparekraf : Jakarta

Kelly, M. (2004) *Environmental Attitudes and Behaviours: Ireland in Comparative European Perspective*. Available at: <http://www.ucd.ie/environ/home.htm>[Diakses 8 Februari 2009].

Koenjaraningrat. 1980. Pengantar Ilmu Antropologi. Jakarta : Aksara Baru

Kuntjara, Esther. 2006. Penelitian Kebudayaan. Yogyakarta : Graha Ilmu.

Kusumahadi M. 2007. Practical Challenge to The Community Empowerment Program. Yogyakarta : Satunama Foundation.

Luhr, W. (2004) *The Coen brothers' Fargo:Cambridge University Press film handbooks series*. Available at: [http://www.amazon.co.uk/Coen-Brothers-Fargo-CambridgeHandbooks e-book/dp/B001G60IQI/ref=kinw\\_dp\\_ke](http://www.amazon.co.uk/Coen-Brothers-Fargo-CambridgeHandbooks-e-book/dp/B001G60IQI/ref=kinw_dp_ke) [Diunduh: 24 Februari 2014].

Mathieson, A, and wall. G, 1990, *Tourism, Economic, Physical and Social Impact*. Miles dan Hubberman. 1992. Analisis Data Kualitatif. Jakarta: UI. Press

Moleong, Lexy. 2005. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : Remaja Rosda

Moriarty, D. (2012) *Funding models for Irish film makers*. Dublin: Collins Press.

Nelson, J. G Butler, R. Wall. G, 1993, *Tourism and Sustainable Development, Monitoring, Planning, Managing*, University of Waterloo : Heritage Resources Culture.

OECD, (1998), *New Trends in Rural Policy Making*.

Parining, Nyoman Dharma Putra KG, Anom I Putu, Pitana I Gde, Pasek Diantha I Made., 2001, *Studi Tentang Implementasi Konsep Pariwisata Kerakyatan*, Unud – Bappeda Propinsi Bali, Denpasar.

Pearce, Douglas G, 1991, *Tourism Development*, John Walley & Sons, Inc, New York.

Pitana I Gede, Rumawan Salain Putu, Anom I Putu, Sudarma I Made, Sandi Adnyana I Wayan, Suyarto, Sardani Ni Wayan, Oka Suardi Dewa Putu. 2000, *Daya Dukung Bali Dalam Pariwisata (Kajian dari Aspek*



*Lingkungan dan Sosial Budaya*), Unud – Bappeda Propinsi Bali, Denpasar.

Pitana I Gede, Sirtha I Nyoman, Anom I Putu, Wita I Wayan, Wirawan I Gede Putu. 2005. *Hospitality Industry and Tourism education (The Case of Indonesia)*. Paper presented at the 2005 ASAIHL Seminar on “Hospitality and Tourism Education”, Phuket, Thailand, October 16-19, 2005, organized by Association of South East Asian institutions of Higher Learning (ASAIHL) and Prince of Songkla University.

Pitana, I Gde dan Gayatri, Putu G. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Penerbit Andi : Yogyakarta

Pitana I Gde dan Surya Diarta I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Andi.

Pitana, I Gde (Ed). 2011. “Pemberdayaan dan Hiperdemokrasi dalam Pembangunan Pariwisata”. *Prosiding Ilmiah Persembahan untuk Rangkuti, Freddy. 2002. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama  
Freddy Rangkuti, 2003, *Measuring Customer Satisfaction*, cetakan kedua, Jakarta; Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.

Rose, H. (2000) 'Risk, Trust and Skepticism in the Age of the New Genetics'. In: Adam, B. et al. eds. *Risk Society and Beyond*. London: Sage.

Santana K, Septiawan. 2007. *Menulis Ilmiah, Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

Singarimbun Masri dan Effendi Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : LP3ES

Spillane, James J. 1987. *Pariwisata Indonesia Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta : Kanisius.

Spradley, James P, 1980. *Observation Participant*. New York :Holt Rinehart and Winston.

-----1997. *Metode Ethnografi*. Yogyakarta : PT. Tiara Wacana.  
Sugiyono. 2005. *Memahami Metode Kualitatif*. Bandung : Alfa Beta

Sukarsa I Made. 1999. *Pengantar Pariwisata*. BKS. PTN-INTIM Dirjen Dikti Depdikbud RI.

Suparta, I Nyoman, DKK. 2009. *Strategi Membangun Karangasem*. Denpasar: Pustaka Nayottama

Suryabrata, Sumadi. 2010. *Metodelogi Penelitian*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi. Kejahatan.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633
- Tovey, H. (2002) 'Risk, Morality, and the Sociology of Animals Reflections of the Foot and Mouth Outbreak in Ireland', *Irish Journal of Sociology*, 11 (1), pp. 23-42.
- Wahab Salah, 1999, *Manajemen Kepariwisata*, Jakarta
- Wahab, Salah. 2002. *Manajemen Kepariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita
- Walgito, Bimo. 1990. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Andi offset
- Wardiyanta. 2006. *Metode Penelitian Pariwisata*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Yoeti, Oka A. 1999. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : PT. Pradnya Paramita.
- Zeitlin, Irving M. 1995. *Memahami Kembali Sosiologi Kritik terhadap Sosiologi Kontemporer (Terjemahan)*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.

**Sumber Internet:**

- Available from, Web Site MPR-RI “Undang- Undang Dasar (UUD) NRI 1945”. <http://www.mpr.go.id>
- Available from, Web Site Presiden RI, “ Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata ”. <http://www.presidentri.go.id>
- Available from, Web Site Pemprov. Bali, “Perda Nomor 3 Tahun 2003 Tentang Desa Pekraman ”. [http:// www.biropem.baliprov.go.id](http://www.biropem.baliprov.go.id)
- Available from, Web Site Pemprov. Bali, “ Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Bali Nomor 16 Tahun 2009 Daya Tarik Wisata ”. [http:// www.biropem.baliprov.go.id](http://www.biropem.baliprov.go.id)
- Available from, Web Site Diparda Pemkab Badung, *Festival Pertanian Kabupaten Badung*”. <http://www.badung.go.id>
- Available from, Web Site Ciffor, “Perencanaan Tata Ruang Kabupaten Badung. <http://www.badung.go.id.org>
- Available from, Web Site UPI, “ Konsep Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Pariwisata ”. <http://www.upi.edu.go.id>
- Available from, Web Site Ciffor, “Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat ”. <http://www.ciffor.org>

