

KAMALA

KEPARIWISATAAN BERBASIS MASYARAKAT,
BUDAYA, DAN BERKELANJUTAN:
POTENSI MENUJU PARIWISATA BUDAYA
BERKELANJUTAN

Sambutan

Dr. H. Sandiaga Salahuddin Uno, B.B.A., M.B.A
Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif /
Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Republik Indonesia

Editor:

Dr. Irene Hanna H. Sihombing, SE., MM, CHE

KAMALA

Kepariwisataan Berbasis Masyarakat, Budaya, dan Berkelanjutan: Potensi Menuju Pariwisata Budaya Berkelanjutan

Editor

Dr. Irene Hanna H. Sihombing, SE., MM, CHE

**POLITEKNIK PARIWISATA BALI
NUSA DUA, BADUNG, BALI
2024**

KAMALA

Kepariwisataan Berbasis Masyarakat, Budaya, dan Berkelanjutan: Potensi Menuju Pariwisata Budaya Berkelanjutan

Penulis

Ida Ayu Kalpikawati,
Ni Wayan Chintia Pinaria,
I Wayan Tuwi, I Putu Arnawa,
Hanugerah Kristiono Liestiandre, Dewa Ayu Lily Dianasari Anom Hery Suasapha
Ida Ayu Putri Widawati,
Ni Kade Juli Rastitiati, Hartanti Woro Susianti,
I Made Rumadana, I Nyoman Sunada,
Ni Ketut Iswarini, Ni Nyoman Suci Arhini,
Ni Putu Eka Trisdayanti, Nina Indra Kristiana,
I Wayan Sunarsa, I Putu Gede Eka Darmaputra,
Ni Wayan Pastini, Ni Putu Oka Agustini, Ni Nyoman Tri Lilasari, Anak Agung Gede Oka Geria
Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan
I Wayan Seniarta,
I Nyoman Arcana, Ni Luh Suastuti, Lidjah Magdalena Massenga, Setyowati Ayu Widuri
Ni Made Sri Rukmiyati, Ni Ketut Mareni,
I Putu Arnawa, I Wayan Tuwi
Ni Made Eka Mahadewi
Luh Putu Citrawati, Indah Kusumarini

Editor

Dr. Irene Hanna H. Sihombing, SE., MM, CHE

Penerbit

Politeknik Pariwisata Bali
Nusa dua, Badung, Bali

Cetakan pertama : 2024

ISBN 978-623-95912-4-3

SAMBUTAN DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA BALI

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Salam sejahtera bagi kita semua,
Om Swastiastu,
Namo Buddhaya,
Salam Kebajikan,

Pertama-tama, marilah kita panjatkan puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga kita dapat berkumpul di sini dalam rangka peluncuran buku yang sangat istimewa, "Kamala: Kepariwisata Berbasis Masyarakat, Budaya, dan Berkelanjutan: Potensi Menuju Pariwisata Budaya Berkelanjutan."

Buku ini hadir di tengah-tengah kita sebagai wujud komitmen dalam mengembangkan pariwisata yang tidak hanya berfokus pada keindahan alam dan fasilitas, tetapi juga menitikberatkan pada aspek-aspek keberlanjutan, budaya, dan partisipasi masyarakat. Sebagai Direktur Politeknik Pariwisata Bali, saya merasa bangga dan terhormat dapat memperkenalkan buku ini yang mengusung visi pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Pariwisata berbasis masyarakat adalah sebuah konsep yang mengedepankan peran serta dan pemberdayaan masyarakat lokal dalam setiap aspek pengembangan pariwisata. Buku "Kamala" memberikan pandangan mendalam mengenai bagaimana masyarakat dapat menjadi agen perubahan dalam mempromosikan pariwisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan pendekatan ini, kita tidak hanya menjaga warisan budaya dan lingkungan, tetapi juga memberikan manfaat ekonomi yang nyata bagi masyarakat lokal. Selain itu, buku ini juga menekankan pentingnya mempertahankan dan melestarikan kebudayaan lokal dalam setiap inisiatif pariwisata. Bali, sebagai salah satu destinasi wisata terkemuka di dunia, memiliki kekayaan budaya yang luar biasa. Adalah tugas kita bersama untuk menjaga dan melestarikan kekayaan ini agar dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Saya berharap, melalui buku "Kamala," kita semua dapat belajar dan terinspirasi untuk terus berinovasi dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan berbasis budaya. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada penulis dan semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan buku ini. Semoga buku ini dapat menjadi panduan dan referensi yang bermanfaat bagi para praktisi, akademisi, dan masyarakat luas dalam membangun pariwisata yang lebih baik.

Akhir kata, marilah kita bersama-sama melangkah menuju masa depan pariwisata yang lebih cerah, berkelanjutan, dan penuh dengan nilai-nilai budaya. Terima kasih atas perhatian dan partisipasinya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,
Om Shanti Shanti Shanti Om,
Namo Buddhaya,
Salam Kebajikan.

Dr. Drs. Ida Bagus Putu Puja, M.Kes.
Direktur Politeknik Pariwisata Bali

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga buku Kamala Kepariwisata Berbasis Masyarakat, Budaya, dan Berkelanjutan: Potensi Menuju Pariwisata Budaya Berkelanjutan" dapat terselesaikan dengan baik.

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pengembangan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Buku ini hadir sebagai bentuk kontribusi kami dalam memahami dan mengembangkan konsep pariwisata berbasis masyarakat, budaya, dan keberlanjutan, yang kami yakini sebagai pendekatan yang paling relevan dan efektif untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan.

Buku ini menyajikan berbagai potensi dan tantangan yang ada dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Di dalamnya terdapat kajian mendalam mengenai integrasi budaya lokal dan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan pariwisata. Melalui pendekatan yang holistik, kami berharap buku ini dapat memberikan wawasan dan inspirasi bagi berbagai pemangku kepentingan, mulai dari akademisi, praktisi pariwisata, hingga para pengambil kebijakan.

Kami mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan dan penyusunan buku ini. Ucapan terima kasih khusus kami sampaikan kepada rekan-rekan penulis, editor, dan semua pihak yang telah memberikan masukan dan dukungan selama proses penyusunan buku ini.

Semoga buku ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat dan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat, budaya, dan keberlanjutan di Indonesia. Kami menyadari bahwa buku ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu kami sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Salam Manganjali Karya Werdhi

Editor

DAFTAR ISI

SAMBUTAN DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA BALI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
JALAN PANJANG PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN	1
POTENSI DESA WISATA TARO GIANYAR BALI SEBAGAI DESTINASI WISATA BERSEPEDA UNTUK Mendukung Desa Wisata Berkelanjutan	2
(Ida Ayu Kalpikawati, Ni Wayan Chintia Pinarria)	
PENERAPAN PRINSIP AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PENGELOLAAN KEUANGAN (Stusi Kasus) DI MANAJEMEN OPERASIONAL BADAN PENGELOLA OBYEK DAYA TARIK WISATA JATILUWIH KECAMATAN PENEHEL KABUPATEN TABANAN.. 15 (I Wayan Tuwi, I Putu Arnawa)	
RENOVATING QUALITY OF SUSTAINABLE TOURISM IN BALI	26
(Hanugerah Kristiono Liestiandre, Dewa Ayu Lily Dianasari, Anom Hery Suasapha)	
KEARIFAN LOKAL DAN KINERJA KEUANGAN UMKM PARIWISATA DI UBUD, GIANYAR BALI	36
(Ida Ayu Putri Widawati)	
PARIWISATA BUDAYA	43
LANSKAP LINGUISTIK DI DESA WISATA PENGLIPURAN – BALI	44
(Ni Kade Juli Rastitiati, Hartanti Woro Susianti)	
INVENTARISASI KULINER LOKAL UNTUK MEMPERKUAT BRANDING MAKANAN TRADISIONAL LABUAN BAJO	55
(I Made Rumadana, I Nyoman Sunada)	
AKSEN BUDAYA DALAM SERVICESCAPE PADA USAHA AKOMODASI : “KONEKTIVITAS ELEMEN BUDAYA DENGAN AKTIVITAS MASYARAKAT”DI KAWASAN UBUD	64
(Ni Ketut Iswarini, Ni Nyoman Suci Arthini)	
PEREMPUAN PEMIMPIN: MEMBINGKAI PARIWISATA BUDAYA MELALUI KULINER SEHAT DAN BERKELANJUTAN.....	71
(Ni Putu Eka Trisdayanti, Nina Indra Kristiana)	

DAMPAK KOMERSIALISASI WARISAN BUDAYA PURA PUSEH BATUAN SEBAGAI OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA.....	90
(I Wayan Sunarsa, I Putu Gede Eka Darmaputra)	
MENGURAI MAKNA LINGUISTIK FRASE NOMINA DARI BAHASA INGGRIS KE BAHASA INDONESIA PADA MENU KAFE DI KOTA BADUNG BALI	98
(Ni Wayan Pastini, Ni Putu Oka Agustini, Ni Nyoman Tri Lilasari, Anak Agung Gede Oka Geria)	
PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT	108
MENGUPAS POTENSI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT: STUDI KASUS DESA BELEGA SEBAGAI DESA PENGERAJIN YANG TERKENAL DI PULAU DEWATA.....	109
(Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan)	
EKSISTENSI GERAI LAUNDRY PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA DENPASAR.....	118
I Wayan Seniartha	
PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA KULINER DI KELURAHAN SERANGAN: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN.....	129
(I Nyoman Arcana, Ni Luh Suastuti, Lidjah Magdalena Massenga, Setyowati Ayu Widuri)	
OPTIMALISASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN: STUDI PADA PENGELOLA USAHA PONDOK WISATA.....	143
(Ni Made Sri Rukmiyati, Ni Ketut Mareni)	
POLA KEPEMIMPINAN PENGELOLAAN TAMAN MUMBUL SEBAGAI SALAH SATU DAYA DUKUNG DESA WISATA DESA SANGEH KABUPATEN BADUNG	149
(I Putu Arnawa, I Wayan Tuwi)	
EVENT TOURISM (BALI SEBAGAI DESTINASI MICE).....	159
ATRAKSI BUDAYA DESA SEBAGAI PRODUK EVENT WISATA.....	157
(Ni Made Eka Mahadewi)	
PENGARUH FESTIVAL PANDAWA BEACH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE PANTAI PANDAWA	176
(Luh Putu Citrawati , Indah Kusumarini)	

JALAN PANJANG PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

POTENSI DESA WISATA TARO GIANYAR BALI SEBAGAI DESTINASI WISATA BERSEPEDA UNTUK Mendukung Desa Wisata Berkelanjutan

Ida Ayu Kalpikawati
Ni Wayan Chintia Pinarina

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pariwisata adalah salah satu dari industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan (Wahab, 2003). Menurut Bramana (2018), sektor pariwisata dapat menjadi kekuatan ekonomi yang tidak terduga bila dikelola dengan benar. Berkembangnya sektor pariwisata akan membuat suatu daerah mendapatkan beragam keuntungan secara ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Di Provinsi Bali, sektor pariwisata memberikan *share* terbesar pada PDRB Provinsi Bali (Umilia dan Erli, 2017). Provinsi Bali sendiri memiliki 8 kabupaten dan 1 kota madya yaitu Kabupaten Tabanan, Kabupaten Buleleng, Kabupaten Karangasem, Kabupaten Gianyar, Kabupaten Klungkung, Kabupaten Jembrana, Kabupaten Badung, Kabupaten Bangli, dan Kota Denpasar. Seluruh kabupaten dan kota madya ini masing-masing memiliki keindahan alam dan budaya yang sangat bervariasi. Keindahan alam dan budaya inilah yang menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan sehingga tertarik untuk mengunjungi kabupaten-kabupaten tersebut sebagai daerah tujuan wisata mereka. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan 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. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Bali (2016), Bali Selatan yang terdiri dari Kabupaten Badung, Denpasar, Gianyar, dan Tabanan merupakan destinasi wisata yang paling banyak menerima kunjungan wisatawan di Provinsi Bali. Diantara kabupaten-kabupaten tersebut, Kabupaten Gianyar menjadi salah satu kabupaten yang memiliki karakteristik yang sangat khas di antara kabupaten di Provinsi Bali lainnya.

Keindahan alam yang dimiliki Kabupaten Gianyar tampak pada pantai, pegunungan, sungai, sawah dan hutan. Dalam bidang kebudayaan, yaitu kehidupan seni budaya, warisan budaya, tata cara upacara keagamaan, sistem sosial kemasyarakatan, sistem perekonomian (pasar) tradisional, sistem kerja dalam pengolahan sawah, dan lain-lain mempunyai daya tariknya masing-masing. Atas perkembangan pariwisata yang cukup baik di Kabupaten Gianyar pemerintah dan masyarakat Kabupaten Gianyar merespons positif pengembangan pariwisata dengan memberdayakan berbagai potensi yang ada. Untuk mempermudah dalam pengembangan dan pembinaan, destinasi kunjungan wisata dibagi menjadi lima zona, yaitu (1) Gianyar Utara, termasuk di dalamnya Kecamatan Tegallalang, Kecamatan Payangan, dan Kecamatan

Tampaksiring menjadi pusat daerah konservasi air, pengembangan agrowisata, *culture heritage*; (2) Gianyar Barat, yaitu Kecamatan Ubud, menjadi pusat pengembangan seni budaya, kegiatan wisata alam dan budaya, industri kerajinan rumah tangga; (3) Gianyar Selatan, yaitu Kecamatan Sukawati menjadi pusat perdagangan seni, kegiatan wisata belanja, pertanian lahan basah, industri kerajinan rumah tangga; (4) Gianyar Timur, yaitu Kecamatan Gianyar, menjadi pusat pemerintahan dan fasilitas umum, pusat pendidikan, perdagangan dan jasa, warisan budaya dan wisata remaja, pertanian lahan basah, peternakan, industri pengolahan; dan (5) Gianyar Tengah, yaitu Desa Bedulu dan Pejeng, sebagai daerah konservasi budaya dan warisan budaya (Dinas Pariwisata Gianyar, 2011:117).

Membahas mengenai *culture heritage*, Kecamatan Tegallalang menjadi salah satu kecamatan yang wilayahnya diperuntukkan sebagai destinasi yang mengedepankan pelestarian warisan budaya. Jika ditelaah lebih jauh, terdapat desa di Kecamatan Tegallalang yang kawasannya dikenal menyimpan keyakinan dan kepercayaan yang dianggap suci bagi pemeluk Agama Hindu di desa tersebut. Desa tersebut ialah Desa Taro, disebut sebagai kawasan suci karena di desa tersebut hidup lembu putih yang dipercaya merupakan kendaraan suci Dewa Siwa. Adanya keberadaan lembu putih tersebut menjadi daya tarik tersendiri Desa Taro bagi wisatawan yang berkunjung ke desa tersebut. Desa ini kemudian dikemas sebagai desa wisata dengan dibuatkannya aktivitas dan fasilitas pariwisata untuk menunjang kegiatan pariwisata di desa tersebut. Selanjutnya, disampaikan oleh Ketua Pokdarwis Desa Taro, Bapak I Wayan Wardika yang dilansir laman lintasbali.com (2021), pengelola berkomitmen membangun desa wisata yang unggul dengan keunikan yang Desa Wisata Taro miliki sebagai *competitive advantage* menuju “*Eco-Spiritual Destination*” dengan menguatkan penerapan konsep inovasi produk dan usaha wisata, adaptasi pada perilaku wisatawan di era baru serta berkolaborasi dengan berbagai *stakeholder* kepariwisataan. Menurut Benawa (2018:176) *Eco-spiritual* atau ekospiritual adalah sebuah penghayatan relasional manusia sebagai makhluk rohani dengan lingkungan alam sekitar. Sedangkan menurut Pechlaner (dalam Avenzora dan Pratiekto, 2013:361) *Eco-spiritual tourism* atau pariwisata ekospiritual tidak dikategorikan sebagai satu kesatuan melainkan sebuah topik yang berkaitan dengan budaya, edukasi, alam, dan *event* pariwisata. Atas definisi tersebut, dapat dipahami bahwa Desa Wisata Taro dikembangkan dengan mengedepankan lingkungan serta kepercayaan peninggalan sejarah yang bersifat agamais. Hal ini sejalan dengan penjelasan Ketua Pokdarwis Desa Wisata Taro mengenai keunikan yang dimiliki Desa Wisata Taro seperti adanya pelestarian lembu putih, penangkaran kunang-kunang, pertanian organik, rumah kompos, pengolahan minuman herbal tradisional “*loloh ter-ter*” dan kuliner dengan menu sederhana khas pedesaan.

Menurut Muljadi (2012), desa wisata merupakan pengembangan suatu wilayah desa yang pada dasarnya tidak merubah apa yang sudah ada akan tetapi lebih cenderung kepada pengembangan potensi desa yang ada dengan melakukan pemanfaatan kemampuan unsur-unsur yang ada di dalam desa yang berfungsi sebagai atribut produk wisata dalam skala yang kecil menjadi rangkaian aktivitas atau kegiatan pariwisata dan mampu menyediakan serta memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan wisata baik dari aspek daya tarik maupun sebagai fasilitas pendukung. Kemudian menurut Priasukmana & Mulyadin (2001), desa wisata adalah suatu

kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan dari suasana yang mencerminkan keaslian dari pedesaan itu sendiri mulai dari sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas dan dari kehidupan sosial ekonomi 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. Menurut Damanik (2013), pengembangan pariwisata pedesaan didorong oleh tiga faktor. Pertama, wilayah pedesaan memiliki potensi alam dan budaya yang relatif lebih autentik daripada wilayah perkotaan, masyarakat pedesaan masih menjalankan tradisi dan ritual-ritual budaya dan topografi yang cukup serasi. Kedua, wilayah pedesaan memiliki lingkungan fisik yang relatif masih asli atau belum banyak tercemar oleh ragam jenis polusi dibandingkan dengan kawasan perkotaan. Ketiga, dalam tingkat tertentu daerah pedesaan menghadapi perkembangan ekonomi yang relatif lambat, sehingga pemanfaatan potensi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat lokal secara optimal merupakan alasan rasional dalam pengembangan pariwisata pedesaan.

Secara geografis Desa Wisata Taro berada di ketinggian 600-750 meter di atas laut, dengan luas wilayah 13.083 km² dan dibagi menjadi 14 banjar dinas yang memiliki daya tarik wisata yang beragam. Masyarakat Desa Wisata Taro sebagian besar bekerja di perkebunan dan terdapat pula masyarakat yang menggantungkan hidupnya dengan menjadi pengukir batu alam dan membuat dulang. Dengan kondisi tersebut, tidak membuat masyarakat melupakan potensi Desa Wisata Taro yang dapat mendatangkan peluang di bidang pariwisata. Pariwisata di Desa Wisata Taro sudah berjalan dengan baik, terlihat dengan adanya wisatawan domestik maupun mancanegara yang mengunjungi Desa Wisata Taro.

Terdapat beberapa atraksi wisata di Desa Wisata Taro. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), arti atraksi wisata adalah seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, atau hiburan, yang merupakan daya tarik wisatawan di daerah tujuan wisata. Atraksi wisata yang dapat dilakukan di Desa Wisata Taro dan baru dikembangkan oleh Desa Wisata Taro adalah *cycling* atau bersepeda mengelilingi Desa Wisata Taro. Desa wisata Taro awalnya hanya menjadi desa lintasan bagi wisatawan bersepeda dari Ubud menuju Kintamani atau sebaliknya. Dampak positif dari kegiatan wisata bersepeda yang melintasi Desa Wisata Taro yaitu Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dapat mengambil peluang dari kegiatan bersepeda tersebut dan dengan adanya kegiatan wisata bersepeda secara tidak langsung membuat Desa Wisata Taro lebih dikenal oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Sedangkan dampak negatifnya adalah pihak desa tidak mendapatkan kontribusi apapun dari pihak-pihak yang terlibat dalam kegiatan wisata bersepeda, di sisi lain pembangunan dan pembenahan infrastruktur jalan di Desa Wisata Taro menggunakan anggaran desa. Melihat kondisi tersebut Pokdarwis desa wisata Taro menginisiasi wisata bersepeda di desa wisata Taro dengan harapan dapat menggerakkan ekonomi masyarakat lokal khususnya di desa wisata Taro.

Wisata bersepeda adalah kegiatan yang berfokus pada penggunaan sepeda dan menjelajahi teritorial (wilayah/destinasi) (Gazzola, 2018). Wisata bersepeda juga telah didefinisikan oleh Sustrans (1999:1) sebagai 'kunjungan rekreasi, baik kunjungan semalam atau siang jauh dari rumah, yang melibatkan bersepeda santai sebagai bagian mendasar dan penting dari kunjungan'.

Wisata bersepeda bisa dilakukan dengan minat yang beragam mulai dari olahraga, atraksi sampai rekreasi. Dikutip dari Wirawan (2021:2), bersepeda dalam hal ini ditujukan untuk meningkatkan kualitas liburan bagi wisatawan di dalam suatu destinasi pariwisata. Bersepeda diyakini mampu mempercepat pergerakan wisatawan di dalam destinasi, menyehatkan, dan juga ramah lingkungan. Selain itu, bersepeda juga bisa menurunkan penggunaan energi, polusi udara dan suara, efek rumah kaca, kemacetan, dan dampak lain yang ditimbulkan oleh kendaraan bermesin.

Pariwisata bersepeda atau yang dikenal sebagai *cycling tourism*, menghadirkan bentuk perjalanan wisata yang menggunakan sepeda sebagai sarana transportasi utama. Kegiatan ini semakin populer karena memberikan sejumlah manfaat terutama terkait dengan pelestarian lingkungan. Dalam hal ini, wisata bersepeda memberikan dampak positif pada lingkungan dengan mengurangi emisi karbon karena sepeda dianggap sebagai alat transportasi yang ramah lingkungan yang tidak menghasilkan emisi selama penggunaannya. Dalam konteks perjalanan wisata, penggunaan sepeda membantu mengurangi jejak karbon wisatawan sesuai dengan upaya perlindungan lingkungan.

Tidak hanya itu, wisata bersepeda juga memiliki pengaruh positif terhadap kualitas udara dan kesehatan manusia karena sepeda tidak menciptakan polusi udara. Kontribusinya terhadap pengurangan polusi udara di destinasi pariwisata mendukung kesejahteraan ekosistem dan masyarakat setempat. Selain itu, pemilihan sepeda sebagai sarana transportasi mengurangi kebutuhan akan infrastruktur jalan yang kompleks, mengurangi dampak negatif pembangunan infrastruktur pada lingkungan, khususnya di daerah dengan ekosistem yang sensitif.

Wisata bersepeda juga terkenal membawa wisatawan ke daerah alam yang indah dan terpencil, sementara penggunaan sepeda sebagai sarana transportasi membantu dalam menjaga keutuhan ekosistem dan mempertahankan keindahan alam di destinasi tersebut. Aktivitas bersepeda juga dapat meningkatkan kesadaran lingkungan di kalangan wisatawan, memberikan pengalaman langsung dengan alam yang memperdalam apresiasi terhadap keindahan lingkungan dan mendorong sikap peduli terhadap perlindungan alam. Dengan demikian, wisata bersepeda tidak hanya memberikan pengalaman wisata yang unik tetapi juga merupakan pilihan yang berkelanjutan dan ramah lingkungan yang mendukung tujuan pelestarian keindahan dan keberlanjutan lingkungan. Melalui terjaganya lingkungan dengan baik maka dapat mendukung terwujudnya desa wisata berkelanjutan.

Tuckwel (2004) mengatakan bahwa salah satu cara melakukan promosi bersepeda yang efektif adalah melalui kegiatan pariwisata. Dalam hal ini bersepeda bisa menjadi bentuk transportasi yang mendukung pariwisata di Bali. Salah satu bentuk dari penggabungan kegiatan bersepeda dan pariwisata adalah *cycling tourism* atau pariwisata bersepeda. Berdasarkan uraian di atas maka diperlukan penelitian lebih lanjut untuk mengetahui potensi Desa Wisata Taro sebagai destinasi wisata bersepeda untuk mendukung Desa Wisata Taro sebagai desa wisata berkelanjutan.

PEMBAHASAN

A. Potensi Desa Wisata Taro Sebagai Destinasi Wisata Bersepeda

Desa Wisata Taro merupakan desa wisata yang terletak di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Provinsi Bali yang memiliki *competitive advantage Eco-Spiritual Destination*. Desa

Wisata Taro erat kaitannya dengan kedatangan Rsi Markandeya. Made Puri, yang telah menjadi Bendesa Adat Taro sejak tahun 1952 menuturkan tentang kedatangan Rsi Markandeya. Beliau berkata “Dari cerita tetua, konon desa ini ada berkat Rsi Markandeya yang datang dari Jawa dan dalam tapanya melihat sinar dari kawasan ini.” Sinar inilah yang konon menyebabkan Rsi Markandeya datang dan hendak tinggal di kawasan yang dulu disebut Sarwada. Sarwada merupakan singkatan dari Sarwa Ada (Taro) yang berarti serba ada. Pada saat itu desa ini dianugerahi banyak hal sehingga tidak kekurangan makan maupun minum. Pada akhirnya desa ini berubah nama dan disebut Desa Taro atau Desa Wisata Taro.

Desa Wisata Taro terletak pada ketinggian 600-750 MDPL di Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar, Bali dengan luas wilayah 13.083 km². Desa Wisata Taro merupakan salah satu dari tujuh desa lainnya yang terletak di Kecamatan Tegallalang. Desa Bugbug terdiri dari 14 banjar, diantaranya Br. Puakan, Br. Pakuseba, Br. Taro Kaja, Br. Taro Kelod, Br. Let, Br. Sengkaduan, Br. Pisang Kaja, Br. Pisang Kelod, Br. Patas, Br. Belong, Br. Ked, Br. Alas Pujung, Br. Alas Tatag, dan Br. Alas Tebuana. Lokasi Desa Wisata Taro berbatasan dengan Desa Apuan Kintamani di sebelah Utara, Desa Sebatu Tegallalang di sebelah Timur, Desa Kelusa Tegallalang di sebelah Selatan, serta Desa Puhu Payangan di sebelah Barat. Jarak Desa Wisata Taro dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai yaitu 54,1 km (\pm 1 jam 14 menit). Sementara jarak menuju Pelabuhan Padang Bai yaitu 53,5 km (\pm 1 jam 23 menit). Potensi wisata bersepeda untuk mendukung desa wisata berkelanjutan di Desa Wisata Taro diantaranya:

1. Atraksi

a. Iklim/ Suhu yang Sejuk

Desa Wisata Taro terletak di ketinggian 600-750 meter di atas permukaan laut yang menyebabkan Desa Wisata Taro memiliki iklim atau suhu yang sejuk dengan kisaran suhu rata-rata 20,5°C-29,7°C sehingga nyaman untuk melakukan aktivitas olahraga khususnya bersepeda. Dikarenakan Desa Wisata Taro memiliki suhu yang sejuk, hal tersebut menyebabkan banyaknya pesepeda atau wisatawan melakukan kegiatan bersepeda melintasi atau menuju Desa Wisata Taro atau dengan kata lain suhu yang sejuk yang dimiliki oleh Desa Wisata Taro menjadi daya tarik bagi para pesepeda.

b. Pemandangan yang Indah

Pemandangan yang indah menjadi salah satu ciri khas yang dimiliki oleh desa yang berada di dataran tinggi. Desa Wisata Taro memiliki pemandangan yang sangat indah dengan suguhan panorama persawahan dan perkebunan jeruk yang tentunya bermanfaat bagi wisatawan yang ingin menenangkan pikiran serta ingin menjauh sejenak dari kehidupan perkotaan. Dengan pemandangan indah yang dimiliki oleh Desa Wisata Taro, hal tersebut menjadi tujuan favorit bagi para pesepeda atau bagi para wisatawan yang ingin melakukan kegiatan wisata bersepeda.

c. Situs Warisan Sejarah

Situs warisan sejarah merupakan salah satu pertimbangan bagi para wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata, tidak terkecuali bagi wisatawan yang berkeinginan melakukan kegiatan wisata bersepeda. Desa Wisata Taro

memiliki banyak situs warisan sejarah seperti Pura Agung Gunung Raung yang dibangun pada abad ke-7, Lembu Putih, Alas Jaka, dan lain-lain. Dengan adanya banyak situs warisan sejarah di Desa Wisata Taro, hal tersebut menjadikan daya tarik wisata tambahan bagi para pesepeda atau wisatawan untuk datang dan berkunjung ke Desa Wisata Taro.

d. Atraksi Budaya/ Budaya Lokal

Atraksi budaya atau budaya lokal suatu daerah merupakan potensi yang dapat dijadikan daya tarik wisata. Desa Wisata Taro sebagai tujuan wisata bersepeda memiliki beragam atraksi budaya yang diwarisi secara turun temurun yang menjadikannya sebagai daya tarik wisata bagi para pesepeda atau wisatawan. Adapun atraksi budaya yang dimiliki oleh Desa Wisata Taro adalah arsitektur rumah tradisional Bali, adat bertani atau bercocok tanam, penyelenggaraan upacara adat seperti *Dewa Yadnya*, *Pitra Yadnya*, *Rsi Yadnya*, *Manusa Yadnya*, ataupun *Bhuta Yadnya* yang diselenggarakan berdasarkan kalender Bali, adat gotong royong atau *menyama braya*, dll.

e. *Spot* Foto Perpaduan Alami dan Buatan

Dalam kegiatan wisata bersepeda, salah satu hal yang paling digemari oleh para pesepeda atau wisatawan yang sekaligus dapat menjadi daya tarik wisata saat berkunjung ke suatu tempat adalah adanya *spot* foto yang memadukan antara alam dengan buatan manusia. Sebagai salah satu tujuan wisata favorit bagi para pesepeda *spot* foto di Desa Wisata Taro dengan mudah ditemui, *spot* foto yang memadukan alam dengan buatan manusia seperti yang terdapat di destinasi wisata The Fire Flies Garden. Contoh *spot* foto yang memadukan antara alam dan buatan manusia di The Fire Flies Garden adalah berupa rangkaian ranting berbentuk hati ataupun berbentuk menyerupai sarang burung dengan berlatar panorama sawah.

f. Tempat Rekreasi

Tempat rekreasi dapat menjadi salah satu daya tarik wisata di suatu daerah. Terdapat beberapa tempat rekreasi yang dapat dikunjungi oleh para pesepeda atau wisatawan saat hendak berkunjung ke Desa Wisata Taro. Beberapa tempat rekreasi yang berada di sepanjang jalur yang akan dilewati oleh para pesepeda adalah Pemulan Bali Farm Cooking School, Tegal Dukuh Camp, Yeh Pikat River Trekking & Waterfall, Lembu Putih, dan The Fire Flies Garden. Serta terdapat beberapa tempat rekreasi lainnya yang dapat dikunjungi yaitu Lembah Bidadari, D'Tunggir, Bali Tropical Wanna Trekking, Bali Hidden Village, dan objek wisata Semara Ratih Delodsema Village.

2. Akses

a. Koneksi dengan Jalan Raya Utama

Jalan raya utama merupakan salah satu hal penting yang menunjang kemudahan akses untuk menjangkau suatu tempat atau menghubungkan satu kawasan dengan kawasan yang lain. Jalan raya utama Desa Wisata Taro menghubungkan Desa Wisata Taro dengan berbagai kawasan pariwisata lainnya seperti Kintamani, Ubud, Gianyar,

Sukawati, dll. Dengan adanya jalan raya utama tersebut memudahkan wisatawan untuk menjangkau Desa Wisata Taro khususnya bagi wisatawan yang memiliki keinginan untuk melakukan kegiatan wisata bersepeda di Desa tersebut. Sehingga keberadaan jalan raya utama merupakan salah satu penentu daya tarik wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

b. Arus Lalu Lintas yang Rendah

Arus lalu lintas di jalan utama Desa Wisata Taro termasuk rendah dengan rata-rata 6 buah kendaraan setiap menit. Kondisi ini menjadikan Desa Wisata Taro sebagai destinasi wisata favorit bagi para pesepeda. Keberadaan arus lalu lintas yang rendah memastikan ketenangan bagi para wisatawan bersepeda, tanpa mereka merasa terganggu oleh kendaraan bermotor yang melaju lalu lalang di jalan utama. Hal ini tidak hanya menciptakan kenyamanan bagi para pengunjung, tetapi juga mengurangi potensi kecelakaan antara pesepeda dan pengguna jalan lainnya. Dengan demikian, rendahnya arus lalu lintas juga menjadi salah satu daya tarik bagi wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

c. Sedikit Persimpangan

Jalan utama di Desa Wisata Taro dirancang dengan sedikit persimpangan jalan yang memudahkan para pesepeda dan wisatawan menentukan arah tujuan mereka. Minimnya persimpangan jalan tidak hanya mengurangi kebingungan para pesepeda juga menjamin kelancaran aktivitas pesepeda dan meningkatkan tingkat keselamatan. Dengan sedikitnya jumlah kendaraan yang melintas disisi kanan dan kiri jalan menyebabkan para pesepeda dapat menikmati pengalaman bersepeda dengan lebih tenang. Oleh karena itu keberadaan sedikit persimpangan jalan juga menjadi faktor penentu dalam menarik wisatawan bersepeda di Desa Wisata Taro.

3. Fasilitas

a. Restoran

Hampir seluruh daya tarik wisata memerlukan adanya kelengkapan amenities berupa restoran yang menjual makanan dan minuman bagi para wisatawan. Desa Wisata Taro telah menawarkan beberapa pilihan restoran bagi para pesepeda diantaranya Pemulan Bali Cooking School, Nandini Resto, restoran di The Fire Flies Garden dan lain-lain. Keberadaan restoran ini memastikan kenyamanan dan kemudahan bagi para wisatawan terutama para pesepeda untuk mendapatkan makanan dan minuman yang diperlukan. Oleh karena itu peran restoran menjadi faktor penentu dalam meningkatkan daya tarik wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

b. Warung

Warung atau toko kelontong yang menjual kebutuhan sederhana seperti air mineral, kudapan, sembako, alat mandi dan lain-lain, mungkin akan dibutuhkan oleh para pesepeda di sepanjang lintasan. Di Desa Wisata Taro telah tersedia banyak warung dan toko kelontong yang dikelola langsung oleh masyarakat setempat. Adanya warung atau toko kelontong dapat memudahkan memudahkan wisatawan

menemukan atau membeli barang-barang yang dibutuhkan. Sehingga peran warung atau toko kelontong juga menjadi salah satu faktor penting daya tarik wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

c. Mini Market

Di suatu tempat wisata, toko serba ada atau *minimarket* memiliki fungsi yang hampir sama dengan warung atau toko kelontong yaitu menjual barang-barang kebutuhan wisatawan seperti air mineral, kudapan, sembako, alat mandi dan lain-lain. Namun yang membedakan *minimarket* dengan toko kelontong adalah *minimarket* menawarkan barang-barang yang lebih lengkap yang disertai dengan variasi pilihan yang lebih banyak atau beragam. Di Desa Wisata Taro telah tersedia beberapa *minimarket* seperti Taro Mart, Bagus Shop, dan Toko Bagus

d. Lampu Penerangan Jalan

Lampu penerangan jalan atau Penerangan Jalan Umum (PJU) adalah infrastruktur lampu yang merupakan pelengkap jalan sehingga dapat digunakan untuk menerangi jalan dikala gelap. Dengan adanya Penerangan Jalan Umum (PJU), para pejalan kaki, pesepeda dan pengendara kendaraan bermotor merasa terbantu untuk dapat melihat lebih jelas jalan/medan yang akan dilalui pada saat kondisi masih gelap. Keberadaan Penerangan Jalan Umum (PJU) bagi para pesepeda di suatu tempat wisata sangat diperlukan terlebih lagi bagi para pesepeda atau wisatawan yang berkeinginan memulai kegiatan bersepeda di pagi hari pada saat kondisi masih gelap seperti pada pukul 04.00 atau 05.00 dini hari dan juga bagi para pesepeda atau wisatawan yang memulai kegiatan wisata bersepeda di sore hari dan *finish* di malam hari. Desa Wisata Taro sebagai salah satu tujuan wisata bersepeda favorit bagi wisatawan telah memiliki cukup lampu penerangan jalan

e. Jaringan Seluler

Saat ini telepon genggam telah menjadi alat komunikasi utama bagi banyak orang. Sehingga keberadaan jaringan seluler juga diperlukan agar komunikasi dapat terjadi. Saat ini kegiatan wisata dan kegiatan olahraga juga telah memanfaatkan jaringan seluler. Dalam kegiatan olahraga, jaringan seluler digunakan untuk mengoperasikan aplikasi olahraga yang digunakan sehingga seseorang mengetahui seberapa banyak kalori yang terbakar, seberapa jauh jalur yang telah ditempuh, dll. Sedangkan dalam kegiatan wisata, jaringan seluler digunakan untuk mengunggah momen yang dialami wisatawan ke sosial media, dimanfaatkan dalam keadaan darurat, dll. Dalam kegiatan wisata bersepeda, jaringan seluler dapat digunakan oleh para pesepeda atau wisatawan untuk mengoperasikan aplikasi olahraga yang digunakan, untuk mengabadikan momen yang kemudian diunggah ke akun sosial media pribadi, untuk berkomunikasi apabila wisatawan berada dalam keadaan darurat, dll. Di Desa Wisata Taro sudah tersedia jaringan seluler yang cukup kuat dan sudah tersedia hampir untuk seluruh kartu prabayar sehingga para pesepeda atau wisatawan dapat melakukan *updating*, bernavigasi *online*, dll. Dari paparan tersebut dapat dikatakan

bahwa jaringan seluler merupakan salah satu penentu daya tarik wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

f. Rest Area

Rest area atau tempat istirahat merupakan tempat yang diperuntukkan bagi pengguna jalan untuk beristirahat, melepaskan penat dan jenuh selama perjalanan. *Rest area* biasanya dilengkapi dengan berbagai fasilitas diantaranya lahan parkir, tempat pembelian makanan dan minuman, toilet, ruang ganti, dll. Desa Wisata Taro sebagai salah satu tujuan wisata bersepeda di Kabupaten Gianyar telah memiliki 4 buah *rest area* dengan keunikannya masing-masing yang diperuntukkan secara khusus bagi para pesepeda atau wisatawan. Adapun keempat *rest area* tersebut yakni Tegal Dukuh Camp, Tegal Wedangga, Balinese Tradisional House, dan Lembu Putih. Di Tegal Dukuh Camp para pesepeda dapat beristirahat sambil menikmati kudapan khas Tegal Dukuh yaitu *Jaje lalak* ditemani secangkir teh atau kopi.

g. Pilihan Rute

Salah satu hal yang menjadi pertimbangan dalam memilih tempat tujuan wisata bagi para pesepeda adalah adanya pilihan rute. Sebagai salah satu tujuan wisata bersepeda favorit Desa Wisata Taro telah memiliki 2 pilihan rute. Kedua jalur tersebut adalah jalur *challenging* dan jalur *regular*. Jalur *challenging* merupakan jalur yang lebih memicu *adrenaline* sehingga jalur ini lebih diperuntukkan bagi para pesepeda atau wisatawan yang menyukai tantangan. Jalur *challenging* memiliki panjang jalur 16,48 km. Sedangkan bagi wisatawan yang tidak terlalu menyukai tantangan dan lebih memilih untuk bersepeda sembari menikmati udara segar, panorama alam, dan suasana pedesaan dapat memilih jalur *regular* dengan panjang jalur 13,38 km.

h. Akomodasi

Akomodasi menjadi salah satu elemen terpenting dari suatu daerah tujuan wisata. Dengan adanya akomodasi dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan. Desa Wisata Taro sebagai salah satu destinasi wisata bersepeda telah menyediakan beragam akomodasi mulai dari villa, *homestay*, hingga tempat berkemah atau *camping*. Adapun akomodasi yang dimaksud diantaranya Tegal Dukuh Camp, Jro Mangku Gede House, Govinda Villa, Bali Coconut House, Komang Petak Homestay, Made Bidel Homestay, dll. Ketersediaan akomodasi ini tidak hanya memudahkan para pengunjung dalam menjalani kegiatan wisata, tetapi juga menjadi daya Tarik tambahan untuk menarik minat wisatawan ke Desa Wisata Taro.

i. Pos P3K

keberadaan pos P3K atau layanan kesehatan menjadi hal penting untuk mengantisipasi kejadian yang tidak diinginkan bagi pesepeda atau wisatawan yang sedang bersepeda. Dengan adanya fasilitas kesehatan, para pesepeda akan cepat mendapatkan pertolongan pertama dalam mengatasi kecelakaan kecil atau bahkan kejadian yang lebih serius. Di Desa Wisata Taro pos P3K atau fasilitas kesehatan

telah disediakan melalui Puskesmas yang terletak dekat dengan kantor desa. Keberadaan fasilitas ini tidak hanya memberikan rasa aman bagi para pesepeda, tetapi juga menunjukkan komitmen desa dalam menyediakan pelayanan kesehatan yang memadai bagi wisatawan yang bersepeda di Desa Wisata Taro.

j. Tempat Penyewaan Sepeda

Tempat penyewaan sepeda memegang peran penting dalam penyelenggaraan wisata bersepeda. Keberadaannya tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan, tetapi juga memudahkan mereka dalam mendapatkan sepeda tanpa harus membawanya sendiri ke tempat tujuan. Di Desa Wisata Taro telah tersedia tempat penyewaan sepeda dengan total sepeda sebanyak 16 unit yang terdiri dari 11 sepeda untuk orang dewasa dan 5 sepeda untuk anak-anak dengan kemungkinan penambahan jumlah sepeda. Dengan adanya fasilitas ini, Desa Wisata Taro, dapat menjadi lebih menarik sebagai destinasi wisata bersepeda, memberikan pengalaman praktis dan nyaman bagi para pengunjung.

k. Bengkel

Keberadaan bengkel berfungsi untuk menyediakan *spare-part*, pengisian angin pada ban, perbaikan rantai, atau penambahan oli, dan perbaikan lainnya. Sehingga keberadaan bengkel dirasa perlu di suatu tempat wisata bersepeda. Di Desa Wisata Taro, bengkel untuk kendaraan sudah tersedia dan layak untuk dioperasikan termasuk bagi pesepeda.

l. ATM / Bank / Tempat Tarik dan Setor Tunai

keberadaan tempat tarik dan setor tunai seperti ATM dan bank menjadi aspek penting di suatu tempat wisata maupun destinasi wisata bersepeda. Para pesepeda atau wisatawan cenderung membawa uang tunai dalam jumlah terbatas sehingga keberadaan tempat untuk dapat melakukan tarik dan setor tunai sangat dibutuhkan. Di Desa Wisata Taro telah tersedia tempat untuk melakukan tarik dan setor tunai yaitu berupa Agen BRI Link yang tidak hanya menyediakan layanan Tarik dan setor tunai tetapi juga dapat melayani transaksi antar bank. Hal ini memberikan kenyamanan ekstra bagi para pengunjung, memastikan bahwa kebutuhan finansial mereka dapat terpenuhi dengan mudah selama menjelajahi wisata bersepeda di Desa Wisata Taro.

B. Desa Wisata Taro Sebagai Desa Wisata Berkelanjutan

Desa Wisata Taro telah mencapai keberhasilan dibidang pariwisata, yang ditandai dengan kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara yang semakin meningkat. Atraksi wisata yang telah dikembangkan yaitu wisata bersepeda mengelilingi Desa Wisata Taro telah menjadi salah satu atraksi yang memikat minat para pengunjung. Keberhasilan ini membantu mempromosikan identitas dan potensi pariwisata Desa Wisata Taro sehingga menyebabkan Desa Wisata Taro lebih dikenal oleh wisatawan lokal maupun mancanegara.

Desa Wisata Taro telah membuktikan bahwa kegiatan wisata bersepeda telah memberi banyak manfaat positif baik bagi keberlanjutan lingkungan maupun ekonomi serta sosial budaya

masyarakat setempat. Keberhasilan tersebut terwujud dalam penerimaan Sertifikat Desa Wisata berkelanjutan dari Indonesia Sustainable Council (ISTC) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI

Pada tahun 2021 (Kalpikawati dan Chintia Pinaria, (2023). Hal ini menegaskan kontribusi signifikan Desa Wisata Taro dalam memajukan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

Beberapa dampak Wisata Bersepeda bagi Desa Wisata Taro diantaranya;

1. Dampak terhadap keberlanjutan lingkungan

Wisata bersepeda sering dianggap sebagai pilihan yang ramah lingkungan. Dengan mempromosikan kegiatan bersepeda, Desa Wisata Taro dapat memupuk kesadaran lingkungan dan memperkuat komitmen terhadap keberlanjutan diantaranya

a. Konservasi Energi Wisata

bersepeda akan membutuhkan energi lebih sedikit dibandingkan menggunakan transportasi dengan kendaraan bermotor. Karena penggunaan energi yang lebih sedikit maka kontribusi terhadap emisi gas rumah kaca juga sedikit sehingga bersepeda dapat dianggap sebagai transportasi yang ramah terhadap lingkungan

b. Pemeliharaan kualitas udara

Sebagian besar polusi udara disebabkan oleh bahan bakar kendaraan bermotor. Penggunaan sepeda dapat membantu mengurangi polusi udara di Desa Wisata Taro. Adanya kebijakan wisata bersepeda di Desa Wisata Taro maka masyarakat dan wisatawan dapat menikmati udara yang lebih bersih dan sehat

c. Peningkatan kebersihan dan keindahan lingkungan

Adanya destinasi wisata bersepeda di Desa Wisata Taro menyebabkan masyarakat Desa WisataTaro lebih memperhatikan kebersihan lingkungan yang berdampak pada keindahan Desa Wisata Taro. Bersihnya lingkungan di Desa Wisata Taro tidak lepas dari peran pemerintah Desa Taro yang telah berhasil menerapkan pengelolaan sampah berbasis sumber melalui Perdes Desa Taro No.2 tahun 2020 terkait pengolahan sampah berbasis sumber (Kalpikawati dan Chintia Pinaria, 2023). Hal ini tercantum pada kriteria bidang keberlanjutan lingkungan tentang hasil penilaian *good point* capaian destinasi dan kegiatan sertifikasi desa wisata berkelanjutan di Desa Taro yang mencantumkan bahwa pengelolaan sampah berbasis sumber melalui kegiatan TPS3R Desa Taro sangat bermanfaat untuk kebersihan lingkungan Desa Taro. Kebersihan lingkungan merupakan poin positif untuk dapat memberikan pengalaman positif bagi wisatawan.

2. Dampak Terhadap keberlanjutan ekonomi masyarakat setempat

a. Pemberdayaan ekonomi lokal

Adanya destinasi wisata bersepeda di Desa Wisata Taro akan dapat membuka peluang usaha dan lapangan pekerjaan bagi penduduk lokal seperti usaha penyewaan sepeda, usaha homestay, restoran dan produk kerajinan lokal. Peningkatan permintaan terhadap produk dan jasa di Desa Wisata Taro dapat mendorong pertumbuhan ekonomi di desa,

membantu diversifikasi mata pencaharian penduduk desa. Hal ini tertuang pada kriteria bidang keberlanjutan ekonomi, bahwa diperoleh nilai *good point* untuk capaian destinasi dan kegiatan sertifikasi desa wisata berkelanjutan di Desa Taro, bahwa sudah mulai banyak/tumbuh berkembang generasi muda yang menjadi *champion* memulai membuka lapangan pekerjaan dibidang pariwisata untuk dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal

b. Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Desa

Peningkatan kunjungan wisatawan bersepeda ke Desa Wisata Taro dapat memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan dapat menciptakan lapangan kerja yang baru.

3. Dampak terhadap keberlanjutan Budaya

Wisata bersepeda dapat menjadi sarana untuk mempromosikan budaya lokal atau kegiatan-kegiatan tradisional yang mencerminkan kekayaan budaya Desa. Desa Wisata Taro telah mengembangkan rute untuk wisata bersepeda yang melewati situs-situs bersejarah di Desa Taro diantaranya Pura Agung Gunung Raung, destinasi wisata Lembu Putih Taro.

PENUTUP

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa Desa Wisata Taro memiliki potensi yang besar sebagai destinasi wisata bersepeda. Beberapa faktor yang menjadi penentu daya tarik wisata bersepeda di Desa Wisata Taro antara lain adalah atraksi wisata yang meliputi iklim yang sejuk, pemandangan alam yang indah, situs warisan sejarah, atraksi budaya, spot foto dengan perpaduan alami dan buatan serta tempat rekreasi. Faktor pendukung yang juga turut sebagai penentu keberhasilan Desa Wisata Taro sebagai destinasi wisata bersepeda adalah aksesibilitas seperti koneksi dengan jalan raya utama, arus lalu lintas desa yang rendah, jalan lintasan dengan sedikit persimpangan, tersedia juga fasilitas seperti restoran, warung, mini market, lampu penerangan jalan yang cukup, jaringan seluler tersedia dan rest area tempat wisatawan beristirahat.

Pengelolaan dan pemanfaatan potensi tersebut dapat dilakukan melalui upaya pelestarian dan pengembangan atraksi wisata, perbaikan fasilitas, promosi destinasi wisata bersepeda, serta kerjasama dengan pihak terkait. Hal ini dapat menjadi langkah-langkah strategi untuk menjaga keberlanjutan pariwisata di desa Wisata Taro dan memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal serta kesejahteraan masyarakat.

Dengan menggali lebih dalam potensi wisata bersepeda di Desa Wisata Taro, diharapkan dapat memperkuat posisi Desa Wisata Taro sebagai destinasi desa wisata berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Avenzora, Ricky dan Priyono Eka Pratiekto. (2013). *Ecotourism and Sustainable Tourism Development In Indonesia Potentials, Lessons and Best Practices*. Kementerian Kehutanan RI.
- Badan Pusat Statistik. (2016). *Provinsi Bali Dalam Angka Tahun 2016*. Bali: BPS Provinsi.
- Benawa, Arcadius. (2018). "EKO-SPIRITUAL Dimensi Iman yang Lama Terabaikan". *Jurnal Pasupati*, (online). Vol. 7, No. 2. hlm. 153-177 (<http://www.ojs.stahdnj.ac.id/index.php/pasupati/article/view/119/41>, diakses 8 Maret 2021).
- Bramana, Septian Rio. (2018). *Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Pariwisata Alam Di Kabupaten Jombang*. Surabaya: Universitas Airlangga.
- Damanik J. (2013). *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta (ID): Pustaka Pelajar.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Gianyar. (2011). *Potensi Pariwisata Kabupaten Gianyar*.
- Gazzola, P. (2018). *Cycle Tourism as a Driver for the Sustainable Development of Little-Known or Remote Territories: The Experience of the Apennine Regions of Northern Italy*.
- Kalpikawati, Ida Ayu dan Ni Wayan Chintia Pinaria. (2023) *Partisipasi Masyarakat Lokal Dalam pengelolaan Sampah Berbasis Sumber Mendukung Desa Wisata Berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Taro, Bali)* *Jurnal Ilmia Pariwisata* Volume 28 No 1 (2023). <https://jurnalpariwisata.iptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1676>
- KBBI. *Atraksi Wisata*. Diakses pada 23 Februari, 2021. Diakses dari <https://kbbi.kata.web.id/atraksi-wisata/>
- Lintasbali.com. 2021, 30 Januari. *Berkantor di Bali, ini Komitmen Menparekraf di Desa Wisata Taro*, (online). (<https://lintasbali.com/berkantor-di-bali-ini-komitmen-menparekraf-di-desa-wisata-taro/2021/>, diakses 4 Maret 2021).
- Muljadi, A. J. (2012). *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Priasukmana, Soetarso., dan R. Mohamad Mulyadin. (2001). *Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah*. *Info Sosial Ekonomi*. 2(1): 37-44.

**PENERAPAN PRINSIP AKUNTABILITAS DAN TRANSPARANSI PENGELOLAAN
KEUANGAN (*Studi Kasus*) DI MANAJEMEN OPERASIONAL BADAN PENGELOLA
OBYEK DAYA TARIK WISATA JATILUWIH KECAMATAN PENEBEL KABUPATEN
TABANAN**

I Wayan Tuwi
I Putu Arnawa

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Sebagai salah satu sinergisitas program pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi kreatif, yang dikaitkan dengan peran perguruan tinggi dalam program pemberdayaan masyarakat. Maka dibutuhkan sebuah program berkesinambungan antara Pemerintah dan Perguruan Tinggi, sebagai upaya efisiensi dan efektifitas program produktif dalam Pemeberdayaan Masyarakat berbasis Pariwisata berkelanjutan. Pariwisata berbasis masyarakat semakin dianggap sebagai alternatif yang lebih berkelanjutan, karena menekankan keterlibatan aktif masyarakat setempat dan kontrol mereka terhadap pengembangan pariwisata. Konsep pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism yang disingkat CBT, merupakan sebuah konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal. Dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan dan penyampaian pendapat (Suansri P, 2003) .

Program yang digulirkan oleh pemerintah dalam kegiatan pariwisata di pedesaan dengan mengembangkan desa wisata sebagai program yang mampu mempercepat pertumbuhan baik ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan dalam mempercepat pertumbuhan di daerah pedesaan. Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku Pada prinsipnya, dasar dari pengembangan desa wisata itu adalah Pertama, Pengembangan fasilitas-fasilitas wisata dalam skala kecil beserta pelayanan di dalam atau dekat dengan desa. Kedua, Fasilitas-fasilitas dan pelayanan tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh penduduk desa, salah satu bisa bekerjasama atau individu yang memiliki. Ketiga, Pengembangan desa wisata didasarkan pada salah satu “sifat” budaya tradisional yang melekat pada suatu desa atau “sifat” atraksi yang dekat dengan alam dengan pengembangan desa sebagai pusat pelayanan bagi wisatawan yang mengunjungi kedua atraksi tersebut. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masyarakat tersebut serta memiliki kesadaran akan peluang dan kesiapan menangkap manfaat yang dapat dikembangkan dari kegiatan pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat. penerapan prinsip akuntabilitas dan transparansi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan sebuah organisasi, baik organisasi pemerintah, organisasi swasta, organisasi sektor publik .

Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih merupakan sebuah destinasi wisata pedesaan sudah dikenal oleh wisatawan baik wisatawan mancanegara maupun domestik yang dalam pengelolaannya dijalankan oleh Manajemen Operasional yang bertanggungjawab kepada Badan Pengelola Obyek dan Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Dimana Manajemen Operasional inilah diberikan mandat untuk merancang , mengelola dan melaporkan terkait dengan keuangan dari Obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Dalam menjalankan organisasinya Badan Pengelola yang ditunjuk menetapkan tiket masuk untuk wisatawan melalui Surat Keputusan Ketua Umum Badan Pengelola Daya Tarik Wisata Jatiluwih No.1 Tahun 2016 untuk wisatawan asing Rp.40.000,-per orang untuk Dewasa dan Anak-anak Rp.30.000,-per orang sedangkan wisatawan domestik Rp.15.000,-perorang untuk Dewasa dan Anak-anak Rp.5.000,-

Berdasarkan penjelasan dari Sekretaris Manajemen Operasional yang sekaligus sebagai Plt. Divisi Administrasi dan Keuangan Ibu Ni Putu Ayu Wulandari,SE. Sejak dibukanya pariwisata kunjungan wisatawan baik mancanegara maupun domestik sudah meningkat dimana sampai periode Agustus 2022 Kunjungan Wisatawan mancanegara mencapai 27.600 orang sedangkan wisatawan domestik 4343 orang. Memperhatikan kondisi tersebut penerapan prinsip akuntabilitas dan transparansi merupakan suatu hal yang sangat penting dalam pengelolaan keuangan sebuah organisasi, baik organisasi pemerintah, organisasi swasta, organisasi sektor publik .

PEMBAHASAN

Metodelogi Penelitian

A. Populasi dan sampel

Dari populasi yang ada di badan pengelola dan manajemen operasional yang diambil sebagai sampel dalam penelitian ini adalah: 1). Badan Pengelola Daya Tarik Wisata Jatiluwih (Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan, Kepala Desa Jatiluwih, dan Bendesa Adat Jatiluwih) ; 2). Manajemen Operasional Daya Taruk Wisata Jatiluwih (Asisten 2, Sekretaris dan Divisi perencanaan dan keuangan).

B. Profile Responden

Adapun responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah lembaga-lembaga mendapat kontribusi dari pengelolaan Obyek dan Daya Tarik Wisata Jatiluwih sesuai dengan Surat Perjanjian Kerjasama, Nomor : 415.4/PKS-T.Pem/025/XII/2018 Nomer : 415.4/661/2018, Nomer : 17/DPGS/2018, Nomer :12/SBJT/XII/2018, antara lain sebagai berikut :

- 1 Badan Pengelola :
 - a) Kepala Dinas Pariwisata Kab. Tabanan Bapak I Gusti Ngurah Suryana.
 - b) Kepala Desa Jatiluwih/Wakil Ketua :Bapak I Nengah Kartika,ST;
 - c) Bendesa Desa Adat Gunungsari : Bapak Ketut Widadi
- 2 Manajemen Operasional Pengelola :
 - a) Asisten II : Bapak I Made Gede Winaya;
 - b) Sekretaris : Ibu Ni Putu Ayu Wulandari,SE;
 - c) Divisi Perencanaan dan Keuangan : I Wayan Suarka.;

C. Metode dan Tehnik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- 1) Pengamatan (Observasi) Observasi adalah pengamatan secara langsung ke objek peneliti.
- 2) Wawancara (*Interview*) Wawancara dilakukan secara terbuka dan mendalam agar dapat memahami mengenai akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan Obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Tujuan wawancara adalah mendapatkan berbagai informasi mengenai pengelolaan keuangan pada Obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih.
- 3) Dokumentasi adalah pengumpulan data yang berupa dokumen, catatan, foto, laporan maupun rekaman yang relevan mengenai pengelolaan Keuangan di Obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih.

D. Variabel Penelitian

Untuk menjelaskan konsep operasional, maka variabel-variabel yang digunakan dapat dioperasionalkan sebagai berikut:

- 1) Akuntabilitas adalah prinsip pertanggungjawaban publik yang berarti bahwa proses pengelolaan Keuangan Obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih, mulai dari perencanaan, penyusunan dan pelaksanaan harus benar-benar dapat dilaporkan dan dipertanggungjawabkan kepada Desa dan Pemerintah Daerah Kabupaten Tabanan melalui Dinas Pariwisata serta masyarakat.
- 2) Transparansi adalah keterbukaan dalam proses perencanaan, penyusunan, pelaksanaan anggaran kegiatan. Transparansi memberikan arti bahwa anggota masyarakat memiliki hak dan akses yang sama untuk mengetahui proses pengelolaan Keuangan karena menyangkut kontribusi ke masing-masing peserta kerjasama.

E. Tehnik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendiskripsikan atau menggambarkan suatu objek penelitian melalui data yang telah terkumpul atau dengan menggunakan keterangan-keterangan yang telah diperoleh langsung dari lapangan. Data yang telah diperoleh diuraikan secara sistematis dan terperinci kemudian disusun kedalam format yang lebih mudah untuk dipahami. Kegiatan analisis data penelitian kualitatif ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus dan sampai tuntas.

Hasil Penelitian

A. Aliran Kas

1) Aliran kas Masuk

Sumber penerimaan kas Daya Tarik Wisata Jatiluwih:

- 1) Penerimaan dari hasil penjualan tunai berupa penjualan tiket masuk. Divisi Administrasi dan Keuangan bertanggung jawab dalam menerima, menyetor, mengeluarkan, dan mencatat pengelolaan keuangan manajemen operasional sesuai dengan ketentuan yang berlaku dan bertanggung jawab dalam pembuatan laporan keuangan sesuai dengan laporan yang telah dibuat oleh bagian operasional;

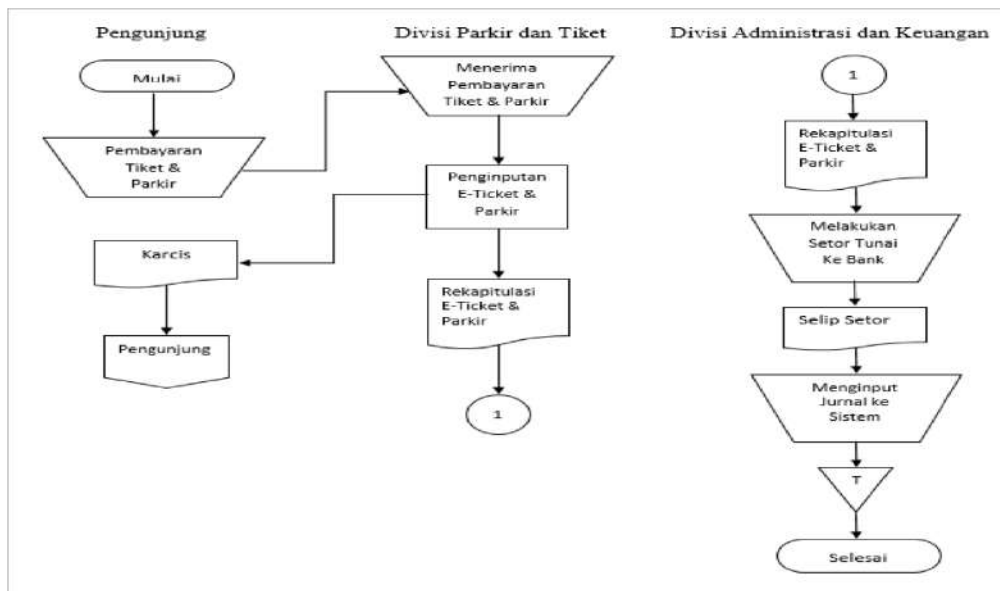
2) Pihak Bank .

Yang merupakan tempat untuk menyimpan uang dari hasil penjualan yang disetorkan oleh Divisi Parkir dan Tiket per-hari, melalui Divisi Administrasi keuangan;

3) Pihak Asuransi.

Asuransi merupakan pihak yang berkerjasama dengan DTW Jatiluwih

Flowchart pendapatan Tiket dan Parkir



Flowchart Penerimaan kas :

- 1). Mulai;
- 2). Tamu melakukan pembayaran tiket masuk dan tiket parkir secara *cash*;
- 3). Petugas loket menerima pembayaran yang dilakukan pengunjung;
- 4). Petugas loket memproses transaksi di mesin *e-ticket*.
- 5). Mesin *e-ticket* mengeluarkan karcis dan karcis diberikan kepada pengunjung.
- 6). Petugas loket melakukan rekapitulasi pendapatan tiket masuk dan parkir perhari dengan menggunakan mesin *e-ticket*.
- 7). Rekapitulasi tiket diserahkan ke bagian Divisi Administrasi & Keuangan.
- 8). Setelah itu, Divisi Administrasi & Keuangan melakukan setoran tunai ke bank.

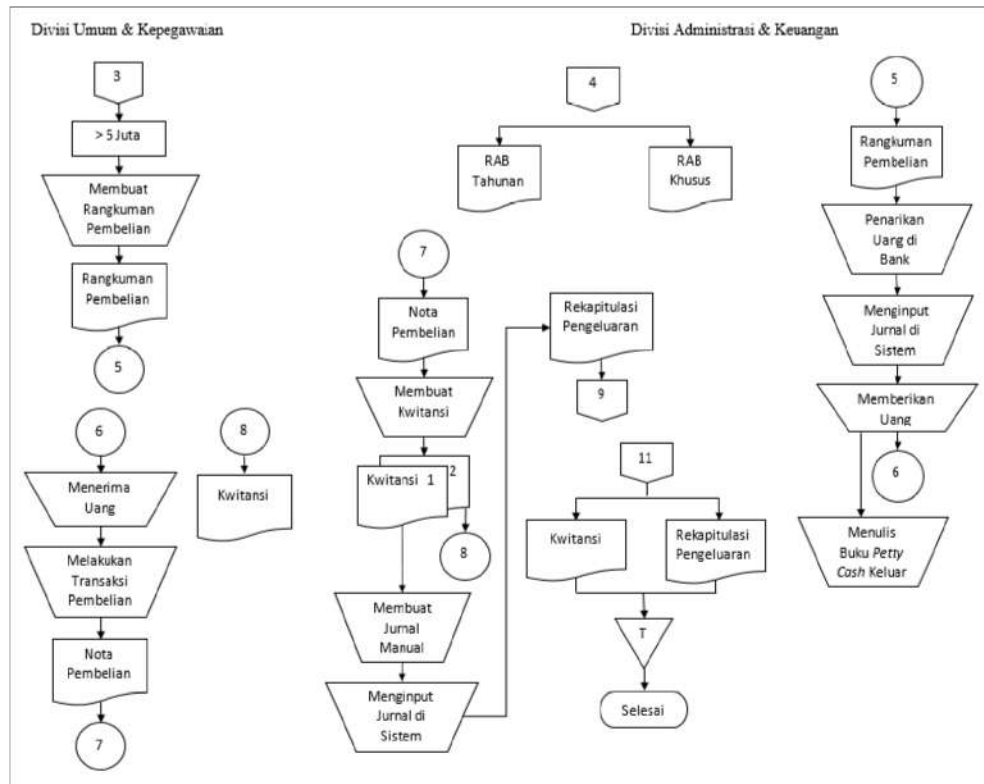
2) Aliran kas keluar

Bagian-bagian yang terkait dalam pengeluaran kas di manajemen operasional Daya Tarik Wisata Jatiluwih :

- a) Manajer adalah pihak yang mempunyai kewenangan dalam mengotorisasi ;
- b) Divisi Umum dan Kepegawaian adalah pihak yang berwenang atas pembuatan Rangkuman Pembelian dari setiap pos-pos biaya (manajemen operasional, pengembangan, promosi, dan badan pengelola) dan sebagai *Purchasing* atau orang yang berbelanja.

- c) Divisi Perencanaan dan Pengembangan adalah pihak yang berwenang atas pembuatan rancangan anggaran biaya (RAB) tahunan, dimana RAB tersebut sebagai acuan dalam pengeluaran-pengeluaran yang akan terjadi dalam periode terkait. RAB tahunan dibuat berdasarkan gambaran dari RAB tahun sebelumnya.

Flowchart Pengadaan Barang



Divisi Perencanaan & Pengembangan

- 1) Mulai;
- 2) Setiap tahun, Divisi Perencanaan & Pengembangan membuat RAB Tahunan yang menjadi acuan dari pengeluaran-pengeluaran yang ada Pengeluaran;
- 3) Jika pembelian tersebut dibawah Rp. 5.000.000 akan diberikan langsung kepada Divisi Umum dan Kepegawaian.

B. Akuntabilitas

2) Akuntabilitas Kejujuran dan Hukum

Akuntabilitas kejujuran ini tentu penting agar terciptanya tata kelola atau praktik yang sehat dan terhindar dari penyalahgunaan kekuasaan. Pertanggungjawaban atau akuntabilitas kejujuran di dalam pengelolaan Daya Tarik Wisata Jatiluwih ini tercermin oleh tindakan dari Manajemen Operasional Pengelola Daya Tarik Wisata Jatiluwih bertanggungjawab secara jujur terkait dokumen internal.

“*begini laporan Keuangan ga bisa kita tutup-tutupi tidak, tetapi karena kami sekarang berada dibawah Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan yang*

sebelumnya Ketua umumnya Bupati Tabanan , sekarang lebih mudah berkordinasi dan secara rutin paling tidak 3 bulan sekali dilakukan rapat dan kadang-kadang secara langsung datang” (Ni Luh Putu Ayu Wulandari,SE)

Pertanggungjawaban atau akuntabilitas obyek DTW Jatiluwih dari sisi legalitas atau hukumnya itu berdasarkan surat kesepakatan atau perjanjian Nomor : 15 Tahun 2015 antara Badan Pengelola obyek DTW Jatiluwih dengan pemerintah Kabupaten Tabanan yang dalam hal ini ditunjuk Kepala Dinas Pariwisata. Kedua belah pihak inilah yang sekarang mengelola obyek DTW Jatiluwih tersebut dan kemudian membentuk Manajemen Operasional untuk mengelola objek Daya Tarik Wisata. Bovens (2007) akuntabilitas hukum biasanya akan didasarkan pada tanggung jawab khusus, baik secara formal maupun legal yang diberikan kepada pihak berwenang.

3) Akuntabilitas Proses

Akuntabilitas proses yang menekankan kepada prosedur yang dilakukan oleh Manajemen Operasional obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih didalam beroperasi. Peneliti melihat bahwa manajemen operasional di dalam bekerja sudah baik dan sungguh - sungguh, salah satu contohnya *checker* didalam Daya Tarik Wisata ini yang berfungsi untuk mengecek tiket dari setiap pengunjung obyek DTW Jatiluwih. *Checker* berkerja dengan baik dalam artian benar benar mengecek tiket yang dibawa oleh pengunjung. Apabila pengunjung tidak membawa tiket maka *checker* tidak akan mengizinkan pengunjung untuk masuk.

Akuntabilitas dalam hal tindakan dan aktifitas yang dilakukan oleh pengelola juga sesuai seperti yang disampaikan oleh I Wayan Suarka:

“.....dan disitu orang beli tiket kalau penjual tiketnya main main hati – hati. Kenapa? Itu akan diplong di pintu berikutnya. Tamu itu setelah dia beli tiket di tiket dia harus bawa sobekannya itu akan di plong ada tempat pengeplongan” (I Wayan Suarka)

Pengakuan dari I Wayan Suarka di atas mencerminkan bahwa bagian tiket akan sulit untuk melakukan tindakan yang buruk perihal penjualan tiket. Pernyataan dari I Wayan Suarka dan di benarkan juga oleh I Gede Made Winaya selaku Asisten 2 Manajemen Operasional tersebut mengindikasikan bahwa adanya sebuah upaya dari pihak pengelola agar adanya sebuah tindakan yang jujur dan tidak merugikan masyarakat. Ini menunjukkan sebuah tindakan yang mengarah kepada sebuah pengamalan konsep *parahyangan* yang mengedepankan harmonisasi dengan sang pencipta dengan bertindak dengan jujur.

Hasil observasi peneliti yang secara langsung membayar tiket masuk saat berkunjung kesana menunjukkan kesesuaian antara harga yang diatur dengan harga yang sebenarnya dibebankan ke pengunjung. Menurut Mardiasmo (2002) pengawasan dan pemeriksaan terhadap pelaksanaan akuntabilitas proses dapat dilakukan, misalnya dengan memeriksa ada tidaknya *mark up* dan pungutan - pungutan lain di luar yang ditetapkan. Fakta ini menunjukkan bahwa bagian tiket pada manajemen operasional ini sudah bertindak sesuai dengan aturan yang dimana peneliti dibebankan biaya Rp 15.000/orang sebagaimana yang tercantum di dalam brosur Jatiluwih yang didapatkan

oleh peneliti dari salah satu informan serta pengelola tidak melakukan *mark up* harga yang dapat merugikan pengunjung atau masyarakat. Salah seorang informan juga sempat menyatakan hal yang terkait dengan harga masuk dari Daya Tarik Wisata Jatiluwih:

“.....tapi secara kasarnya dapat saya katakan itu domestik Dewasa. Yang domestik dewasa itu.....Rp. 15.000, terus yang anak-anak Rp.5000. Untuk yang asing anak anak ituRp.30.000,-, yang asing dewasa itu Rp.40.000,-” (Ni Luh Ayu Wulandari,SE)

4) Akuntabilitas Program

Akuntabilitas program yang dimana akuntabilitas ini menekankan pada sebuah program, sebuah upaya dari pengelola untuk merealisasikan visi serta misi yang tujuannya agar memberikan sebuah *feedback* yang bermanfaat bagi masyarakat. Akuntabilitas program yang dilakukan oleh pengelola obyek Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih ini mencakup program pengembangan serta program promosi. Program pengembangan itu terkait dengan infrastruktur yang ada disepertaran area objek wisata Jatiluwih. Hal tersebut disampaikan oleh I Made Suarka:

“.....penataan lahan didepan kantor untuk areal parkir dengan dilakukan rabat /cor beton untuk membuat para pengunjung atau tamu dapat kenyamanan walaupun terletak dipinggir jalan dengan areal yang sempit dengan penataan kenyamanan akan terjamin , itu termasuk program salah satu pengembangan infrastruktur kita...” (I Made Suarka)

Bapak I Gede Made Winaya juga menyampaikan hal yang sama:

“...Itu salah satu program kita dalam penataan infra struktur untuk kenyamanan tamu karen areal parkir kita sangat terbatas dengan memanfaatkan pinggir jalan , yang sudah barang tentu untuk nyaman tamu karena lalu lalang kendaraan sangat ramai pada momen-momen tertentu..” (I Gede Made Winaya)

Pertanggungjawaban program yang dilakukan oleh manajemen Operasional Jatiluwih dengan cara melakukan rapat rapat yang dilaksanakan dalam kurun waktu setahun baik yang bersifat rutin maupun yang bersifat tidak rutin. Manajemen operasional bertanggungjawab atas program program yang mereka laksanakan dengan mengadakan rapat yang tujuannya untuk membuat sebuah perencanaan program program yang akan dilakukan dalam kurun waktu satu tahun ke depan. Upaya yang dilakukan oleh pihak pengelola dengan melakukan rapat seperti apa yang dikatakan dan disadari oleh Ni Luh Ayu Wulandari,SE dan I Made Suarka bahwa pihak pengelola melakukan rapat secara periodik dengan membahas hal - hal yang sudah dilakukan ataupun hal - hal yang akan dilakukan. Ini menunjukkan sikap tanggungjawab terhadap masyarakat. Upaya ini menunjukkan sebuah konsep *pawongan* dari pengelola.

5) Akuntabilitas Keuangan

Manajemen Operasional mempertanggungjawabkan dana yang mereka kelola dengan menyusun laporan keuangan (dokumen terlampir) setiap bulannya, hal ini menunjukkan sebuah akuntabilitas keuangan. Menurut Mardiasmo (2002) akuntabilitas keuangan mengharuskan lembaga - lembaga publik untuk membuat laporan keuangan untuk menggambarkan kinerja *financial* organisasi kepada pihak luar. Berdasarkan dokumen laporan keuangan serta dokumen legalitas yang diperoleh terlihat juga bahwa pihak Desa Jatiluwih memperoleh porsi yang lebih besar setelah dikurangi biaya-biaya sesuai ketentuan atau pembagian hasil yang berasal dari pendapatan bersih Manajemen Operasional Jatiluwih.

Manajemen Operasional tidak dapat seenaknya di dalam mengeluarkan dana dengan hanya mendapatkan otorisasi dari pihak keuangan ataupun internal lainnya. Seperti yang disampaikan oleh Kepala Desa Jatiluwih Bapak I Nengah Kartika,ST., bahwa terkait penganggaran (*budgeting*) harus diketahui oleh Badan pengelola selaku badan yang membawahi Manajemen Operasional ini. Pengelola taat dengan aturan yang ada terkait tata kelola keuangan. Sikap tersebut dapat dimaknai bahwa pengelola bertindak sesuai aturan yang mengindikasikan bahwa pengelola tidak ingin mendapatkan suatu masalah karena melanggar aturan yang sudah ada.

Pihak pengelola didalam mendistribusikan dana dari hasil pengelolaan objek Daya Tarik Wisata ditransfer ke rekening masing-masing peserta kerjasama yaitu Pemda/kas Daerah Kab. Tabanan dan Pihak Desa Jatiluwih sebesar 55% yang akan didistribusikan ke : Desa Dinas Jatiluwih, Desa Adat Jatiluwih, Desa Adat Gunungsari, Subak Jatiluwih, Subak Abian Jatiluwih dan Subak Abian Gunungsari.. Seperti yang disampaikan oleh Kepala Desa Jatiluwih Bpk I Nengah Kartika,ST: “*dari hasil pendapatan bruto telah dikurangi dengan biaya biaya sebagaimana dimaksud dalam pasal 13 maka para pihak sepakat mengatur hasil pembagiannya sebagai berikut: Pemerintah Kabupaten Tabanan/Kas Daerah 45%, Desa Jatiluwih 55% (Desa Dinas Jatiluwih 25%, Desa Pekraman Jatiluwih 30%, Desa Pekraman Gunungsari 20%, Subak Jatiluwih 21%, Subak Abian Jatiluwih 2% dan Subak Abian Gunungsari 2%).*” (Ni Putu Ayu Wulandari,SE)

6) **Transparansi**

Pihak pengelola di dalam memberikan informasi masih terbatas pada hal - hal tertentu saja yang memperlihatkan bahwa ketidakmaksimalan di dalam upaya untuk menjaga kehidupan bermasyarakat yang harmonis. Menurut Patrizia dan Massimo (2014) peningkatan transparansi pada organisasi *non profit* dan informasi yang lebih baik yang tersedia di internet akan semakin meyakinkan. Transparansi bekerja sebagai alat *trustbuilding*; organisasi menjadi lebih akuntabel dan transparan serta organisasi semakin bisa dipercaya dan akan dilihat oleh para *stakeholders*. Transparansi dapat menjadi sebuah instrumen yang dapat digunakan untuk dapat meyakinkan masyarakat.

Makna yang terkandung tentu diharapkan Manajemen operasional pengelola DTW Jatiluwih lebih membenahi tata kelola mereka yang akan berdampak kepada

meningkatnya kepercayaan dari berbagai pihak. Kemudian diharapkan hubungan yang terjalin akan lebih baik lagi karena upaya untuk meminimalisir kesalahan, kekeliruan tercermin dari tindakannya kelak. Apabila masyarakat sudah memiliki kepercayaan akan pengelolaan yang dilakukan maka akan memelihara serta meningkatkan hubungan harmonis antara pihak pengelola dengan pihak - pihak yang berkaitan (*pawongan*). Kemudian tiket yang masih manual juga sempat disinggung yang dimana kedepannya pihak pengelola akan lebih baik menggunakan *e-ticketing*, yang dimana ini juga dapat membuat sebuah tata kelola yang lebih baik serta lebih transparan. Akan tetapi pihak pengelola juga belum mengetahui pasti terkait sistem *e-ticketing* ini, seperti yang disampaikan oleh **Bpk I Gede Winaya** disaat wawancara serta bapak I Made Suarka selaku Manajer Manajemen Operasional, Cuma yang menjadi kendala dilapangan adalah pintu masuk menjadi satu dengan jalan umum sehingga petugas harus berhati-hati, apalagi pada momen-momen tertentu jumlah pengunjung yang sangat banyak.

7) Pengelolaan Keuangan

Dari penjelasan Ibu Ni Putu Ayu Wulandari, SE selaku Sekretaris sekaligus Plt Divisi Administrasi dan Keuangan manajemen operasional DTW Jatiluwih, dimana uang yang diterima oleh Divisi Administrasi keuangan yang bersumber dari : penerimaan dari penjualan tiket masuk, penjualan karcis parkir dan penerimaan lainnya yang timbul dari pengembangan fasilitas akomodasi pariwisata yang disediakan setelah direkap disetor ke bank. Untuk pengeluaran selalu berpedoman pada program kerja kecuali ada hal-hal yang sangat urgent namun tetap harus berkordinasi dengan Badan Pengelola. Pengeluaran kas untuk pembayaran-pembayaran terkait dengan operasional obyek Daya Tarik Wisata Jatiluwih yang menjadi tugas dari Divisi Umum dan Kepegawaian memohon dana kepada Divisi Administrasi keuangan setelah usulan kebutuhan dana mendapat persetujuan dari manajer manajemen operasional.

Dalam pengelolaan keuangan dalam satu periode tertentu dari seluruh hasil penerimaan baik dari tiket masuk, tiket parkir dan pendapatan lainnya setelah dikurangi seluruh biaya yang ditangani oleh divisi Umum dan Kepegawaian dari sisa pengelolaan langsung dikeluarkan untuk di transfer ke pihak pertama dalam hal ini Dinas Pariwisata Kabupaten Tabanan dan 55% diberikan kepada pihak kedua yang dalam hal ini akan dibagi sesuai kesepakatan masing-masing adalah :

- a) Desa Jatiluwih 25 % dari total 55%
- b) Desa Pakraman Jatiluwih 30% dari total 55%
- c) Desa Pakraman Gunung Sari 20 % dari total 55%
- d) Subak Jatiluwih 21% dari total 55%
- e) Subak abian Jatiluwih 2% dari total 55%
- f) Subak Abian Gunung Sari 2% dari total 55%

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil pembahasan diatas dapat penulis simpulkan adalah sebagai berikut :

- a. Aliran kas masuk Daya Tarik Wisata Jatiluwih berasal dari : penjualan tiket masuk, tiket parkir dan dari pihak Bank atas penarikan dana sedangkan aliran kas keluar digunakan untuk bagian-bagaian di Manajer, Divisi Umum dan Kepegawaian serta Divisi Perencanaan dan Pengembangan yang digunakan untuk biaya operasional .
- b. Akuntabilitas di Daya Tarik Wisata (DTW) Jatiluwih ini secara keseluruhan dapat saya katakan cukup baik. Seperti yang ditemukan oleh peneliti bahwa akuntabilitas yang dilakukan oleh Manajemen operasional pengelola DTW Jatiluwih sudah terdokumentasi. Kemudian pihak pengelola sebenarnya sudah memiliki website yang dimana memberikan informasi tentang laporan keuangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih
- c. Transparansi.
Informasi yang disampaikan oleh pihak manajemen operasional sudah lengkap, benar, dan tepat waktu kepada semua pemangku kepentingan.
- d. Pengelolaan Keuangan di DTW Jatiluwih dimana penerimaan dari penjualan tiket masuk, tiket parkir dan pendapatan yang lain diterima oleh Divisi Administrasi Keuangan setelah direkap disetor ke Bank sedangkan semua jenis pengeluaran dilakukan oleh Divisi Umum dan kepegawaian setelah mendapat persetujuan dari manajer operasional untuk dibayarkan/ditransfer ke masing-masing penandatanganan kerjasama.

Saran

Meskipun secara umum prinsip-prinsip akuntabilitas dan transparansi telah dilaksanakan oleh Manajemen Operasional Daya Tarik Wisata Jatiluwih, namun masih ada beberapa aspek operasional yang belum dilaksanakan sebagai bagian dari prinsip akuntabilitas dan transparansi, diantaranya yaitu:

- a. Harus dicarikan solusi untuk mengontrol terkait pengunjung terutama saat-saat momen puncak kunjungan, sering dijumpai pengunjung mengatakan menemui keluargasehingga menyulitkan penjaga tiket memberikan tiket masuk, karena jalan merupakan akses jalan umum . jika dibiarkan terus menerus akan berdampak terhadap penerimaan tiket masuk;
- b. Pemanfaatan Tehnologi Informasi sabagai wujud memudahkan memberikan informasi dan transparansi dalam pelapioran keuangan yang mudah diakses oleh pihak/bagian-bagian yang terkait;
- c. Penerapan Standar Operasional Prosedur dimasing-masing bidang sudah cukup bagus, namun perlu lebih ditingkat terutama dalam Pada kegiatan teknis atau proses kerja, dapat semakin meningkatkan pelaksanaan tugas kerja oleh masing-masing divisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimin. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Catatan ketigabelas*. Rineka Cipta: Jakarta.
- Fahmi, I. 2011. *Analisis Kinerja Keuangan*. Cetakan Kesatu. Alfabeta. Bandung.
- Fahmi, I. 2014. *Manajemen keuangan perusahaan dan pasar modal*. edisi pertama. Mitra wacana media. Jakarta.
- Halim, Abdullah Dan Iqbal Muhammad. 2019. *Pengelolaan Keuangan Daerah Edisi IV*. UPP STIM YKPN: Yogyakarta.
- Hanifah, SI. 2015. Akuntabilitas dan Transparansi Pertanggungjawaban Anggaran Pendapatan Belanja Desa (APBDesa). *E-Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol.4.
- Hery. 2016. *Analisis laporan keuangan*. Edisi pertama. PT. Grasindo. Jakarta
- Harahap, S.S. 2013. *Analisis kritis atas laporan keuangan*. Edisi pertama. PT. Raja Grafindo persada. Jakarta.
- Mardiasmo, 2006. *Perwujudan Transparansi dan Akuntabilitas Publik melalui Akuntansi Sektor Publik suatu sarana Governance*, Jurnal Akuntansi Pemerintah Vol.2, No.1
- Mahmudi. 2010. *Manajemen Keuangan*. Erlangga: Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Nomor 71 Tahun 2010 tentang Standar Akuntansi Pemerintahan.
- Prastowo, D. 2015. *Analisis laporan keuangan konsep dan aplikasi*. Edisi kedua. Cetakan kedelapan. UPP AMP YKPN. Yogyakarta.
- Suansri, Potjana. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Thailand: REST Project
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung; Alfabeta

RENOVATING QUALITY OF SUSTAINABLE TOURISM IN BALI

Hanugerah Kristiono Liestiandre

Dewa Ayu Lily Dianasari

Anom Hery Suasapha

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pengelolaan destinasi pariwisata merupakan salah satu faktor dalam menentukan kinerja dan kualitas pariwisata. Oleh karena itu, setiap destinasi pariwisata memerlukan pendekatan pengelolaan destinasi dengan menerapkan prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan. Menurut UU No.10 Tahun 2009, 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. Pengelolaan destinasi pariwisata menurut Page (2007) serta Carter dan Fabricus (2006) mengacu pada nilai lokal untuk keberlanjutan sumber daya dan kapasitas masyarakat di destinasi pariwisata, dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisata. Tantangan dari pengelolaan destinasi pariwisata pada masa mendatang serta dalam jangka panjang adalah perlunya memperhatikan fenomena pasar, perubahan lingkungan, dan manajemen pengelolaan yang bersumber dari unsur sumber daya dan kapasitas lokalitas (Susanto, 2010; Cooper, 2005). Pengelolaan destinasi pariwisata merupakan rangkaian aktivitas untuk meningkatkan kapasitas destinasi pariwisata melalui perencanaan yang komprehensif, implementasi perencanaan yang konsisten, serta pengendalian yang ketat untuk mengoptimalkan daya tarik wisata, aksesibilitas, infrastruktur serta partisipasi masyarakat untuk memperoleh manfaat dari aspek sosial budaya, lingkungan, dan ekonomi. Dalam mewujudkan pengelolaan tersebut, tentu destinasi pariwisata harus melakukan upaya-upaya yang dapat membuat destinasi pariwisata dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama atau pariwisata berkelanjutan.

Perkembangan pariwisata tidak sepenuhnya hanya dapat mengacu pada atraksi, aksesibilitas dan fasilitas destinasi. Namun nilai-nilai penataan dalam setiap daya tarik wisata di destinasi, menjadi penting untuk diperhatikan (Mahadewi & Irwanti, 2020). Pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* memiliki dampak jangka panjang terhadap lingkungan, sosial, budaya, dan ekonomi (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021). Presiden Joko Widodo mendukung pengembangan pariwisata berkelanjutan dengan menandatangani PerPres SDGs Nomor 59 tahun 2017, yang membahas 17 Tujuan/*Goals* dalam 4 pilar pembangunan berkelanjutan (<https://www.bpk.go.id>).

Kemenparekraf/Baparekraf RI (2021) menekankan empat pilar utama dalam mengembangkan sustainable tourism di Indonesia, yaitu pengelolaan berkelanjutan, ekonomi berkelanjutan, keberlanjutan budaya, dan aspek lingkungan. Dengan pilar-pilar ini, tren pariwisata

berkelanjutan akan diminati oleh wisatawan yang memperhatikan protokol berwisata yang berkaitan dengan kesehatan, keamanan, kenyamanan, dan kelestarian alam (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021).

Pemahaman terhadap kualitas destinasi wisata menjadi kunci dalam menciptakan keberlanjutan. Identifikasi kualitas destinasi wisata adalah upaya pemasaran berorientasi pelanggan yang bertujuan memahami kebutuhan wisatawan. Kualitas destinasi yang baik mencakup fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik, kenyamanan, keamanan, dan hasil yang memuaskan (Fransiska, 2020).

Bali telah lama menjadi salah satu destinasi wisata paling populer di dunia, dan ketenarannya tidak pudar meskipun di tengah pandemi Covid-19. Bahkan, setelah berbagai pelanggaran aturan perjalanan domestik dan internasional pada awal tahun 2022, Bali berhasil menduduki peringkat kedua dalam daftar pulau terbaik untuk dikunjungi (Best Island to Visit 2022) versi Readers' Choice Awards 2022. Selain itu, Bali juga dinobatkan sebagai destinasi liburan paling bahagia di dunia pada tahun yang sama, berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan operator perjalanan dan pariwisata asal Perancis, Club Med.

Tak hanya itu, Bali juga meraih penghargaan tingkat dunia dalam *Travelers' Choice Award for Destinations* yang diberikan oleh situs perjalanan terkenal, *TripAdvisor*. Pada tahun 2023, Bali menempati posisi kedua sebagai destinasi terpopuler di dunia, mengungguli kota-kota seperti London yang berada di posisi ketiga dan Paris di posisi kelima. Penghargaan ini menegaskan reputasi Bali sebagai destinasi yang diminati baik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

Berkembangnya industri pariwisata tentu tidak dipungkiri dapat memberikan dampak positif terhadap ekonomi namun juga dapat memberikan dampak *negatif* terhadap lingkungan. Pariwisata diyakini telah memberikan manfaat positif bagi pengembangan perekonomian masyarakat, namun tidak dapat dihindari pula bahwa terdapat dampak sosial budaya yang bersifat *negatif* yang mungkin diterima oleh masyarakat sebagai akibat dari pengembangan pariwisata (Junaid, 2014)

Namun, pertumbuhan pariwisata yang pesat di Bali juga menimbulkan permasalahan baru, yaitu keberlanjutan pariwisata itu sendiri. Kepadatan lalu lintas yang semakin meningkat, kemacetan di beberapa jalur menuju sentra pariwisata, dan dampak lingkungan yang semakin terasa menjadi perhatian utama. Oleh karena itu, untuk memastikan keberlanjutan pariwisata di Bali, penting untuk memahami dan mengelola kualitas destinasi pariwisata dengan pendekatan berkelanjutan. Banyak kegiatan pariwisata dilakukan mengatasnamakan keberlanjutan lingkungan. Meskipun demikian, kegiatan pariwisata tersebut masih memerlukan perhatian terhadap komponen-komponen lingkungan sehingga konsep pembangunan berkelanjutan dapat tercapai (Nofriya & Fadhly, 2021).

(Kementerian Pariwisata, 2016) menyebutkan bahwa terdapat 4 (empat) pilar utama dalam pengembangan pariwisata. Pilar ini juga menjadi kriteria yang telah dirumuskan oleh Badan Pariwisata Berkelanjutan Dunia (*Global Sustainable Tourism Council*) mencakup: (1) pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan (*sustainability management*), (2) pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal (*social-economy*), (3) pelestarian budaya bagi masyarakat dan pengunjung (*culture*) dan (4) pelestarian lingkungan (*environment*). Empat pilar di atas sejatinya sudah

disebutkan dengan jelas dalam Undang-Undang Kepariwisata No.10 Tahun 2009 di mana kinerja pembangunan pariwisata tidak hanya diukur dan dievaluasi berdasarkan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi saja, tetapi juga atas kontribusinya terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat, pengurangan pengangguran dan kemiskinan, pelestarian sumber daya alam/lingkungan (Rahman et al., 2021).

Dalam konteks ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang mengkaji kualitas destinasi pariwisata yang berkelanjutan di Bali. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis aspek-aspek yang memengaruhi keberlanjutan destinasi pariwisata, seperti pengelolaan lingkungan, keberlanjutan budaya, partisipasi masyarakat lokal, dan dampak ekonomi.

PEMBAHASAN

Pengelolaan Berkelanjutan

- A. Perdamaian, Keadilan, dan kelembagaan yang Tangguh Dalam konteks keamanan
Bali memiliki indikator yang cukup kondusif, terutama dalam menjaga keamanan dan kedamaian dengan melibatkan berbagai lembaga yang terkait, seperti kepolisian, satpam, dan pecalang. Hal ini menunjukkan bahwa Bali telah melakukan pengelolaan yang baik dalam memastikan keamanan dan kedamaian untuk para wisatawan dan masyarakat setempat. Dalam hal ini, pemerintah juga perlu memastikan bahwa konflik-konflik yang terjadi dapat diatasi dengan baik agar pariwisata di Bali dapat terus berkembang secara berkelanjutan.
- B. Kemitraan untuk mencapai tujuan Kemitraan di Bali cukup berkembang dengan baik
Terdapat kerjasama antara pelaku UMKM dengan saling bertukar produk yang dihasilkan. Adapun aspek yang perlu ditingkatkan, salah satunya adalah memberikan kesempatan bagi masyarakat lokal untuk membuat usaha dan terlibat dalam pariwisata, sehingga dapat meningkatkan perekonomian daerah secara berkelanjutan. Selain itu, program-program kemitraan yang dijalankan perlu dijaga keberlanjutannya dan di evaluasi secara berkala untuk memastikan efektifitasnya dalam meningkatkan pariwisata di Bali.
- C. Konsumsi dan Produksi yang bertanggung jawab
Produksi pariwisata di Bali terlihat sangat baik karena masih diminati oleh wisatawan, namun keberlanjutan dalam konsumsi dan produksi yang belum tercapai. Produksi dan konsumsi produk lokal sebaiknya diserap oleh pariwisata, seperti hasil pertanian dan laut, untuk mengurangi kebocoran terhadap pariwisata dan menjaga perekonomian Bali. Produksi yang bebas dari hal-hal yang merusak lingkungan juga harus diupayakan, seperti penggunaan bahan makanan yang organik dan pembasmi hama alami yang ramah lingkungan, yang harus didukung oleh produsen (petani dan nelayan) dalam hal keberlanjutan.

Keberlanjutan Sosial & Ekonomi

A. Industri Inovasi dan Infrastruktur

Kondisi industri, inovasi, dan infrastruktur di Bali sudah cukup baik. Industri pariwisata di Bali sudah matang dan sangat mendukung dengan adanya fasilitas yang memadai, namun perlu diperhatikan upaya mengurangi kemacetan di beberapa kawasan pariwisata yang berkembang pesat agar keberlangsungan industri pariwisata di Bali dapat terjamin.

B. Pekerjaan yang layak dan pertumbuhan ekonomi

Pariwisata adalah sumber penggerak perekonomian yang berkelanjutan yang berkelanjutan dalam hal menciptakan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan. Namun, jika pariwisata hanya diandalkan sebagai satu-satunya sumber penghasilan, maka akan terjadi ketergantungan yang berbahaya dan rentan terhadap ketidakpastian seperti yang terjadi selama pandemi Covid-19. Oleh karena itu, pemerintah dan masyarakat Bali perlu mengembangkan sektor lain seperti pertanian, perikanan, dan industri kreatif. Selain itu, pemerintah juga perlu memperhatikan kesejahteraan pekerja di sektor pariwisata, termasuk memberikan pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan kualitas dan produktivitas pekerja serta menjaga hak-hak mereka sebagai tenaga kerja.

C. Tanpa Kemiskinan

Industri pariwisata memberikan kesempatan kerja yang cukup besar bagi masyarakat Bali dan mampu menyumbang sebesar 51,6% terhadap pendapatan masyarakat. Upaya untuk menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor yang berkelanjutan juga menjadi penting. Hal ini dapat dilakukan dengan memperhatikan faktor lingkungan dan budaya lokal, serta memperhatikan keseimbangan antara pengembangan pariwisata dengan keberlanjutan lingkungan dan masyarakat. Perlu adanya kerjasama antara pemerintah, masyarakat lokal, dan pelaku pariwisata untuk menjaga keberlanjutan sektor pariwisata di Bali dan memastikan bahwa manfaatnya dapat dirasakan oleh seluruh masyarakat Bali secara adil dan berkelanjutan.

D. Tanpa Kelaparan

Industri pariwisata dapat memberikan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, meningkatkan pendapatan, serta memberikan bantuan sosial melalui program Corporate Social Responsibility (CSR). Selain itu, industri pariwisata juga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, termasuk meningkatkan produksi pertanian dan pemanfaatan sumber daya alam yang ada di sekitar destinasi wisata. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi solusi dalam mengentaskan kemiskinan dan kelaparan di suatu daerah, asalkan pengembangan pariwisata dilakukan secara berkelanjutan dan mengutamakan kesejahteraan masyarakat setempat.

E. Kesenjangan Gender

Kesenjangan gender dalam industri pariwisata di Bali sudah cukup baik dan memperlihatkan adanya upaya untuk mencapai kesetaraan tersebut. Perempuan memiliki kesempatan untuk menempati berbagai profesi dalam segmen industri pariwisata. Keberadaan organisasi

seperti GMA juga memperlihatkan bahwa wanita juga dapat menempati posisi tinggi seperti General Manager dalam industri pariwisata. Walaupun masih ada beberapa aturan yang membatasi kesempatan kerja wanita, namun kesetaraan gender sudah mulai terlihat dalam industri pariwisata.

F. Berkurangnya Kesenjangan

Kesenjangan di sektor pariwisata di Bali masih ada, tetapi tidak sebesar di daerah lain karena adanya budaya lokal yang menjadi motor penggerak dan mampu mendistribusikan perekonomian secara merata. Pada awalnya, ketimpangan dalam pengelolaan pariwisata terjadi karena kurangnya pengalaman dan pengetahuan dalam industri tersebut, sehingga banyak posisi penting yang diisi oleh orang luar negeri. Namun, seiring dengan waktu, transfer teknologi dan pengalaman terjadi, sehingga pengusaha lokal dapat membangun hotel dan mengelola pariwisata dengan lebih baik, serta kesetaraan dalam posisi penting seperti GM sudah mulai terjadi. Meskipun demikian, kesenjangan masih terjadi pada hotel chain yang membawa nilai dan kebudayaan pelayanan dari luar, namun kesenjangan tersebut mulai berkurang pada hotel yang menjunjung nilai kebudayaan lokal.

G. Kehidupan sehat dan sejahtera

Bali telah berhasil membangun fasilitas kesehatan yang relatif merata dan terjangkau untuk seluruh masyarakat, termasuk juga para wisatawan yang berkunjung ke Bali. Program BPJS dan adanya puskesmas dan rumah sakit di desa-desa merupakan contoh bagaimana pemerintah telah berupaya untuk memenuhi kebutuhan kesehatan masyarakat. Perkembangan fasilitas kesehatan di Bali ke arah positif dan mulai berkembang, termasuk untuk wellness tourism. Dalam hal ini, diperlukan upaya lanjutan untuk memperbaiki infrastruktur fasilitas kesehatan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang kesehatan.

Keberlanjutan Budaya

A. Pendidikan Berkualitas

Pendidikan di Bali telah menunjang keberlanjutan pariwisata. Hal ini dikarenakan pemerintah telah mengalokasikan anggaran untuk sektor pendidikan, serta menyediakan sistem pendidikan dasar yang diwajibkan untuk masyarakat. Selain itu, pihak swasta juga berperan besar dalam memberikan beasiswa melalui program CSR mereka. Pendidikan pariwisata di Bali telah dikenal baik dan banyak sekolah pariwisata yang berkualitas baik, seperti Poltekpar Bali. Mereka telah berperan dalam meningkatkan kualitas SDM di bidang pariwisata, dengan memberikan pelatihan dan pembinaan kepada masyarakat, wirausaha, dan calon-calon pariwisata. secara umum, pendidikan di Bali telah cukup baik dan dapat menunjang keberlanjutan pariwisata di wilayah tersebut.

B. Kota dan Pemukiman yang berkelanjutan

Kondisi kota dan pemukiman yang berkelanjutan di Bali masih belum sepenuhnya tercapai. pertumbuhan penduduk yang pesat dan masuknya penduduk dari luar Bali juga dapat memengaruhi pola tatanan perkotaan yang ada. Namun demikian, terdapat upaya yang dilakukan untuk mencapai kota dan pemukiman yang berkelanjutan, seperti pengembangan

desa wisata yang dikelola oleh masyarakat melalui pokdarwis dan penataan ulang kawasan kumuh untuk memastikan kawasan tersebut memenuhi kriteria kawasan yang tidak lagi dianggap kumuh.

Keberlanjutan Budaya

A. Ekosistem Laut

Ekosistem laut di Bali masih memerlukan upaya yang lebih besar untuk menunjang keberlanjutan pariwisata. Meskipun ada beberapa upaya yang dilakukan seperti kampanye konservasi dan pengelolaan sampah terpadu, namun masih banyak pelaku pariwisata yang tidak peduli terhadap dampak aktivitas mereka terhadap lingkungan laut. Diperlukan upaya yang lebih besar dan kesadaran yang tinggi dari semua pihak untuk menjaga dan melindungi ekosistem laut di Bali agar dapat menunjang keberlanjutan pariwisata.

B. Ekosistem Darat

Terdapat beberapa instrumen yang sudah dibuat untuk menjadikan Bali lebih berkelanjutan, seperti Batur Geopark dan Culture Landscape Jatiluwih yang telah dilabeli oleh UNESCO. Meskipun telah ada aturan dan peraturan yang dibuat untuk mengatur pembangunan dan menjaga keseimbangan antara ekosistem darat dan pembangunan, namun masih terdapat pengembang yang tidak mematuhi aturan dan merusak lingkungan dengan pembangunan yang tidak terkontrol. Secara keseluruhan, ekosistem darat di Bali masih perlu perhatian dan tindakan yang lebih komprehensif untuk menjaga keberlanjutan pariwisata.

C. Energi bersih dan terbarukan

Sumber energi yang digunakan di Bali masih didominasi oleh bahan bakar fosil seperti minyak, sehingga belum sepenuhnya masuk dalam kategori energi bersih dan terbarukan. Namun, sudah ada beberapa akomodasi yang memanfaatkan energi bersih dalam pengelolaannya seperti Tegal Sari Accomodation di Ubud. Pemerintah dan pelaku industri pariwisata perlu memperhatikan hal ini dan berupaya untuk meningkatkan penggunaan energi bersih dan terbarukan secara berkelanjutan.

D. Air bersih dan sanitasi yang layak

Supply air untuk kebutuhan pariwisata di Bali sudah mulai menipis dan terancam krisis air. Pengelolaan air dan sanitasi memiliki peran yang sangat penting dalam keberlanjutan pariwisata di Bali. Ada upaya untuk memperbaiki sistem pengelolaan air di beberapa tempat wisata di Bali, seperti di Nusa Dua dan rencana pengelolaan kawasan di Serangan. Namun, masih ada beberapa konsep pariwisata yang tidak memikirkan dampak lingkungan, seperti mass tourism, yang dapat berdampak buruk pada pengelolaan air dan sanitasi. Pentingnya pengelolaan air dan sanitasi tidak hanya untuk mendukung keberlanjutan pariwisata, tetapi juga untuk menjaga ekosistem dan keberlangsungan hidup masyarakat lokal. Krisis air di Bali sudah menjadi perhatian serius, dan aturan terkait penggunaan air bersih juga sudah ada, seperti izin penggunaan air bawah tanah.

Penanganan Perubahan Iklim

Aktivitas pariwisata berdampak pada perubahan iklim di Bali melalui penggunaan energi listrik yang berasal dari sumber energi berbasis batubara yang menyebabkan emisi gas rumah kaca. Selain itu, pembangunan resort dan penginapan yang besar juga membutuhkan penggunaan AC dan bahan kimia seperti freon yang berdampak pada lingkungan. Namun, aktivitas pariwisata juga dapat membantu dalam konservasi lingkungan jika dilakukan dengan pengaturan yang baik dan pedoman untuk menjaga kelestarian lingkungan seperti penggunaan air dan listrik yang efisien serta pengurangan limbah. Oleh karena itu, perlu adanya sinergi dan kerjasama antara pemerintah, pengusaha, dan masyarakat dalam menjaga keberlanjutan pariwisata Bali dan menangani perubahan iklim

PENUTUP

Kesimpulan

Bali telah berhasil menjaga keamanan dan kedamaian dengan melibatkan berbagai lembaga terkait. Pemerintah perlu memastikan penyelesaian konflik yang baik agar pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan. Perlu adanya memperkuat kemitraan dengan melibatkan masyarakat lokal dan meningkatkan konsumsi dan produksi produk lokal yang ramah lingkungan.

Perlu diperhatikan pengembangan industri, inovasi, dan infrastruktur untuk mengatasi kemacetan dan memastikan pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Perlu adanya mengembangkan sektor lain selain pariwisata, seperti pertanian, perikanan, dan industri kreatif, serta meningkatkan kesejahteraan pekerja di sektor pariwisata.

Pendidikan berperan penting dalam keberlanjutan pariwisata di Bali. Perlu memperhatikan kota dan pemukiman yang berkelanjutan, serta menjaga ekosistem laut dan darat dengan lebih baik. Perlu adanya meningkatkan penggunaan energi bersih, memperbaiki infrastruktur air bersih dan sanitasi, serta mengatasi perubahan iklim melalui pengaturan yang baik.

Saran

Berikut beberapa saran yang dapat kami berikan sesuai dengan apa yang telah kami bahas yaitu:

1. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah, masyarakat, dan pelaku pariwisata dalam menjaga keberlanjutan pariwisata di Bali.
2. Memberikan kesempatan dan dukungan bagi masyarakat lokal untuk terlibat dalam industri pariwisata.
3. Memperkuat pengelolaan lingkungan, termasuk pengurangan limbah dan konservasi sumber daya alam.
4. Mengembangkan sektor ekonomi lainnya untuk mengurangi ketergantungan pada pariwisata.
5. Meningkatkan infrastruktur dan fasilitas pendidikan pariwisata yang berkualitas.
6. Mendorong penggunaan energi bersih dan terbarukan serta pengelolaan air yang berkelanjutan.
7. Memperhatikan kebutuhan kesejahteraan pekerja di sektor pariwisata dan memastikan kesetaraan gender.

8. Mengembangkan kebijakan yang menjaga keseimbangan antara pengembangan pariwisata dengan keberlanjutan budaya dan lingkungan.
9. Mengadopsi tindakan konkret untuk mengurangi dampak perubahan iklim yang disebabkan oleh pariwisata.
10. Mengintensifkan kampanye dan edukasi tentang pentingnya keberlanjutan pariwisata bagi masyarakat Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Adnyana, I. M. (2020). Dampak Green Tourism Bagi Pariwisata Berkelanjutan Pada Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(3), 1582-1592.
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (Februari 20, 2023). Banyaknya Wisatawan Mancanegara Bulanan ke Bali Menurut Pintu Masuk Tahun 2022. <https://bali.bps.go.id/indicator/16/106/1/banyaknya-wisatawan-mancanegara-bulanan-ke-bali-menurut-pintu-masuk.html>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Birendra, K. C., Dhungana, A., & Dangi, T. B. (2021). Tourism and the sustainable development goals: Stakeholders' perspectives from Nepal. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100822.
- Fadisa, N., Syamsurizaldi, S., & Koeswara, H. (2022). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Pada Kawasan Geopark Ngarai Sianok Maninjau Di Kota Bukittinggi. *Jurnal Administrasi Publik Dan Pembangunan*, 3(2), 73-78.
- Haryanto, J. T. (2013). Pariwisata Berkelanjutan Dan Upaya Menciptakan New Leading Economy. In *Proceeding of the 6th International Conference of the Asian Academy of Applied Business*
- Katila, P., Colfer, C. J. P., De Jong, W., Galloway, G., Pacheco, P., & Winkel, G. (Eds.). (2019). *Sustainable development goals*. Cambridge University Press.
- Kemenparekraf. (Februari 20, 2023). Siaran Pers: Bali Masuk 10 Destinasi Terpopuler Dunia Versi TripAdvisor Ungguli London dan Paris. <https://kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-bali-masuk-10-destinasi-terpopuler-dunia-versi-tripadvisor-ungguli-london-dan-paris>
- Koerniawati, F. T. (2022). Destinasi Wisata, Sumber Daya Manusia Pariwisata Dan Pariwisata Berkelanjutan. *Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(1), 39-50.
- Koerniawati, F. T. (2022). Destinasi Wisata, Sumber Daya Manusia Pariwisata Dan Pariwisata Berkelanjutan. *Siwayang Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Pariwisata, Kebudayaan, Dan Antropologi*, 1(1), 39-50
- Junaid, I. (2014). Perencanaan Strategis Pariwisata Budaya: Mekanisme Menuju Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, Vol 19 No, 1–19.
- Mahadewi, N. M. E., & Irwanti, N. K. D. (2020). Pembangunan Destinasi Pariwisata Yang Berkelanjutan Melalui Penerapan Nilai-Nilai Ergonomi. *Jurnal Kepariwisataan*, 19(2), 107–115. <https://doi.org/10.52352/jpar.v19i2.426>
- Nofriya, N., & Fadhly, A. (2021). Proteksi Lingkungan dan Efisiensi Sumber Daya dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan di Kabupaten Padang Pariaman. *Cived*, 8(3), 229. <https://doi.org/10.24036/cived.v8i3.115790>
- Rahman, F. A., Mas Dadang Enjat Munajat, Wahyudin, U., Reiza D. Dienaputra, & Cecep Ucu Rachman. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Samangki Kecamatan Simbang Kabupaten Maros. *Jurnal Kajian Dan Terapan Pariwisata*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.53356/diparojs.v2i1.39>
- Rosardi, R. G. (2020). Model Pentahelix Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Kabupaten Batang, Jawa Tengah. *RISTEK: Jurnal Riset, Inovasi dan Teknologi Kabupaten Batang*, 4(2), 7-17.
- SUARA.com. (Februari 20, 2023). KTT G20 Bawa Angin Segar bagi Pariwisata Indonesia Halaman all. SUARA.com. <https://microsite.suara.com/dpr/2022/11/19/141928/ktt-g20-bawa-angin-segar-bagi-pariwisata-indonesia>
- Liestiandre, H. K. (2021). PERSEPSI

- WISATAWAN TERHADAP KUALITAS DESTINASI PARIWISATA BALI . *Jurnal Kepariwisata*, 20(1), 1–17. <https://doi.org/10.52352/jpar.V20i1.449>
- Saragih, L. (2022). Implementasi Sustainable Tourism Pada Objek Wisata Air Terjun Sipiso-Piso Dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Karo Provinsi Sumatera Utara (Doctoral Dissertation, Institut Pemerintahan Dalam Negeri).
- Schmidt-Traub, G., Kroll, C., Teksoz, K., Durand-Delacré, D., & Sachs, J. D. (2017). National baselines for the Sustainable Development Goals assessed in the SDG Index and Dashboards. *Nature geoscience*, 10(8), 547-555.
- Widiati, I. A. P., & Permatasari, I. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata di Kabupaten Badung. *Kertha Wicaksana*, 16(1), 35-44.
- Wisnawa, I. (2019). Persepsi Masyarakat terhadap perilaku wisatawan Cina terhadap keberlanjutan pariwisata Bali dengan pendekatan sapta pesona. *Jurnal Pariwisata dan Ekonomi*, 14(1).
- Izurieta, G., Torres, A., Patino, J., Vasco, C., Vasseur, L., Reyes, H., & Torres, B. (2021). Exploring community and key stakeholders' perception of scientific tourism as a strategy to achieve SDGs in the Ecuadorian Amazon. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100830.
- Rhama, B., & Setiawan, F. (2021). Strategi Pemerintah Kota Palangka Raya Dalam Mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan Di Kawasan Sebangau. *Jurnal Ilmu Sosial, Politik Dan Pemerintahan*, 10, 1-13.
- Suryawati, I. G. A. A. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Bali Berkelanjutan Menghadapi Pasar Bebas Asean (afta). *Jurnal Mitra Manajemen*, 2(6), 680-692.
- Pratami, M., Gunari, B. F., & Rilansari, V. (2021). Strategi Pengoptimalan Infrastruktur Pendukung Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(2), 329-336.
- Kencana, I. P. E. N. ANALISIS DATA KEPARIWISATAAN: SEBUAH PENDEKATAN KUANTITATIF PADA KEBERLANJUTAN PARIWISATA BALI.
- Mukhlisin, I., & Trimarstuti, J. (2023). Analisis Keberlanjutan Desa Wisata Petingsari Menggunakan Metode Multidimensional Scalling (MDS) dengan Pendekatan Rap-Tour. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 18(1), 26-38.
- Tasik, Y. T., Ihsan, I., & Rasyid, A. R. (2020). Penilaian Tingkat Keberlanjutan Kawasan Wisata Alam Lolai, Kabupaten Toraja Utara. *Jurnal Wilayah & Kota Maritim (Journal of Regional and Maritime City Studies)*, 8(1).
- Wibowo, M. S., & Belia, L. A. (2023). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 6(1), 25-32.

KEARIFAN LOKAL DAN KINERJA KEUANGAN UMKM PARIWISATA DI UBUD, GIANYAR BALI

Ida Ayu Putri Widawati

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Variable yang mempengaruhi kinerja keuangan pada umumnya adalah variable keuangan seperti struktur modal, struktur hutang dan sebagainya. Perkembangan selanjutnya diketahui bahwa variable non keuangan juga ditemukan besar pengaruhnya terhadap kinerja keuangan, seperti orientasi kewirausahaan, tingkat perputaran karyawan, kepemimpinan, budaya organisasi dan lain-lain. Kearifan lokal atau *local wisdom* sebagai tatanan kehidupan masyarakat setempat yang sarat dengan nilai kehidupan jika diterapkan dalam lingkup bisnis bisa mempengaruhi pengembangan bisnis tersebut melalui peningkatan kinerja keuangannya.

Berbicara tentang pariwisata keberlanjutan akan tercapai bila diawali dengan tetap mempertahankan pengembangan pariwisata itu sendiri hal ini tidak dapat terlepas dari perkembangan dunia usaha, yang didukung oleh berbagai potensi seperti potensi alam, seni dan budaya, potensi atraksi buatan, pertanian dan sebagainya. Bali yang perekonomiannya sebagian besar didukung oleh Usaha di sektor pariwisata, bila sektor tersebut tidak berkembang maka sektor lainnya seperti pertanian, peternakan, industri kerajinan semuanya akan terdampak, karena sebagian besar penduduk di Bali bergantung pada sektor pariwisata. Dalam hal ini sektor swasta diharapkan lebih banyak mengambil peran, yaitu sebagai investor atau penanam modal, walaupun dalam pelaksanaan kegiatannya tentunya akan tetap membutuhkan kerja sama dengan pemerintah, Masyarakat, akademisi, media atau pers sebagai *stake holder*.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) bidang akomodasi pada industri Pariwisata salah satunya adalah Pondok Wisata dikenal di negara barat dengan sebutan *Homestay*, yang secara bebas dapat diartikan sebagai tempat tinggal keluarga atau tinggal bersama-sama keluarga, seperti lazimnya Rumah Tinggal pada umumnya (Rumah tangga biasa) yang biasanya dikelola langsung oleh pemiliknya memainkan peranan penting menunjang perekonomian keluarga. Pengelolaan Pondok Wisata yang dilakukan oleh pemilik Pondok wisata itu sendiri sebagai usaha perorangan, dan sepanjang diusahakan untuk memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga maka pada dasarnya tidak memerlukan ijin usaha tersendiri, namun masyarakat pengelola Pondok wisata harus melaporkan kepada Pemerintah daerah setempat / kantor Dinas Pariwisata akan keberadaan pengelolaan Pondok Wisata tersebut.

Dalam pengoperasian Pondok Wisata selanjutnya, ada yang membangun / membuat bangunan baru diluar bangunan Rumah Tinggal yang ada sebelumnya, ada pula yang memanfaatkan rumah tinggal lama dan dihuni secara bersama-sama baik seluruh anggota keluarga maupun wisatawan dalam lingkungan tempat tinggal keluarga tersebut dengan memanfaatkan ruangan-ruangan / kamar-kamar yang ada baik dalam satu atap ataupun terpisah, pada prinsipnya Tuan Rumah sebagai kepala keluarga harus tinggal berdomisili bersama diantaranya , hal

dimaksud agar dapat membaaur berinteraksi dengan wisatawan yang yang menginap seolah merupakan satu kesatuan anggota keluarga dimana pengelola bertindak atau dianggap sebagai kepala keluarga atau Tuan rumah (*Host*). Usaha Akomodasi lainnya (hotel) kondisinya berbeda dimana pemilik tidak diwajibkan untuk tinggal ditempat usahanya. Makanya dikatakan bahwa Pondok wisata adalah merupakan suatu usaha yang memiliki ke “khas“an tersendiri yang tidak dimiliki oleh usaha akomodasi lainnya, dan itu merupakan daya tarik tersendiri bagi wisatawan, dimana pelayanan tetap menginduk kepada satu kesatuan pemilik.

Tabel 2

Perkembangan Pondok Wisata Di Propinsi Bali

Tahun: 2015 – 2019

NO	Kabupaten/Kota	2015	2016	2017	2018	2019
1	Denpasar	67	72	72	72	88
2	Badung	441	716	716	716	716
3	Bangli	10	12	22	26	32
4	Buleleng	263	316	263	320	322
5	Gianyar	1077	1077	1079	1310	1302
6	Jembrana	21	21	21	21	53
7	Klungkung	15	15	15	16	16
8	Karangasem	224	796	224	294	372
9	Tabanan	99	125	130	130	202

Sumber: Dinas Pariwisata Propinsi Bali

Memperhatikan tabel 2 di atas menunjukkan bahwa keberadaan pondok wisata di Bali berkembang dan tetap eksis. Pondok Wisata atau homestay terbanyak ada di Kabupaten Gianyar. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan pondok wisata memadai sehingga tetap melaksanakan operasional. Ada beberapa hal yang meyebabkan mengapa kinerja keuangan tetap dapat tercapai. Pencapaian atas kinerja keuangan dapat tercapai disebabkan oleh selain kemampuan untuk tetap memperoleh pendapatan dari adanya tamu yang menginap, seperti memberikan pelayanan yang memuaskan yang diberikan kepada tamu , tapi ada hal lain yang berpengaruh seperti budaya organisasi yang menyangkut kearifan lokal yang menjadi pedoman bagi seluruh anggota organisasi dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dalam rangka mencapai kinerja organisasi khususnya kinerja keuangan.

Pondok wisata yang berada di Bali dimana konsep pariwisata yang diterapkan adalah pariwisata berbasis budaya. Dalam budaya tersebut terkandung kearifan lokal yang merupakan tuntunan atau philosophy masyarakat Bali. Kearifan lokal diantaranya seperti Tri Hita Karana, Catur Purusa Artha, Tat Twam Asi, Tri kaya Parisudha dan sebagainya.

Budaya Organisasi merupakan salah satu variabel non keuangan yang berperan dalam mendukung terwujudnya Kinerja Keuangan (Lee and Yu, 2004). Budaya Organisasi juga berpengaruh terhadap pengembangan serta keberhasilan perusahaan baik perusahaan berskala besar maupun berskala kecil (Armstrong and Chouke, 2000). Budaya diantaranya menunjukkan nilai, sikap, kepercayaan dan norma serta pandangan hidup yang berlaku di masyarakat dapat menciptakan nilai ekonomi yang dapat dipergunakan sebagai modal untuk melakukan kegiatan

ekonomi (Yuliarmi dkk, 2012). Jadi budaya organisasi merupakan nilai, sikap, kepercayaan dan norma serta pandangan hidup yang berlaku di masyarakat dapat menciptakan nilai ekonomi yang dapat dipergunakan sebagai modal untuk melakukan kegiatan ekonomi yang diterapkan dalam sebuah organisasi.

Budaya organisasi yang memuat kearifan lokal yang diduga besar pengaruhnya terhadap kinerja organisasi adalah Catur purusa artha, hal ini bisa dilihat dari unsur-unsur catur purusa artha tersebut yang sesuai dengan prinsip dalam mewujudkan kinerja organisasi Perusahaan yakni Dharma, artha, kama, dan moksha sesuai dengan prinsip-prinsip di dalam usaha mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Dharma merupakan proses bisnis internal perusahaan yang diwujudkan dari pelaksanaan aktivitas operasional, penerapan manajemen pelanggan, dan patuh pada regulasi pemerintah. Artha merupakan target maksimum laba yang ingin dicapai oleh perusahaan yang diwujudkan dengan berusaha untuk beroperasi yang efisien, meningkatkan volume penjualan dan usaha agar menjamin keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Kama merupakan perbuatan atau upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui harga yang bersaing, pelayanan yang cepat dan berkualitas, produk yang berkualitas dan menjalin kemitraan dengan pelanggan. Moksha merupakan tujuan suatu usaha (bisnis) yaitu meningkatkan nilai usaha yang diwujudkan dengan berupaya meningkatkan laba, reputasi dan kapabilitas usaha yang berkelanjutan (PHDI, 2013).

Budaya Organisasi dalam penelitian ini akan menggali budaya berdasarkan konsep kearifan lokal Bali sebagai inspirasi yang bersifat inovatif yang dipertahankan untuk meningkatkan Kinerja Keuangan. Pondok wisata yang beroperasi di Bali tentu akan mengadopsi budaya Bali dalam melaksanakan operasionalnya. Sehingga Budaya Organisasi pada penelitian ini adalah budaya yang diambil dari nilai-nilai lokal yang unik yang mendasari tujuan hidup masyarakat Bali yang disebut dengan Catur Purusa Artha. Konsep ini terdiri atas Dharma, Artha, Kama dan Moksha. Konsep lokal Catur Purusa Artha dalam penelitian ini digali melalui pendekatan kualitatif berupa wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan kunci yaitu pakar Budaya, asosiasi terkait subyek penelitian dan pelaku (pemilik atau manajer) untuk mengeksplorasi aplikasi konsep pada Pondok Wisata di daerah Ubud Gianyar.

PEMBAHASAN

Kinerja keuangan dapat dipengaruhi oleh variable keuangan maupun variable non keuangan. Pada penelitian ini akan dicari pengaruh variable non keuangan terhadap kinerja keuangan. Budaya *Catur Purusa Artha* merupakan variable non keuangan yang digali dari kearifan lokal Bali adalah merupakan *intangible asset* yang mampu mendorong meningkatkan Kinerja Keuangan Pondok Wisata di Gianyar Bali hal ini sesuai dengan *Resource Based View (RBV) Theory*. Teori RBV menjelaskan bahwa kemampuan internal perusahaan sebagai faktor penting dalam mengelola sumber daya unik yang dimiliki perusahaan agar perusahaan mampu meraih keunggulan bersaing (*competitive advantage*) (Barney : 1991) (Schienstock : 2009).

Budaya Organisasi dan Catur Purusa Artha

Budaya organisasi yang memuat kearifan lokal yang berdekatan dengan pengaruhnya terhadap kinerja organisasi adalah Catur purusa artha, hal ini bisa dilihat dari unsur-unsur catur purusa artha tersebut yakni Dharma, artha, kama, dan moksha sesuai dengan prinsip di dalam usaha

mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Dharma merupakan proses bisnis internal perusahaan yang diwujudkan dari pelaksanaan aktivitas operasional, penerapan manajemen pelanggan, dan patuh pada regulasi pemerintah. Artha merupakan target maksimum laba yang ingin dicapai oleh perusahaan yang diwujudkan dengan berusaha untuk beroperasi yang efisien, meningkatkan volume penjualan dan usaha agar menjamin keberlanjutan perusahaan itu sendiri. Kama merupakan perbuatan atau upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan melalui harga yang bersaing, pelayanan yang cepat dan berkualitas, produk yang berkualitas dan menjalin kemitraan dengan pelanggan. Moksa merupakan tujuan suatu usaha (bisnis) yaitu meningkatkan nilai usaha yang diwujudkan dengan berupaya meningkatkan laba, reputasi dan kapabilitas usaha yang berkelanjutan (PHDI, 2013).

Budaya Organisasi dalam penelitian ini akan menggali budaya berdasarkan konsep kearifan lokal Bali sebagai inspirasi yang bersifat inovatif yang dipertahankan untuk meningkatkan Kinerja Keuangan. Budaya Organisasi pada penelitian ini adalah budaya yang diambil dari nilai-nilai lokal yang unik yang mendasari tujuan hidup masyarakat Bali yang disebut dengan Catur Purusa Artha. Konsep ini terdiri atas Dharma, Artha, Kamadan Moksa. Konsep lokal Catur Purusa Artha dalam penelitian ini digali melalui pendekatan kualitatif berupa wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan informan kunci yaitu pakar Budaya, asosiasi terkait subyek penelitian dan pelaku (pemilik atau manajer) untuk mengeksplorasi aplikasi konsep pada Pondok Wisata di Provinsi Bali.

Budaya *Catur Purusa Artha* yang digali dari kearifan lokal Bali adalah merupakan *intangible asset* yang mampu mendorong meningkatkan Kinerja Keuangan Pondok Wisata di Bali hal ini sesuai dengan *Resource Based View (RBV) Theory*. Teori RBV menjelaskan bahwa kemampuan internal perusahaan sebagai faktor penting dalam mengelola sumber daya unik yang dimiliki perusahaan agar perusahaan mampu meraih keunggulan bersaing (*competitive advantage*) (Barney : 1991) (Schienstock : 2009).

Kinerja Keuangan

Menurut Kasmir (2016:5) kinerja keuangan merupakan hasil cerminan dari kondisi keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu, apakah perusahaan telah mencapai target yang telah ditetapkan atau tidak . Kinerja keuangan tersebut berkaitan dengan kemajuan perusahaan, karena bidang keuangan dapat dijadikan sebagai ukuran tingkat kesuksesan perusahaan. Menurut Fahmi (2012:2) kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Kinerja keuangan merupakan gambaran kondisi suatu perusahaan baik dalam aspek keuangan, penghimpunan dana maupun penyaluran dana, yang bisa diukur dengan indikator modal, likuiditas dan profitabilitas.

Pengukuran kinerja digunakan perusahaan untuk melakukan perbaikan diatas kegiatan operasionalnya agar dapat bersaing dengan perusahaan lain. Pengukuran kinerja keuangan dapat dilakukan dengan beberapa cara, salah satu caranya yaitu dengan menilai rasio profitabilitas. Rasio profitabilitas dianggap tepat karena mampu mengukur kinerja keuangan perusahaan melalui penggunaan aset dan ekuitas dalam menghasilkan laba. Aset dan ekuitas adalah bagian penting yang berperan dalam kegiatan operasional kegiatan (Dwi dkk, 2016). Menurut Jumingan (2006)

manfaat dilakukan pengukuran kinerja perusahaan adalah sebagai berikut: 1) Mengetahui seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya. 2) Mengetahui seberapa besar perusahaan dalam menghasilkan profit. 3) Mengetahui kemampuan perusahaan dalam medayagunakan semua aset yang dimiliki dalam menghasilkan profit secara efisien.

Menurut Subramanyam (2010:9), laba perusahaan merupakan indikator kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban bagi para penyandang dananya juga merupakan elemen dalam penciptaan nilai perusahaan yang menunjukkan prospek perusahaan di masa yang akan datang. Laba dari sudut pandang pemegang saham yaitu perubahan atau kenaikan ekuitas atau aset bersih atau kemakmuran bersih pemilik dalam suatu periode yang berasal dari transaksi operasi bukan transaksi modal. Laba sering kali menjadi salah satu ukuran kinerja perusahaan, ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti kinerjanya baik dan sebaliknya. *Return on asset* menunjukkan laba yang diperoleh dari suatu investasi dalam bentuk aset tanpa mempedulikan dari mana investasi tersebut diperoleh. Laba perusahaan terdiri dari laba operasi dan laba bersih. laba operasi (*operating income*) merupakan suatu pengukuran laba perusahaan yang berasal dari aktivitas operasi yang berlangsung. Laba operasi perusahaan akan memberikan gambaran kondisi kinerja keuangan perusahaan yang telah direncanakan oleh perusahaan dan menggambarkan tingkat keberhasilan penjualan yang dilakukan perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:201), *Return on Asset* (ROA) adalah rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektivitas manajemen dalam mengelola investasinya". ROA adalah jenis rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan manajemen dalam memperoleh keuntungan (laba) perusahaan. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan dengan cara menjual produk dalam bentuk barang atau jasa kepada pelanggannya. Tujuan operasional perusahaan adalah untuk memaksimalkan keuntungan, baik keuntungan dalam jangka pendek maupun keuntungan dalam jangka panjang. ROA merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan menggunakan tingkat aset dalam menghasilkan laba bersih. Rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total asset. ROA juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Hasil pengembalian investasi juga menunjukkan produktivitas dari seluruh dana dalam perusahaan, baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Semakin rendah rasio ini maka semakin kurang baik bagi perusahaan, demikian pula sebaliknya.

Return on Asset (ROA) dapat digunakan sebagai acuan bagi perusahaan untuk mengukur efisiensi dalam penggunaan aktiva yang ada untuk memperoleh keuntungan atau laba. Semakin tinggi rasio ini, maka akan semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan. Peningkatan profitabilitas dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi investor.

$$ROA = \text{laba bersih} / \text{total asset}$$

Angka ROA dapat dikatakan baik apabila $> 2\%$. Nilai rasio antara keuntungan yang diperoleh perusahaan dengan penggunaan aktiva yang lebih dari 2% dapat menggambarkan bahwa kemampuan untuk mendapatkan laba bersih semakin tinggi dibandingkan aktiva perusahaan yang digunakan (Fahmi, 2013).

Berdasarkan hasil penelitian yang mengambil data dari tiga tahun terakhir yakni 2019, 2020 dan 2021 mengenai pengaruh kearifan local terhadap kinerja keuangan Homestay di Gianyar Bali, Ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 pondok wisata di Ubud-Gianyar dengan Teknik analisis regresi sederhana, diperoleh bahwa tidak ada pengaruh secara signifikan kearifan lokal catur purusa artha terhadap kinerja keuangan pondok wisata di Ubud Bali.

Diperoleh hasil yang tidak signifikan antara kearifan local Catur Purusa Artha yang dijabarkan dalam empat dimensi yakni Dharma, Artha, Kama, dan Moksha tidak mampu mempengaruhi kinerja keuangan dapat disebabkan karena kondisi perusahaan dalam hal ini tiga tahun terakhir masih dalam situasi pandemic covid-19, sehingga bagaimanapun implementasi Catur Purusa Artha tersebut sudah dilaksanakan dalam organisasi homestay di Ubud Gianyar, Bali tapi tidak mampu meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

PENUTUP

Budaya Catur Purusa Artha dalam penelitian ini ditemukan tidak berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan hal tersebut dapat disebabkan oleh situasi ekonomi yang belum pulih dalam 3 tahun terakhir pengamatan yakni Th 2019, 2020 dan 2021 yang terdata kondisi keuangan dilihat dari tidak adanya pertumbuhan penjualan, pertumbuhan aset dan *Return on Asset*. Walaupun demikian disarankan agar implementasi Catur purusa artha sebagai Budaya organisasi tersebut agar dapat tetap diimplementasikan karena dapat menghidupkan semangat dalam pengelolaan maupun operasional perusahaan di Bali khususnya *Homestay* di Gianyar Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, P. Amd Chouke, 2000. Contradiction and Social Dynamics in ther Capitalist Agency Relationship. *Accounting Organization and Society*, pp. 1-25
- Barney, J.B. (2001). "Is the Resources Based "View" a Useful Perspective for Strategic Management Research?". *Academy of Management Review*. 26(1): 101.
- Dwi Martani, dkk. 2016. *Akuntansi Keuangan Menengah Berbasis PSAK Buku 1*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- Fahmi 2012. *Analisis kinerja keuangan : panduan bagi akademisi, manajer, dan investor untuk menilai dan menganalisis bisnis dari aspek keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fahmi, Irham (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Kasmir (2014). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Parisada Hindu Dharma Indonesi (PHDI).2013. *Mengejar Artha berdasarkan Dharma*. Denpasar, Bali.
- Subramanyam, K. R dan John J. Wild (2010). *Analisis Laporan Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Wiagustini, N.L.P., Puspaningsih, N.L.A., Sri Artini, L.G. 2017. *Budaya Catur Purusa Artha sebagai Basis Keputusan Pendanaan dan Kinerja Keuangan*. Prosiding Seminar Nasional AIMI. ISBN 978-602-98081-7-9
- Yuliarmi, Ni Nyoman, Suman S.M, Agus, Ahmad Kiptiyah, Yustika Erani. 2012. The Role of Government, Traditional Institution, and Social Capital for Empowering Small and medium industries. Volume : 15 Nomor : 2 Published : 2012, August. *Journal of conomics, Business, and Accountancy Ventura, CA*

PARIWISATA BUDAYA

LANSKAP LINGUISTIK DI DESA WISATA PENGLIPURAN - BALI

Ni Kade Juli Rastitiati
Hartanti Woro Susianti

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Desa Penglipuran merupakan salah satu desa wisata di Bali yang menawarkan keindahan budaya Bali asli, yang disebut dengan istilah *Bali Aga* (Suasapha, 2019). Desa ini terletak di kabupaten Bangli, Bali, sekitar 60 km dari bandara internasional I Gusti Ngurah Rai. Selain memiliki daya tarik pada bidang budaya, desa Penglipuran juga mempunyai daya tarik berupa kebersihan. Daya tarik ini membuat desa Penglipuran mendapat penghargaan sebagai desa terbersih ke-tiga di dunia pada tahun 2017 (www.indonesia.travel). Penghargaan lain yang juga diperoleh adalah “Indonesia *Sustainable Tourism Award* (ISTA)” dan “*Sustainable Destination Top 100*” versi *Green Destination Foundation*.

Dengan atribut bergengsi ini, desa Penglipuran tentu dikunjungi oleh para wisatawan, baik domestik maupun internasional. Kunjungan ini tentu berdampak positif pada aspek-aspek kehidupan masyarakat desa, seperti: ekonomi, pendidikan dan sosial budaya. Sebagai tempat yang dikunjungi oleh berbagai wisatawan, baik wisatawan domestik Indonesia maupun internasional, pengelola desa wisata tentunya menyediakan informasi secara tertulis yang dibutuhkan wisatawan. Informasi-informasi tersebut dapat berupa nama tempat/ bangunan, penunjuk arah/ lokasi, pengumuman, peringatan dan larangan.

Informasi-informasi tertulis tersebut dalam disiplin ilmu bahasa disebut dengan Lanskap Linguistik (LL). Istilah LL untuk pertama kalinya dinyatakan oleh Landry dan Bourhis (Gorter, 2006; IW Mulyawan, 2019), untuk menamai pemakaian bahasa tertulis pada ruang publik. Sebelum istilah ini diperkenalkan oleh Landry dan Bourhis, sudah terdapat kajian-kajian dengan objek LL ini, yang dilakukan oleh para pakar bahasa, seperti Rosenbaum (1977), Monniel (1989) dan Spolsky & Cooper (1991) (dalam Yendra dan Artawa, 2023).

Landry dan Bourhis (dalam Widiyanto, 2020) menyatakan LL sebagai pemakaian bahasa pada tanda jalan umum, papan iklan, nama jalan dan tempat, tanda kedai dan toko komersial, tanda umum bangunan pemerintah yang berkombinasi membentuk LL suatu wilayah. Setelah pernyataan Landry dan Bourhis tersebut, terdapat sejumlah definisi yang disampaikan oleh para ahli yang lain. Ada yang menyebutnya sebagai pasar linguistik, mozaik linguistik, ekologi bahasa, keragaman bahasa dan situasi bahasa (Gorter, dalam Widiyanto, 2020). Namun demikian, pada intinya, LL adalah pemakaian bahasa dalam bentuk tertulis di ruang publik (Gorter, 2006).

Para cendekiawan bahasa menyatakan bahwa LL adalah bagian dari sosiolinguistik dan linguistik terapan. Kajian tentang LL dapat bertalian dengan aspek-aspek kebahasaan, tetapi bersangkutan dengan berbagai disiplin ilmu, sosial-budaya, hukum, pendidikan dan politik. Kajian tentang LL dalam dua dasa warsa terakhir ini berkembang secara dinamis, dan melahirkan konsep-konsep baru. Misalnya, kajian LL tidak hanya berfokus pada ruang publik (*outdoor*), tetapi juga

berkembang ke arah ranah semi publik yang berkaitan dengan kelembagaan (Gorter, dalam Widiyanto, 2020). Telah banyak kajian LL dengan lokus lembaga seperti: perpustakaan, sekolah, rumah sakit, bandara dan restoran. Bahkan, seperti dinyatakan oleh Sebba dalam Widiyanto (2020), LL dapat merujuk pada tanda-tanda yang bergerak (*moving signs*), dan dapat pula berkembang pada pemakaian bahasa yang tertera secara digital.

LL adalah bidang kajian yang menarik dan dinamis dan telah dilakukan secara intensif di berbagai negara termasuk di Indonesia. LL di luar negeri telah diteliti oleh banyak ahli, seperti Gorter (2006), Backhaus, (2006), Jaworski & Thurlow (2010), Shohamy, Ben-Rafael & Barni (2010), Pavlenko, (2010), Sebba (2010), Puzey (2016), Saleem (2018) dan Haj-Yahya (2021). Sedangkan di Indonesia, LL juga menjadi objek kajian yang dinamis dan menarik yang telah diteliti oleh para cendekiawan bahasa, seperti: Erikha (2018), Widiyanto (2020) dan Datang (2022). Kajian-kajian tersebut dilakukan dengan berbagai lokus, seperti jalan raya, perpustakaan dan destinasi wisata.

Di pulau Bali, terdapat sejumlah kajian LL yang telah dilakukan, dengan berbagai lokus, ruang publik dan atau area semi-publik seperti destinasi wisata (IW Mulyawan, 2019; Wulansari, 2020, Rastitiati dan Suprastayasa, 2022), bandara (Rastitiati, 2023) dan perpustakaan, (Suari, 2021). Khusus lokus di desa wisata, kajian LL telah dilakukan pula oleh para peneliti. IW Mulyawan (2019) mengkaji tentang pengaruh pariwisata pada tanda-tanda di ruang publik di desa Ubud, Bali. Rastitiati dan Suprastayasa (2022), membahas tentang profil LL di destinasi wisata, Nusa Dua, Bali; Krisnawati dan Ariani (2022), mengkaji nama-nama akomodasi di Ubud, Bali. Selanjutnya, Rastitiati, Suprastayasa dan Susianti, (2023) mengkaji LL di Desa Wisata Sayan, khususnya yang berkaitan dengan pemakaian bahasa dalam pemberian nama akomodasi. Kendati terdapat sejumlah penelitian LL terkait desa wisata, belum ada kajian LL di desa Penglipuran, Bali yang merupakan desa wisata yang sudah termasyur di mancanegara. Oleh karena itu, kajian ini bertujuan untuk membahas profil LL yang terdapat di desa wisata Penglipuran, Bali.

PEMBAHASAN

Pada Lanskap Linguistik (LL) di desa wisata Penglipuran - Bali, terdapat tanda-tanda multilingual yakni adanya pemakaian bahasa Indonesia, bahasa Bali dan bahasa Inggris. Di samping tiga bahasa tersebut, terdapat pula pemakaian aksara Bali, Pemakaian bahasa-bahasa tersebut serta aksara Bali, diuraikan sebagai berikut.

a. Bahasa Indonesia

Pemakaian bahasa Indonesia secara monolingual ditemukan pada informasi tentang Tata Tertib, informasi tentang tempat pengolahan pupuk organik dan semacam slogan bahwa desa Penglipuran berbasis masyarakat dan merupakan Desa Sadar Jaminan Sosial Ketenagakerjaan. Penggunaan bahasa Indonesia adalah sesuai dengan aturan yang berlaku di negara RI, tentang pemakaian bahasa di wilayah negara Indonesia, yakni. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2009, tentang Bendera, Bahasa dan Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan, khususnya pada pasal 36 sampai dengan pasal 38. Ditegaskan pada pasal-pasal tersebut bahwa bahasa Indonesia wajib digunakan, dan dapat disertai bahasa daerah atau bahasa asing sesuai

keperluan. Pernyataan tersebut memberi informasi bahwa penggunaan bahasa Indonesia diutamakan; kemudian barulah bahasa daerah dan bahasa asing dapat digunakan sesuai dengan keperluan.

Namun demikian, karena desa Penglipuran adalah destinasi wisata yang tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan domestik, tetapi juga wisatawan mancanegara, perlu kiranya pemakaian bahasa Indonesia secara monolingual, dilengkapi dengan bahasa Inggris.



Gambar 1
Pemakaian Bahasa Indonesia Pada Tulisan Selamat Datang
dan Slogan Desa Penglipuran



Gambar 2
Pemakaian Bahasa Indonesia pada Informasi tentang Tata Tertib dan Langkah Pencegahan Penyebaran Virus Corona

b. Bahasa Bali

Pemakaian bahasa Bali secara monolingual terdapat pula pada LL di Desa Penglipuran, seperti “*matur suksma*” (ucapan terimakasih), “*parahyangan*” (tempat suci), “*palemahan*” (tempat bagian luar)



Gambar 3
Pemakaian Bahasa Bali pada tiga papan nama (*signages*) bagian atas

Tiga istilah pada tiga papan nama bagian atas (gambar 3), yakni *parahyangan*, *pawongan* dan *palemahan* disebut dengan istilah *Tri Hita Karana* (Tiga penyebab kebahagiaan). Pertama, *parahyangan* bermakna hubungan harmonis antara manusia dengan Tuhan. Kedua, *pawongan* memiliki makna hubungan yang harmonis antara manusia dengan manusia lainnya. Ketiga, *palemahan* yang bermakna hubungan harmonis antara manusia dengan lingkungan.

Pemakaian bahasa Bali secara monolingual tidak banyak digunakan. Hal ini tentu berkaitan dengan atribut Desa Penglipuran sebagai destinasi wisata yang tidak hanya dikunjungi oleh wisatawan lokal Bali, tetapi juga oleh wisatawan domestik Indonesia dan wisatawan dari berbagai negara di dunia. Di samping itu, jika berpedoman pada Undang-Undang RI Nomor 24 tahun 2009, pemakaian bahasa lokal seperti bahasa Bali secara monolingual, tentu tidak dibenarkan. Pemakaian bahasa lokal diijinkan jika dipandang perlu, dan pemakaiannya adalah setelah atau di bawah bahasa negara, yakni bahasa Indonesia.

c. Bahasa Inggris

Pemakaian bahasa Inggris secara monolingual hanya ditemukan pada kata “*scan me*” di bawah *barcode*, di samping tulisan “*Parahyangan*”, “*Pawongan*” dan “*Palemahan*”, seperti pada Gambar 3 di atas. Hal ini demikian, karena bahasa Inggris lebih banyak dipakai secara bilingual atau multilingual. Pemakaian bahasa Inggris secara monolingual dapat bersifat “kurang informatif” bagi wisatawan yang tidak berbahasa Inggris. Selain itu, secara legalitas, pemakaian bahasa Inggris secara monolingual juga tidak boleh dilakukan. Dalam Undang-Undang RI Nomor 24 Tahun 2009 ditegaskan bahwa pemakaian bahasa asing, seperti Inggris dapat dilakukan jika diperlukan, dan pemakaiannya wajib setelah atau di bawah bahasa bahasa Indonesia dan bahasa daerah.

d. Bahasa Indonesia - Bahasa Bali

Terdapat pemakaian dwibahasa (campur kode) Indonesia - Bali, yakni pada kalimat “Atas asung kertha waranugraha Hyang Widhi Wasa, dengan ini meresmikan”. Penggunaan diksi dalam bahasa Bali ini lebih terkait pada “*rasa*”, yakni diksi tersebut dianggap tepat mengungkapkan makna “atas anugerah Tuhan meresmikan”. Penggunaan diksi dalam bahasa Bali ini lebih terkait pada “*rasa*”, yakni diksi tersebut dianggap tepat mengungkapkan makna “atas anugerah Tuhan



Gambar 4
Pemakaian bilingual bahasa Bali dan bahasa Indonesia

e. Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris

Pada LL desa wisata Penglipuran, terdapat dwibahasa Indonesia - Inggris, misalnya informasi tentang “jalur evakuasi/ *evacuation route*” dan informasi tentang “area suci” (*sacred area*). Pemakaian dwibahasa ini tentu sangat baik, jika dikaitkan dengan atribut desa Penglipuran sebagai desa wisata. Konfigurasi secara posisional, di mana bahasa Indonesia ditulis di atas bahasa Inggris, adalah sesuai dengan Peraturan negara RI tentang pemakaian bahasa di ruang publik (UURI Nomor 24, tahun 2009). Dalam aturan negara ini dinyatakan bahwa bahasa Indonesia selaku bahasa negara harus diutamakan dalam penulisan, yakni berada di atas jenis bahasa lainnya (pada posisi tulisan vertikal), atau ditulis mendahului jenis bahasa lainnya, apabila dalam posisi horizontal.



Gambar 5
Pemakaian bilingual bahasa Indonesia dan bahasa Inggris



Gambar 6
Pemakaian bilingual bahasa Indonesia dan bahasa Inggris

LL di desa Penglipuran telah mengalami modernisasi, yakni dengan adanya pemakaian bahasa secara digital. Dwibahasa Indonesia dan Inggris tidak saja tertulis pada papan nama, seperti dua gambar di atas, tetapi juga telah digunakan secara digital. Ada *barcode* yang bisa dipindai oleh

wisatawan tentang informasi mengenai Tri Hita Karana (Parahyangan, Pawongan dan Palemahan), seperti pada Gambar 3 di atas.

f. Bahasa Indonesia - Bahasa Inggris - Bahasa Jepang

Pemakaian bahasa secara multilingual, yakni bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan bahasa Jepang ditemukan sebagai informasi yang berupa Perhatian (attention). Pemakaian multibahasa ini berada di depan tempat ibadah umat Hindu yang disebut Pura Penataran. Pemakaian bahasa Jepang lebih didasarkan pada fenomena banyaknya kunjungan wisatwan Jepang di desa Penglipuran, yang bisa jadi kurang memahami bahasa Inggris.



Gambar 7

Pemakaian bahasa Indonesia, bahasa Inggris dan Bahasa Jepang

g. Pemakaian Aksara Bali.

LL desa wisata Penglipuran dilengkapi pula dengan pemakaian aksara Bali. Aksara Bali ini tidak serta merta bermakna bahasa Bali. Pemakaian aksara Bali ini untuk mendampingi tulisan berbahasa Indonesia atau bahasa Bali. Pemakaian aksara Bali ini sesuai dengan Peraturan Gubernur Bali Nomor 80 tahun 2018, dan merupakan sebuah upaya yang sangat baik untuk mempertahankan budaya Bali. Di samping itu, pemakaian aksara Bali di Penglipuran ini dapat menjadi bagian dari atraksi pariwisata yang dapat dilihat oleh wisatawan, sekaligus juga sebagai wahana pengetahuan dan edukasi bagi para wisatwan. Dilihat dari sisi konfigurasi, aksara Bali ini ada yang dituliskan di atas bahasa Indonesia atau bahasa Bali, seperti tampak pada Gambar 1, 4 dan 7, tetapi ada pula yang dituliskan di bawahnya, seperti gambar berikut.



Gambar 8
Pemakaian Aksara Bali

PENUTUP

Profil LL di desa wisata Penglipuran terdiri dari 6 variasi bahasa dan aksara Bali yang dituliskan pada *signages* (papan nama), sebagai informasi yang disediakan oleh pengelola untuk para wisatawan. Keenam variasi tersebut adalah: 1) bahasa Indonesia, 2) bahasa Bali, 3) Bahasa Inggris, 4) bilingual bahasa Indonesia dan Bali 5).bilingual bahasa Indonesia dan Inggris, dan 6) multilingual bahasa Indonesia, Inggris, dan Jepang. Selain dituliskan pada papan nama, informasi dituliskan juga secara digital, khususnya untuk memberikan penjelasan Tri Hita Karana (Parahyangan, Pawongan dan Palemahan). Fenomena lainnya adalah pemakaian aksara Bali, yang jika dilihat dari konfigurasi, ditulis di atas Bahasa Indonesia atau bahasa Bali, tetapi ada pula yang ditulis di bawahnya.

Pemakaian multibahasa Indonesia, Bali dan bahasa asing seperti Inggris dan Jepang sangat baik sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diperlukan wisatawan. Perihal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 24 tahun 2009 yang mengatur pemakaian bahasa di ruang publik di Indonesia. Disarankan kepada pengelola Desa Wisata Penglipuran, konfigurasi bahasa hendaknya diurutkan sebagai berikut, yaitu bahasa Indonesia, bahasa daerah dan bahasa asing. Pemakaian bahasa dan aksara Bali hendaknya tetap dipertahankan sebagai upaya untuk memelihara budaya Bali, dan juga sebagai bagian atraksi wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan, selain juga sebagai wahana edukasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Backhaus, Peter. (2006). "Multilingualism in Tokyo: a look into the linguistic landscape". *International Journal of Multilingualism* 3, 1, 52–66.
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. (2011). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24, Tahun 2009*, tentang "Bendera, Bahasa, Lambang Negara serta Lagu Kebangsaan". Jakarta.
- Datang, Frans Asisi. 2023. Signage In Public Spaces: Impact of Tourism on The
- Erikha, F. dan Multamia Lauder. (2020). Lanskap Linguistik Sebagai Peranti Mempromosikan Pariwisata di Kota Bandung. *Dalam E-Prosiding International University, Symposium on Humanities and Arts*. ISSN: 26140586, hal. 182-199
- Gorter, D dan J.Cenoz. (2006). *Knowledge about Language and Linguistic Lanscape*. Toronto: Multi Lingual Matters, Ltd
- Gorter, D. (2006). *Linguistic Lanscape: New Approach to Multilingualism*. Toronto: Multi Lingual Matters, Ltd.
- Haj-Yahya, A. (2021). *Multiculturalism as Reflected in the Linguistic and Semiotic Landscape of Arab Museums in Israel*, *Israel Studies Review*, 36(1), 68-91. Retrieved Apr 30, 2023, from <https://doi.org/10.3167/isr.2021.360106>
- IW. Mulyawan. (2017). Linguistics Lanscape: Commercial Outdoor Signs in Kuta, Bali. *International Journal of Linguistics*, Vol.9, hal.1-9, Tahun 2017
- IW. Mulyawan. (2019). Impact of Tourism on Vernacular Outdoor Signs in Ubud, Bali, Indonesia. *ISVS E-Journal*. Penerbit: University of Bahrain.
- Jaworski, A., & Thurlow, C. (eds.). (2010). *Semiotic landscapes: Language, image, and space*. London and New York: Continuum.
- Landry, R and R.Y. Bourhis. (1997). Linguistic Lanscape and Ethnolinguistic Vitality: An Empirical Study. *Journal of Language and Social Psychology* 16, 23-49
- Linguistic Lanscape of Laboan bajo. *International Review of Humanities Studies*, Vol.7, No.1, Article 8.
- N. M. Ariani, and N. L. P. Krisnawati, "The Linguistic Landscape of Accommodations in Ubud," *PAROLE: Journal of Linguistics and Education*, vol. 12, no. 2, pp. 82-90, Nov. 2022. <https://doi.org/10.14710/parole.v0i0.%p>
- Pavlenko, Aneta. 2010. Linguistic landscape of Kyiv, Ukraine: A diachronic study. In Shohamy, E., Barni, M. and E. Ben Rafael (eds.) *Linguistic landscape in the city*, 133-150. Bristol: Multilingual Matters
- Peraturan Gubernur Bali Nomor 80 Tahun 2018 tentang "Perlindungan dan Penggunaan Bahasa, Aksara dan Sastra Bali serta Penyelenggaraan Bulan Bahasa"
- Puzey, G. 2016. Linguistic Lanscape. *The Oxford of Handbook of Names and Naming.*, eds. Carole Hough, 476-496. Oxford: Oxford University Press.
- Rastitiati, NKJ and Suprastayasa, IGNA. 2022. Multilingual Signs: The Linguistic Landscape in Nusa Dua Tourism Destination. *Lacultour: International Journal of Language and Cultural Tourism*, Vol.1, No.1.
- Rastitiati, NKJ, Suprastayasa, IGNA, Susianti, HW. 2023. Names of Accommodation in Sayan Tourism Village, Bali: A Linguistic Landscape Analysis. *Tourism Research Journal*, Vol.7, No.2.
- Rastitiati, NKJ. 2023. The Linguistic Landscape at I Gusti Ngurah Rai International Airport: Users' Attitude. *Lacultour: International Journal of Language and Cultural Tourism*, Vol.2, No.1

- Saleem, Amjad. (2018). Linguistic Landscape: A Study of Signage at Public Museum in Cardiff. *Humanities and Social Sciences*. Vol.25 No.1, 2018.
- Sebba, M. (2010). Discourse in Transit. In A Joworski dan Thurlow (Eds). *Semiotic Landscape: Language, Image Space*, hal. 59-76. London: Continuum.
- Shohamy, Elana, Ben-Rafael, E., & Barni, M. (eds.). (2010). *Linguistic landscape in the city*. Bristol: Multilingual Matters
- Shohamy. E and D. Gorter. (2009). Introduction. In Elana & D. Gorter (eds). *Linguistic Landscape: Expanding the Scenery*. 1-10. New York & London: Routledge.
- Suasapha, A. H. (2020). Potensi Desa Wisata Penglipuran Menurut Mahasiswa Kepariwisataaan Politeknik Pariwisata Bali. *Jurnal Kepariwisataaan*, 19(2), 116-123.
- Suasapha, A. H. (2022). Tourism potentials of Ulu Apad: a traditional governance system of the original Balinese people in Penglipuran Village. *International Journal of Applied Sciences in Tourism and Events*, 6(2), 127-137.
- Widiyanto, G. (2020). *Lanskap Linguistik di Museum Radya Pustaka Surakarta*. Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra (SEMANTIK)
- Wulansari, Dwi Windah. (2020). Linguistik Lanskap di Bali: Tanda Multilingual Dalam Papan Nama Ruang Publik. Dalam “Kredo”, *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, Vol.3, No.2, Tahun 2020.
- Wulansari, Dwi Windah. (2020). Linguistik Lanskap di Bali: Tanda Multilingual Dalam Papan Nama Ruang Publik. Dalam “Kredo”, *Jurnal Ilmiah Bahasa dan Sastra*, Vol.3, No.2, Tahun 2020.
- Yendra dan Artawa, I Ketut. 2023. *Lanskap Linguistik: Pengenalan, Pemaparan dan Aplikasi*. Sleman: Budi Utama.

INVENTARISASI KULINER LOKAL UNTUK MEMPERKUAT BRANDING MAKANAN TRADISIONAL LABUAN BAJO

I Made Rumadana,
I Nyoman Sunada

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia saat ini difokuskan pada lima destinasi super prioritas. Tujuan dari destinasi super prioritas ini adalah menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif yang pada akhirnya diharapkan mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Lima kawasan yang ditunjuk sebagai destinasi super prioritas adalah Danau Toba (Sumatera Utara), Candi Borobudur (Jawa Tengah), Mandalika (Nusa Tenggara Barat) dan Labuan Bajo (Nusa Tenggara Timur). Salah satu destinasi super prioritas yang menjadi andalan Indonesia adalah Labuan Bajo. Labuan Bajo merupakan kawasan pariwisata yang berada di Nusa Tenggara Timur yang memiliki potensi bahari dan budaya yang sangat potensial untuk dikembangkan lebih jauh sebagai produk pariwisata. Labuan Bajo merupakan pusat kota dari Kabupaten Manggarai Barat yang mengembangkan pariwisata sebagai *leading sector*. Sebagian besar masyarakat Labuan Bajo bekerja di sektor ini, yang tersebar diberbagai akomodasi dan usaha jasa pariwisata lainnya.

Keberadaan destinasi super prioritas harus mampu menumbuhkan ekosistem ekonomi kreatif. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menetapkan 17 subsektor ekonomi kreatif yaitu pengembangan permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, fesyen kuliner, film, animasi, dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukkan, penerbitan serta aplikasi. Kawasan super prioritas ini harus mampu mengembangkann 17 subsektor untuk menajadi pariwisata yang mandiri. Salah satu subsektor yang memberikan kontribusi terbesar adalah kuliner. Kuliner mampu memberikan kontribusi 30% dari seluruh pendapatan sektor pariwisata (kompas.com) dan memberikan daya tarik tersendiri bagi para wisatawan. Kuliner sangat mampu memberikan warna dan ciri khas dari setiap destinasi terutama kuliner tradisional yang dimiliki oleh masing-masing daerah termasuk kawasan super prioritas Labuan Bajo.

Kuliner tradisional daerah setempat merupakan elemen penting dari budaya sehingga kuliner tradisional yang juga disebut kuliner lokal telah digunakan oleh organisasi manajemen destinasi (DMO) untuk membangun citra simbolis suatu destinasi dalam promosi regional dan nasional (Hong & (Simon) Tsai, 2010; Aksenova, Cai, & Gebbels, 2022). Selain membentuk suatu pengetahuan kognitif dari sebuah destinasi, kuliner lokal juga berfungsi sebagai sebuah alat yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan wisatawan dalam sebuah pengalaman yang multisensori (Everett, 2008) dan memfasilitasi wisatawan untuk belajar tentang budaya lain (Hjalager dan Johansen, 2013). Bagi banyak wisatawan baik saat kembali ke destinasi yang sudah dikenal atau mengunjungi destinasi baru, mencicipi kuliner lokal merupakan kontributor utama terhadap pengalaman wisata secara keseluruhan (UNWTO, 2012). Oleh karena itu, begitu banyak destinasi

yang memasarkan dirinya sebagai destinasi kuliner dan menawarkan pengalaman kuliner yang unik (Kokkranical dan Carabelli, 2021). Secara global, pada tahun 2019, wisata kuliner bernilai \$1,116.7 miliar dan diperkirakan akan terus tumbuh karena peningkatan promosi wisata kuliner oleh DMO (Allied Analytics, 2020), yang mempromosikan citra kuliner destinasi untuk meningkatkan jumlah pengunjung, terutama bagi wisatawan destinasi yang kurang dikenal (De Vries, 2019; Aksenova, Cai, & Gebbels, 2022).

Kuliner dan sektor pariwisata memiliki hubungan yang kuat dan mempengaruhi satu sama lain. Makanan sering menjadi faktor yang memengaruhi pilihan destinasi wisata wisatawan. Keberadaan makanan khas dapat menjadi daya tarik unik yang membedakan suatu destinasi pariwisata dari yang lain. Dalam berbagai aspek, kuliner dan pariwisata memiliki keterkaitan yang erat. Kuliner bukan hanya elemen penting dalam pengalaman para wisatawan, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan pada perekonomian lokal dan upaya promosi destinasi wisata. Oleh karena itu, strategi yang efektif sering melibatkan pengembangan dan promosi kuliner lokal untuk mendukung perkembangan sektor pariwisata suatu daerah.

Kawasan pariwisata Labuan Bajo sebagai destinasi pariwisata yang relatif baru berkembang dapat menggunakan kuliner tradisional untuk menarik kunjungan wisatawan maupun untuk memberikan variasi aktivitas dan pengalaman yang dapat dinikmati oleh wisatawan selama mereka berlibur. Namun demikian, belum banyak kuliner tradisional atau lokal yang diangkat untuk dipasarkan kepada para wisatawan baik domestik maupun wisatawan mancanegara. Hal ini bisa menjadi peluang bagi kuliner Labuan Bajo dan juga dapat sebagai daya tarik wisatawan untuk berkunjung. Keberadaan kuliner khas di masing-masing daerah telah terbukti saling terkait dengan kunjungan wisatawan seperti Bali yang terkenal dengan kuliner ayam betutu dan sate lilit, Lombok terkenal dengan ayam taliwang, Jogjakarta dengan gudegnya, Medan dengan bika ambon, dan Jakarta dengan soto betawi. Oleh karena itu Labuan Bajo perlu untuk mengembangkan kuliner tradisional agar menjadi salah satu daya tarik wisata yang nantinya dikenal oleh banyak kalangan.

Kuliner tradisional yang dimiliki suatu kawasan pariwisata akan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi setempat karena kuliner tradisional pada umumnya menggunakan bahan-bahan lokal dan masyarakat memiliki kemampuan dalam pengolahannya sehingga keberadaannya akan berdampak langsung terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Kuliner tradisional Labuan Bajo bervariasi sesuai dengan daerah tempat tinggal penduduknya masing-masing. Sebagai daerah yang dikelilingi lautan maka masyarakat pesisir banyak memanfaatkan makanan tradisional yang berbahan baku ikan karena mereka memanfaatkan kekayaan sumberdaya laut yang ada. Sedangkan masyarakat Labuan Bajo atas lebih cenderung memanfaatkan hasil pertanian berupa pisang, talas, dan jambu mete yang sangat melimpah. Dengan demikian maka bahan makanan tradisional akan tersedia dengan cukup.

Sebagaimana disampaikan oleh Humaed, dkk (2022) bahwa usaha kuliner dapat dijadikan sebagai *unique selling point* yang tepat dalam industri pariwisata. Ditinjau dari aspek peluang, hal ini tidak terlepas dari kebutuhan wisatawan atas makan dan minuman yang merupakan salah satu kebutuhan yang paling utama dalam kegiatan berwisata. Industri kuliner memiliki subsektor yang sangat luas mencakup restoran, warung makam, bar, kafe, kedai minuman penyedia jasa catering dan sebagainya. Namun pengembangan sektor ini pasti memiliki banyak tantangan untuk bisa

menjadikan kuliner tradisional Labuan Bajo sebagai *unique selling point*. Ivanova, Terziyska, Trifonova (2014) menjelaskan bahwa makanan tradisional merupakan salah satu elemen yang paling menarik yang menjadi daya tarik minat khusus, menambah keistimewaan, dan karakter asli tempat tersebut. Makanan tradisional sangatlah kompleks dan tidak terdefiniskan dengan baik. Makanan tradisional merupakan warisan dari turun temurun dan memiliki histori dari setiap generasi untuk mampu mempelajari resep.

Dengan semakin berkembangnya pariwisata di Labuan Bajo maka kuliner tradisional yang dimiliki Labuan Bajo bisa menjadi salah satu daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Para wisatawan domestik dan internasional dapat dipastikan ingin mengetahui dan mencoba kuliner asli Labuan Bajo. Oleh karena itu tahap pertama yang perlu dilakukan adalah mengidentifikasi dan melakukan inventarisasi terhadap berbagai kuliner tradisional yang ada. Inventarisasi kuliner tersebut akan menjadi data awal untuk pengembangan kuliner tradisional. Kemudian tahap selanjutnya adalah melakukan rekonstruksi kuliner tradisional. Rekonstruksi kuliner lokal merupakan proses mempertahankan dan memodernisasi hidangan atau makanan tradisional suatu daerah dengan tetap mempertahankan esensi dan cita rasa autentiknya. Ini melibatkan pengembangan dan inovasi pada hidangan-hidangan tradisional untuk membuatnya lebih relevan dan menarik untuk penduduk setempat dan wisatawan. Rekonstruksi kuliner lokal biasanya dilakukan dengan memadukan elemen-elemen tradisional dengan teknik memasak, bahan, atau presentasi yang lebih kontemporer. Upaya rekonstruksi kuliner lokal dengan tetap mempertahankan esensi dan rasa autentik hidangan tradisional adalah kunci utama sehingga tetap menghormati dan merayakan budaya serta tradisi asli. Dengan adanya rekonstruksi kuliner lokal diharapkan makanan tersebut akan lebih mudah diterima oleh kalangan wisatawan dan dimasa yang akan datang dapat menjadi branding yang kuat bagi destinasi wisata Labuan Bajo. Selain itu, bagi masyarakat Labuan Bajo, pengembangan kuliner tradisional yang telah menjadi tradisi turun temurun dapat dijaga dan dilestarikan sedemikian rupa. Hal ini penting karena seni kuliner akan berkembang dan dapat bertahan lama sebagai bagian dari budaya (Sukerti dan Marsiti, 2019).

Makanan tidak seperti sumberdaya alam lainnya, dapat disediakan sepanjang tahun dengan memanfaatkan bahan-bahan lokal. Untuk mengelola sebuah destinasi pariwisata perlu adanya kekhasan daerah melalui makanan (Hsu, 2014). Bagi wisatawan, makanan menyediakan pengalaman dan kesempatan untuk terlibat dalam budaya lokal dan tradisi lokal. Oleh karenanya manfaat wisata kuliner begitu besar hingga menimbulkan minat wisatawan untuk mendalami dan mengetahui lebih dalam lagi mengenai wisata kuliner ini.

Semakin populernya pariwisata semakin penting dikembangkan karakteristik dan kekhasan di suatu daerah kawasan wisata. Melalui makanan tradisional Labuan Bajo ini mampu menarik perhatian dan memberikan kekhasan kawasan wisata super prioritas ini. Melihat pembahasan diatas mengenai betapa pentingnya kuliner tradisional untuk dikembangkan di sebuah destinasi wisata maka penelitian ini akan mengidentifikasi dan merekonstruksi kuliner tradisional untuk pariwisata di Destinasi Labuan Bajo.

PEMBAHASAN

Pariwisata Kuliner

Wisatawan dapat berwisata kuliner sebagai pelengkap daya tarik wisata di destinasi wisata. Wisatawan dapat menikmati kuliner, sedangkan pengelola destinasi wisata dapat memanfaatkan sebagai strategi yang tepat dalam pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan di Indonesia. Wisata kuliner yaitu istilah yang digunakan untuk merujuk pada kegiatan mencicipi berbagai macam makanan dari berbagai daerah yang dikunjungi, atau berwisata kuliner. Seni kuliner yaitu suatu ilmu tentang proses pembuatan makanan, yang meliputi teknik atau metode memasak, mempersiapkan, dan menyajikan makanan dengan menunjang nilai-nilai estetis. Industri kuliner yaitu sebuah industri atau kegiatan pembuatan makanan yang dilakukan secara massal. Ini mencakup berbagai bisnis kuliner yang mendukung pertumbuhan ekonomi suatu negara. Bisnis kuliner yaitu suatu usaha yang menggunakan kuliner atau makanan sebagai produk yang dijual. Bisnis kuliner ini termasuk pedagang-pedagang kaki lima, usaha UMKM, hingga bisnis kuliner berskala besar. Kuliner tradisional: yaitu makanan dalam negeri yang sudah ada sejak lama, biasanya merujuk pada aneka jajanan pasar atau menu makanan populer yang dikembangkan sejak zaman dulu. Kuliner internasional: yaitu makanan dari luar negeri yang menjadi ciri khas dari suatu negara. Kuliner internasional ini dapat menyebar di berbagai negara, dikenal, dan menjadi makanan populer yang diminati masyarakat umum.

Negara-negara di dunia mulai menyadari sumber pendapatan negara salah satunya dari potensi yang dapat meningkatkan kesejahteraan rakyatnya di suatu negara, dan sekaligus mengembangkan obyek wisata yang ada di negaranya. Asosiasi Chef Indonesia memanfaatkan makanan sebagai media atau jalan untuk mempererat hubungan produsen makanan (termasuk hospitalitas) dan masyarakat. Inisiatif Asosiasi Chef Indonesia sering mengadakan lomba-lomba makanan tradisional nusantara untuk membangun kekuatan dalam menjalin hubungan antara produsen makanan dan penduduk setempat di destinasi wisata. Produsen makanan atau industri pariwisata yang terus menjalin hubungan dalam menyediakan makanan tradisional atau menggunakan hasil pertanian sebagai bahan dasar di destinasi wisata. Ini menunjukkan bahwa hubungan yang saling memberikan manfaat antara makanan tradisional nusantara di destinasi wisata dan industri pariwisata dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan kearifan lokal di destinasi wisata makanan tradisional, dapat diakui sebagai sarana promosi dan destinasi wisata semakin dikenal (Hjalager & Richards, 2002). Wisata kuliner mempunyai potensi menjadi bagian utama yang berfungsi sebagai penyatu dalam kegiatan berwisata, mengingat kepariwisataan merupakan sektor yang multi perspektif dan prospektif sebagai pencitraan pariwisata Indonesia.

Hubungan antara Pariwisata dan Kuliner

Wisata kuliner telah mendapat banyak perhatian dalam beberapa tahun terakhir sebagai bentuk perjalanan yang unik dan dinamis. Bentuk wisata ini berkisar pada eksplorasi dan apresiasi tradisi kuliner yang beragam, produk makanan lokal, dan pengalaman bersantap di berbagai daerah. Wisata kuliner telah muncul sebagai produk wisata yang signifikan di destinasi dunia (Julita, J., Sari, L. dan Felisa, H., 2022). Semakin diakui bahwa wisata kuliner memiliki potensi untuk menarik lebih banyak pengunjung ke suatu destinasi.

Sebuah studi menemukan bahwa wisata kuliner merupakan pengeluaran terbesar kedua bagi wisatawan setelah akomodasi, yang semakin menekankan pentingnya dalam mendorong pendapatan pariwisata. Selain itu, eksplorasi kuliner telah diidentifikasi sebagai motivasi utama wisatawan dalam memilih destinasi. Menurut Kautsar, wisatawan sengaja memilih destinasi karena daya tarik kulinernya.

Menurut penelitian Kautsar, eksplorasi kuliner menjadi alasan utama berwisata, menandakan wisatawan aktif mencari destinasi yang menawarkan pengalaman kuliner unik dan beragam. Pada prinsipnya, wisata kuliner adalah segmen wisata dimana wisatawan secara aktif mencari dan menikmati pengalaman kuliner yang unik untuk menciptakan kenangan abadi dari berbagai menu sepanjang perjalanannya. Sumber: Wisata kuliner kini telah menjadi produk wisata di suatu destinasi. Wisata kuliner telah menjadi bagian integral dari industri pariwisata, memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Wisata kuliner telah mendapatkan pengakuan sebagai segmen yang berharga dan berbeda dalam industri pariwisata yang lebih besar. Wisata kuliner berperan penting dalam mendukung bentuk wisata lainnya, seperti wisata alam, budaya, sejarah, dan bahari (Syahrial, S. et al., 2020). Wisata kuliner telah menjadi komponen yang tidak terpisahkan dari industri pariwisata, melengkapi dan meningkatkan bentuk pariwisata lainnya.

Wisata kuliner menawarkan pengalaman perjalanan yang unik dan imersif, memungkinkan wisatawan untuk mengeksplorasi masakan yang berbeda, mencicipi hidangan lokal, dan mempelajari warisan kuliner dan tradisi suatu destinasi (Putri, A, W., Hakim, L. dan Indriyani, S., 2017). Selain itu, wisata kuliner tidak hanya sekedar memanjakan diri dengan makanan lezat; itu adalah sarana untuk menghubungkan dengan budaya lokal dan masyarakat. Selain itu, wisata kuliner sejalan dengan meningkatnya permintaan akan perjalanan otentik dan pengalaman, di mana individu berusaha membenamkan diri dalam budaya lokal dan menciptakan hubungan yang bermakna dengan tujuan yang mereka kunjungi (Julita, J., Sari, L. dan Felisa, H., 2022). Pengembangan wisata kuliner atau kuliner di suatu destinasi berpotensi untuk meningkatkan pengalaman pengunjung dan menarik lebih banyak wisatawan. Pengembangan wisata kuliner di suatu destinasi berpotensi meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan dan menarik lebih banyak wisatawan.

Tren wisata kuliner yang sedang berkembang ini telah membawa banyak manfaat baik bagi wisatawan maupun destinasi. Bagi wisatawan, wisata kuliner menawarkan kesempatan untuk memulai petualangan gastronomi, mencicipi rasa dan hidangan unik yang mungkin belum pernah mereka temui sebelumnya. Untuk destinasi, wisata kuliner menghadirkan kesempatan untuk memamerkan masakan, tradisi, dan warisan budaya lokal mereka. Dengan menonjolkan penawaran kuliner mereka, destinasi dapat membedakan dirinya dari yang lain dan menarik ceruk khusus wisatawan yang mencari pengalaman kuliner otentik dan berkesan. Apalagi, wisata kuliner terbukti menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja yang signifikan.

Melestarikan Makanan Tradisional

Banyaknya produk makanan dari luar negeri seperti makanan cepat saji, telah mengakibatkan makanan tradisional dari masa lampau terpinggirkan, ditinggalkan, dan bahkan menghadapi risiko

kepunahan. Dalam menghadapi serbuan makanan dari luar, sangatlah penting untuk mempertahankan keberlangsungan makanan tradisional. Salah satu langkah yang bisa diambil untuk menjaga warisan makanan tradisional ini adalah dengan memulai upaya memperkenalkannya kembali. Merawat ragam kuliner tradisional yang unik pada berbagai daerah, adalah tugas kita untuk menunjukkan kepedulian dengan cara mendukung pembelian makanan-makanan tradisional tersebut. Dengan demikian, dapat memberikan motivasi dan dukungan bagi pelaku usaha atau pengrajin agar dapat mempertahankan kelangsungan usaha mereka. Dengan mengonsumsi dan secara teratur membeli makanan tradisional, kita sebenarnya membuka peluang bagi pertumbuhan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Agar tetap ada sampai dengan saat ini, beberapa makanan tradisional telah mengalami transformasi dengan penampilan yang lebih modern serta citarasa yang menggugah selera. Dalam hal ini, penggunaan kemasan yang menarik dan variasi rasa yang ditawarkan menjadi hal yang penting. Para pelaku usaha memasarkan produk-produk mereka di toko atau gerai UMKM, dan memanfaatkan media sosial sebagai sarana pemasaran.

Pengembangan Makanan Tradisional

Makanan tradisional merujuk pada hidangan yang telah diwariskan secara turun-temurun dan dihasilkan atau dikonsumsi dalam suatu wilayah di Indonesia. Hidangan-hidangan ini menggunakan bahan lokal dan diolah dengan metode yang khas untuk daerah tersebut. Keanekaragaman makanan tradisional meliputi berbagai jenis dan kandungan gizi yang beragam. Bahan-bahan mentah yang digunakan dalam proses pengolahan umumnya ditemukan secara lokal, dan rasanya banyak diminati oleh mayoritas masyarakat. Potensi yang dimiliki oleh makanan tradisional menjadi dasar yang kuat untuk pengembangan saat ini dan di masa yang akan datang. Tentu saja, dalam proses pengembangannya, perhatian tetap diarahkan untuk mengatasi kelemahan yang mungkin ada dalam makanan tradisional, terutama dalam hal kebersihan dan higienitas personal yang terlibat dalam pengolahannya. Melihat potensi yang ada dalam makanan tradisional dan prospek yang baik untuk pengembangannya di masa depan, arah pengembangan dapat berfokus pada transformasinya menjadi pangan fungsional, dengan penekanan pada produksi makanan khas daerah yang dapat dijadikan sebagai oleh-oleh khas. Mengembangkan industri pangan fungsional yang berbasis pada warisan kuliner tradisional memiliki manfaat tidak hanya untuk industri itu sendiri, tetapi juga memberikan dampak positif pada masyarakat dan pemerintah.

Pengembangan makanan tradisional bertujuan untuk peningkatan ketahanan pangan: Ini mengacu pada usaha untuk mengoptimalkan potensi makanan tradisional dalam mendukung ketersediaan pangan yang stabil dan berkelanjutan di daerah tersebut. Dengan memanfaatkan bahan lokal dan tradisi kuliner, makanan tradisional dapat menjadi sumber penting dalam menghadapi fluktuasi pasokan pangan. Promosi makanan tradisional untuk pengembangan wisata daerah: Ini mencakup upaya memasarkan dan mempromosikan makanan tradisional sebagai daya tarik wisata. Kuliner tradisional yang khas dapat menjadi magnet untuk menarik wisatawan ke suatu daerah, memperkuat industri pariwisata dan memberikan dampak ekonomi yang positif. Pembinaan pengusaha makanan tradisional dalam keamanan pangan atau pelatihan sanitasi dan higienisasi bagi PKL pangan: Ini melibatkan pelatihan dan pembinaan kepada para pengusaha

makanan tradisional agar mereka menerapkan standar keamanan pangan yang tinggi. Hal ini penting untuk melindungi kesehatan konsumen dan menjaga kualitas makanan. Bagi pedagang kaki lima (PKL) yang berjualan makanan, pelatihan tentang sanitasi dan kebersihan menjadi faktor penting untuk mencegah penyakit terkait pangan. Pelayanan informasi aspek budaya makanan tradisional: Ini berkaitan dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang latar belakang budaya dan nilai-nilai yang terkait dengan makanan tradisional. Ini dapat meningkatkan apresiasi terhadap warisan kuliner dan menggali lebih dalam tentang cerita di balik hidangan-hidangan tersebut. Semua poin ini mencerminkan upaya untuk memanfaatkan potensi makanan tradisional dalam berbagai aspek kehidupan, seperti keamanan pangan, pariwisata, dan pelestarian budaya.

PENUTUP

Menarik kesimpulan merupakan kegiatan merangkum fakta untuk memahami makna dibalik data yang dirangkum, menggambarkan pola-pola atau tema-tema yang muncul dan menghubungkan temuan dalam konteks yang lebih luas. Kesimpulan juga membantu menjelaskan mengapa temuan tersebut penting dan relevan serta mencerminkan hubungan temuan dengan tujuan penelitian dan pertanyaan pada penelitian awal. Kesimpulan juga dapat mencakup refleksi peneliti tentang proses penelitian, bagaimana temuan ini mengubah pemahaman awal peneliti dan mungkin kesulitan atau kejutan yang muncul selama penelitian, serta implikasi temuan penelitian dalam bidang ilmiah maupun bidang praktis. Jadi kesimpulan dapat menjadi kesempatan bagi peneliti untuk menceritakan kembali apa yang telah ditemukan melalui analisis interpretasi data.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksenova, D., Cai, W., & Gebbels, M. (2022). Multisensory presumption: how cooking classes shape perceptions of destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(9), 3417-3439.
- Baiquni, M., Harmayani, E., & Widyaningsih, Y. A. (2018). Potensi Makanan Tradisional Kue Kolombeng Sebagai Daya Tarik Wisata Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Home Economics Journal*, 2(2), 40-47. DOI: <https://doi.org/10.21831/hej.v2i2.23291>
- Chedid, M., Tawk, S T., Chalak, A., Karam, S A., & Hamadeh, S. (2018, June 11). The Lebanese Kishk: A Traditional Dairy Product in a Changing Local Food System. <https://scite.ai/reports/10.5539/jfr.v7n5p1>
- Chiu, S., Lin, H., Lin, M., Ho, W., Chen, P., & Huang, H. (2019, November 30). The Integration of Recipes with a Standardizable Food Description FACET for Cadmium Exposure Risk Assessment. <https://scite.ai/reports/10.3390/ijerph16234825>
- Güldemir, O., Tugay, O., Şallı, G A., Yildiz, E., & Yeşil, S. (2021, October 20). Bringing fruity meat dishes of Ottoman cuisine into businesses. <https://scite.ai/reports/10.1186/s42779-021-00107-2>
- Hornig, J.-S. and (Simon) Tsai, C.-T. (2010), "Government websites for promoting east Asian culinary tourism: a cross-national analysis", *Tourism Management*, Vol. 31 No. 1, pp. 74-85.
- Hsu, F. C. (2014). Food Tourism: Consumer Behavior in Relation to Traditional Food. A thesis submitted for the degree of Doctor of Philosophy at The University of Queensland
- Humaedi, M. A. Tessa, A. Hizmi, S. dkk. (2022) Cita Rasa Kuliner di Balik Keindahan Labuan Bajo. BRIN: Jakarta Pusat
- Ivanova, L. Terziyska, I. Trifonova, J. (2014). Characteristic Of Traditional Food The Viewpoint Of The Tourism Business. *Service Management*. Vol 14, PP 123-130
- Julita, J., Sari, L. and Felisa, H. (2022) visit interest in the City of Solo. Available at: <https://scite.ai/reports/10.31940/ijaste.v6i2.164-172>
- Ketaren, I. (2017). *Gastronomi Upaboga Indonesia*. Jakarta: Indonesian Gastronomy Association.
- Muliani, L. (2019). Potensi Bubur Ase Sebagai Daya Tarik Wisata Kuliner Jakarta. *Destinesia: Jurnal Hospitaliti dan Pariwisata*, 1(1), 50-56. DOI: <https://doi.org/10.31334/jd.v1i1.553>
- Nugroho, S. P. (2020). Gastronomi Makanan Khas Keraton Yogyakarta Sebagai Upaya Pengembangan Wisata Kuliner. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 52-62. DOI: <https://doi.org/10.31311/par.v7i1.8136>
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1), 13
- Putri, A, W., Hakim, L. and Indriyani, S. (2017) Plants Diversity for Ethnic Food and the Potentiality of Ethno-culinary Tourism Development in Kemiren Village, Banyuwangi, Indonesia. Available at: <https://scite.ai/reports/10.21776/ub.jitode.2017.005.03.04>.
- Sugiyono. (2011) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sukerti, N. W. Marsiti, C. I. R. (2019). Developing Culinary Tourism: The Role Of Traditional Food as Cultural Heritage in Bali. 2nd International Conference on Social, Applied Science, and Technology in Home Economics (ICONHOMECS 2019)
- Syahrial, S. et al. (2020) Model Development Based on GIS: Culinary Tourism in East Luwu Regency. Available at: <https://scite.ai/reports/10.18415/ijmmu.v7i2.1422>.

Yusa, N. M. dan Suter, I. K. (2014). Kajian Pangan Tradisional Bali Dalam Pengembangannya Menjadi Produk Unggulan di Kabupaten Gianyar. Jurnal,http://lppm.unmas.ac.id/wp-content/uploads/2014../33=Yusa_SuterKLI.pdf.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009. “Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan”, diakses pada tanggal 20 Februari 2021 dari <http://www.peraturan.go.id/uu/nomor-10-tahun-2009.html>

**AKSEN BUDAYA DALAM *SERVICESCAPE* PADA USAHA AKOMODASI :
“KONEKTIVITAS ELEMEN BUDAYA DENGAN AKTIVITAS MASYARAKAT”DI
KAWASAN UBUD**

Ni Ketut Iswarini
Ni Nyoman Suci Arthini

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Servicescape merupakan sebuah konsep yang terkait dengan lingkungan fisik di mana layanan disediakan. Salah satu layanan itu seperti akomodasi atau perhotelan. *Servicescape* ini termasuk segala hal dari desain interior hingga tata letak ruangan dan elemen-elemen lain yang membentuk lingkungan di mana pelanggan akan menerima layanan. *Servicescape* dapat memberikan pengaruh besar pada pengalaman tamu dan akhirnya menentukan apakah mereka akan kembali menginap atau tidak. *Servicescape* di hotel tidak hanya berfokus pada desain dan dekorasi interior semata. Hal ini berarti bahwa *servicescape* di hotel mencakup segala aspek yang memengaruhi pengalaman tamu.

Desain interior juga merupakan elemen penting dalam *servicescape* di hotel. Desain interior dapat mencakup aspek seperti pemilihan warna, pencahayaan, dan dekorasi yang menciptakan suasana yang sesuai dengan merek hotel dan dapat menarik minat tamu (Ressa et al., 2019). Pencahayaan yang tepat dapat menciptakan suasana yang nyaman dan mempengaruhi suasana hati tamu. Hotel harus mempertimbangkan penggunaan pencahayaan alami sebanyak mungkin, tetapi juga memiliki pilihan pencahayaan buatan yang dapat disesuaikan sesuai kebutuhan. Pencahayaan yang cerah dan hangat di lobi dapat menciptakan suasana ramah, sedangkan pencahayaan yang lebih redup dan lembut di ruang kamar dapat memberikan atmosfer yang santai dan nyaman. Desain interior dan eksterior hotel yang merupakan lingkup *servicescape* dapat mencerminkan nilai tambah saat menginap dan memberikan pengalaman yang berkesan bagi para tamu. Musik yang diputar dan suara yang terdengar dalam *servicescape* dapat mencerminkan preferensi musical dalam budaya tertentu. Tanda- tanda dan komunikasi visual lainnya dalam *servicescape* dapat menggunakan Bahasa atau symbol-simbol yang dapat dipahami oleh Masyarakat yang sering mengunjungi tempat tersebut. Pemilihan bahasa dan simbol dapat membangun dan merusak konektivitas dengan Masyarakat tertentu.

Secara keseluruhan, *servicescape* di hotel sangat penting dalam memberi kesan dan pengalaman yang positif terhadap tamu. *Servicescape* dapat mempengaruhi keputusan tamu untuk menginap di hotel tertentu (Ali & Simdani, 2021) Berdasarkan penelitian Hoffman dan Bateson (2011:202-204) pemahaman mengenai *servicescape* sangat penting bagi pemasaran jasa, karena *servicescape* bisa memainkan beberapa peranan sekaligus, yaitu sebagai package, facilitator, socializer dan differentiator. *Servicescape* juga dapat mempengaruhi reputasi hotel di kalangan tamu dan di industri perhotelan secara keseluruhan (Natalia Putri Subroto et al., 2021). Lingkungan fisik yang menarik, bersih dan teratur dapat menarik minat tamu dan membuat mereka lebih

memilih hotel tersebut dibandingkan dengan hotel lainnya maka reputasi hotel tersebut akan meningkat. Sebaliknya apabila hotel tersebut memiliki servicecape yang buruk dapat merusak reputasi hotel.

Dalam konteks hotel di Bali, desain interior dan eksterior yang mencerminkan *servicescape* seringkali berkaitan dengan budaya Bali. Hotel-hotel di Bali pada umumnya memasukkan unsur atau aspek budaya dalam *servicescape* yang dapat menciptakan keunikan dan pengalaman autentik bagi tamu. Sebagai contohnya, desain interior dan arsitektur hotel dapat memasukkan elemen-elemen budaya Bali seperti ornamen, ukiran kayu, patung, dan seni tradisional Bali. Penggunaan elemen-elemen ini menciptakan suasana yang khas Bali, memancarkan nuansa spiritual dan keindahan estetika yang kaya akan seni dan budaya Bali. Selain itu, dekorasi dan aksesori di dalam hotel juga dapat mencerminkan budaya Bali. Misalnya, penggunaan tenun tradisional Bali, topeng, kerajinan tangan, atau karya seni lokal Bali dapat memberikan sentuhan budaya yang khas. Hal ini memberikan pengalaman visual yang menarik bagi tamu, memperkenalkan mereka pada keindahan dan keunikan budaya Bali. Nilai-nilai budaya Bali direpresentasikan secara verbal maupun visual dengan sangat atraktif untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke Bali, (Pratiwi, 2021).

Penelitian ini dilakukan untuk menggali lebih dalam mengenai penerapan elemen budaya Bali sebagai aksen unik dalam *servicescape* hotel-hotel di Bali. Elemen budaya ini dapat meningkatkan pengalaman tamu melalui desain interior atau dekorasi yang menarik dan otentik. Dekorasi yang unik dapat menciptakan kesan yang tak terlupakan bagi tamu yang datang ke hotel. Hotel dapat menggunakan seni lokal atau elemen desain khas daerah untuk memperkaya *servicescape* mereka.

Tinjauan Pustaka

(Ayunisa, 2018) *Servicescape* merupakan lingkungan fisik yang ada disaat jasa disampaikan kepada konsumen dan memiliki elemen-elemen tertentu yang masih berhubungan dengan konsep jasa tersebut. *Servicescape* terkait erat dengan tampilan fisik dan pengalaman yang dirasakan oleh konsumen (Lovell & Wirtz, 2011). Lingkungan fisik yang didalamnya mencakup pelayanan pada fasilitas interior maupun fasilitas eksterior (Bitner, 1992). Bitner (1992) menciptakan istilah *servicescape* untuk membahas lebih dalam tentang hubungan antara konsumen dan karyawan dalam industri jasa. Kotler dan Keller (2013) menyatakan bahwa jasa bersifat tak berwujud, tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dibaui sebelum jasa tersebut dibeli. (Pratama & Setyorini, 2015). Lovell & Wirtz (2011:284-290) Dimensi pada *servicescape* dibagi menjadi tiga bagian yaitu : *Ambient Conditions, Spatial Layout and Functionality, Signs, Symbols, and Artifacts*.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk memahami dan menjelaskan fenomena secara mendalam yang lebih menekankan pada pemahaman kontekstual.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara.

1. Dengan cara observasi tanpa melakukan campur tangan atau interaksi individu tau

kelompok yang diamati (observasi non partisipatif). Observasi dilakukan untuk mengamati *servicescape* hotel sesuai dengan *observation check list* yang dibuat.

2. Wawancara Wawancara adalah metode pengumpulan data yang melibatkan percakapan langsung antara peneliti dan informan. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti memiliki kebebasan yang lebih besar untuk mengeksplorasi topik secara mendalam.

PEMBAHASAN

Ubud merupakan salah satu kawasan pariwisata yang menjadi tujuan utama para wisatawan kalau mereka mengunjungi Pulau Bali. Ubud terkenal sebagai pusat tarian dan kerajinan tradisional khas Bali serta didukung oleh Kawasan yang dikelilingi oleh hutan dan terasering yang menambah pesona alamnya. Ubud yang rimbun dengan pepohonanya juga memberi suasana tenang. ada juga galeri seni, pameran tari yang memukau, serta tempat yoga yang mengajak pengunjung untuk menemukan keseimbangan dirinya. Ubud sebagai salah satu kota seni dan budaya serta kawasan yang populer di Bali dengan segala potensi wisatanya.

Penelitian-penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa *hotel image* dapat dipengaruhi oleh *servicescape* yang terdiri dari *social servicescape* dan *physical servicescape* (Durna et al., 2015; Aal & Abbas, 2016). Semakin baik hubungan antara karyawan hotel dan konsumen serta antar konsumen (*social servicescape*) maka citra baik hotel (*hotel image*) akan meningkat. Demikian pula semakin baik kondisi lingkungan, tata ruang, fasilitas serta tersedianya tanda dan simbol hotel (*physical servicescape*), maka akan meningkatkan citra hotel (*hotel image*) di mata konsumen. Menurut Meike Putra Pratama & Retno Setyorini (2015) menyatakan bahwa dimensi *Ambient condition, Spatial lay out and functionality, signs, symbol and artefacts* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Bisa digambarkan bagaimana perbedaan kunjungan tamu jika hotel tersebut memperhatikan *servicescape* nya dibandingkan dengan hotel yang tidak memperhatikan *servicescape* nya. Unsur-unsur *servicescape* terbukti sangat mempengaruhi daya ingat pengunjung dan mempengaruhi sikap atau perilaku pengunjung terhadap penyampaian jasa yang mereka rasakan. *Servicescape* yang baik dapat membuat keputusan dan pengalaman dalam mencapai kepuasan pengunjung dan berdampak positif pada citra hotel itu sendiri.

Observasi mengenai implementasi elemen budaya dalam *servicescape*, yang mengacu pada dimensi *servicescape* menurut Lovelock dan Wirtz (2011), dengan tiga dimensi *servicescape* meliputi: (1) kondisi sekitar, (2) tata letak ruang dan fungsi, (3) Tanda, *symbol* dan artefak. Selain observasi dalam mengumpulkan data dilakukan juga wawancara dengan dengan pengelola akomodasi di Kawasan Ubud terkait dengan penerapan elemen budaya *servicescape* di lingkungan hotel.

Kondisi sekitar (*ambient condition*) pada hotel S untuk pencahayaannya di pintu masuk *lobby* sedikit redup untuk memberikan kesan romantis. Adanya lukisan dari batu bata merah di area *lobby* adalah ini sebagai upaya untuk menerapkan elemen budaya Bali untuk menjadi daya Tarik wisata. Tata letak ruang dan fungsi di Hotel S ini lebih menekankan pada fungsi dari perlengkapan, perabotan, peralatan, meja, kursi serta pengaturan ruangan akan lebih menekankan fungsionalitas

untuk menunjang pelayanan secara efisien. Aksen budaya dalam tata letak ruang akan tampak secara implisit dari unsur yang dirancang dari fungsi elemen dalam bentuk, desain, warna, dekorasi dan susunan dari perlengkapan yg di tata. Namun Hotel S ini menerapkan dimensi tata letak ruang terbuka untuk melakukan pertemuan sosial atau kegiatan budaya hal ini dapat memfasilitasi interaksi tamu dan masyarakat disekitar hotel tersebut serta dapat juga memperkuat konektivitas. Dimensi tanda simbol dan artefak Hotel S menerapkan aksen budaya dalam bentuk *symbol-symbol*. *Display* artefak budaya dalam *servicescape* di hotel dapat menciptakan pengalaman edukatif dan menghargai warisan budaya. Ini tidak hanya membangun konektivitas namun juga meningkatkan kesadaran dan penghargaan terhadap budaya *local*.

Kondisi sekitar (*ambient condition*) pada hotel B yang lokasinya berada dipersimpangan dua Sungai dan diperbukitan ini memberikan pemandangan hutan di Ubud yang masih alami. Antara kamar satu dan kamar lainnya jalannya melalui tangga karena kontur tanah perbukitan. Suasana yang nyaman jauh dari kebisingan dan memadukan budaya klasik kontemporer yang tercermin dari penataan lingkungan yang asri. Dimensi tata letak dan fungsi, Hotel B, penataan *furniture* fasilitas yang ada di kamar tamu terlihat aksen budaya kesan klasik kontemporer dengan adanya dekorasi lukisan penari bali dan penataan plafon kamar dengan ayamam dari tikar bambu dan fasilitas lain seperti : tempat *tissue* dan tempat sampah yang terbuat dari akte. Ruang yang dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhan dan acara dapat meningkatkan konektivitas dengan aktivitas yang berbeda dalam masyarakat ini juga akan dapat memberi ruang yg fleksibel kepada masyarakat sekitarnya. Tanda simbol dan artefak, di di Hotel B Ubud, dapat dijadikan sebagai media komunikasi secara tidak langsung kepada tamu yang tiba dengan adanya tulisan aksara bali di bawah logo Hotel B tersebut yaitu : “ Om Swastiastu”. Adapun makna dari kata Om swastiastu yaitu sebagai bentuk dari salam pembuka yang biasa diberikan kepada seseorang saat bertemu yang merupakan budaya dari agama Hindu.

Kondisi sekitar (*ambient condition*) dari Hotel ASL, dalam menerapkan aksen budaya dalam *servicescape* sudah tercermin dari nama hotel resort tersebut. Suasana kondisi sekitar dari ASL yang terletak di tepi sungai Campuhan, yang merupakan resort tropis dengan lokasi yang jauh dari kebisingan. Pepohonan yang rimbun di area *resort*, dapat menambah suasana yang alami dan sejuk. Suasana ini dapat dijadikan penawaran kegiatan retreat kesehatan seperti *spa* tradisional dan yoga dan kegiatan budaya lain yaitu ritual melukat (pemurnian) budaya lokal yang menarik. Penggunaan elemen alam pemandangan dalam *servicescape* dapat menciptakan atmosfer yang sesuai dengan budaya sekitarnya. Lanskap yang mencerminkan keindahan alam atau nilai – nilai budaya tertentu dapat meningkatkan konektivitas dengan masyarakat. Aksen budaya dalam *servicescape* dari dimensi tata letak dan fungsi dari setiap peralatan yang ada akan mengikuti kegiatan yang ada apada ruangan tersebut. Pada dimensi tanda, dan artefak, penerapan aksen budaya dalam *servicescape* di ASL seperti adanya ornamen berupa tedung (payung) yang terpasang di depan *lobby* hotel. Terpasang di bagian kiri dan kanan sebagai pemandu untuk memberikan arahan atau petunjuk kepada tamu yang baru tiba, dari tempat parkir untuk menuju ke bagian reception untuk melakukan *check in*.

Kondisi sekitar (*ambient Condition*) dari Hotel P, dalam menerapkan elemen budaya Bali pada *servicescape*. Kondisi lingkungan sekitar yang ada didalam ruangan *lobby* hotel P, sangat

memberi kesan yang megah, dengan plafon yang tinggi. Sebagai aksen budaya adalah rangkaian bunga tropis seperti bunga heliconia warna merah dan kombinasi daun palm, yang ditata diatas meja berbahan kayu dengan bentuk yang dekoratif. Kombinasi warna biru muda dan warna *cream* pada lantai yang dapat menambahkan nuansa serta suasana hati yang sangat tenang dan nyaman dirasakan oleh tamu untuk menginap ataupun sekedar berkunjung. Akses budaya dalam *servicescape* dari dimensi tata letak dan fungsi yang diterapkan oleh Hotel P, Tata letak ruang dan fungsinya, dalam dimensi ini, Hotel P tidak secara eksplisit menerapkan elemen budaya, melainkan lebih menekankan pada fungsi dari perlengkapan karena akan lebih menekankan fungsionalitas untuk menunjang dan memudahkan dalam memberikan pelayanan secara efisien.

Penerapan elemen budaya Bali sebagai akses unik dalam *servicescape* di hotel pengadaan elemen *servicescape* ini semua didatangkan dari masyarakat disekitar lingkungan hotel itu berada. Karena kebanyakan hotel di Ubud ini berada pada lingkungan yang menghasilkan produk produk yang dibutuhkan oleh hotel khususnya desain interior atau dekorasi yang menarik dan otentik seperti: patung patung, lukisan yang menjadi ciri khas daerah tersebut dan juga payung yang menjadi ciri khas di beberapa hotel. Desain interior yang digunakan di hotel ini merupakan desain interior yang ramah kelompok, menyediakan area terbuka dan nyaman untuk pertemuan dan interaksi sosial. Menyediakan ruang bersama yang dapat digunakan untuk acara - acara Masyarakat di sekitarnya, atau aktivitas sosial lainnya. Hotel juga menerapkan elemen budaya lokal dalam desain interior di Hotel untuk menciptakan atmosfer yang otentik dan memberikan rasa lokal pada pengalaman tamu yang datang ke hotel tersebut. Melibatkan masyarakat setempat dalam program program yang dilaksanakan oleh hotel yang ditunjukkan di hadapan tamu secara langsung. Contohnya : *cooking class*, *balinese dance*, menganyam dll.

Penerapan *servicescape* yang berfokus pada interaksi positif dengan masyarakat setempat dapat meningkatkan citra hotel, mendukung pembangunan lokal dan menciptakan hubungan yang berkelanjutan dengan komunitas sekitar. Masyarakat juga menyediakan produk dan barang dagangan yang diproduksi secara lokal untuk meningkatkan ekonomi lokal dan memberikan pengalaman belanja yang autentik kepada pelanggan.

PENUTUP

Dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan hal hal sebagai berikut: Melalui elemen budaya dalam *servicescape* pada usaha akomodasi di kawasan Ubud telah memperhatikan dimensi kondisi sekitar, tata letak ruang & fungsi, dan tanda, symbol dan artefak, *servicescape* dapat diarahkan untuk menciptakan hubungan yang lebih erat dan autentik dengan aktivitas masyarakat dan nilai – nilai budaya yang dianut oleh komunitas tertentu dan ini juga dapat menciptakan ikatan yang lebih kuat dengan masyarakat, meningkatkan relevansi dan memperdalam pengalaman tamu. Adapun elemen budaya Bali dalam *servicescape* yang sudah diterapkan oleh usaha akomodasi di Kawasan Ubud adalah pada dimensi tata letak ruang , hotel sudah menyiapkan ruangan yang fleksibel yang juga bisa dimanfaatkan oleh masyarakat. Selain itu usaha akomodasi atau hotel juga sudah menerapkan pada dimensi tanda, symbol dan artefak dapat berupa karya seni seperti patung, anyaman, lukisan dan benda benda lain yang diproduksi oleh Masyarakat dilingkungan hotel tersebut. Elemen budaya itu digunakan untuk menciptakan kesan estetik secara keseluruhan dari penampilan hotel atau akomodasi serta sebagai Upaya untuk melestarikan kebudayaan Bali.

DAFTAR PUSTAKA

- Ayunisa, F. (2018). Peran Servicescape Dalam Meningkatkan Hotel Image Dan Revisiting Intention Pada Hotel Bintang 5. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, 9(2), 269–282. <https://doi.org/10.25105/jmpj.v9i2.1676>
- Ali, S. K., & Simdani, D. L. (2021). Analisa Pengaruh Lokasi Dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Pohon Inn Hotel. *Jurnal Hospitaliti Dan Manajemen Jasa*, 1(1).
- Amran, A., Restiani Widjaja, Y., & Nuryanti, S. (2019). Service Excellence dan Servicescape: Faktor Dominan Dalam Menciptakan Kepuasan Tamu Hotel. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 1(1). <http://ejurnal.univbsi.id/index.php/JIIP>
- Awatarayana, D. K. A. S. (2022). Servicescape di The Cakra Hotel. *Jurnal Pariwisata Dan Bisnis*, 1(6), 1401–1417.
- Candrawati, D. R. (2013). Studi Deskriptif Penerapan Servicescape Pada Dream of Kahyangan Art Resto. *Calyptra*, 2(1), 1-14.
- Kiroyan, M., Lengkong, V. P. K., & Karuntu, M. M. (2019). Pengaruh Servicescape Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hotel Sahid Kawanua Manado Impact Of Servicescape And Service Quality Towards Customer Satisfaction In Sahid Kawanua Manado Hotel. *Jurnal EMBA*, 7(4), 6013–6021.
- Manoppo, F. (2013). Kualitas Pelayanan dan Servicescape Pengaruhnya Terhadap Kauaian Konsumen Pada Hotel Grand Puri Manado. *Jurnal EMBA*, 1(4)
- Natalia Putri Subroto, C., Pradiani, T. (2021). Pengaruh Promosi Dan Servicescape Terhadap Keputusan Menginap Melalui Citra Merek Di El-Royale Hotel Banyuwangi Pada Masa Pandemi. *Journal of Applied Management and Accounting Science (JAMAS)*, 3(1).
- Purnomo, A. D. T., & Junipriansa, D. (2019). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Berkunjung Ke Museum Sri Baduga Tahun 2019. *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Pratiwi, D. P. E., Sulatra, I. K., & Kartiawan, I. K. (2021). Potret Budaya Bali Pada Iklan Pariwisata Bali Pasca Pandemi: Kajian Semiotik. In *Prosiding Seminar Nasional Linguistik dan Sastra*.
- Pratama, M. P., & Setyorini, R. (2015). Pengaruh Servicescape Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Roti Gempol Dan Kopi Anjis Cabang Jalan Bengawan Bandung. *E-Proceeding of Management*, 2(1), 749–757
- Ressa, E. A. N., Soegoto, A. S., & Jorie, R. J. (2019). The Effect Of Servicescape, Facilities And Quality Of Service Quality Of Consumer Decisions To Choose Goldenlake Resort. *Jurnal EMBA*, 7(4), 5812–5820.
- Sulartiningrum, S. (2016). Pengaruh Servicescape Terhadap Loyalitas Pelanggan Restoran Etnik Di Daerah Istimewa Yogyakarta, (Doctoral dissertation, Universitas Gadjah Mada).
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Welasasih, A. P., & Suyuthie, H. (2018). Pengaruh Servicescape Terhadap Keputusan Tamu di UNP Hotel and Convention Center Kota Padang. *Jurnal Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 1(1), 1–5. <http://jkpbp.ppj.unp.ac.id/>

PEREMPUAN PEMIMPIN: MEMBINGKAI PARIWISATA BUDAYA MELALUI KULINER SEHAT DAN BERKELANJUTAN

Ni Putu Eka Trisdayanti
Nina Indra Kristiana

Politeknik pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pariwisata budaya dan kuliner telah menjadi aspek penting dalam daya tarik destinasi global. Kuliner memberikan pengalaman unik kepada pengunjung dan memainkan peran dalam pelestarian warisan budaya (Fauzi Achmad Riyadi et al., 2023). Seiring dengan perkembangan ini, perempuan pemimpin telah memainkan peran yang semakin penting dalam mengarahkan inisiatif dan proyek yang menggabungkan keunikan kuliner lokal dengan keberlanjutan (Haftafilia et al., 2022; Lailam & Murti, 2019; Putra, 2014).

Pariwisata budaya tidak hanya menghadirkan keindahan warisan lokal, tetapi juga membuka peluang ekonomi dan pembangunan komunitas (Taufiq, 2023). Kuliner, sebagai elemen integral dari budaya, tidak hanya mencerminkan kekayaan rasa, tetapi juga menjadi medium untuk memahami sejarah, tradisi, dan identitas suatu tempat (Antara, 2022). Dalam konteks ini, pengembangan pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan menjadi krusial untuk menjaga keaslian dan keberlanjutan destinasi wisata.

Kuliner Indonesia tidak hanya Berjaya di negeri sendiri, tetapi juga mendunia. Delapan kota di Indonesia masuk dalam deretan 100 kota dari 16.601 kota yang memiliki makanan daerah dan nasional terbaik di dunia versi TasteAtlas Awards 2023/2024. Delapan kota tersebut menjadikan Indonesia berada di peringkat kedua bersama Amerika Serikat sebagai negara dengan kota kuliner terbaik terbanyak di dunia, di bawah Italia dengan 11 kota (Kompas.com, 2024).

Jumlah Kota dengan Makanan Terbaik Dunia



Sumber : Kompas.com (2024)

Setelah Nasi Goreng dan Rendang yang masuk ke dalam daftar “Makanan Terenak di Dunia” versi CNN. Kini giliran **Rawon** yang menduduki peringkat pertama sebagai “10 Best Rated Soups in the World 2023”, dan Laksa masuk dalam jajaran “50 Best Soups in the World 2023” versi Taste Atlas. Makanan berkuah khas Indonesia ini berhasil mengalahkan sup-sup enak lainnya di dunia, seperti *Ramen* dari Jepang, hingga *Tom Kha Gai* dari Thailand.

Kuliner Indonesia telah mendunia, dibuktikan juga adanya restoran khas Indonesia yang sukses di luar negeri. Ada Warkop (NYC) alias warung kopi New York City, Gastrobar Indonesia (Amsterdam), Kasih Restaurant (Los Angeles), Djakarta Bali (Paris), Betawi Restaurant (Spanyol), Cabe Meguro (Tokyo). Keenam restoran tersebut tidak hanya menjual olahan makanan khas Indonesia yang lezat, tetapi juga menampilkan budaya dan suasana khas Indonesia (Kemenparekraf RI, 2022).

Pengembangan kuliner tidak lepas dari peran perempuan di dalamnya. Perempuan pemimpin memegang peran sentral dalam merintis inovasi dan perubahan positif dalam sektor pariwisata dan kuliner (Putra, 2014). Dalam banyak masyarakat, perempuan secara historis bertanggung jawab atas keberlanjutan dan pelestarian tradisi kuliner. Kini, semakin banyak perempuan yang memimpin inisiatif-inisiatif yang tidak hanya mengangkat keunikan kuliner lokal, tetapi juga memasukkan elemen kesehatan dan keberlanjutan dalam pengembangan destinasi wisata (Haftafilia et al., 2022).

Meskipun perempuan pemimpin telah memberikan kontribusi positif, masih ada tantangan yang dihadapi, seperti ketidaksetaraan akses sumber daya dan peluang. Namun, pelibatan perempuan dalam pariwisata budaya dan kuliner membawa peluang besar untuk mempercepat pembangunan berkelanjutan, menciptakan peluang pekerjaan, dan memberikan dampak positif pada komunitas lokal (Bascha et al., 2022; Haftafilia et al., 2022; Putra, 2014).

Dalam konteks ini, artikel ini akan mengeksplorasi lebih lanjut peran perempuan pemimpin dalam membingkai pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan. Kami akan melihat bagaimana ide-ide inovatif yang dipimpin perempuan mempengaruhi pengalaman pariwisata, bagaimana mereka memimpin proyek-proyek untuk melestarikan warisan kuliner, dan bagaimana keberlanjutan menjadi pilar penting dalam upaya mereka. Melalui pemahaman ini, diharapkan dapat memberikan wawasan yang berharga untuk mendukung pengembangan pariwisata yang lebih berkelanjutan dan inklusif.

PEMBAHASAN

Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya telah menjadi fokus utama pemerintah daerah dalam upaya pengembangan sektor pariwisata belakangan ini. Nafila (2013) mengemukakan pariwisata budaya membedakan dirinya sebagai salah satu bentuk pariwisata yang memanfaatkan kekayaan budaya sebagai daya tarik utama. Dalam pengalaman pariwisata budaya, wisatawan tidak hanya diberikan kesempatan untuk mengenal, tetapi juga memahami secara mendalam budaya dan kearifan yang melekat pada komunitas lokal yang mereka kunjungi. Melalui panduan yang disediakan, pengunjung diajak untuk meresapi keindahan pemandangan alam, menjelajahi tempat-tempat bersejarah, dan mengunjungi museum-museum yang menjadi wadah penyimpanan warisan budaya.

Pentingnya aspek representasi nilai dan sistem hidup masyarakat lokal menjadi pusat perhatian dalam pariwisata budaya. Pengunjung dapat menikmati keberagaman seni, baik dalam bentuk seni pertunjukan maupun berbagai ekspresi seni lainnya, yang menjadi cerminan kekayaan budaya masyarakat setempat. Selain itu, kuliner khas yang ditawarkan oleh masyarakat asli atau

lokal menjadi pengalaman tak terpisahkan dalam perjalanan pariwisata ini. Pariwisata budaya tidak hanya memberikan kesempatan untuk liburan dan rekreasi, tetapi juga menjadi media untuk membangun pemahaman yang lebih dalam tentang kehidupan dan kebudayaan masyarakat setempat. Pemerintah daerah dan pelaku pariwisata bisa terus berupaya untuk merawat dan mengembangkan potensi pariwisata budaya guna memberikan pengalaman yang berkesan bagi pengunjung dan sekaligus menjaga keberlanjutan warisan budaya yang dimiliki oleh masyarakat lokal.

Menurut Goeldner (2003), pariwisata budaya membentang luas, melibatkan seluruh aspek perjalanan yang bertujuan untuk saling memahami gaya hidup dan pemikiran antarbudaya. Definisi ini menekankan bahwa tujuan utama kunjungan wisatawan ke destinasi pariwisata budaya tidak hanya sebatas pengenalan, tetapi lebih pada upaya untuk memahami hakikat budaya tersebut dan membandingkannya dengan kondisi budaya yang dimiliki oleh wisatawan sebagai suatu pemahaman baru. Pengunjung diundang untuk menggali lebih dalam aspek-aspek kehidupan masyarakat setempat, termasuk gaya hidup dan pola pikir yang melekat dalam budaya tersebut. Adanya nilai estetika yang terkandung dalam pariwisata budaya juga menambah dimensi pengalaman wisatawan, memberikan mereka pemahaman yang lebih mendalam tentang keindahan dan keunikan budaya yang mereka kunjungi.

Pentingnya perbandingan antara budaya wisatawan dengan budaya lokal menjadi pusat perhatian, menciptakan pemahaman lintas budaya yang kaya dan mendalam. Pariwisata budaya tidak hanya sebagai sarana rekreasi semata, tetapi juga sebagai wadah untuk membangun pemahaman saling mengenai perbedaan dan persamaan di antara berbagai kelompok masyarakat yang mendorong pengunjung untuk meresapi dan memahami kekayaan budaya dengan perspektif yang lebih luas, menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna.

Priono (2011) menyoroti dampak positif yang muncul dalam industri pariwisata, khususnya dalam konteks sosial budaya. Perkembangan pesat industri pariwisata tidak hanya memberikan kontribusi ekonomi, tetapi juga menciptakan peluang untuk terjalinnya pemahaman dan pengertian antarbudaya. Interaksi yang terjadi antara pengunjung atau wisatawan dengan masyarakat lokal di daerah pariwisata menjadi kunci utama dalam mewujudkan dampak positif ini. Dalam proses interaksi tersebut, para wisatawan memiliki kesempatan untuk lebih mengenal dan menghargai beragam aspek budaya yang dimiliki oleh masyarakat setempat. Melalui pertemuan langsung, pengunjung dapat memahami latar belakang kebudayaan lokal yang dianut oleh masyarakat tempat wisata tersebut berada. Sebagai contoh, melibatkan diri dalam kegiatan budaya, merayakan festival setempat, atau berkomunikasi dengan penduduk lokal menjadi cara bagi para wisatawan untuk mendapatkan wawasan yang lebih mendalam tentang kehidupan dan nilai-nilai budaya yang berkembang di destinasi tersebut.

Pentingnya pemahaman antarbudaya dalam konteks pariwisata tidak hanya menciptakan pengalaman yang berharga bagi para wisatawan, tetapi juga berperan dalam membangun toleransi, penghargaan, dan kerjasama lintas budaya. Oleh karena itu, perkembangan industri pariwisata tidak hanya menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi, melainkan juga menjadi jembatan untuk memperkuat hubungan sosial budaya antar masyarakat global.

Melestarikan warisan budaya lokal merupakan tugas yang tak ternilai, yang perlu diemban oleh setiap komunitas sebagai bagian dari tanggung jawab kolektif terhadap identitas dan keberlanjutan budaya. Rannu (2023) menyatakan metode utama dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya lokal melibatkan pengajaran, dokumentasi, dan pengembangan seni dan budaya setempat. Pengajaran memiliki peran krusial dalam meneruskan tradisi dan pengetahuan budaya dari generasi ke generasi. Melibatkan masyarakat, terutama generasi muda, dalam proses pembelajaran akan memastikan bahwa nilai-nilai, adat istiadat, dan keterampilan tradisional dapat diteruskan dengan tepat. Sekolah, komunitas, dan lembaga pendidikan lokal dapat menjadi wahana untuk menyelenggarakan program pengajaran yang mendalam tentang warisan budaya setempat.

Dokumentasi menjadi sarana yang penting untuk merekam dan mengamankan elemen-elemen warisan budaya yang dapat hilang seiring waktu. Pencatatan, pengumpulan foto, dan dokumentasi audiovisual adalah upaya yang perlu ditekankan untuk mempertahankan kenangan dan pengetahuan terkait budaya lokal. Inisiatif ini dapat dilakukan melalui proyek dokumenter, perpustakaan lokal, atau museum masyarakat. Selanjutnya, pengembangan seni dan budaya lokal merupakan cara dinamis untuk menjaga agar warisan budaya tetap relevan dan hidup. Mendorong seniman lokal, mengadakan festival seni, dan mendukung praktik seni tradisional adalah langkah-langkah yang dapat diambil untuk mempromosikan keberlanjutan dan memperkaya warisan budaya setempat. Melalui kreativitas dan inovasi, masyarakat dapat memadukan unsur-unsur tradisional dengan elemen kontemporer, menjaga keberlanjutan dan daya tarik budaya lokal dalam konteks zaman sekarang.

Peran perempuan dalam mendorong ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal telah menjadi faktor kunci dalam menggerakkan destinasi pariwisata. Vuspitasari (2023) menjelaskan bahwa partisipasi perempuan tidak hanya terbatas pada perencanaan dan pelaksanaan pariwisata, tetapi juga melibatkan kontribusi yang signifikan dalam atraksi wisata. Perempuan tidak hanya diakui sebagai bagian dari keputusan strategis, tetapi juga memiliki peran aktif dalam menggagas ide-ide kreatif berbasis kearifan lokal. Keberagaman pandangan dan pemikiran perempuan membawa kontribusi yang berharga dalam merancang pengalaman pariwisata yang autentik dan berkesan. Pada tahap pelaksanaan, perempuan turut bertanggung jawab dalam kegiatan yang ditampilkan pada acara-acara pariwisata. Melalui berbagai event, perempuan menghadirkan keberagaman seni, budaya, dan keterampilan lokal yang memperkaya pengalaman wisatawan. Mereka tidak hanya menjadi pelaku, tetapi juga penjaga keaslian dan warisan budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi. Selain itu, perempuan juga memiliki peran penting sebagai pemandu wisata, memberikan informasi terkait destinasi pariwisata. Perempuan tidak hanya menyampaikan fakta dan cerita seputar destinasi, tetapi juga memberikan perspektif unik yang melibatkan aspek kehidupan sehari-hari dan kearifan lokal. Keahlian mereka dalam berkomunikasi dan menyampaikan informasi menciptakan pengalaman wisata yang lebih mendalam dan berarti bagi para pengunjung. Melibatkan perempuan dalam berbagai aspek pariwisata bukan hanya sebagai bentuk inklusi gender, tetapi juga merupakan investasi yang cerdas dalam mengembangkan ekonomi kreatif berbasis kearifan lokal. Kontribusi perempuan tidak hanya merangsang pertumbuhan sektor pariwisata, tetapi juga menghadirkan dimensi keberlanjutan dan keberagaman yang vital bagi perkembangan destinasi wisata.

Peran perempuan dalam kegiatan pariwisata memiliki dampak yang signifikan, terutama dalam konteks mengurangi ketimpangan gender dalam pembangunan (Andani, 2017). Keterlibatan perempuan dalam sektor pariwisata tidak hanya menciptakan peluang ekonomi bagi mereka, tetapi juga berperan dalam mengubah dinamika gender yang ada. Melibatkan perempuan dalam industri pariwisata memberikan akses lebih luas terhadap lapangan pekerjaan dan peluang usaha. Perempuan tidak hanya menjadi konsumen, tetapi juga aktor yang aktif dalam berbagai level kegiatan pariwisata, mulai dari manajemen destinasi, layanan pelanggan, hingga pengembangan produk pariwisata. Dengan demikian, perempuan dapat mengatasi ketidaksetaraan ekonomi dan mendukung kontribusi mereka terhadap pembangunan lokal. Keterlibatan perempuan dalam kegiatan pariwisata juga memiliki dampak lebih luas pada masyarakat. Mereka seringkali menjadi pilar dalam memelihara dan menyampaikan warisan budaya serta nilai-nilai lokal kepada wisatawan. Selain itu, melibatkan perempuan dalam pariwisata dapat memberikan mereka akses terhadap pendidikan dan pelatihan, meningkatkan keterampilan dan pengetahuan mereka. Hal ini tidak hanya memberdayakan perempuan secara ekonomi, tetapi juga memberikan fondasi untuk peran lebih besar mereka dalam pengambilan keputusan dan kepemimpinan di berbagai aspek kehidupan. Keterlibatan perempuan dalam kegiatan pariwisata tidak hanya menciptakan dampak positif secara ekonomi, tetapi juga berperan dalam mengurangi ketimpangan gender dalam pembangunan. Memberikan ruang yang setara bagi perempuan dalam sektor pariwisata adalah langkah signifikan menuju pembangunan yang inklusif, berkelanjutan, dan berkeadilan gender.

Beberapa fakta umum tentang perempuan dalam pariwisata diuraikan oleh UNWTO (2011), sebagai berikut:

- a. Wanita memenuhi sebagian besar proporsi tenaga kerja pariwisata yang formal.
- b. Perempuan terwakili dalam pekerjaan pelayanan dan tingkat administrasi, tetapi kurang terwakili pada tingkat profesional.
- c. Perempuan di bidang pariwisata biasanya mendapatkan 10% sampai 15% lebih sedikit dari pada tenaga kerja laki-laki.
- d. Sektor pariwisata menjadikan perempuan sebagai pemilik usaha/majikan yaitu hampir dua kali lipat jika dibandingkan dengan sektor lainnya.
- e. Satu dari lima menteri pariwisata di seluruh dunia adalah perempuan.
- f. Perempuan yang bekerja di sektor pariwisata menjadi pekerja sendiri/mandiri dengan proporsi yang jauh lebih tinggi dari pada sektor lain.
- g. Sejumlah besar pekerjaan tidak berbayar sedang dilakukan oleh perempuan dalam bisnis pariwisata keluarga

Membangkal Pariwisata Melalui Kuliner

Industri pariwisata berbasis kearifan lokal mengemuka sebagai sektor usaha yang menghasilkan produk dan jasa pelayanan, menjadikan unsur budaya dan kearifan lokal sebagai magnet daya tarik bagi wisatawan. Salah satu komponen integral dalam struktur industri pariwisata ini adalah bidang kuliner, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan dasar manusia tetapi juga

menjadi elemen krusial dalam menarik minat para pelancong. Seiring dengan perkembangan obyek wisata di negara kita, baik sebagai destinasi domestik maupun internasional, kuliner telah menjadi elemen tak terpisahkan dari pengalaman wisata. Kuliner memiliki peran sentral dalam daya tarik destinasi wisata, menjadi daya tarik khusus yang mempengaruhi keputusan seseorang untuk mengunjungi suatu daerah wisata tertentu. Wisatawan tidak hanya mencari pengalaman melalui atraksi alam atau objek wisata, tetapi juga melalui keanekaragaman dan keautentikan kuliner yang ditawarkan. Maka dari itu, berbagai daerah destinasi wisata di negara kita menawarkan ragam kuliner yang mencerminkan kekayaan budaya dan kearifan lokal mereka.

Perkembangan industri pariwisata yang berfokus pada kearifan lokal dan kuliner turut memperkuat identitas kultural suatu daerah. Wisatawan tidak hanya diundang untuk menikmati pemandangan alam, melainkan juga untuk merasakan cita rasa unik dan autentik dari masakan setempat. Zahrulianingdyah (2018) menyatakan bahwa kuliner memainkan peran penting dalam mendiversifikasi daya tarik wisata, menciptakan pengalaman berkesan, dan mendukung ekonomi lokal melalui promosi kuliner sebagai salah satu aset wisata yang bernilai tinggi. Integrasi kearifan lokal dan kuliner dalam industri pariwisata memberikan kontribusi positif dalam menjaga warisan budaya, meningkatkan daya tarik destinasi wisata, dan mendukung pembangunan ekonomi lokal. Keberhasilan dalam menyatukan keaslian budaya dan ragam kuliner menjadi faktor penentu dalam menjadikan sebuah daerah sebagai destinasi wisata yang diminati dan diingat oleh para pengunjung.

Peran perempuan dalam sektor ekonomi, terutama dalam bidang kuliner tradisional, memegang peranan yang sangat dominan dan signifikan. Febriana (2024) mengemukakan kuliner tradisional yang dihasilkan oleh perempuan tidak hanya menjadi unsur pendukung ekonomi, tetapi juga menjadi salah satu daya dorong utama dalam membentuk citra suatu kawasan wisata. Perempuan seringkali menjadi aset untuk menjaga warisan kuliner tradisional, mempertahankan resep-resep turun-temurun dan menghidupkan kembali tradisi memasak yang telah menjadi bagian tak terpisahkan dari budaya lokal. Keahlian perempuan dalam menghasilkan makanan tradisional tidak hanya mengakar dalam keterampilan kuliner, tetapi juga melibatkan sentuhan khas, cerita, dan nilai-nilai budaya yang diwariskan dari generasi ke generasi.

Kuliner tradisional yang diproduksi oleh perempuan bukan sekadar menyediakan makanan, tetapi juga menciptakan pengalaman sensorik dan estetika yang memikat. Aroma, rasa, dan presentasi dari hidangan tradisional seringkali mencerminkan keunikan dan keaslian kawasan wisata. Kontribusi perempuan dalam mengembangkan kuliner tradisional dapat secara langsung membentuk citra positif dan daya tarik kawasan tersebut bagi wisatawan. Selain sebagai produsen kuliner, perempuan juga seringkali terlibat dalam aktivitas promosi dan pemasaran, baik melalui usaha kecil mereka sendiri maupun melalui kolaborasi dengan pemerintah daerah atau lembaga pariwisata. Dengan peran dominan ini, perempuan tidak hanya menjadi agen pembangunan ekonomi lokal, tetapi juga menjadi pilar utama dalam membangun dan mempertahankan identitas budaya suatu destinasi wisata. Peran perempuan dalam sektor kuliner tradisional memiliki dampak yang luas, tidak hanya secara ekonomi tetapi juga dalam membentuk daya tarik dan citra positif suatu kawasan wisata. Upaya untuk mengakui, mendukung, dan memberdayakan perempuan

dalam sektor ini dapat memberikan kontribusi positif yang besar terhadap pengembangan dan keberlanjutan pariwisata di suatu wilayah.

Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2022, peran perempuan dalam sektor industri kuliner menonjol, baik sebagai pengusaha maupun pekerja. Keterlibatan mereka dalam bisnis kuliner membawa dampak positif yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal, penciptaan lapangan pekerjaan, dan peningkatan pendapatan Fauzia (2018).

Sebagai pengusaha, perempuan berhasil memainkan peran sentral dalam mengelola berbagai usaha kuliner, termasuk warung makan, kafe, restoran, dan usaha kuliner lainnya. Kreativitas mereka dalam menciptakan menu, mengelola operasional, dan memasarkan produk kuliner tidak hanya memberikan kontribusi pada perkembangan industri kuliner itu sendiri, tetapi juga menjadi pendorong utama pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Selain sebagai pengusaha, perempuan juga aktif sebagai pekerja di berbagai bagian industri kuliner, termasuk dapur, pelayanan pelanggan, dan manajemen. Keterampilan mereka dalam memasak, menyajikan, dan memberikan pelayanan berkualitas memberikan nilai tambah pada pengalaman kuliner para konsumen. Perempuan tidak hanya menjadi pelaku utama dalam mengelola bisnis kuliner, tetapi juga menjadi tulang punggung dalam menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan layanan. Dampak positif dari keterlibatan perempuan dalam industri kuliner juga dapat dilihat dari penciptaan lapangan pekerjaan baru yang memperkuat struktur ekonomi lokal. Perkembangan bisnis kuliner tidak hanya menciptakan peluang pekerjaan bagi perempuan, tetapi juga untuk lapisan masyarakat lainnya, termasuk pemuda dan pekerja berpengalaman. Selain itu, peningkatan pendapatan yang dihasilkan dari aktivitas kuliner ini berpotensi meningkatkan daya beli masyarakat lokal, mendorong pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif.

Keterlibatan perempuan dalam sektor industri kuliner tidak hanya menciptakan bisnis yang berkelanjutan, tetapi juga membawa kontribusi positif yang luas terhadap pembangunan ekonomi lokal, penciptaan pekerjaan, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat yang mengakui dan mendukung peran perempuan dalam industri kuliner menjadi langkah penting dalam mencapai pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dalam dunia kuliner, perempuan pedagang kuliner tidak hanya menyajikan makanan, tetapi juga menjadi narator cerita dan penjaga kearifan budaya yang terkandung di balik setiap hidangan yang mereka tawarkan. Page (2014) mengungkapkan pendekatan ini menciptakan pengalaman unik yang mampu memikat wisatawan atau pengunjung yang datang. Melalui setiap hidangan yang disajikan, perempuan pedagang kuliner mampu menyampaikan cerita tentang asal-usul, tradisi, dan nilai-nilai budaya yang tercermin dalam setiap sajian. Misalnya, setiap resep atau metode memasak dapat menjadi jendela ke dalam sejarah lokal, warisan keluarga, atau praktik tradisional yang telah diwariskan dari generasi ke generasi. Dengan berbagi cerita ini, mereka tidak hanya menyediakan makanan, tetapi juga membawa pengunjung dalam perjalanan budaya yang mendalam.

Perempuan pedagang kuliner ini biasa berbagi cerita melalui hidangan-hidangan mereka yang memungkinkan para wisatawan untuk lebih meresapi dan memahami konteks budaya dari suatu daerah dan bisa menciptakan hubungan emosional antara wisatawan dan destinasi, membuka jendela ke dalam kehidupan sehari-hari masyarakat lokal, dan memperkaya pengalaman kuliner menjadi sebuah perjalanan budaya yang tak terlupakan. Pentingnya cerita dan budaya yang

disampaikan oleh perempuan pedagang kuliner juga menciptakan peluang untuk mendukung pelestarian dan promosi warisan budaya lokal. Wisatawan tidak hanya berkesempatan untuk menikmati hidangan lezat, tetapi juga menjadi bagian dari upaya pelestarian kearifan lokal yang dijaga dan diteruskan oleh perempuan di belakang dapur. Perempuan pedagang kuliner memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman wisata kuliner yang lebih mendalam dan berkesan. Cerita dan budaya yang disampaikan melalui hidangan mereka menciptakan ikatan antara makanan, orang-orang, dan tempat, memberikan nilai tambah pada pariwisata kuliner dan mendukung pelestarian warisan budaya lokal.

Kuliner Sehat dan Berkelanjutan

Makanan memainkan peran yang sangat penting bagi kesehatan seseorang. Makanan menyediakan energi yang diperlukan oleh tubuh untuk menjalankan berbagai fungsi biologis, seperti pernapasan, pencernaan, sirkulasi darah, dan aktivitas fisik. Makanan mengandung berbagai nutrisi yang diperlukan oleh tubuh, termasuk vitamin, mineral, protein, lemak, dan karbohidrat. Nutrisi ini berperan dalam pertumbuhan, perkembangan, pemeliharaan sel-sel tubuh, mendukung fungsi normal organ-organ tubuh, termasuk otak, jantung, ginjal, hati, dan lainnya, membantu dalam pembentukan dan pemeliharaan sistem kekebalan tubuh, yang melindungi tubuh dari infeksi dan penyakit (Bernardo, 2017).

Asupan makanan yang seimbang mendukung kesehatan organ dan sistem tubuh. Pola makan yang seimbang dapat membantu mengatur berat badan dengan memberikan tubuh jumlah energi yang sesuai dengan kebutuhan individu. Asupan makanan yang sehat dapat membantu mencegah berbagai penyakit kronis seperti diabetes, penyakit jantung, tekanan darah tinggi, dan beberapa jenis kanker (Castillo, 2021).

Makanan memainkan peran dalam menjaga keseimbangan hormonal dalam tubuh. Hormon-hormon ini memengaruhi berbagai fungsi tubuh termasuk mood, tidur, dan metabolisme. Hubungan antara makanan dan kesehatan mental semakin diakui. Pola makan yang sehat dapat mendukung kesehatan otak dan mengurangi risiko gangguan mental. Makanan yang sehat dapat membantu dalam proses pemulihan setelah penyakit atau cedera dengan memberikan nutrisi yang diperlukan untuk memperbaiki sel-sel yang rusak (Zuniga, 2019).

Pola makan yang sehat berkontribusi pada prestasi fisik dan kognitif yang optimal, baik di tempat kerja, sekolah, atau dalam kegiatan sehari-hari (Leme, 2019). Makanan yang tepat dapat meningkatkan energi, meningkatkan suasana hati, dan meningkatkan kesejahteraan umum seseorang. Oleh karena itu, kesadaran akan pentingnya makanan seimbang dan nutrisi yang memadai merupakan langkah kunci dalam menjaga kesehatan dan kualitas hidup yang baik (Bower, 2016).

Namun seiring dengan pertumbuhan populasi global, perubahan iklim, dan tekanan pada sumber daya alam, keberlanjutan makanan menjadi sangat penting. Makanan yang berkelanjutan membantu dalam menjaga keseimbangan ekosistem dan mengurangi tekanan pada sumber daya alam seperti tanah, air, dan energi. Ini membantu mencegah degradasi lingkungan dan kerugian keanekaragaman hayati.

Dengan populasi yang terus berkembang, keberlanjutan makanan penting untuk memastikan ketersediaan dan akses makanan yang cukup bagi semua orang di seluruh dunia. Makanan yang dihasilkan secara berkelanjutan cenderung lebih sehat karena menggunakan bahan-bahan yang lebih alami dan metode produksi yang lebih ramah lingkungan. Hal ini dapat meningkatkan kesehatan manusia secara keseluruhan.

Dengan memprioritaskan keberlanjutan makanan, kita dapat membangun sistem pangan yang lebih tahan terhadap perubahan, melindungi lingkungan, dan menyediakan makanan yang sehat dan bergizi bagi semua orang. Ini adalah langkah penting untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan secara keseluruhan.

Kuliner yang berkelanjutan merujuk pada praktik-praktik kuliner yang mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi, serta bertujuan untuk menjaga keberlanjutan sumber daya alam. Dalam konteks ini, kuliner yang berkelanjutan berupaya untuk menciptakan sistem pangan yang lebih adil, ramah lingkungan, dan berdampak positif pada kesejahteraan manusia dan planet.

Pemilihan bahan baku yang berkelanjutan, dengan menggunakan bahan makanan yang diproduksi dengan cara yang berkelanjutan, misalnya bahan organik, lokal, dan yang dihasilkan dengan metode pertanian atau perikanan yang ramah lingkungan. Di Indonesia, pemanfaatan bahan pangan lokal telah menjadi fokus dalam upaya untuk meningkatkan ketahanan pangan, mendukung petani lokal, dan mempromosikan keberlanjutan. Beberapa contoh pemanfaatan bahan pangan lokal di Indonesia melibatkan berbagai sektor seperti pertanian, kuliner, dan industri pangan. Pengolahan bahan pangan lokal menjadi produk olahan telah menjadi tren. Contohnya, masyarakat telah mengolah buah-buahan lokal menjadi produk makanan seperti jeli, selai, atau makanan ringan lainnya. Seperti yang sempat viral yaitu pemberitaan mengenai **pisang goreng yang menjadi dessert nomor 1 terenak di dunia versi tasteatlas**. Pemanfaatan tumbuhan obat tradisional: Indonesia kaya akan tumbuhan obat tradisional. Beberapa komunitas dan perusahaan telah mengembangkan produk-produk kesehatan berbasis tumbuhan obat lokal, seperti jamu dari berbagai bahan lokal seperti jamu kunyit, minuman herbal (teh jahe, teh daun jati Belanda, teh daun sirsak). Penelitian mengenai pemanfaatan dan khasiat dari bahan herbal pun juga banyak diteliti, seperti kelor (*moringa*) dijadikan minuman herbal dan obat (Ananta, 2019; Jaiswal, 2009; Olusanya, 2020; Pari, 2007; Rusita, 2019). Ini tidak hanya mendukung keberlanjutan, tetapi juga melestarikan pengetahuan tradisional seputar pengobatan herbal.

Hal ini tidak hanya meningkatkan nilai tambah bagi petani, tetapi juga mendukung diversifikasi produk lokal. Pemanfaatan sumber daya ikan lokal: di daerah pesisir, terdapat upaya untuk mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya ikan lokal. Misalnya, promosi konsumsi ikan lokal yang beragam dan mendukung keberlanjutan perikanan. Restoran dan pasar tradisional di daerah pesisir juga dapat memasarkan ikan lokal sebagai alternatif yang baik. Contoh di Bali yaitu di daerah Kedonganan, Kabupaten Badung yang terdapat pasar tradisional Kedonganan yang berbasis Pantai dan wisata kuliner, yang menjual ikan lokal segar hasil tangkapan para nelayan, dan pinggir pantai terdapat restoran/café yang menjual masakan dari ikan segar tersebut (Wijayanti et al., 2022).

Semua upaya ini merupakan bagian dari usaha untuk meningkatkan kemandirian pangan, mendukung ekonomi lokal, dan melestarikan keanekaragaman sumber daya alam Indonesia. Selain pemanfaatan bahan lokal menjadi suatu produk, juga perlu dipikirkan mengenai kemasan produk yang ramah lingkungan sehingga bisa meminimalkan jumlah limbah yang ditimbulkan. Seperti penggunaan daun pisang, daun jagung, janur, daun kelapa, daun bambu dan lain-lain yang digunakan sebagai pembungkus/kemasan makanan (Sari et al., 2019).

Dengan menerapkan praktik-praktik seperti ini, kuliner yang berkelanjutan bertujuan untuk menciptakan sistem pangan yang lebih ramah lingkungan, etis, dan berdampak positif dalam jangka panjang. Ini merupakan respons terhadap tantangan-tantangan lingkungan dan sosial yang dihadapi oleh industri makanan dan minuman global.

Peran perempuan dalam membingkai pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan

Dalam konteks ini, perempuan pemimpin dapat menjadi katalisator untuk inovasi, perubahan positif, dan pembangunan berkelanjutan di sektor pariwisata dan kuliner. Mereka dapat memainkan peran penting dalam membentuk narasi, menginspirasi perubahan, dan memimpin proyek-proyek yang berdampak baik bagi masyarakat dan lingkungan.

Peran perempuan dalam membingkai pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan sangat penting. Perempuan tidak hanya berperan sebagai pengelola dan pengusaha di sektor kuliner, tetapi juga sebagai pelestari budaya lokal, penyedia makanan sehat, pembawa nilai-nilai keberlanjutan, dan katalisator dalam menciptakan pengalaman pariwisata yang unik.

Perempuan dalam Pelestarian Budaya Lokal

Perempuan sering kali memegang peranan penting dalam melestarikan resep tradisional dan cara memasak khas suatu daerah. Mereka dapat mengenalkan makanan yang mencerminkan kekayaan budaya lokal kepada wisatawan. Dengan mempertahankan kuliner tradisional, perempuan membantu menjaga keaslian dan identitas budaya suatu tempat, memberikan pengalaman autentik kepada pengunjung. Sebagian besar usaha kuliner sukses ada peran Perempuan di balik itu, dan sering menggunakan nama Perempuan sebagai brand warung/restorannya, seperti Warung Men Tempeh, Babi Guling Bu Oka, catering Ny.Warti, Nasi Ayam Kedewatan Bu Mangku (Pitanatri, 2016; Putra, 2014), Gudeg Yu Djum (Fauzi Achmad Riyadi et al., 2023), Warung Mak Beng, Warung Men Weti, Warung Men Tinggen (Antara, 2022). Peran perempuan juga dapat memberikan pengalaman yang unik dan tidak akan bisa dilupakan oleh para wisatawan, seperti kegiatan cooking class. Konsep Paon Bali cooking class mengajak wisatawan selain belajar memasak tetapi mengikuti langsung pola hidup masyarakat di pedesaan, diajak ke pasar tradisional dan persawahan (Pitanatri, 2016). Selain itu pada acara televisi sejak tahun 1996 Sisca Soewitomo, Pakar Kuliner Legendaris dengan tema acara “Aroma” yang dulunya sering disebut sebagai Ratu Boga Indonesia yang memiliki sepak terjang yang luar biasa di ranah kuliner Nusantara (Kompas.com, 2020).



Bu Sisca Soewitomo



Sambal Bu Rudy Surabaya



Babi Guling Bu Oka



Gudeg Yogyakarta Bu Yu Djum

Peran Perempuan dalam Pendidikan (Edukasi Gizi)

Perempuan dapat berperan sebagai agen perubahan dalam mengedukasi masyarakat tentang pentingnya pola makan sehat dan berkelanjutan. Perempuan dapat berperan sebagai pendidik gizi, memberikan informasi tentang pentingnya nutrisi dan cara memasak makanan sehat kepada keluarga, teman, dan komunitas mereka.. Dengan pengetahuan tentang bahan makanan sehat dan teknik memasak yang baik, perempuan dapat menciptakan hidangan yang mendukung kesehatan. Perempuan dapat menjadi penggerak utama dalam mengubah kebiasaan makan keluarga dengan memasukkan lebih banyak sayuran, buah-buahan, dan bahan makanan sehat lainnya ke dalam menu sehari-hari (Bascha et al., 2022). Sebagai manajer keuangan keluarga, perempuan dapat memainkan peran penting dalam pengelolaan anggaran untuk memastikan bahwa makanan sehat menjadi prioritas dalam belanja keluarga

Perempuan dapat menjadi advokat keberlanjutan dalam rantai pasok makanan. Mereka dapat mempromosikan penggunaan bahan baku lokal, metode pertanian berkelanjutan, dan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Dengan memperhatikan dampak lingkungan dari produksi makanan, perempuan membantu memastikan keberlanjutan sumber daya alam bagi generasi mendatang. Penerapan sederhana konsep ini adalah pemberdayaan Perempuan dalam pemanfaatan lahan pekarangan sebagai rumah pangan keluarga (Rustandi et al., 2020).

Perempuan Sebagai Pelaku Utama dalam Produksi Makanan

Kegiatan memasak di dapur tradisional sering kali melekat pada peran perempuan dan diartikan sebagai kewajiban sekaligus bentuk pelayanan yang tulus kepada keluarga, pasangan, anak-anak, bahkan orang-orang lain yang berada di lingkungan kehidupan perempuan. Septiani (2022) menjelaskan perempuan menjadi figur sentral dalam dapur tradisional, tempat di mana

keahlian kuliner, nilai-nilai keluarga, dan budaya lokal bertautan. Memasak bukan hanya dilihat sebagai tugas rutin, melainkan juga sebagai bentuk pengabdian perempuan terhadap orang-orang di sekitarnya. Dapur menjadi panggung di mana perempuan mengekspresikan kasih sayang, perhatian, dan kepedulian melalui sajian-sajian yang disiapkan dengan cermat. Keterampilan memasak menjadi wujud pelayanan yang melampaui sekadar kegiatan fungsional, tetapi juga mencerminkan identitas dan peran perempuan dalam menjaga keharmonisan rumah tangga dan masyarakat.

Pentingnya kegiatan memasak dalam dapur tradisional juga mencerminkan peran perempuan dalam melestarikan warisan budaya. Melalui penggunaan resep turun-temurun dan metode memasak tradisional, perempuan menjaga keberlanjutan nilai-nilai keluarga dan kearifan lokal. Dapur menjadi tempat di mana tradisi disampaikan, dan pengetahuan kuliner diwariskan dari generasi ke generasi. Meskipun kegiatan memasak di dapur tradisional dapat diartikan sebagai kewajiban, perempuan seringkali menghadirkannya dengan kebanggaan dan kesenangan. Dalam proses memasak, mereka dapat mengekspresikan kreativitas, inovasi, dan rasa cinta melalui hidangan-hidangan yang disajikan. Dengan demikian, dapur tradisional tidak hanya menjadi tempat untuk memenuhi kebutuhan gizi, tetapi juga sebagai panggung bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas dan nilai-nilai kemanusiaan melalui seni memasak. Kegiatan memasak di dapur tradisional mencerminkan kompleksitas peran perempuan dalam konteks keluarga dan masyarakat. Dapur bukan hanya tempat mengolah bahan makanan, melainkan juga ladang kreativitas, warisan budaya, dan pelayanan kasih sayang yang tiada hentinya.

Sebagian besar pelaku wisata kuliner merupakan kaum perempuan yang tidak hanya mengemban peran sebagai pencari nafkah, tetapi juga berperan ganda dalam kegiatan sosial bermasyarakat. Pemahaman ini tercermin dalam analisis yang diungkapkan oleh Suteja (2020), yang menyoroti tiga alasan utama perempuan terjun ke dalam proses produksi makanan. Pertama, banyak perempuan terlibat dalam usaha kuliner karena adanya kebutuhan hidup. Bisnis kuliner seringkali dianggap sebagai sarana yang dapat memenuhi kebutuhan ekonomi keluarga, mengingat sektor ini memiliki potensi untuk memberikan pendapatan yang stabil. Dalam memasuki dunia usaha kuliner, perempuan mampu mengakomodasi kebutuhan ekonomi keluarga sambil tetap mempertahankan keberagaman peran sosial dan peran sebagai ibu rumah tangga.

Kedua, keterbatasan skill menjadi alasan lain bagi perempuan untuk terlibat dalam bisnis kuliner. Memasak seringkali dianggap sebagai salah satu keterampilan yang secara tradisional diasosiasikan dengan peran perempuan dalam kehidupan sehari-hari. Oleh karena itu, bagi banyak perempuan, memasuki bisnis kuliner merupakan langkah alamiah karena mereka telah menguasai keterampilan ini sebagai bagian dari peran domestik mereka.

Alasan ketiga yang mendorong perempuan terjun ke dalam usaha kuliner adalah melihat peluang besar yang ada pada bisnis tersebut. Berkembangnya industri pariwisata kuliner dan tren peningkatan minat masyarakat terhadap variasi kuliner membuka pintu peluang yang signifikan. Perempuan yang melihat potensi bisnis ini sebagai peluang untuk berkembang dan memperluas jejaring sosial serta memanfaatkan keterampilan memasak yang dimiliki. Terlibatnya perempuan dalam usaha kuliner tidak hanya dipicu oleh kebutuhan ekonomi, tetapi juga oleh keterampilan yang dimiliki dan peluang bisnis yang terbuka lebar. Peran perempuan dalam dunia kuliner bukan

hanya menciptakan peluang finansial, tetapi juga menjadi wujud keberlanjutan budaya dan kreativitas dalam menyajikan hidangan yang beragam dan bermakna.

Perempuan Pemimpin dalam Inovasi Kuliner

Terdapat stigma negatif yang masih melekat pada perempuan, terutama dalam ranah publik, dengan fokus pada sektor ekonomi. Beberapa pandangan merugikan ini mencakup persepsi bahwa perempuan tidak memiliki kemampuan kompetitif yang sebanding dengan pria di dunia bisnis, atau bahkan lebih cocok untuk berperan sebagai ibu rumah tangga. Stigma-stigma semacam ini tidak hanya menjadi stereotip yang mengakar kuat, tetapi juga dapat menjadi penghalang signifikan bagi kemajuan perempuan dalam mencapai tingkat kesetaraan dan peluang yang setara di sektor ekonomi. Pandangan bahwa perempuan tidak mampu bersaing secara kompetitif di dunia bisnis menciptakan hambatan yang nyata terhadap partisipasi mereka dalam lapangan pekerjaan yang lebih kompetitif dan berorientasi pada karier. Stigma ini sering kali menciptakan ekspektasi rendah terhadap potensi dan kontribusi perempuan, menghambat pengakuan akan keterampilan dan kepemimpinan yang mereka bawa ke meja. Selain itu, stereotip yang mengaitkan perempuan dengan peran tradisional sebagai ibu rumah tangga dapat membatasi pilihan karier dan peluang pengembangan profesional. Pandangan ini dapat mendorong pemikiran bahwa perempuan seharusnya lebih fokus pada peran domestik dan pekerjaan rumah tangga, mengabaikan aspirasi dan ambisi mereka di dunia bisnis atau sektor ekonomi lainnya.

Leitch (2014) mengemukakan stigma-stigma negatif seperti itu tidak hanya merugikan bagi perempuan secara individual, tetapi juga merugikan masyarakat secara keseluruhan. Mereka menciptakan ketidaksetaraan dalam kesempatan dan akses, menghambat perkembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Oleh karena itu, upaya perlu terus dilakukan untuk mengatasi stigma dan stereotip yang menghalangi kemajuan perempuan, serta mempromosikan lingkungan yang mendukung kesetaraan gender dan pemberdayaan ekonomi bagi semua.

Febriana (2024) menyatakan industri kuliner merupakan sektor yang menjanjikan peluang ekonomi yang sangat signifikan bagi perempuan. Dalam perkembangannya, perempuan tidak hanya menjadi konsumen di dunia kuliner, tetapi juga memainkan peran kunci dalam mengembangkan industri ini. Keterlibatan mereka melibatkan berbagai peran, seperti koki, pemilik restoran, pedagang makanan, dan pelaku usaha kuliner lainnya, yang secara kolektif memberikan kontribusi penting pada dinamika industri kuliner. Peran perempuan dalam industri kuliner mencakup sejumlah aspek yang beragam. Dalam menyajikan makanan, kreativitas perempuan memainkan peran sentral dalam menciptakan hidangan yang tidak hanya lezat, tetapi juga menggambarkan keunikan dan inovasi. Selain itu, perempuan juga memegang tanggung jawab penting dalam melestarikan warisan budaya melalui penghidangan makanan tradisional. Ini tidak hanya menciptakan hubungan antara masa lalu dan sekarang, tetapi juga memberikan kesempatan untuk berbagi cerita dan nilai-nilai budaya.

Tidak hanya sebagai penjaga warisan budaya, perempuan juga memberikan kontribusi dalam inovasi kuliner. Mereka memiliki kemampuan untuk memimpin tren kuliner, menciptakan menu-menu baru, dan merintis ide-ide kreatif dalam dunia kuliner. Keberanian perempuan untuk berinovasi menciptakan keberagaman dalam pilihan kuliner, yang pada gilirannya dapat

memuaskan selera konsumen yang semakin beragam. Selain itu, perempuan dalam industri kuliner juga memiliki kemampuan untuk mempengaruhi citra merek dan membangun hubungan pelanggan yang kuat. Dengan keterampilan interpersonal dan kepekaan terhadap preferensi konsumen, mereka mampu menciptakan pengalaman kuliner yang tak terlupakan dan membangun loyalitas pelanggan. Pada akhirnya, kontribusi perempuan dalam industri kuliner bukan hanya sebatas aspek ekonomi semata, tetapi juga menciptakan nilai tambah dalam mendefinisikan dan menghidupkan kembali budaya kuliner. Dengan begitu, perempuan memainkan peran integral dalam menjadikan industri kuliner sebagai lahan yang dinamis, kreatif, dan berkelanjutan.

Perempuan dalam Kewirausahaan dan Pengembangan Bisnis

Saat ini, terjadi pergeseran paradigma yang signifikan di mana perempuan semakin mengambil peran penting dalam sektor ekonomi, terutama di sektor publik. Perkembangan ini mencerminkan perubahan dinamika masyarakat yang semakin mengakui dan memberikan ruang lebih besar bagi perempuan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam dunia bisnis. Menurut Mutmainah (2020), perempuan kini semakin aktif terlibat dalam berbagai aspek ekonomi, termasuk menjadi pedagang dan pengusaha di sektor kuliner. Perubahan ini menunjukkan semakin terbukanya peluang bagi perempuan untuk meraih kesuksesan di dunia bisnis, khususnya di industri kuliner. Partisipasi aktif perempuan sebagai pedagang dan pengusaha membuktikan bahwa stereotip yang mengaitkan perempuan dengan peran tradisional semakin terkikis. Perempuan tidak hanya menjadi konsumen atau pekerja di sektor kuliner, tetapi juga menduduki posisi-posisi strategis sebagai pemilik bisnis dan pengambil keputusan.

Pentingnya peran perempuan dalam sektor ekonomi, khususnya di bidang bisnis kuliner, membuka ruang untuk pemberdayaan ekonomi perempuan. Dengan mengambil peran aktif dalam berbagai tahap bisnis, perempuan tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal, tetapi juga menciptakan dampak sosial yang positif. Mereka menjadi agen perubahan dalam merancang inovasi, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mengembangkan bisnis yang berkelanjutan. Pergeseran paradigma ini memberikan dampak positif pada pemberdayaan perempuan secara keseluruhan dan memberikan kontribusi terhadap perubahan pandangan masyarakat terhadap peran perempuan di sektor ekonomi. Dengan semakin banyaknya perempuan yang terlibat dalam bisnis kuliner, kita melihat terwujudnya inklusivitas dan kesetaraan dalam peluang ekonomi, yang pada gilirannya memperkuat fondasi pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Peran dan partisipasi perempuan dalam industri pariwisata telah mengalami peningkatan yang signifikan, mencerminkan upaya nyata untuk mencapai kesetaraan gender dalam sektor ini (Pettersson, 2014). Perubahan ini mencakup berbagai aspek industri pariwisata, mulai dari posisi manajerial hingga partisipasi dalam kegiatan pariwisata itu sendiri. Peningkatan peran perempuan terutama terlihat dalam kepemimpinan dan manajemen di sektor pariwisata. Banyak perempuan yang kini menduduki posisi-posisi kunci sebagai direktur hotel, manajer restoran, atau pemimpin agen perjalanan. Ini menunjukkan pergeseran paradigma di mana perempuan tidak hanya terlibat sebagai pekerja di tingkat operasional, tetapi juga memiliki peran penting dalam pengambilan keputusan dan pengelolaan strategis bisnis pariwisata.

Selain itu, perempuan semakin terlibat dalam berbagai kegiatan pariwisata, termasuk sebagai pemandu wisata, penyelenggara acara budaya, atau pelaku seni dan kerajinan lokal. Mereka menjadi representasi budaya yang hidup dan berperan dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya setempat kepada para wisatawan. Peningkatan peran dan partisipasi perempuan juga tercermin dalam peluang bisnis yang semakin terbuka lebar. Banyak perempuan yang terlibat dalam bisnis pariwisata, mulai dari membuka *homestay*, warung kuliner, hingga berbagai usaha kreatif yang menarik para wisatawan. Keterlibatan ini tidak hanya menciptakan kesempatan ekonomi bagi perempuan tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap diversifikasi produk dan pengalaman wisata. Meskipun terjadi peningkatan signifikan, tantangan dan hambatan tetap ada dalam mencapai kesetaraan gender sepenuhnya di industri pariwisata. Beberapa di antaranya termasuk perbedaan gaji, keterbatasan akses ke peluang karier yang setara, dan stereotip gender yang masih melekat dalam persepsi masyarakat terhadap peran perempuan dalam sektor ini.

Industri pariwisata menjadi kandidat yang sangat baik dalam mendukung upaya keberlanjutan dan kemajuan perempuan. Pertumbuhan yang cepat dan sifat yang sangat beragam dan dinamis dari industri pariwisata memberikan fleksibilitas yang sangat besar bagi keterlibatan perempuan (Ramchurjee, 2011). Sektor pariwisata menawarkan beragam peluang pekerjaan yang mencakup berbagai tingkatan keterampilan dan latar belakang pendidikan. Perempuan dapat terlibat dalam berbagai peran, mulai dari pemandu wisata, manajer hotel, hingga pengusaha lokal yang menyediakan berbagai layanan dan produk pariwisata. Fleksibilitas ini memungkinkan perempuan untuk menyesuaikan karier mereka dengan minat dan keterampilan individu. Selain itu, industri pariwisata seringkali melibatkan banyak sektor lainnya, seperti kuliner, kerajinan tangan, dan seni pertunjukan. Perempuan dapat berkontribusi dalam mengembangkan dan mempromosikan kekayaan budaya dan seni lokal, yang pada gilirannya meningkatkan daya tarik destinasi pariwisata. Keterlibatan perempuan dalam sektor-sektor ini dapat memperkaya pengalaman wisatawan dan mendukung pelestarian warisan budaya.

Fleksibilitas waktu dan tempat kerja yang ditawarkan oleh beberapa pekerjaan di industri pariwisata juga mendukung keseimbangan kehidupan kerja dan kehidupan pribadi perempuan. Ini dapat menjadi faktor penting dalam memungkinkan perempuan untuk membangun karier yang sukses sambil tetap memenuhi peran sebagai ibu, pasangan, atau anggota keluarga. Sementara industri pariwisata menawarkan potensi besar bagi keterlibatan perempuan, tantangan seperti perbedaan gaji, ketidaksetaraan akses ke posisi manajerial, dan pekerjaan informal yang kurang terlindungi masih dapat menjadi isu yang perlu dukungan kesetaraan gender dan pemberdayaan perempuan di dalam industri pariwisata harus terus diperjuangkan, termasuk pengembangan kebijakan yang mendukung keseimbangan gender dan kesetaraan peluang di tempat kerja.

Melalui peran-peran ini, perempuan dapat berperan aktif dalam menciptakan budaya makan sehat dan berkelanjutan di tingkat rumah tangga, komunitas, dan bahkan di tingkat bisnis atau industri makanan. Kesadaran perempuan tentang pentingnya kesehatan dan keberlanjutan dapat membawa perubahan positif dalam pola makan dan perilaku konsumen secara keseluruhan.

PENUTUP

Peran perempuan dalam memajukan pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan sangat penting dan beragam. Kontribusi yang dapat diberikan oleh perempuan dalam konteks ini yaitu pengembangan kuliner lokal dengan melestarikan resep tradisional, pelaku usaha kuliner, perempuan berperan dalam memberikan pendidikan dan pelatihan kuliner sehat berkelanjutan, promosi wisata kuliner, pengelolaan sumber daya alam yang berkelanjutan, seperti bahan makanan organik dan pengurangan limbah plastik, keterlibatan dalam komunitas seperti pengelolaan acara kuliner, dan pelaku ekonomi dalam sektor kuliner. Penting untuk menciptakan lingkungan yang mendukung perempuan dalam peran ini, termasuk akses mereka terhadap pendidikan, pelatihan, dan dukungan komunitas untuk membantu mereka memajukan pariwisata budaya melalui kuliner sehat dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta. (2019). Formulasi Sirup Herbal Daun Kelor (*Moringa Oleifera*) dengan Ekstrak Bunga Rosella (*Hibiscus sabdariffa* L.). *Jurnal JITIPARI*, 4(2), 41–47.
- Andani, F. and Musadad, M. (2017). Peran Perempuan dalam Kegiatan Pariwisata di Kampung Wisata Tebing Tinggi Okura Kota Pekanbaru (Doctoral dissertation, Riau University).
- Antara, I. (2022). Eksistensi Dalam Globalisasi: Peran Wisata Kuliner Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Di Sanur. *Journal of Tourism and Interdisciplinary Studies*, 2(1), 11–20. <https://doi.org/10.51713/jotis.v2i1.64>
- Bascha, U. F., Anwar, N. H., Suriani, N. E., & Reindrawati, D. Y. (2022). Peran Anggota Dharmawanita sebagai Perempuan dan Ibu Bangsa dalam Turut Mempersiapkan Bunga Bangsa untuk Mendukung “Gerakan Pulih Lebih Cepat Bangkit Lebih Kuat.” *Jurnal Abdidas*, 3(5), 925–936. <https://doi.org/10.31004/abdidas.v3i5.693>
- Bernardo, G. L. (2017). Nutrition and Culinary in the Kitchen Program: A randomized controlled intervention to promote cooking skills and healthy eating in university students - Study protocol. *Nutrition Journal*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s12937-017-0305-y>
- Bower, A. (2016). The Health Benefits of Selected Culinary Herbs and Spices Found in the Traditional Mediterranean Diet. *Critical Reviews in Food Science and Nutrition*, 56(16), 2728–2746. <https://doi.org/10.1080/10408398.2013.805713>
- Castillo, M. D. Del. (2021). Healthy eating recommendations: Good for reducing dietary contribution to the body’s advanced glycation/lipoxidation end products pool? In *Nutrition Research Reviews* (Vol. 34, Issue 1, pp. 48–63). <https://doi.org/10.1017/S0954422420000141>
- Fauzi Achmad Riyadi, Dimas Aryo Putro, & Asep Parantika. (2023). Identitas Budaya Dan Kuliner Yogyakarta Sebagai Gastronomi Dan Perspektif Pariwisata Yang Berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(April), 152–161.
- Fauzia, R and Masyhuri, M. (2018). The Contribution of Culinary Business To Improve Rural Economy and Tourism Development in Indonesia, *J. Appl. Econ. Sci.*, vol. 13, no. 5, pp. 1216–1226.
- Febriana, A., Prabintari, S.A., Diantama, A., Novianto, D. and Lestari, R.W.S. (2024). Kontribusi Perempuan Penjual Kuliner Dalam Pengembangan Wisata Argo Wijil. *Journal of Society Bridge*, 2(1), pp.41-53.
- Goeldner, C., & Ritchie, J. R. (2003). *Tourism Principles, Practices and Philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Haftafilia, M. I., Dewi, S., & Rahman, A. (2022). Analisis Peran Perempuan dalam Pelestarian Budaya Lokal di Kabupaten Wajo. *Jurnal Socia Logica*, 1(1), 97–106.
- Jaiswal. (2009). Effect of *Moringaoleifera* Lam. Leaves aqueous extract therapy in hyperglycemic rats. *Journal of Ethnopharmacol.*
- Kemenparekraf RI. (2022). 6 Restoran Indonesia yang sukses di luar negeri. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-ekonomi-kreatif/6-restoran-khas-indonesia-yang-sukses-di-luar-negeri>
- Kompas.com. (2020). Profil Susca Soewitomo, Pakar Kuliner Legendaris yang Gantung Panci <https://www.kompas.com/food/read/2020/08/05/113141875/profil-sisca-soewitomo-pakar-kuliner-legendaris-yang-gantung-panci>
- Kompas.com. (2024). Kuliner Indonesia Mendunia Asa Mendongkrak Pariwisata. <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/01/06/kuliner-indonesia-mendunia-asa-mendongkrak-pariwisata>

- Lailam, T., & Murti, A. D. (2019). Pemberdayaan Perempuan melalui Pengembangan Usaha Minuman Tradisional Wedang Uwuh di Desa Muntuk, Dlingo, Bantul, Yogyakarta. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(2), 61–67. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v4i2.802>
- Leitch, S, McNaughton R. B., and Warnaby. G. (2014). Female Entrepreneurs, Business Growth and The Development of Marketing Capabilities, *J. Mark. Manag.*, vol. 30, no. 11–12, pp. 1174–1196.
- Leme, A. C. B. (2019). Brazilian Children’s Dietary Intake in Relation to Brazil’s New Nutrition Guidelines: a Systematic Review. In *Current Nutrition Reports*. <https://doi.org/10.1007/s13668-019-0261-6>
- Nafila, O. (2013). Peran Komunitas Kreatif dalam Pengembangan Pariwisata Budaya di Situs Megalithikum Gunung Padang. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, Vol. 24, No. 1, April 2013.
- Mutmainah, N. (2020). Peran Perempuan dalam Pengembangan Ekonomi Melalui Kegiatan UMKM di Kabupaten Bantul,” *WEDANA J. Kaji. Pemerintahan, Polit. dan Birokrasi*, vol. 6, no. 1, pp. 1–7.
- Olusanya, R. N. (2020). Nutritional composition and consumer acceptability of Moringa oleifera leaf powder (MOLP)-supplemented mahewu. *South African Journal of Botany*, 129, 175–180. <https://doi.org/10.1016/j.sajb.2019.04.022>
- Page, S.J. (2014). *The Routledge handbook of events*. Routledge.
- Pari. (2007). Antioxidant activity of the crude extracts of drumstick tree (*Moringaoleifera* Lam.) and sweet brommweed (*SopariaducistL*) leaves. *Polish Journal Of Food And Nutrition Sciences*, 2(57), 201–208.
- Petterson, Katarina. 2014. Women Tourism Entrepreneurs: Doing Gender on Farms in Sweden. *Gender in Management: An International Journal* Vol. 29 No. 8.
- Pitanatri, P. D. S. (2016). Inovasi Dalam Kompetisi: Usaha Kuliner Lokal Menciptakan Keunggulan Kompetitif Di Ubud. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 3, 1–14. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2016.v03.i01.p01>
- Priono, Y. (2011). Studi Dampak Pariwisata Bukit Batu Kabupaten Kasongan Ditinjau dari Aspek Ekonomi, Sosial dan Budaya. *Jurnal Perspektif Arsitektur*, 6(02), pp.23-33.
- Putra, I. N. D. (2014). Empat Srikandi Kuliner Bali: Peran Perempuan dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 01, 65–94.
- Ramchurjee, Nichola, A. (2011). <https://www.researchgate.net/publication/256505214> Tourism a Vehicle for Women's Empowerment Prospect and Challenges.
- Rannu, D.A., Santoso, E., Cherieshta, J., Natasha, M.B. and Young, J. (2023). Perlindungan Warisan Budaya: Peran Hukum Adat dalam Pemeliharaan Budaya Lokal. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), pp.543-553
- Rusita. (2019). formulasi Sediaan Serbuk Effervescent Ekstrak Daun Kelor (*Moringa oleifera* L.). *Prosiding Seminar Nasional Unimus Volume 2, 2019*. E-ISSN: 2654-3168 p-ISSN: 2654-3257. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Rustandi, A. A., Harniati, & Kusnadi, D. (2020). *Jurnal Inovasi Penelitian*. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(3), 599–597.
- Sari, Y., Afriyansyah, B., & Juairiah, L. (2019). Pemanfaatan Daun Sebagai Bahan Pembungkus Makanan Di Kabupaten Bangka Tengah. *EKOTONIA: Jurnal Penelitian Biologi, Botani, Zoologi Dan Mikrobiologi*, 4(2), 48–56. <https://doi.org/10.33019/ekotonia.v4i2.1686>

- Septiani, I.Y. and Siscawati, M. (2022). Chef Minoritas di Tempat Kerja; Perempuan di Dapur Professional. *Paradigma: Jurnal Kajian Budaya*, 12(2), pp.121-135.
- Suteja, I.W., Kurniansah, R., Rosida, L., Ashari, D. and Prasetyo, A. (2020). Peran Perempuan Dalam Mengangkat Citra Kuliner Lokal Di Kawasan Wisata Narmada. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 9(1), pp.31-40.
- Taufiq, A. (2023). Peran Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan dan Sentra kuliner Terhadap Pendapatan Masyarakat. *Sketsa Bisnis*, 10(02), 134–153. <https://www.jurnal.yudharta.ac.id/v2/index.php/SKETSABISNIS/article/view/4166>
- UNWTO. (2012). *UNWTO Tourism Highlights: 2011 Edition*. Madrid.
- Vuspitasari, B.K., br Siahaan, S.V., Usman, U. and Hapsari, V.R. (2023). Peran Perempuan dalam Mendorong Ekonomi Kreatif Berbasis Kearifan Lokal sebagai Pengerak Destinasi Pariwisata di Perbatasan. *Valid: Jurnal Ilmiah*, 21(1), pp.97-106.
- Wijayanti, A., Agus, N., Arya, C., & Parawangsa, I. N. Y. (2022). 7-FIX-Ni-PAW-Ngurah-ACAB-I-Nyoman-YP-Pasar-Ikan-Berbasis-Wisata-Kuliner-Desa-Kedongan. 6(April), 24–29.
- Zahrulianingdyah, A. (2018). Kuliner Sebagai Pendukung Industri Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal. *TEKNOBUGA: Jurnal Teknologi Busana dan Boga*, 6(1), pp.1-9.
- Zuniga, K. (2019). Dietary intervention among breast cancer survivors increased adherence to a Mediterranean-style, anti-inflammatory dietary pattern: the Rx for Better Breast Health Randomized Controlled Trial. *Breast Cancer Research and Treatment*, 173(1), 145–154. <https://doi.org/10.1007/s10549-018-4982-9>

DAMPAK KOMERSIALISASI WARISAN BUDAYA PURA PUSEH BATUAN SEBAGAI OBYEK DAN DAYA TARIK WISATA

I Wayan Sunarsa
I Putu Gede Eka Darmaputra

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Komersialisasi yaitu menyajikan suatu budaya seperti kesenian tradisional yang tidak dilakukan seperti yang biasa hidup dalam masyarakat, tetapi disesuaikan dengan waktu dan daya beli wisatawan yang menyaksikannya, Yoety (1994). Bentuk komersialisasi budaya itu tidak hanya terjadi dalam adat istiadat dan kesenian daerah saja, tetapi meliputi semua sektor yang banyak kaitannya dengan kegiatan kepariwisataan, seperti misalnya seni patung, seni lukis, seni membatik, seni pahat dan banyak kerajinan lainnya yang sering menjadi incaran para wisatawan. Kehadiran wisatawan pada upacara atau ritual yang dilakukan sebagai sebuah bentuk ekspresi dan rasa syukur, seperti perayaan panen, pesta kelahiran, perkawinan, maupun kematian, telah membuka peluang bagi pihak pengelola (pengada layanan wisata, pemerintah, dan tour operator) dan masyarakat lokal terhadap penggalan manfaat. Apa yang awalnya bagi masyarakat adalah privat menjadi publik, sakral menjadi sekuler.

Kehidupan manusia tidak bisa dipisahkan dengan keberadaan pariwisata termasuk pariwisata budaya didalamnya, baik secara individu maupun dalam kelompok masyarakat. Pariwisata sudah menjadi kebutuhan sebagian orang di dunia. Berwisata menjadi kebutuhan setiap orang termotivasi untuk melihat suatu hal yang baru atau perbedaan yang tidak dijumpai di daerah asal baik keunikan keadaan alam maupun kehidupan social budayanya (Ardika, 2012 : 26).

Tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan pariwisata sangat berpengaruh terhadap pembangunan di Bali. Hoed dalam Raka (2015:3) menyebutkan bahwa pariwisata dengan arus global yang digandengnya merupakan pendorong utama pembangunan, dan tidak dapat dielakkan bahwa kehadirannya akan berdampak besar terhadap kebudayaan Bali. Pariwisata yang selalu mempertemukan dua perbedaan budaya atau lebih tidak tertutup akan menimbulkan terjadinya benturan karena memiliki perbedaan dalam norma, nilai, kebiasaan, kepercayaan dan sebagainya (Pitana,2005:35). Untuk mengantisipasi hal tersebut perlu dilakukan upaya yang konkrit salah satunya adalah menunjukkan sifat yang fleksibel, selektif dan adaptasi. Menolak pengaruh global yang berbau negative dan menerima yang bernilai positif dan diintegrasikan dengan budaya lokal untuk menumbuhkan budaya yang lebih indah dan harmoni.

Salah satu langkah konkrit yang dicanangkan pemda Bali adalah menjaga dan memelihara kelestarian situs-situs berupa warisan budaya dan warisan alam lainnya. Situs warisan budaya selain sebagai kebanggaan masyarakat juga memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai obyek dan daya Tarik wisata. Menurut Mitrofanova, masyarakat lokal memiliki tugas dan kewajiban untuk menjaga, meyelamatkan dan kelanjutan pengembangannya. Masyarakat harus memahami dan mengetahui manfaat dari pentingnya menjaga warisan budaya dan warisan alam. Pentingnya nilai yang dimiliki warisan budaya tersebut membuat lembaga badan dunia, PBB melalui UNESCO

memberikan apresiasi sangat mendalam. Faktor utama yang menyebabkan lembaga internasional yang memberikan perhatian besar adalah bertitik tolak terhadap pengamatannya bahwa keberadaan warisan budaya yang dimiliki Negara-negara anggota warisan budaya dunia dijadikan ikon daya tarik wisata.

Gianyar sebagai daerah tujuan wisata di Bali, selain seni budaya juga menjadikan warisan budaya sebagai salah satu komoditas daya Tarik wisata. Sebagai contoh Pura Tirta Empul, Pura Mengening, Pura Pegulingan, Goa Gajah dan Gunung Kawi (*Govertment of Gianyar,2012;6*). Demikian pula Pura Puseh, Pura Desa Adat Batuan sebagai salah satu ikon daya Tarik wisata masyarakat Batuan (Surina dan Wartha, 2014)

Potensi yang dimiliki Pura Puseh Batuan berupa arsitektur pura, peninggalan bersejarah, dan kesenian. Arsitektur Pura Puseh Batuan berbeda dengan Pura puseh dan Pura Desa di Bali pada umumnya. Ada beberapa pelinggih atau bangunan suci yang ada di Pura Puseh Batuan tidak ditemukan di Pura Puseh lainnya. Arsitektur pura yang ada sangat berkaitan dengan landscape pura yang ada, landscap pura berkaitan dengan posisi setiap pelinggih, penataan bale-bale pendukung kegiatan kragamaan serta petaan taman di area pura (Mahaputri dan Anom, 2017). Potensi berupa peninggalan bersejarah yang dimiliki berupa linnga, arca serta benda peninggalan benda lainnya. Peninggalan benda bersejarah tersebut diletakan di beberapa pelinggih atau bangunan suci yang berada di Mandala Joroan dan sebagian lagi ditata di Balai Bersejarah yang terletak di sebelah pura. Potensi kesenian yang dimiliki adalah Tari Rejang Sutri, Tari Gambuh. Tari Rejang Sutri dipentaskan mulai akhir sasih kelima (bulan nopember) dan berakhir pada sasih kesanga (bulan Maret) di Wantilan Mandala Jaba. Sedangkan Tari Gambuh dipentaskan setiap bulan purnama (setiap 15 hari sekali) dengan mengambil tempat di depan Gapura Kuno Mandala Jaba sisi barat.

Sesuai dengan hasil pengamatan yang dilakukan di Pura Puseh Batuan *phenomena* seperti tersebut nampak terjadi, bahwa komersialisasi warisan budaya sebagai daya tarik wisata dapat menimbulkan fungsi ganda terhadap warisan budaya tersebut. Artinya warisan budaya tersebut disakralkan dan Pura Pura Puseh Desa Batuan sebagi Pura Kahyangan Tiga tetap berfungsi sebagai tempat pemujaan terhadap kebesaran Sang Hyang Widhi Wasa, tetapi juga sebagai daya tarik wisata yang memberi ruang dan waktu kebebasan bagi wisatawan untuk memasuki areal Utama Mandala tanpa ada yang memperlmasalahkan. Kondisi ini sesuai juga dengan pendapat Suardana, 2018 yang mengatakan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Pura Pura Puseh Desa Batuan memasuki area pura dengan bebas sampai ke Mandala jeroan tanpa pernah ada yang mengontrol mereka dalam keadaan kotor (cuntaka). Phenomena ini akan memunculkan dilema bagi masyarakat Desa Adat Batuan sebagai pengamong pura. Di satu sisi harus menjaga kesucian sekitar pura dan benda-benda cagar budaya yang ada agar tetap terjaga dan terawat dan di sisi lain harus bertanggung jawab terhadap warisan budaya yang sudah dimodifikasi untuk kebutuhan dan kepentingan wisatawan. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak yang ditimbulkan dari komersialisasi Pura Puseh Batuan sebagai warisan budaya yang dikembangkan sebagai daya tarik wisata.

Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Data dikumpulkan berdasarkan observasi, wawancara dan dokumentasi. Observasi langsung dilakukan ke obyek

penelitian yakni Pura Puseh Batuan dengan bantuan alat *observation check list*. Wawancara dilakukan dengan Bendesa Adat Desa Batuan (Bapak Nyoman Megawan), Bendahara Desa Adat Batuan (Bapak Wayan Lila), Pelayan selendang dan sarong (Ibu Wayan Sarmi) dan pemilik toko (Bapak Wayan Naka).

PEMBAHASAN

Komersialisasi budaya adalah penyanyian kebudayaan yang disesuaikan dengan waktu dan daya beli wisatawan. Salah satu warisan budaya yang lagi trend dikomersialisasikan menjadi obyek dan daya tarik wisata adalah Pura. Pura sebagai tempat suci ibaratkan benteng yang berlapis-lapis mulai dari *nista mandala*, *madya mandala* hingga *utama mandala* atau sering dikenal dengan istilah *tri mandala*. Konsep ini secara filosofi berkaitan dengan keberadaan *bhuwana agung* yang terdiri dari tiga dunia, yaitu *bhur loka*, *bwah loka*, dan *svah loka* (Diksyiantara et al., 2016). Penataan yang spesial yang disertai dengan bentuk bangunan yang sarat akan unsur keindahan membuat pura menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan.

Secara esensi, pura memiliki fungsi yang berkaitan dengan kegiatan keagamaan Hindu, yaitu (1) tempat melakukan persembahyangan kepada Ida Sang Hyang Widhi Wasa dan segala prabhawa-Nya, (2) Tempat untuk menumbuhkan rasa cinta kepada hyang pencipta, (3) tempat berlangsungnya berbagai kegiatan keagamaan yang melibatkan masyarakat, dan (4) tempat berlangsungnya pendidikan kehidupan bagi para calon pemimpin dan pengemuka agama/masyarakat (Wirata, 2020).

Keberadaan pura memiliki daya tarik wisata yang dimaksud adalah sebagai suatu tempat (objek) atau keadaan (situasi) yang dipandang memiliki suatu daya magis sehingga dapat mengundang ketertarikan wisatawan untuk datang ke objek dimaksud (Wiwin et al., 2015). Pura menjadi sebuah destinasi wisata menjadi salah satu bentuk eksploitasi sumber daya yang terkesan dipaksakan guna menunjang ketersediaan lapangan pekerjaan dalam bidang pariwisata.

Tidak semua pura memang yang bisa dijadikan destinasi wisata. Biasanya pura yang dipilih adalah pura yang masuk kategori cagar budaya, karena pura yang demikian biasanya memiliki nilai historis dan filosofis. Berbicara pura yang ada di Kabupaten Gianyar, beberapa pura yang menjadi destinasi wisata adalah pura Tirta Empul, Pura Gunung Kawi, Pura Goa Gajah, Pura Penataran Sasih, Pura Puseh Batuan, dan banyak pura lainnya. Kendati didaulat menjadi salah satu destinasi wisata, pura tetap saja merupakan tempat yang sakral yang fungsi utamanya adalah sebagai tempat suci agama Hindu.

Adanya pungutan bagi para wisatawan ketika memasuki tempat wisata termasuk ketika pura menjadi destinasi wisata, menyebabkan proses komersialisasi pura terjadi. Keuntungan materi dengan alasan agar ada pemasukan untuk pembangunan atau pelaksanaan *pujawali* pura menjadi tameng di tengah masuknya pemikiran kapitalis dalam benak para pelaku/pengelola destinasi wisata pura (I Made Gami Sandi Utara, 2020).

Kembali pada pandangan Durkheim terkait yang sakral dan yang profan, dalam pengelolaan pura, sesungguhnya antara yang sakral dan yang profan sudah dipisahkan melalui keberadaan tembok penyengker (Diksyiantara et al., 2016). Tembok ini menjadi pembatas antara areal yang disakralkan dan areal tidak sakral, termasuk membatasi antar mandala, di pura, baik antara nista

mandala dengan madya mandala, ataupun antara madya mandala dengan utama mandala. Untuk pura-pura yang ada di Bali, pembagian mandala malah kebanyakan dibagi menjadi dwi mandala, yaitu jaba dan jeroan, atau nista mandala dan utama mandala.

Menjadikan pura sebagai destinasi wisata sering mengaburkan batas-batas yang boleh dan tidak boleh dilakukan oleh para wisatawan. Areal sakral tentu bukan untuk konsumsi publik, berbeda dengan areal yang lain. Begitu pula berkaitan dengan etika ke tempat suci, ada hal-hal yang perlu mendapat perhatian khusus. Jangan sampai karena keramahan akan datangnya para wisatawan demi kepentingan komersialisasi, keyakinan dan kesucian pura ikut digadaikan (Yoety, 2013).

Pura Puseh Desa Adat Batuan pada awalnya bukan produk budaya yang sengaja diciptakan untuk tujuan komersial. Namun dalam perkembangan masa kini Pura Puseh Batuan mengalami modifikasi yang mengarah komersialisasi karena ditata untuk memenuhi selera pasar. Kepentingan kapitalisme menjadikan Pura Puseh Batuan sebagai alat komoditas yang bernilai jual. Dalam hal ini, pasar turut menentukan arah komodifikasi Pura Puseh Batuan dalam penampilannya, yakni objek, kualitas bahan, ornamen atau ragam hias, pewarnaan akhir, dan penataan yang semua dikemas untuk dijadikan komoditas dengan tujuan utamanya adalah memenuhi selera pasar.

Berdasarkan asumsi dasar mengenai keterkaitan antara komoditas Pura Puseh Batuan dengan kehidupan sosial budaya masyarakat, maka Pura Puseh Batuan sebagai produk budaya manusia merupakan hasil kebudayaan dari suatu sistem yang terdiri atas unsur-unsur kebudayaan yang saling terkait, khususnya antara unsur seni, religi, dan komersial. Unsur-unsur seni, religi, dan komersial tidak berdiri sendiri, tetapi saling berhubungan, saling terkait, atau bahkan ada saling bergantung antara satu dengan yang lainnya. Keadaan saling terkait tersebut berorientasi pada kehidupan atau kelangsungan hidup suatu sistem dalam satu kesatuan secara menyeluruh, Bagus (1975) dalam Setiawan (2012).

Dampak komersialisasi Pura Puseh Batuan dalam konteks pariwisata global terhadap sosial budaya masyarakat setempat tidak dapat secara cepat terlihat, karena perubahan yang terjadi dalam masyarakat tidak terjadi seketika, tetapi melalui proses. Hasil pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa dampak komodifikasi Pura Puseh Batuan terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat Batuan cenderung bersifat negatif yang dapat mendatangkan kerugian, seperti terjadinya komersialisasi tempat suci, kaburnya identitas dan nilai sejarah, dan tercemarnya tempat suci serta munculnya gejala hiperspiritualitas. Secara umum dampak komersialisasi warisan budaya Pura Puseh Batuan dapat dikelompokkan menjadi 3 yaitu dampak ekonomi, sosial budaya dan lingkungan.

Ekonomi

Salah satu dampak pemanfaatan Pura Puseh Batuan sebagai obyek wisata adalah bertambahnya pendapatan desa adat. Pendapatan dari sektor pariwisata merupakan sumber penghasilan baru semenjak tahun 2002. Sebelum masa covid-19 pengelolaannya menggunakan sistem donasi. Sistem donasi yang dimaksud adalah wisatawan yang memasuki area Pura Puseh Batuan menyumbang donasi (uang) secara sukarela. Uang yang disumbangkan dimasukkan ke sebuah kotak donasi. Pemasukan ketika itu per hari rata-rata 15 juta, jadi kalau di rata-rata kan

perbulan pendapatan bisa mencapai 450-500 juta. Pasca covid 19 pendapatan pura turun samapai titik yang paling rendah, bahkan Pura sempat ditutup secara total dari kunjungan wisatawan. Pasca new normal kondisi pariwisata berangsur pulih kembali, begitu pula geliat pariwisata di Pura Puseh Batuan bangkit kembali dengan susunan pengurus baru dan dengan model pengelolaan baru. Pengelolaan berubah menjadi sistem tiket. Mulai bulan Mei 2023 wisatawan yang berkunjung dan ke pura wajib membeli tiket. Harga tiket 30.000 untuk orang dewasa dan 25.000 untuk anak-anak. Pemasukan dari hasil tiket sebesar 30.000 tersebut 25.000 (83%) masuk ke desa adat dan 5.000 (17%) disumbangkan ke Pemda Gianyar. Semenjak menggunakan sistem tiket pemasukan rata-rata per hari adalah 16 juta, jadi setiap bulan pemasukan desa bisa mencapai 480 juta. Dana yang terkumpul selanjutnya dikelola oleh pengurus desa adat dengan program-program sebagai berikut :

Semenjak pemanfaatan pura sebagai obyek wisata, masyarakat Desa Adat Batuan sebagai penyungsum pura tidak lagi mengeluarkan biaya saat melaksanakan kegiatan upacara keagamaan. Semua biaya upacara keagamaan diambil dari sumber pendapatan pariwisata. Desa Adat Batuan merupakan desa adat yang masih kuat menjaga adat dan tradisi. Pola upacara piodalan tetap berjalan seperti yang sudah diwariskan yaitu berlangsung selama 4 hari (hari piodala, umanis, pahing dan hari penyineban). Dari segi sarana upakara tetap konsisten sesuai dengan tradisi yang ada. Kalau dikalkulasi rata rata setiap upaca piodala (piodalan nadi) menghabiskan biaya sekitar 300 juta. Untuk upacara piodalan di pura dadia (piodalan nadi) pihak desa memberikan sumbangan masing-masing 2 juta. Sedangkan untuk upacara ngaben baik ngaben secara masal maupun mandiri pihak desa adat memberikan sumbangan sebesar 2 juta untuk masing-masing krama yang memiliki sawa (jenasah).

Untuk meningkatkan pemanfaatan dana yang ada, desa adat juga menambah dan membeli beberapa aset seperti : lahan tanah yang terletak disebelah selatan wantilan sisi selatan yang dipergunakan untuk tempat parkir bagi pemedek yang tangkil ke pura maupun untuk parkir mobil pariwisata. Lahan tersebut juga digunakan untuk membangun kantor LPD, Toilet, dan toko (kios). Tanah yang kosong di sebelah barat pura yang awalnya berfungsi untuk pembuangan sampah dan arena sabungan ayam sekarang sudah dimanfaatkan untuk membangun wantilan, toilet dan toko (kios). Sebelah utara pura, awalnya adalah bangunan sekolah dasar sekarang sudah ditukar guling oleh pihak desa. Sekolah dasar dipindahkan ke sebelah timur kurang lebih lagi 300 m dan bangunannya dibuat dan disiapkan oleh desa adat sedangkan bangunan sekolah yang lama dimanfaatkan oleh desa adat untuk ruang pameran. Desa adat berinisiatif meningkatkan kesejahteraan masyarakat pengrajin Desa Adat Batuan dengan memberikan wadah untuk menunjukan hasil kerajinannya. Hasil karya yang dipamerkan antara lain : lukisan gaya batuan, seni barong, wayang kulit, topeng, keris, papan nama dan lain-lain. Gebrakan lainnya adalah membeli lahan supermarket indomaret di sebelah timur pura yang sekarang dimanfaatkan menjadi mini market "Tenten Mart".

Sosial Budaya

Dari aspek sosial dengan adanya kegiatan pariwisata di Pura Puseh Batuan adalah terciptanya lapangan pekerjaan baru. Masyarakat desa batuan merasa bersyukur karena bisa berperan aktif

untuk menjaga dan melestarikan warisan leluhur. Lapangan pekerjaan yang tersedia antara lain sebagai petugas penjual tiket, juru bersih toilet, juru bersih lingkungan pura, pelayan menyiapkan sarung dan selendang, penjaga situs purbakala, penjaga ruang pameran serta petugas jasa keamanan yang diambil dari pecalang desa adat. Semua petugas adalah warga masyarakat lokal. Petugas pembersih toilet berjumlah 2 orang, petugas pelayan sarong dan selendang ada 7 orang, petugas penjaga situs purbakala 1 orang, petugas penjaga pameran 2 orang, dan juru bersih area pura 4 orang. Mereka bekerja mulai bekerja dari pukul 09.00 wita sampai dengan 17.00 wita. Sedangkan petugas pecalang berjumlah 30 orang dibagi menjadi 4 kelompok. Setiap hari ada sekitar 7 orang pecalang yang bertugas. Petugas pecalang tersebar di beberapa titik yang perlu mendapat pengawasan penting seperti di area utama mandala, area jaba sisi tengah, wantilan sebelah barat pura, dan wantilan sebelah selatan pura. Titik penting dari pengawasan petugas pecalang adalah saat menyeberangkan wisatawan dari sisi wantilan selatan menuju ke area pura.

Kemudian yang tidak kalah pentingnya adalah kesempatan warga lokal untuk meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Warga lokal memiliki kesempatan untuk menyewa toko yang disediakan desa adat. Ada 8 toko yang tersedia di jaba sisi selatan dan 8 toko yang tersedia di sisi jaba barat. Persyaratan penyewa toko adalah (1) warga masyarakat lokal penyungsum Pura Puseh Batuan, (2) menjual barang-barang atau dagangan yang sudah ditetapkan desa adat, (3) dan bersedia mengikuti aturan untuk senantiasa menjaga kebersihan. Selain membuka toko, masyarakat juga khususnya kaum muda memiliki kesempatan untuk bekerja di mini market "Tenten Mart". Tenten Mart adalah mini market yang dimiliki dan dikelola oleh desa adat. Barang-barang yang dijual hampir sama dengan supermarket indomaret. Keberadaan tenten mart ini sekaligus menjadi ujian bagi masyarakat untuk tetap berbelanja di tempat milik desa sendiri sekaligus sebagai wujud menerapkan ajeg bali.

Lingkungan

Dari aspek lingkungan, semenjak menjadi obyek wisata petataan Pura Puseh Batuan berubah draktis. Sebagian bangunan dimodifikasi sesuai dengan trend kekinian dan kebutuhan selera wisatawan tetapi tidak meninggalkan keaslian. Hasil pemugaran situs purbakala tetap terjaga dengan baik, dikelompokkan, dirawat dan ditata dengan baik di suatu tempat disebelah utara pura. Patung dengan tokoh pewayangan dipasang di setiap sudut di luar penyengker pura dan dipasang disepanjang sisi jalan memasuki area pura puseh batuan menambah keindahan pura. Taman taman ditata dan dirawat dengan baik menambah keasrian dan keharmonisan, keagungan pura. Halaman pura baik di mandala utama dan di sisi jaba tengah dibuat dengan model paving dengan dimodifikasi tanaman rumput. Bangunan suci sebagai tempat menyimpan patung situs purbakala, relief dan ornamen lainnya dibangun dengan motif arsitektur gaya bali dan khas gaya batuan serta dikombinasikan warna prada emas. Untuk menjaga kebersihan dan keindahan area pura, desa adat menugaskan 4 orang petugas juru bersih yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap kebersihan area pura. Mereka bekerja mulai dari pukul 09.00 sampai 17.00 wita.

Untuk menjaga keamanan pura dan wisatawan yang berkunjung, ada beberapa program yang dilakukan desa adat, yaitu memaksimalkan petugas pecalang yang ada selain untuk bertanggung jawab terhadap keamanan adat juga ditambah untuk menjaga keamanan wisatawan yang

berkunjung. Program lainnya adalah melarang pedagang acung memasuki area pura termasuk area jaba sisi. Selama ini pedagang acung sering menjadi keluhan dan gangguan wisatawan sehingga untuk mengantisipasi hal tersebut pedagang acung dengan tegas dilarang masuk. Begitu pula sarana fasilitas toilet sudah menjadi perhatian dengan baik untuk menjaga keselamatan wisatawan selama berkunjung. Toilet merupakan salah satu indikator tolok ukur keberhasilan pelayanan suatu destinasi wisata. Sering ada isu wisatawan jatuh, terpeleset karena toilet licin dan kurang bersih. Petugas toilet sudah disiapkan dengan baik dengan tugas bertanggung jawab untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan toilet selama jam kunjungan buka.

Sebagai situs cagar budaya, Pura Puseh Batuan telah memberikan dampak positif bagi masyarakat setempat baik dalam bidang ekonomi, sosial budaya dan kelestarian lingkungan. Selain dampak positif tersebut ada sisi negatif yang muncul yaitu menurunnya kesucian dan desakralisasi pura. Wisatawan yang masuk ke pura tidak ada batasnya, wisatawan setiap hari bebas memasuki pura sampai ke wilayah mandala utama. Wisatawan hanya dibatasi memasuki daerah utama mandala jika sedang terjadi kegiatan keagamaan. Dampak negatif yang lain adalah tercemarnya kesucian pura. Wisatawan yang memasuki pura tidak ada kuasa untuk mengontrol, meskipun sudah ada pengumuman dan imbauan bahwa wisatawan yang sedang datang bulan dilarang masuk. Ini tidak cukup menjadi jaminan apalagi wisatawan yang datang berasal dari kultur dan budaya yang berbeda. Bisa saja larangan atau imbauan tersebut dilanggar.

PENUTUP

Pura Puseh Batuan adalah termasuk pura kayangan tiga yang berfungsi untuk memuja kebesaran Ida Sang Hyang Widhi Wasa. Selain sebagai tempat suci, pura ini sekaligus ditetapkan sebagai situs cagar budaya karena banyak menyimpan benda-benda purbakala seperti patung-patung, relief, dan prasasti. Dalam perjalanannya pura ini berkembang sebagai Obyek dan daya tarik wisata. Berkembang secara alami dengan pengelolaan secara yang sangat sederhana. Secara berlahan seiring dengan pergantian pengurus secara periodik, pengelolaannya-pun menjadi berubah. Awalnya pengelolaannya menggunakan pola sistem donasi kemudian berubah menjadi sistem tiket. Dampak dari komersialisasi warisan budaya Pura Puseh Batuan adalah dapat dikelompokkan menjadi 2 yaitu dampak positif dan negatif. Dampak positifnya adalah (1) pendapatan ekonomi desa adat meningkat, (2) meningkatnya kehidupan sosial budaya, dan (3) terjaganya kelestarian lingkungan. Sedangkan dampak negatifnya adalah menurunnya kesucian (desakralisasi) pura dan tercemarnya kesucian pura.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2007. Pusaka Budaya Pariwisata. Denpasar : Pustaka larasan.
- Bali Post. 2020. Trend Komersialisasi Budaya di Bali, dikutip hari rabu tanggal 24 januari 2024.
- Mahaputri, D.R. Anom,Putu 2017. Potensi Pua Desa Pura Puseh Desa Batuan sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Gianyar. Jurnal Destinasi Pariwisata Universitas Udayana. Vol.5. No.1,2017.
- Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Bali. 2020. Produksi Dalam Turistifikasi Pura Puseh Desa Batuan Dalam Konteks Pariwisata Global. <http://kebudayaan.kemdikbud.go.id/bpcbbali/produksi-dalam-turistifikasi-pura-puseh-desa-batuan-dalam-konteks-pariwisata-global/>
- Diarta, IK,S. 2017. Between Cultural Preservation and Tourism Industry : Dialectic Relation in Culture Heritage Tourism Management in Tanah Lot and Borobudur Indonesia. Journal of Tourism. 4 (2): 100:109.
- Kreag, G. 2001. The Impact of Tourism. Minnesota : University of Minnessota Press
- Miarsi, Adi. 2019. Komersialisasi Budaya dalam Konteks Kesenian Kuda Lumping di Desa Tarai Bangun Kecamatan Tambang Kabupaten Kampar. JOM FISIP Vol. 6: Edisi I Januari – Juni 2019.
- Perarem Desa Adat Batuan Tentang Tata Cara Ngadegang Bendesa Adat dan Prajuru Desa Adat Batuan Periode 2021 – 2025.
- Peraturan Undang-Undang Republik Indonesia No.9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan.
- Pitana, I Gede. 2006. Kepariwisataaan Bali Dalam Wacana Otonomi Daerah. Jakarta Puslitbang Kepariwisataaan Badan Pengembangan Sumber Daya Kebudayaan dan Pariwisata
- Raka, A.A.Gede. 2015. Komodifikasi Warisan Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata pada Pura Penataran Sasih Pejeng Gianyar. Desertasi Program S3 Pascasarjana Universitas Udayana.
- Raka,G.,Wirawan,G. Setiawan,K. 2015. Commodification of Culture Heritage as Tourism Attraction at Penataran Sasih Pejeng Gianyar. E-Journal of Culture Study Udayana University. Vol.8 No.2. ISSN 2338-2449.
- Suardana.I Wayan. 2018. Materi perkuliahan Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Program S3 Pascasarjana Universitas Udayana.
- Suwena, I.Ketut, Widyatmaja, I G.N. 2017. Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar : Pustaka Larasan
- Karmini, Ni Wayan. 2016. Berwisata Budaya di Pura Desa Batuan : Menggugah Kesadaran Multikulturalisme : Jurnal Kajian Bali Vol.06, No.02 Oktober 2016.
- Yoeti, Oka. 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Penerbit : Angkasa Bandung

MENGURAI MAKNA LINGUISTIK FRASE NOMINA DARI BAHASA INGGRIS KE BAHASA INDONESIA PADA MENU KAFE DI KOTA BADUNG BALI

Ni Wayan Pastini
Ni Putu Oka Agustini
Ni Nyoman Tri Lilasari
Anak Agung Gede Oka Geria

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Di kawasan pariwisata seperti Kabupaten Badung di Bali, kemampuan berkomunikasi dengan baik menjadi kunci kesuksesan, terutama di tengah penurunan drastis kunjungan wisatawan akibat pandemi global yang dimulai pada Februari 2020. Dalam menghadapi situasi ini, masyarakat Bali menunjukkan kreativitasnya dengan mengubah usaha pariwisata menjadi kafe atau warung kopi, khususnya di Badung.

Namun, dalam konteks ini, permasalahan muncul terkait dengan kemampuan berbahasa Inggris masyarakat lokal, terutama pramusaji di kafe-kafe, yang sering kali menghadapi kesulitan dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing. Keterampilan berbahasa Inggris menjadi semakin penting di wilayah ini, di mana penduduk lokal, yang mayoritas menggunakan Bahasa Bali atau Bahasa Indonesia, perlu meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dalam Bahasa Inggris. Ini menjadi relevan terutama bagi mereka yang terlibat langsung dalam industri pariwisata, seperti pramusaji di kafe-kafe di Kawasan Badung.

Pramusaji di kafe-kafe tersebut diharapkan mampu memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan, termasuk menjelaskan dengan jelas tentang menu yang tersedia di tempat mereka bekerja. Pemahaman tentang perbedaan budaya dalam penggunaan bahasa, terutama terkait dengan frase nomina dalam daftar menu, menjadi hal yang krusial dalam konteks ini. Frase nomina, yang sering digunakan untuk menjelaskan makanan dan minuman dalam kafe, menjadi fokus penelitian yang menarik, terutama di Badung, yang dikenal sebagai kawasan pariwisata terkemuka di Bali. Sebagian besar penduduk Badung bekerja di sektor pariwisata, dengan banyaknya hotel, villa, dan kafe di wilayah tersebut.

Aktivitas pramusaji di kafe-kafe ini menekankan pentingnya pemahaman yang baik tentang bahasa Inggris, terutama dalam konteks daftar menu. Oleh karena itu, pemahaman tentang frase nomina dalam bahasa Inggris yang sering digunakan dalam daftar menu kafe menjadi hal yang menarik untuk diteliti. Dalam menyoroti pentingnya kemampuan berbahasa Inggris dalam konteks pariwisata lokal, serta untuk menekankan perlunya pemahaman tentang perbedaan budaya dalam penggunaan bahasa, terutama terkait dengan frase nomina dalam daftar menu.

Pemahaman tentang frase nomina dalam bahasa Inggris dapat memengaruhi interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal di kawasan pariwisata, serta menyoroti pentingnya peningkatan kemampuan berbahasa Inggris di tengah tantangan yang dihadapi oleh industri pariwisata akibat pandemi global. Dengan demikian, pemahaman yang baik tentang bahasa Inggris,

terutama dalam konteks daftar menu, diharapkan dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan pelayanan yang diberikan oleh masyarakat lokal di Badung. Dengan artikel ini, diharapkan akan tercipta pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya kemampuan berbahasa Inggris dalam mendukung industri pariwisata, serta perlunya pemahaman tentang perbedaan budaya dalam penggunaan bahasa, khususnya terkait dengan frase nomina dalam daftar menu kafe.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, penelitian ini akan memfokuskan pada penggunaan frase-frase nama menu yang terdapat dalam daftar menu beberapa kafe di daerah Badung. Hal ini menjadi penting karena frase-frase tersebut merupakan bagian yang sangat relevan dalam interaksi antara pramusaji dan pelanggan di kafe-kafe tersebut. Oleh karena itu, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: Bagaimanakah padanan makna frase nomina Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia pada daftar menu dari beberapa kafe di Kabupaten Badung? Pemahaman tentang frase-frase ini menjadi krusial karena membantu pramusaji dalam menjelaskan menu kepada pelanggan, sehingga mempermudah komunikasi antara kedua belah pihak dalam menikmati hidangan di kafe-kafe di daerah Badung.

PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Kabupaten Badung, yang terletak di bagian selatan Pulau Bali, dianugerahi keindahan alam yang menakjubkan. Curah hujan yang cukup dan sinar matahari yang hangat sangat berpengaruh terhadap daerah ini sepanjang tahun. Dengan luas wilayah 418,52 kilometer persegi (sekitar 7,43% luas Pulau Bali), Badung merupakan salah satu dari 9 Kabupaten/kota di Bali. Sebagai pusat pariwisata Bali dan Indonesia bagian tengah, Badung memiliki posisi geografis yang strategis. Secara geografis, Badung berbatasan dengan Kabupaten Tabanan di barat, Kabupaten Buleleng di utara, Kabupaten Bangli, Gianyar, dan Kota Denpasar di timur, serta Samudra Indonesia di Selatan.

Bentuk fisik wilayah Kabupaten Badung yang unik menyerupai sebilah keris, yang dijadikan sebagai lambang daerah. Lambang keris mencerminkan semangat ksatria yang kuat, terkait dengan sejarah penting seperti Peristiwa Puputan Badung. Mangupura telah ditetapkan sebagai ibu kota Kabupaten Badung berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 67 tahun 2009, yang disahkan pada tanggal 16 November 2009. Saat ini, Kabupaten Badung terdiri dari 6 kecamatan yang mencakup 16 kelurahan dan 46 desa (*DPRD Kabupaten Badung, 2021*)

Paparan Data

Data dikumpulkan dari beberapa kafe di sekitar area Kuta, termasuk Kuta Utara dan Kuta Selatan. Informasi yang terhimpun adalah berupa daftar menu dari beberapa kafe, seperti Kafe 25:PM, Emadji Coffee, Kopita Bali, Kopi Zeen, Bull Café Taman Griye, Djournal Coffee, Dulang Café, dan Stadium Café.

1) Frase Nomina Dalam Daftar Menu Kopi Zeen

Lokasi Kopi Zeen berada di Jalan Patih Jelantik Komplek Pertokoan Central Park, Kuta, Kabupaten Badung, Adapun frase nomina dari daftar menu Kopi Zeen ini antara lain: *Ice Tea, Iced Lemon Tea, Iced Lychee Tea, Virgin Mojitto, Strawberry Mojitto, Iced Milk Soda, Iced Cream Tea, Iced Red Velvet, Iced Chocolate, Iced Red Velvet, Iced Chai*

Latto, Chocolate Milk Shake, Vanilla Milk Shake, Strawberry Milk Shake, Strawberry Banana Smoties, Strawberry Smoties, Iced Blanded Oreo, Strawberry juice, Orange juice, Watermelon Juice, Dragon Juice, Mixed Juice, Hot Chocolate, Greentea latte, Hot Red Velvet, Hot Chai Latte, Hot Lemon Tea, Hot Camomail Tea, Hot Juice Tea, Hot Tea, Cascara Tea.

2) Frase Nomina Dari Daftar Menu 25PM

Lokasi Café 25PM adalah jalan Tegal Wangi no 8 Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Adapun frase nomina dari daftar menu Café ini diantaranya ialah *Toast Bread, Red Bean, Beef Ham, Beef Sausage, Hash Brown, Orange Juice or Hot Tea, Black Coffee, Indome Telor, Frech Fries, Chicken Roll, Chicken wings, Crispy Deli, Beef Sausage, Beef Kebab, Omelette / Scrembled eggs, Roti Bakar / Toast Bread, Pisang Goreng Coklat Keju, Lava Cake / Any Varian Cakes, Espresso Machiato, Long Black, White Choco Lattee, Add Syrup, Black Jibrut, Rum Frappe, Almond Frappe, Caramel Frappe, Hazelnut Frappe, Vanilla Frappe, White Choco Frappe, Oreo Frappe, Chocolate Frappe, Mocca frappe, Green Tea Frappe, Lemon Tea, The Tarik, Lychee Tea, Tropical Tea, Chocolate Mint, Green Tea Latte, Red Velvet, Mineral Water, Soft Drink, Italian Soda.*

3) Frase Nomina Dari Daftar Menu Dulang Café

Dulang Café berlokasi di Jalan Kartika Plaza no 22 Kuta, Kabupaten Badung Bali 80361, Frase nomina dari Menu dulang Café sebagai berikut. *Vietnamese Sandwich, Dulang Club Sandwich, Simply Ham+Cheese, House Double Layer Beef Burger, Street Style Fried Noodle, Nasi Goreng Kampung, Ginger Fish, Chicken Cashew with Jasmine Rice, Good Old Fish and Chips, Fishermen's Basket, Jimbaran Grilled Fish and Prawns, Indonesian Chicken Satay, Finger Licking Thai Pork Ribs, Ground Black Papper Beef Steak, Tenderloin Red Wine Reduction, Triple Cheese Bruchetta Melt, Indonesian Corn Fritters, Mr. Chang Chicken Lettuce Wrap, Gilty Fries, Fresh Vietnamese Roll, Sticky Sesame Chicken Wings, A Little Bit of Everything, Dim Sum, Massive Omellete, Bacon Mapple French Toast, Corn Fritters with Scramble Egg, Olio Aglio, Hearty and Creamy Carbonara, Spinach Fettucine Wild Mushroom, Ricotta and Spinach Ravioli, Indonesian Traditional Chicken Curry, Malaysian Nyonya Laksa, Dulang's Sop Buntut, Soto Ayam Abang, Mie Lalah (Super Spicy Noodle), Mama Chicken Noodle with Wonton, Old School Sundae Ice Cream, Homemade Thin Pancake with Banana or Cheese, Street Style Banana Glaze, Affogato, Mojito, Screwdriver, Cosmopolitan, Hawaiian Sunset, Pinacoladia, Tequilla Sunrise, Long Island Ice Tea, Margarita, Mojito Passion Fruit, San Miguel Light, Bintang Reddler, Lime Mint Twist, Jungle Black Ice Tea, Manggo Janggo, Summer Fruit Potion, Frozen Oreo and Coffee, Frozen Caramel Frappe, Long Black, Flat White, Hot Tea, Ice Tea, Ultra Fresh Lemon Squash, Whole Coconut, Hot Chocolate, Smoothies, Thick Shake, Equil Still, Equil Sparkling, Straberry Fanta, Ginger Ale, Soda Water, Tonic Water.*

4) Frase Nomina Dari Daftar Kopita Bali

Kopita Bali terletak di Jalan Tegal Wangi Nomor 9, Kuta Badung, Bali, Indonesia. Frasa

nomina yang tercantum dalam menu mereka antara lain seperti, *Espresso Single, Espresso Double, Hazelnut Coffee, Café latte, Americano Single, Americano Double, Long Black Single, KOPITA Brown Sugar, Lemon Tea, Strawberry Squash, KOPITA Virgin Mojito, KOPITA Bali Sunrise, KOPITA Bali Sunset, Kopita Oreo Brown Sugar, Yakult Dragon Fruit, Happy Soda/ Soda Gembira, Beer Bintang, Bubur Jagung, Bubur Kacang ijo, Es Pisang ijo, Es Pallu Butung, Kopita Beef Burger, Kopita Chicken Burger, Kopita Beef Meatball, Authentic of Kopita, Kopi Panci Hita, The / susu Jahe, Kopi Panci Hitam, Kopi Panci Susu, Kopi Panci Joss.*

5) Frase Nomina Dari Daftar Menu Stadium Café

Stadium Café berlokasi di jalan Kartika Plaza Kuta. Kabupaten Badung Adapun Noun Frase dari daftar menunya antara lain: *Cheese Burger, Aussie Burger, Chili Burger, Sumo Burger, Tyson Burger, Chicken Parmigiana, BBQ Chicken Smash, Grilled Chicken Shot, Beef Touch Steak, Fight Club Sandwich, BBQ Sandwich, Pork Ribs Eye, BBQ Combi, Pork Ribs, Tex Max Beef Nachos, Chicken Fajitas, Fried Chicken Nuggets, Chicken Tender, Calamary Pops, Fried Prawn Parmigiano, Moze Chicken Fries, Potato Wedges, Paprika Fries, French Fries, Gravy Fries, Warm Chocolate Mousse Candy Hazelnut, Whipped Mascarpone, Rosemary and Extra Virgin Olive Oil Pannacotta, Broccoli Gratin, Muteed Vegetables, Garlic Bread, On The Cob, Gratinated Ham Cheese Potato, Stadium Nasi Goreng, Mie Goreng Ayam, Mie Ayam, Chicken Cashew Nut, Black Pepper Beef, Fried Calamari, Fried Onion, Buttalo Chicken Wings, Sample Platter, Fish & Chips, Vegetables Spring Rolls, Chrispy Prawn, Seafood Basket, Pork Sate, Chicken Sate, Fish Sate, Squid Sate, Prawn Sate.*

Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan dan dipaparkan di atas kemudian dianalisis menggunakan Teknik analisis deskriptif Kualitatif yaitu dengan memberikan penjelasan berdasarkan teori: mengenai Pola Kalimat *Noun Phrase*. Menambahkan imbuhan-imbuhan untuk menjelaskan sebuah noun ada pola kalimat yang perlu diingat untuk membentuk phrase.

1) *Noun+noun*

Contoh: noun phrase untuk karegori *Noun+noun* antara lain *news paper, school bag, pizza box, dan air conditioner*. Dalam contoh-contoh ini, bisa diperhatikan bahwa walaupun ada dua kata benda, namun yang dimaksud hanyalah satu benda saja. Misalnya dalam kata *pizza box*, benda yang dimaksud adalah kotak pizza-nya. Oleh karena itu, benda yang dimaksud dalam noun phrase dari *pizza box*-nya itu sendiri.

Tabel 1
Pandana Makan *Noun+noun*

Kopi Zeen	<i>Ice Tea</i>	The Es
	<i>Strowberry Juice</i>	Jus Strowberry
	<i>Orang Juice</i>	Jus Jeruk

	<i>Greentea Latte</i>	Kopi Latte Dengan The Ijo
	<i>Dragon Juice</i>	Jus Buah Naga
	<i>Cascara Tea</i>	Teh Kaskara
25PM	<i>Beef Kebab</i>	Kebab Dibuat Dari Daging Sapi
	<i>Rum Frappe</i>	Frappe Dicampur Dengan Minuman Keras
	<i>Vanilla Frappe</i>	Frappe Dicampur Dengan Vanilla
	<i>Orea Frappee</i>	Frappe Dicampur Oreo
	<i>Lychees Frappe</i>	Frappe Dicampur Dengan Oreo
	<i>Chocolatte Mint</i>	Mint Rasa Coklat
	<i>Italian Frappe</i>	Frappe Dari Itali
	<i>Hazelnut Latte</i>	Kopi Latte Dicampur Kemiri
	<i>Café Latte</i>	Kopi Latte Dinamai Café
KOPITA Bali	<i>Lemon Tea</i>	The Dari Jeruk Lemon
	<i>Beer Bintang</i>	Beer Bermerek Bintang
	<i>Bubur jagung</i>	Bubur Dibuat Dari Jagung
Dulang Café	<i>Vietnamese Sandwich</i>	Sanwich Vietnam
	<i>Ginjer Fish</i>	Ikan Bumbu Jahe
	<i>Fishermen's Basket</i>	Keranjang Nelayan
	<i>Indonesian Chicken Satay</i>	Sate Ikan Indonesia
	<i>Indonesian Chicken Fritter</i>	Remahan Ayam Indonesia
	<i>Malaysian Nyonya Laksa</i>	Laksa Nyonya Malaysia
	<i>Dulang's Sop Buntut</i>	Sup Buntut Dulang
	<i>Chicken noodle</i>	Mi Ayam
	<i>Hawaiian Sunset</i>	Matahari Terbenam Hawaian
	<i>Tequilla Sunrise</i>	Minuman Maaxico Yang Bernama Sunrise
	<i>Mojito Passion Fruit</i>	Buah Markisa Mojito
	<i>Mango Janggo</i>	Mangga Janggo
	<i>Straberry Fanta</i>	Stroberi Fanta
	<i>Soda Water</i>	Air Soda
	<i>Tonic Water</i>	Air Tonik
Stadium Café	<i>Cheese Burger</i>	Berger Keju
	<i>Aussie Burger</i>	Burger Asia
	<i>Chili Burger</i>	Burger Lombok
	<i>Sumo Burger</i>	Burger Sumo
	<i>Tyson Burger</i>	Burger Tyson
	<i>Pork Ribs</i>	Tulang Iga Babi
	<i>Chicken Fajitas</i>	Makanan Maxico Dari Ayam
	<i>Garlic Bread</i>	Roti Isi Bawang Putih
	<i>Mie Ayam</i>	Mie Ayam
	<i>Chicken Cashew Nut</i>	Kacang Mente Berisi Ayam

	<i>Fish and Chips</i>	Ikan Dan Chip
	<i>Seafood Basket</i>	Keranjang Ikan Laut
	<i>Pork Sate</i>	Sate Babi
	<i>Fish Sate</i>	Sate Ikan
	<i>Prawn Sate</i>	Sate Udang
	<i>Beef Sate</i>	Sate Daging Sapi

Saat mengubah frasa-frasa Bahasa Inggris dari menu kafe di Kabupaten Badung ke dalam Bahasa Indonesia, diterapkan prinsip M-D dari frasa Bahasa Inggris yang mengikuti prinsip D-M (Caer, 1988).

Frase yang terdiri dari *noun+noun* (head nya benda dan keterangannya benda) tidak semunya dipadankan ke dalam Bahasa Indonesia dalam bentuk kata benda (head nya kata benda dan keterangannya kata benda) ada beberapa dipadankan dengan menggunakan lebih dari dua kata seperti contohnya : *beef sate* dipadankan menjadi *sate daging sapi*, *seafood basket* dipadankan menjadi *keranjang ikan laut*, *Garlic Bread* dipadankan *Roti isi Bawang Putih*, *Chicken Fajitas* dipadankan *Makanan Mexico dari Ayam*. Padanan dalam Bahasa target (Bahasa Indonesia) tersebut di atas yang dipengaruhi oleh budaya Indonesia yang tidak memiliki makanan tersebut karena nama makanan tersebut berasal dari luar Indonesia.

2) *Noun+of+Noun*

Contoh: *declaration of independence, city of angels, age of empire* dan *book of secret*. Kata *of* dalam rangkaian kata-kata tersebut digunakan untuk menunjukkan arti dari pada kata benda yang disebut pertama kali. Misalnya pada kata *declaration of independence* yang memiliki arti naskah kemerdekaan. Kemerdekaan hanya berfungsi sebagai penjelasan dari naskah yang dibicarakan.

Tabel 2
Noun+of+ Noun

Dulang Kafe	A Little Bit of Everything	Sedikit dari sesuatu
	Authentic of Kopika	Asli Kopika

Dari daftar menu beberapa kafe di daerah wisata Kabupaten Badung hanya ada dua Frase Bahasa Inggris yang menggunakan *of*, jadi makna *of* dalam Bahasa Indonesia tidak diterjemakan dalam frase "*Authentic of Kopika*" yang bisa dipadankan menjadi "*Kopika Asli*" sedangkan dari frase "*A Little Bit of Everything*" *of* nya dipadankan *dari*. Jadi padanan makna frase ini adalah *sedikit dari segalanya*.

3) *Determiner+ Adverb+ Adjective+ Noun*

Contoh: kata dari pola noun phrase ini adalah *extremely dangerous sport, a totally gorgeous boy, a really nice car* dan lain sebagainya. Pada pola ini bisa dilihat bahwa adanya tambahan adverb atau adjective sebelum sebuah kata benda untuk menerangkan benda tersebut secara lebih jelas. Misalnya *V-ing + noun* (as Gerund). Untuk kategori pola kalimat ini bisa menggunakan contoh: *swimming pool, walking stick, Smoking room*, secara kontekstual, makna *V-ing* sebagai Gerund adalah untuk menandai kata benda yang disebut terakhir. Dapat disimpulkan kata *swimming pool* memiliki arti a

pool for swimming activities. V-ing yang terdapat dalam noun phrase ini berfungsi untuk menjelaskan sebuah kegiatan.

Tabel 3
Deteriner+ Adverb+ Adjective+ Noun

Kopi Zeen	Hot Chocolate	Coklat Panas
	Hot Red Velvet	Velvet Merah Yang Panas
	Hot Chai Latte	Kopi Latte Chai Yang Panas
	Hot Tea	Teh Panas
	Hot Lemon Tea	TehLemon Yang Panas
Dulang Kafe	Massive Omellete	Omellete/ Telor Goreng Yang Besar
	Long Black Coffee	Kopi Hitam Pekat
	Flat White Coffee	Kopi Putih Flat
	Whole Coconut	Sebutir Kelapa
	Thick Shake Coffee	Kopi Yang Dikocok Sebentar

Frase *Thick Shake Coffee* dipadankan menjadi *Kopi Yang Dikocok Sebentar*, dimana frase ini terdiri dari *kopi* sebagai *Head*, *dikocok* sebagai *verb* yang fungsi kata ini adalah sebagai kata kerja dan *sebentar* merupakan *edverb*. Sedangkan frase-frase yang lain nya ada frase yang terdiri dari tiga kata (satu head dan dua adjective) seperti *Hot Red Velvet*, *Long Black coffee*, *Flat White Coffee*. Sedangkan frase *Hot Lemon Tea*, *Hot Chai Latte* terdiri dari satu *Head* dan dua kata keterangan dalam bentuk kata sifat dan kata benda.

4) *V-Ing + Noun (As Participle)*

Selain *noun* yang berfungsi sebagai *gerund*. *Noun* juga bisa berfungsi sebagai *participle* atau keterangan penjelas yang menggunakan *relative pronoun*, contoh adalah *talking bird*, *walking dead*, *smoking man*, *Noun* sebagai *participle* dalam kalimat ini biasanya merupakan penjelas yang berbentuk apa dan siapa. Seperti dalam kalimat *talking bird* kita bisa merincikan sebagai *a bird that talks*, untuk menjadikannya sebuah object yang utuh, kita bisa menggantikan kegiatannya dengan *V-ing* sebagai kegiatan dan *Noun* sebagai penjelas objek yang melakukannya. Noun Frase yang menggunakan pola *Ving+Noun* dalam daftar menu di beberapa kafe di kabupaten Badung tidak ditemukan datanya.

5) *V3 + Noun (As Participle)*

Selain V-ing ada juga verb ketiga yang bisa digunakan dalam pembentukan *bound phrase*, Contoh kata dari pola kalimat ini adalah *hidem treasure*, *forbidden city*, *cooked meal*, *frozen dairy*. Penggunaan V3 memiliki fungsi untuk sebagai bentuk *participle* atau keterangan penjelasan yang menggunakan *relative pronoun* seperti *who*, *which*, *that*, *whom* dalam *adjective clause* bentuk kalimat pasif, misalnya dalam kata *hidden treasure*, kita memecah kata tersebut menjadi *a treasure*

that was hidden, bahkan untuk membuatnya lebih singkat dan membentuk subjek yang utuh yang dapat disingkat menjadi *a hidden treasure*.

Tabel 4
V3 + Noun (As Participle)

Nama Kafe	Frase Bahasa Inggris	Frase Bahasa Indonesia
Kopi Zeen	<i>Iced Tea</i>	Teh Dingin
	<i>Iced Lemon Tea</i>	Teh Lemon Dingin
	<i>Iced Lychees Tea</i>	Teh Leci Dingin
	<i>Iced Cream Tea</i>	Teh Krim Dingin
	<i>Iced Red Velvet</i>	Velvet Merah Dingin
	<i>Iced Chai Latto</i>	Chai Lato Dingin
	<i>Iced Blanded Oreo</i>	Oreo Campur Dingin
	<i>Mixed Juice</i>	Jus Campur

Verb *participle* atau kata kerja bentuk ke 3 dibentuk dari kata kerja murni seperti kata kerja *ice*, *bland* dan *mix* menjadi *iced*, *Blanded* dan *Mixed* yang memiliki bentuk fungsi verb yang berubah dari kata kerja menjadi kata *adjective* dalam frase noun di atas.

PENUTUP

Berdasarkan analisis Padangan Makna Frase Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia pada menu dari beberapa kafe di daerah Kawasan wisata Badung dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Katagori frase Bahasa Inggris yang menggunakan *noun* sebagai keterangan dan *naun* juga sebagai *head* dalam frase. Di dalam padanan makna dari data yang dianalisa diatas tidak semua frase Bahasa Inggris dipadankan sama seperti dalam frase Bahasa Indonesia *Noun+Noun* tidak semua dipadankan menjadi *kata benda+Kata Benda* di dalam Bahasa Indonesia contohnya *beef burger* dipadankan menjadi *burger sapi* dan bisa juga dipadankan *burger yang bahannya dari daging sapi*, dan kata *burger* tetap digunakan atau dipadankan sama *burger* di dalam Bahasa Indonesia.karena kata *Berger* tidak ada dalam Bahasa Indonesia yang disebabkan di Indonesia tidak memiliki makanan tersebut jadi kata *Berger* dipadankan sama dengan Bahasa Inggris.
2. Frase Bahasa Inggris yang terdiri dari pola *Noun + of + Noun* dari daftar menu pada beberapa kafe hanya ditemukan 2 frase, dimana *of* dalam frase tidak diterjemahkan atau dipadankan ke dalam Bahasa Indonesia.
3. Frase Bahasa Inggris yang berpola *Determiner + Adverb + Adjective + Noun* dari beberapa menu pada kafe Zeen dan Dulang Kafe ada yang terdiri dari lebih dari satu *adjective* (kata sifat) seperti *Hot red Velvet, Long Black Coffee*. Frase tersebut dipadankan terlebih dahulu kata yang paling dekat dengan *head* nya. Maka padanan frase tersebut menjadi *Velvet Merah yang panas* dan *Kopi Hitam pekat* atau *Kopi Hitam yang Pekat*.
4. Frase Bahasa Inggris yang menggunakan pola *V3 + Noun (As Participle)* dalam menu seperti *Iced Tea*, kata *iced* bermakna didinginkan berasal dari kata benda *Ice* kemudian dibentuk menjadi *Iced* yang memiliki fungsi kata kerja, jadi fungsi kata tersebut berubah dari kata benda menjadi kata sifat di dalam frase Bahasa Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Agus Mertayasa, I. G. (2012). *Food and Beverage Service Operational*. Andi.
- Al-anshory, rofi and , Dr. Anam Sutopo, S. pd., M. Hum. and , Siti Fatimah, S. Pd., M. H. (2015). *A Translation Analysis of Noun Phrase from English into Indonesian on Unilever's Products [Universitas Muhammdiyah Surakarta]*. <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/35140>
- DPRD Kabupaten Badung. (2021). <https://dprd.badungkab.go.id/>
- Ekasani1, K. A., Bagus, I., Yadnya2, P., Artawa3, K., Ketut, N. L., Indrawati4, M., Pariwisata, T., Internasional, B., & Ekasani, K. A. (2018). Category Shifts in the Translation of Verb Phrases in English Cookbook into Indonesian. *International Journal of Linguistics, Literature and Translation (IJLLT)*, 1(4). <https://doi.org/10.32996/ijllt.2018.1.4.10>
- Florence Myles, R. M. (2004). *Second Language Learning Theories (2nd ed.) (2nd Editio)*. <https://doi.org/10.4324/9780203770658>
- I. A. Kade Dwijati , I Wayan Pastika, I. A. M. P. (2016). *INDONESIAN NOUN PHRASES WITH RELATIVE CLAUSES AND THEIR TRANSLATIONS IN ENGLISH FOUND IN THE SHORT STORY "MATI SUNYI."* *Journal of Language and Translation Studies*, 2(INDONESIAN NOUN PHRASES WITH RELATIVE CLAUSES AND THEIR TRANSLATIONS IN ENGLISH FOUND IN THE SHORT STORY "MATI SUNYI"). <https://erepo.unud.ac.id/id/eprint/11170>
- Liddicoat, A., Papademetre, L., Scarino, A., & Kohler, M. (2003). *Report on intercultural language learning. Report to the Australian Government Department for Education Science and Training (DEST)*.
- Risager, K. (2006). *Language and Culture: Global Flows and Local Complexity Languages for intercultural communication and education. Multilingual Matters*.

PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT

MENGUPAS POTENSI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT: STUDI KASUS DESA BELEGA SEBAGAI DESA Pengerajin Yang Terkenal Di Pulau DEWATA

Anak Agung Istri Ratna Sari Wulan

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pariwisata di Bali tidak hanya menjadi sektor ekonomi yang berkembang pesat, melainkan juga menjadi jantung kehidupan bagi masyarakat setempat. Sebagai sumber pendapatan utama bagi penduduk Bali, industri pariwisata memainkan peran sentral dalam mendukung kehidupan sehari-hari mereka (Pitana Diarta, 2009). Dukungan yang diberikan oleh pemerintah, terutama Kementerian Pariwisata Indonesia, menunjukkan komitmen untuk menjaga pertumbuhan positif sektor pariwisata di pulau ini.

Bali, sebagai destinasi pariwisata yang mendunia, telah berhasil menarik perhatian wisatawan dari berbagai belahan dunia. Keindahan alamnya, kekayaan budayanya, dan keramahan penduduknya menciptakan citra yang kuat dalam dunia pariwisata internasional (Suwena & Widyatmaja, 2010). Peningkatan popularitas ini mendorong pemerintah untuk mengembangkan lebih lanjut industri pariwisata di Bali, memastikan bahwa potensi pariwisata lokal benar-benar dioptimalkan. Perkembangan industri pariwisata di Bali tidak hanya memberikan dampak pada sektor ekonomi, tetapi juga merubah lanskap sosial dan budaya masyarakat setempat (Arcana, 2016). Pulau ini, yang dahulunya dikenal sebagai pulau surga tersembunyi, kini menjadi magnet bagi wisatawan global. Keunikan alam, keberagaman budaya, dan keramahan penduduknya menciptakan daya tarik yang tak tertandingi, menjadikan pariwisata sebagai tulang punggung perekonomian masyarakat Bali.

Pemerintah, melalui Kementerian Pariwisata Indonesia, telah memainkan peran penting dalam mendukung pertumbuhan industri pariwisata di Bali. Investasi dan kebijakan proaktif tidak hanya menciptakan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan sektor ini, tetapi juga meningkatkan citra pulau ini di mata dunia melalui promosi pariwisata global. Penting untuk diakui bahwa perkembangan positif ini tidak hanya dirasakan secara lokal, tetapi juga menciptakan dampak positif di tingkat nasional. Berkembangnya industri pariwisata di Bali membuka peluang kerja dan mengurangi tingkat pengangguran, meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara umum. Salah satu inovasi menarik yang memperkaya wacana pariwisata di Bali adalah konsep *Community Based Tourism* (pariwisata berbasis masyarakat). Konsep ini, yang pertama kali diperkenalkan oleh seorang aktivis dari India Sumesh Mangalasseri, menekankan partisipasi aktif masyarakat dalam pengelolaan destinasi wisata. Pemerintah Indonesia, menyadari potensi besar dari konsep ini, merencanakan untuk menerapkannya secara luas di seluruh Indonesia, memberikan manfaat lebih besar kepada masyarakat lokal.

Desa Belega, sebagai contoh nyata dari pariwisata berbasis masyarakat di Bali, menonjolkan keunggulan dalam kerajinan bambu. Industri kerajinan bambu di desa ini telah mencapai puncaknya pada tahun 1998, menciptakan peluang besar bagi masyarakat setempat (Mariyatni et al., 2020). Kemampuan Desa untuk memajukan ekonominya melalui industri kerajinan bambu, mendapatkan tantangan karena ketiadaan wadah resmi untuk memasarkan produk-produk mereka secara nasional maupun internasional.

Pemerintah Indonesia, terutama Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, dihadapkan pada tugas penting untuk memberikan dukungan yang lebih besar kepada desa-desa wisata seperti

Belega. Langkah-langkah seperti pembentukan wadah resmi untuk pemasaran internasional, pelatihan keterampilan, dan fasilitasi akses pasar global menjadi vital dalam mengatasi kendala ini.

Dalam konteks ini, peningkatan harga produk dari Desa Belega tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat setempat, tetapi juga menciptakan dampak positif dalam jangka panjang. Dengan harga yang lebih baik, masyarakat akan memiliki insentif untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka, menciptakan lingkaran positif bagi perkembangan ekonomi dan keberlanjutan pariwisata.

Meskipun tantangan berasal dari kurangnya akses pasar internasional dan kehadiran reseller asing, pemerintah Indonesia tidak hanya mengakui keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat di beberapa destinasi tertentu, tetapi juga merencanakan untuk mengimplementasikannya di berbagai daerah di Indonesia. Langkah ini diambil untuk memastikan bahwa potensi pariwisata lokal benar-benar dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan semua ini, dapat disimpulkan bahwa industri pariwisata di Bali, terutama dalam konteks Desa Belega, memiliki potensi besar yang masih belum sepenuhnya terealisasi. Dukungan berkelanjutan dari pemerintah, terutama melalui Kementerian Pariwisata Ekonomi Kreatif, dengan inisiatif untuk mengatasi kendala seperti akses pasar dan kehadiran reseller asing, akan menjadi kunci untuk mewujudkan potensi penuh pariwisata berbasis masyarakat dan memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Bali. Pariwisata di Bali tidak hanya tentang destinasi yang memukau, tetapi juga tentang bagaimana kita menjaga dan menghargai warisan kita dengan bijaksana.

Tingkat partisipasi masyarakat menjadi kunci dalam mengukur keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat (Wijaya & Sudarmawan, 2019). Hal ini melibatkan sejauh mana masyarakat lokal terlibat dalam pengambilan keputusan terkait pariwisata, jumlah program atau kegiatan pariwisata yang melibatkan mereka, serta sejauh mana mereka terlibat dalam pengelolaan dan promosi destinasi pariwisata. Tingkat partisipasi yang tinggi mencerminkan integrasi yang kuat antara pariwisata dan masyarakat setempat.

Dalam mengukur keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat, Yusuke Ishihara mengidentifikasi beberapa indikator yang mendalam. Pertama, tingkat partisipasi masyarakat adalah parameter penting, mencakup partisipasi lokal, jumlah program kepariwisataan yang melibatkan komunitas, dan keterlibatan dalam pengelolaan serta promosi destinasi. Keberhasilan pariwisata juga tercermin dalam pendapatan dan pekerjaan, dengan fokus pada peningkatan pendapatan individu atau kelompok lokal, penciptaan lapangan kerja baru, dan kontribusi langsung terhadap usaha mikro dan kecil di komunitas (Ishihara, 2020).

Keberhasilan pariwisata seharusnya tidak hanya tercermin dalam pendapatan tetapi juga dalam peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat. Pendapatan yang diperoleh hendaknya bisa memenuhi kebutuhan hidup standar masyarakat di Desa Belega bahkan jika memungkinkan melebihi sehingga kesejahteraan ekonomi masyarakat di Desa Belega meningkat atau lebih baik.

Pemeliharaan Budaya dan Warisan menjadi aspek kunci, mencakup upaya untuk mempromosikan dan menjaga warisan budaya lokal, dukungan terhadap pelestarian tradisi, serta peningkatan kesadaran dan partisipasi dalam kegiatan budaya. Pembangunan Infrastruktur Lokal juga diukur, termasuk investasi dalam infrastruktur pendukung pariwisata, peningkatan aksesibilitas, dan dampak positif terhadap infrastruktur umum di komunitas. Pemeliharaan Budaya dan Warisan mencakup upaya nyata untuk menjaga dan mempromosikan warisan budaya lokal. Ini termasuk dukungan terhadap pelestarian tradisi dan praktik budaya serta peningkatan kesadaran dan partisipasi dalam kegiatan budaya. Keberhasilan pariwisata diukur bukan hanya dari segi ekonomi tetapi juga dari keberlanjutan dan pelestarian budaya lokal.

Indikator berikutnya adalah Pengelolaan Lingkungan, yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian lingkungan, pengurangan dampak negatif terhadap ekosistem lokal, dan implementasi praktik pariwisata berkelanjutan. Kualitas pengalaman wisatawan juga menjadi sorotan, dengan penekanan pada kepuasan dan pengalaman positif wisatawan, jumlah wisatawan yang kembali, serta dukungan terhadap inisiatif lokal dan produk produksi lokal. Pengelolaan Lingkungan mengukur sejauh mana pariwisata berbasis masyarakat melibatkan masyarakat dalam pelestarian lingkungan. Ini mencakup upaya untuk mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem lokal dan implementasi praktik pariwisata berkelanjutan. Peningkatan kesadaran dan tanggung jawab terhadap lingkungan menjadi kunci dalam mengukur keberlanjutan pariwisata.

Aspek kesejahteraan sosial masyarakat dinilai melalui peningkatan kesejahteraan sosial lokal, pengukuran kesehatan dan pendidikan masyarakat setempat, serta penurunan tingkat kemiskinan dan ketidaksetaraan di komunitas. Terakhir, peningkatan kualitas hidup melibatkan dampak positif pada kualitas hidup masyarakat setempat, peningkatan infrastruktur dan akses terhadap layanan dasar, serta peningkatan kualitas hidup melalui keberlanjutan ekonomi dan sosial. Kesejahteraan sosial masyarakat diukur melalui peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat setempat, termasuk aspek kesehatan dan pendidikan mereka. Selain itu, penurunan tingkat kemiskinan dan ketidaksetaraan di komunitas adalah indikator bahwa pariwisata berbasis masyarakat memberikan dampak positif secara menyeluruh.

Peningkatan kualitas hidup berfokus pada dampak positif pada kualitas hidup masyarakat setempat. Ini mencakup peningkatan infrastruktur, akses terhadap layanan dasar, dan peningkatan kualitas hidup melalui keberlanjutan ekonomi dan sosial. Keseluruhan, keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat harus dilihat sebagai pencapaian holistik yang mencakup berbagai dimensi pembangunan. Dengan demikian, indikator-indikator ini memberikan pandangan holistik terhadap keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat, mencakup aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Implementasi praktik berkelanjutan dan melibatkan masyarakat setempat menjadi kunci untuk mencapai hasil yang positif dalam pengembangan pariwisata di Desa Belega.

PEMBAHASAN

Sejarah Desa Belega

Desa Belega, sebuah destinasi wisata yang terletak di Bali, menonjolkan dirinya sebagai pusat industri kerajinan bambu yang terkenal di seluruh dunia. Sejak dimulainya pada tahun 1980, desa ini telah menjadi sorotan, tidak hanya di Indonesia tetapi juga di berbagai belahan dunia. Industri kerajinan bambu di Desa Belega telah mencapai puncak perkembangannya pada tahun 1998, menciptakan peluang besar bagi masyarakat setempat.

Masyarakat Desa Belega memiliki keahlian dan potensi ekonomi yang luar biasa, terutama dalam bidang kerajinan bambu. Namun, satu tantangan yang dihadapi oleh desa ini adalah kurangnya wadah resmi untuk memasarkan produk-produk mereka ke pasar internasional. Meskipun produk mereka memiliki potensi untuk mendapatkan nilai lebih tinggi di pasar global, keberadaan reseller produk dari negara lain telah menciptakan kendala dalam mencapai tujuan tersebut.

Penting untuk dicatat bahwa Desa Belega tidak hanya menjadi contoh nyata dari industri kerajinan bambu yang sukses di Bali, tetapi juga menghadapi peluang yang terlewatkan dalam pemasaran internasional. Pemerintah Indonesia, khususnya melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memiliki peran penting untuk memberikan dukungan yang lebih besar kepada desa-desa wisata seperti Belega. Pembentukan wadah resmi untuk pemasaran internasional, pelatihan keterampilan, dan fasilitasi akses pasar global dapat menjadi langkah-langkah vital dalam mengatasi kendala ini.

Selain potensi ekonomi, Desa Belega juga memiliki nilai budaya yang kaya. Desa ini tidak hanya menjadi pusat produksi kerajinan bambu tetapi juga menjaga dan mempromosikan warisan budaya lokal. Dukungan terhadap pelestarian tradisi dan praktik budaya, serta peningkatan kesadaran dan partisipasi dalam kegiatan budaya, menjadi elemen kunci dalam mengukur dampak positif pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega.

Pentingnya pengelolaan lingkungan juga tercermin dalam upaya Desa Belega untuk melibatkan masyarakat dalam pelestarian lingkungan. Dengan praktik pariwisata berkelanjutan dan ramah lingkungan, Desa Belega berusaha mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem lokal. Kesadaran terhadap tanggung jawab lingkungan menjadi aspek integral dalam keberlanjutan pariwisata di desa ini.

Selanjutnya, kualitas pengalaman wisatawan menjadi faktor penentu keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat. Desa Belega berusaha memberikan pengalaman positif bagi wisatawan, meningkatkan kepuasan mereka, dan mendukung inisiatif lokal serta produk yang diproduksi secara lokal. Keberhasilan ini tidak hanya menciptakan dampak positif pada tingkat ekonomi tetapi juga memperkaya pengalaman wisatawan yang datang ke desa tersebut.

Dalam konteks sosial, pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega telah memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan sosial masyarakat setempat. Dengan membuka peluang kerja bagi ribuan orang, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan tingkat kesejahteraan secara umum, pariwisata telah menjadi tulang punggung perekonomian Desa Belega.

Aspek Ekonomi

Desa Belega, sebuah komunitas di Bali, membanggakan dirinya atas keahlian dan potensi ekonominya yang luar biasa, terutama dalam industri kerajinan bambu. Pengerajin di desa ini telah membangun reputasi yang kuat di tingkat nasional dan internasional sejak awal tahun 1980. Keahlian dalam pengerjaan bambu menjadi aset utama Desa Belega, menciptakan peluang ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat.

Meskipun memiliki keahlian yang mengagumkan, Desa Belega menghadapi tantangan serius terkait pemasaran produk mereka ke pasar internasional. Kurangnya wadah resmi untuk memasarkan produk-produk bambu menjadi hambatan utama bagi masyarakat desa. Seiring dengan meningkatnya minat global terhadap kerajinan tangan dan produk berkelanjutan, Desa Belega memiliki potensi besar untuk mendapatkan nilai lebih tinggi di pasar global.

Tantangan yang dihadapi Desa Belega semakin kompleks dengan kehadiran reseller produk dari negara lain. Meskipun reseller ini dapat membantu memperluas jangkauan produk Desa Belega ke pasar internasional, keberadaan mereka juga menciptakan kendala bagi masyarakat setempat. Hal ini dapat melibatkan penurunan margin keuntungan, kehilangan kendali atas branding, dan ketergantungan pada pihak luar yang mungkin tidak sepenuhnya memahami nilai dan kualitas produk lokal.

Pentingnya memiliki wadah resmi untuk pemasaran internasional menjadi semakin jelas bagi Desa Belega. Pembentukan lembaga atau platform yang mendukung promosi dan distribusi produk ke pasar global dapat memberikan solusi untuk mengatasi kendala ini. Dengan adanya wadah resmi, masyarakat desa dapat lebih efektif memasarkan produk mereka secara mandiri, meningkatkan visibilitas, dan membangun hubungan langsung dengan konsumen internasional.

Pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, memiliki peran krusial dalam memberikan dukungan untuk membentuk wadah resmi tersebut. Inisiatif ini dapat mencakup pelatihan dalam pemasaran internasional, pembentukan kemitraan dengan pelaku industri terkait,

dan fasilitasi akses ke platform e-commerce global. Dukungan ini tidak hanya akan meningkatkan potensi ekonomi Desa Belega tetapi juga memperkuat citra dan daya tarik wisata budaya di Bali.

Desa Belega dapat mempertimbangkan strategi pemasaran yang lebih proaktif, seperti berpartisipasi dalam pameran internasional, memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan produk, dan menjalin kerjasama dengan organisasi atau perusahaan yang memiliki jaringan internasional. Hal ini dapat membantu membangun kesadaran global terhadap keindahan dan kualitas kerajinan bambu dari Desa Belega.

Ketika masyarakat lokal memiliki kontrol yang lebih besar atas pemasaran produk mereka, mereka dapat mengatur harga dengan lebih fleksibel, mempertahankan integritas budaya dan kualitas, dan meraih manfaat ekonomi yang lebih besar. Pemberdayaan masyarakat dalam pemasaran internasional tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi tetapi juga meningkatkan rasa tanggung jawab dan kebanggaan terhadap warisan budaya mereka.

Sebagai bagian dari strategi pemasaran internasional, penting bagi Desa Belega untuk menyoroti keunikan dan nilai tambah dari produk mereka. Menceritakan kisah di balik setiap produk, proses pembuatan yang melibatkan keterampilan tradisional, dan dampak positif terhadap pembangunan ekonomi lokal dapat menjadi daya tarik yang kuat bagi konsumen global yang semakin tertarik pada produk berkelanjutan dan bercerita.

Dalam menghadapi perubahan dinamika pemasaran global, Desa Belega perlu memiliki fleksibilitas untuk menyesuaikan strategi mereka. Ini mungkin melibatkan pembaruan dalam desain produk, peningkatan kualitas, dan eksplorasi pasar baru. Keterlibatan aktif dalam jaringan industri dan perkumpulan kerajinan tangan global juga dapat membantu Desa Belega tetap relevan dan kompetitif di pasar internasional.

Mengatasi tantangan pemasaran internasional bukan hanya tentang meningkatkan penjualan, tetapi juga tentang memberdayakan masyarakat dan melestarikan keberlanjutan budaya dan ekonomi. Desa Belega, dengan dukungan yang tepat dan strategi pemasaran yang efektif, desa ini dapat meraih potensi penuhnya sebagai destinasi pariwisata berbasis masyarakat yang unggul di tingkat global.

Aspek Sosial

Pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega bukan hanya menjadi faktor ekonomi tetapi juga telah memberikan dampak positif yang signifikan dalam konteks sosial, khususnya terhadap kesejahteraan masyarakat setempat. Salah satu kontribusi paling mencolok adalah membuka peluang kerja yang melibatkan ribuan orang di berbagai sektor pariwisata. Pemberian pekerjaan ini tidak hanya menciptakan sumber penghasilan tetap bagi masyarakat, tetapi juga meningkatkan taraf hidup mereka.

Seiring dengan pertumbuhan sektor pariwisata, tingkat pengangguran di Desa Belega secara signifikan menurun. Pariwisata memberikan lapangan pekerjaan yang beragam, mencakup pelayanan wisata, kerajinan, penyediaan akomodasi, dan sektor-sektor terkait lainnya. Reduksi tingkat pengangguran ini bukan hanya menciptakan stabilitas ekonomi tetapi juga memberikan rasa keamanan dan kemandirian finansial bagi masyarakat setempat.

Peningkatan tingkat kesejahteraan secara umum dapat dilihat dari dampak positif pariwisata berbasis masyarakat. Masyarakat Desa Belega, yang sebelumnya mungkin menghadapi tantangan ekonomi, kini dapat menikmati manfaat dari pendapatan tambahan yang dihasilkan oleh sektor pariwisata. Hal ini tercermin dalam perbaikan infrastruktur, akses ke layanan dasar, dan peningkatan kualitas hidup secara keseluruhan.

Peluang kerja yang tercipta di sektor pariwisata melibatkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk kaum muda dan perempuan. Dengan adanya peluang ini, generasi muda Desa Belega

memiliki harapan lebih besar untuk masa depan yang lebih baik. Pendidikan dan pelatihan dalam sektor pariwisata juga berkontribusi pada peningkatan kualifikasi dan keterampilan masyarakat, menciptakan fondasi yang lebih kuat untuk pertumbuhan ekonomi jangka panjang.

Pentingnya keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan pelestarian budaya menjadi aspek penting dalam konteks sosial pariwisata di Desa Belega. Dengan menjaga keaslian budaya lokal, masyarakat setempat dapat tetap terlibat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Inisiatif ini membantu mempertahankan identitas dan warisan budaya Desa Belega, mencegah dampak negatif dari industrialisasi pariwisata yang terlalu agresif.

Peningkatan tingkat kesejahteraan juga tercermin dalam penurunan tingkat kemiskinan dan ketidaksetaraan di Desa Belega. Pendapatan tambahan dari pariwisata memberikan masyarakat akses lebih baik ke layanan kesehatan dan pendidikan. Program pembangunan sosial yang didukung oleh pendapatan pariwisata dapat mencakup penyediaan fasilitas kesehatan, beasiswa pendidikan, dan dukungan untuk kelompok rentan di dalam masyarakat.

Selain memberikan manfaat langsung, pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega juga memberikan dampak positif terhadap interaksi sosial dan kehidupan komunitas. Pertumbuhan sektor pariwisata menciptakan peluang untuk pembangunan berkelanjutan dan program-program pemberdayaan masyarakat. Inisiatif ini dapat mencakup pelatihan keterampilan, pengembangan usaha mikro dan kecil, serta promosi keberlanjutan lingkungan.

Pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi pariwisata tidak hanya menciptakan peluang ekonomi tetapi juga meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab terhadap lingkungan sekitar. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam pengambilan keputusan terkait pariwisata, tercipta kerjasama yang positif antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat setempat.

Dengan demikian, pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega dapat dianggap sebagai tulang punggung perekonomian dan kesejahteraan sosial. Dengan membuka peluang kerja, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan tingkat kesejahteraan secara umum, pariwisata tidak hanya menciptakan dampak ekonomi tetapi juga memperkuat inti komunitas dan melestarikan warisan budaya Desa Belega untuk generasi mendatang.

Aspek Budaya

Desa Belega, yang terletak di Bali, tidak hanya dikenal sebagai pusat produksi kerajinan bambu yang sukses tetapi juga memiliki kekayaan nilai budaya yang mendalam. Dalam konteks pariwisata berbasis masyarakat, keberagaman dan keunikannya tidak hanya terbatas pada aspek ekonomi, tetapi juga mencakup warisan budaya lokal yang telah dijaga dan dipromosikan dengan baik oleh masyarakat setempat.

Penting untuk memahami bahwa warisan budaya Desa Belega bukan hanya sekadar produk kerajinan bambu yang dihasilkan. Ini mencakup tradisi, nilai-nilai, tarian, musik, dan ritual-ritual khas yang menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega memainkan peran krusial dalam pelestarian dan pengembangan elemen-elemen ini.

Salah satu aspek yang mencolok dalam pelestarian warisan budaya Desa Belega adalah dukungan aktif terhadap tradisi dan praktik budaya. Masyarakat desa berkomitmen untuk melestarikan upacara adat, ritual keagamaan, dan berbagai acara budaya lainnya yang menjadi bagian dari identitas mereka. Inisiatif ini tidak hanya dilakukan sebagai bentuk penghormatan terhadap nenek moyang mereka, tetapi juga sebagai cara untuk memberikan pengalaman budaya otentik kepada wisatawan.

Dalam konteks ini, partisipasi aktif masyarakat dalam kegiatan budaya menjadi elemen kunci dalam mengukur dampak positif pariwisata berbasis masyarakat. Desa Belega tidak hanya memfasilitasi pertunjukan budaya untuk para wisatawan, tetapi juga melibatkan masyarakat dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan acara-acara ini. Ini menciptakan hubungan yang erat antara masyarakat dan wisatawan, memungkinkan pertukaran budaya yang berdampak positif bagi kedua belah pihak.

Keberlanjutan tradisi budaya juga tercermin dalam upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap warisan budaya mereka sendiri. Program-program edukasi lokal, seminar, dan kegiatan-kegiatan lainnya bertujuan untuk membentuk kesadaran kolektif tentang pentingnya melestarikan dan mempromosikan warisan budaya Desa Belega. Hal ini melibatkan generasi muda dalam pembelajaran dan penerusannya, sehingga nilai-nilai tradisional dapat diwariskan secara berkelanjutan.

Dukungan pemerintah, khususnya Kementerian Pariwisata, dalam menggalakkan pelestarian budaya Desa Belega menjadi faktor penentu. Melalui program-program subsidi, pelatihan, dan pengembangan infrastruktur budaya, pemerintah membantu memfasilitasi upaya masyarakat untuk menjaga dan mempromosikan warisan budaya mereka. Kemitraan antara pemerintah dan masyarakat setempat menjadi fondasi yang kuat dalam mengukuhkan keberlanjutan upaya ini.

Pentingnya pelestarian budaya juga mencakup promosi seni dan kerajinan lokal yang menjadi bagian penting dari identitas Desa Belega. Pameran seni, lokakarya kerajinan, dan acara promosi lainnya memberikan platform bagi para pengrajin lokal untuk memamerkan keterampilan dan kreativitas mereka. Ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga memastikan bahwa kerajinan tradisional tidak terlupakan di tengah arus modernisasi.

Selain itu, kolaborasi antara masyarakat lokal dan seniman dari luar Desa Belega dapat menciptakan sinergi yang luar biasa dalam mempromosikan warisan budaya. Residensi seniman, pertunjukan bersama, dan proyek seni partisipatif dapat memperkaya pengalaman budaya baik bagi masyarakat setempat maupun para wisatawan. Ini menciptakan dinamika baru yang memperkaya dan merayakan warisan budaya Desa Belega dalam konteks global.

Pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega juga dapat menjadi platform untuk mendokumentasikan dan menyebarkan cerita-cerita tentang warisan budaya. Proyek-proyek dokumentasi, baik melalui film, buku, atau media digital, dapat membantu memperluas pemahaman dan apresiasi terhadap budaya Desa Belega di tingkat nasional dan internasional. Dengan merayakan cerita-cerita ini, Desa Belega tidak hanya memperkuat identitas budayanya tetapi juga berbagi kekayaannya dengan dunia.

Tantangan yang dihadapi dalam pelestarian budaya Desa Belega juga perlu diperhatikan. Pengaruh globalisasi, modernisasi, dan perubahan sosial dapat memberikan tekanan terhadap pelestarian tradisi lokal. Oleh karena itu, strategi dan kebijakan yang berkelanjutan perlu diterapkan untuk melindungi dan mempromosikan warisan budaya Desa Belega dalam menghadapi dinamika jaman.

Dalam keseluruhan, Desa Belega memegang peran penting dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya Bali. Pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega tidak hanya menjadi sumber pendapatan ekonomi tetapi juga menjadi wahana untuk memperkuat, melestarikan, dan memperkenalkan kekayaan budaya yang unik dan berharga bagi masyarakat lokal dan dunia.

PENUTUP

Desa Belega, melalui pariwisata berbasis masyarakat, mengalami dampak positif secara ekonomi, sosial, dan budaya. Secara ekonomi, pariwisata telah menjadi sumber pendapatan utama,

terutama melalui industri kerajinan bambu yang telah berkembang pesat. Pendapatan individu dan kelompok masyarakat lokal meningkat, dan lapangan pekerjaan baru tercipta, mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Dari segi sosial, pariwisata memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat setempat di Desa Belega. Peningkatan aksesibilitas layanan kesehatan dan pendidikan menjadi salah satu dampak positif, membawa manfaat langsung bagi kualitas hidup masyarakat. Peluang kerja yang tercipta juga melibatkan berbagai lapisan masyarakat, termasuk kaum muda dan perempuan, menciptakan inklusivitas dan pemberdayaan sosial.

Aspek budaya di Desa Belega turut dipertahankan dan diperkaya melalui pariwisata. Desa ini bukan hanya menjadi pusat produksi kerajinan bambu tetapi juga menjaga warisan budaya lokal dengan mendukung pelestarian tradisi, praktik budaya, dan kegiatan budaya lainnya. Inisiatif ini menciptakan keberlanjutan dalam pengalaman budaya otentik bagi para wisatawan dan memperkuat identitas budaya Desa Belega.

Pentingnya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi pariwisata menjadi elemen kunci dalam kesuksesan Desa Belega. Hubungan positif antara masyarakat lokal dan wisatawan telah terjalin melalui kegiatan budaya bersama dan pertunjukan tradisional. Dengan melibatkan masyarakat secara aktif, Desa Belega menciptakan ikatan emosional antara wisatawan dan destinasi, mempromosikan pengalaman pariwisata yang lebih mendalam.

Dukungan pemerintah, terutama dari Kementerian Pariwisata, turut menjadi faktor penentu dalam pertumbuhan pariwisata Desa Belega. Melalui program subsidi, pelatihan, dan pengembangan infrastruktur budaya, pemerintah mendukung upaya masyarakat dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya mereka. Kemitraan yang kuat antara pemerintah dan masyarakat setempat menjadi fondasi yang mendukung keberlanjutan inisiatif ini.

Pentingnya pelestarian budaya di Desa Belega juga mencakup promosi seni dan kerajinan lokal. Pameran seni, lokakarya kerajinan, dan acara promosi lainnya memberikan wadah bagi para pengrajin lokal untuk memamerkan keterampilan dan kreativitas mereka. Ini tidak hanya mendukung pertumbuhan ekonomi lokal tetapi juga memastikan bahwa kerajinan tradisional tidak terlupakan di tengah arus modernisasi.

Selain itu, kolaborasi antara masyarakat lokal dan seniman dari luar Desa Belega dapat menciptakan sinergi yang luar biasa dalam mempromosikan warisan budaya. Residensi seniman, pertunjukan bersama, dan proyek seni partisipatif dapat memperkaya pengalaman budaya baik bagi masyarakat setempat maupun para wisatawan. Ini menciptakan dinamika baru yang memperkaya dan merayakan warisan budaya Desa Belega dalam konteks global.

Tantangan yang dihadapi dalam pelestarian budaya Desa Belega juga perlu diperhatikan. Pengaruh globalisasi, modernisasi, dan perubahan sosial dapat memberikan tekanan terhadap pelestarian tradisi lokal. Oleh karena itu, strategi dan kebijakan yang berkelanjutan perlu diterapkan untuk melindungi dan mempromosikan warisan budaya Desa Belega dalam menghadapi dinamika zaman.

Dalam keseluruhan, Desa Belega memegang peran penting dalam melestarikan dan mempromosikan warisan budaya Bali. Pariwisata berbasis masyarakat di Desa Belega tidak hanya menjadi sumber pendapatan ekonomi tetapi juga menjadi wahana untuk memperkuat, melestarikan, dan memperkenalkan kekayaan budaya yang unik dan berharga bagi masyarakat lokal dan dunia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahyar, H., J. S. (2020). Buku metode penelitian kualitatif & kuantitatif seri buku hasil pnelitian view project seri buku ajar view project. Pustaka Ilmu Group.
- Arcana, K. T. P. (2016). Persepsi Masyarakat Lokal Terhadap Perkembangan Akomodasi Pariwisata Studi Kasus : Desa Adat Seminyak, Kecamatan Kuta Kabupaten Badung, Bali. *Analisis Pariwisata*, 16(1), 52–60.
- Ardika, I. G. (2018). Kepariwisataan Berkelanjutan Rintis Jalan Lewat Komunitas. Kompas Gramedia.
- Baskoro, B. R. A., & Cecep, R. (2008). Membangun Kota Pariwisata Berbasis Komunitas: Suatu Kajian Teroritis. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia*, 3(1), 37–50.
- Hatton, M. J. (1999). *Community-Based Tourism in the Asia Pacific* (Vol. 99). Canada, Toronto: School of Media Studies at Humber College.
- Hermantoro, H. (2011). Creative-based tourism: dari wisata rekreatif menuju wisata kreatif. Aditri.
- Ishihara, Y. (2020). Overview of community-based tourism: From history to evaluation framework. In *The Routledge Handbook of Community Based Tourism Management* (pp. 26–38). Routledge.
- Kememparekraf. (2022). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 12 Tahun 2022 Tentang Standar Destinasi Pariwisata Indonesia.
- Lundberg, E. D., Stavenga, M. H., & M. Krishnamoorthy. (1997). *Ekonomi Pariwisata*.
- Mariyatni, N. P. S., Juniariani, N. M. R., & Pratama, A. D. Y. (2020). Mempertahankan Desa Belega Sebagai Sentra Pengrajin Bambu. *International Journal of Community Service Learning*, 4(3), 179–185.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impact*. Longman Scientific and Technical.
- Nurhidayati, S. E., & Fandeli, C. (2012). Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Jejaring Administrasi Publik, 1, 36–46. <https://journal.unair.ac.id/download-fullpapers-admp572ae819ecfull.pdf>
- Pitana Diarta, G. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (edisi pert). Andi Offset.
- Spillane. (1987). *Pengertian Pariwisata*. Angkasa.
- Sugiyama, A. G. (2011). Pengembangan Pariwisata berbasis Konservasi Alam. *Guardaya Intimarta*, 1–17.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.
- Suwena, I. K., & Widyatmaja, I. G. N. (2010). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Udayana University Press.
- UNEP, & UNWTO. (2022). *Tourism and Sustainable Development Report 2022*.
- Weaver, D. B. (2012). Organic, incremental and induced paths to sustainable mass tourism convergence. *Journal Tourism Management*.
- Wijaya, N. S., & Sudarmawan, I. W. E. (2019). Community Based Tourism (CBT) Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di DTW Ceking Desa Pekraman Tegallalang. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(1).
- Yoeti, O. A. (2022). *Pengantar Pariwisata*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

EKSISTENSI GERAI LAUNDRY PADA GENERASI MILENIAL DI KOTA DENPASAR

I Wayan Seniartha

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Dalam ilmu ekonomi, jasa atau layanan adalah aktivitas ekonomi yang melibatkan sejumlah interaksi dengan konsumen atau dengan barang-barang milik, tetapi tidak menghasilkan transfer kepemilikan. (wikipedia.org). Sedangkan Industri jasa adalah industry yang mengolah jasa layanan yang dapat mempermudah dan meringankan beban masyarakat tetapi menguntungkan. Misalnya: industri perbankan, industri perdagangan, industri pariwisata, industri transportasi, industri seni dan hiburan. (Anonim: geografi-bumi. Blogspot.com/2011).

Ada beberapa bisnis usaha jasa yang berkembang di masyarakat seperti usaha jasa bimbingan belajar, usaha jasa menjahit, usaha jasa cuci kendaraan, usaha jasa potong rambut, usaha jasa reparasi elektronik maupun kendaraan, usaha jasa laundry, usaha jasa fotografi dan masih banyak lagi (Samyasa, 2019). Melirik banyaknya usaha jasa, salah satu usaha jasa yang populer dijamin sekarang adalah usaha jasa laundry.

Berubahnya pola hidup serta ketergantungan masyarakat akan teknologi menimbulkan permintaan akan barang maupun jasa menjadi meningkat. Hal ini tentu saja menciptakan peluang bagi pengusaha untuk saling bersaing dalam membuat produk baru berupa barang atau jasa. Persaingan tersebut dapat dilihat dari banyaknya bermunculan usaha-usaha kecil hingga besar yang memberikan pelayanan dalam pemenuhan berbagai kebutuhan. Contohnya adalah usaha yang menyediakan kebutuhan pokok seperti makan dan minum, kebutuhan pelengkap yang berupa peralatan rumah tangga, dan kebutuhan mewah seperti mobil dan komputer. Salah satu usaha yang sedang menjadi trend atau populer saat ini di masyarakat adalah usaha yang menyediakan jasa pencucian pakaian, dan dikenal dengan sebutan usaha laundry.

Seiring bergesernya gaya hidup saat ini, semua manusia menginginkan segala sesuatu yang serba cepat, praktis, dan tidak repot. Termasuk urusan mencuci pakaian. Berbagai alasan yang menyebabkan kondisi seperti ini. Seperti tuntutan kesibukan membantu suaminya bekerja, menjadikan para ibu rumah tangga menggunakan jasa laundry. Para mahasiswa yang waktunya habis dipergunakan untuk belajar juga membuat mereka tidak ada waktu untuk mencuci, sehingga semua cucuannya diserahkan ke laundry. Demikian juga penghuni kost-kost an dengan kondisi terbatasnya tempat untuk menjemur pakaian juga menyebabkan semua cucuannya dipercayakan kepada laundry.

Berawal dari sinilah usaha laundry di mulai. Berbagai alasan itulah yang menyebabkan usaha laundry berkembang sangat pesat. Budaya malas mencuci ini mudah sekali menular ke tetangga kanan kiri. Pengusaha laundry yang awalnya hanya mempunyai satu mesin cuci front loading, hanya dalam tempo satu bulan sudah “dipaksa” oleh pelanggannya supaya menambah mesin cucunya karena jumlah pakaian yang masuk laundry tidak seimbang dengan kapasitas kerja mesin cuci. Alhasil dalam kondisi seperti ini justru sangat menguntungkan bagi pengusaha laundry. Bisnis laundry pakaian berkembang pesat di Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya para penyedia jasa pencucian pakaian skala rumahan hingga pelosok. Ada cuci pakaian dengan model full services, ada juga laundry koin. Pada laundry koin, konsumen sendiri yang harus melakukan

pencucian tersebut. Sementara pemilik usaha hanya menyediakan fasilitas pencuciannya, yaitu berupa mesin cuci dengan koin (lounderettes), sehingga disebut laundry koin.

Dalam penyediaan jasa cuci model self services ini, ada beberapa kelebihan yang bisa anda tawarkan ke pelanggan. Anantara lain, Lebih privat karena pakaian tidak disentuh pekerja laundry atau tercampur dengan pakaian pelanggan lain. Kemudian, proses pencucian sampai proses pengeringan lebih cepat, hanya 1-2 jam sehingga langsung bisa dibawa pulang. Sedangkan laundry biasa umumnya membutuhkan waktu 2-3 hari agar pakaian bisa diambil. Lebih murah karena pelanggan hanya perlu membayar jasa mesinnya saja. Ketika menunggu, para pelanggan dapat melakukan sosialisasi dengan pelanggan lain, sehingga pusat laundry koin tersebut bisa menjadi tempat yang menyenangkan.

Dalam era teknologi informasi yang berkembang pesat seperti sekarang, bisnis laundry telah menjadi salah satu usaha yang menarik bagi para wirausaha, terutama di kalangan generasi milenial. Fenomena ini tidak lepas dari perubahan gaya hidup masyarakat, peran perempuan yang semakin aktif di luar rumah, serta kebutuhan akan jasa laundry yang semakin meningkat. Berikut peluang dan tantangan yang dihadapi oleh pelaku bisnis laundry di era millennials.

Kemudahan Akses Informasi Generasi milenial memiliki akses mudah ke informasi melalui internet. Ini berarti bahwa pemilik bisnis laundry dapat memanfaatkan media sosial dan situs web untuk mempromosikan layanan mereka, menjangkau calon pelanggan, dan membangun merek yang kuat. Peningkatan Kesadaran Lingkungan: Millennials cenderung lebih peduli terhadap lingkungan. Bisnis laundry yang menggunakan teknologi ramah lingkungan, seperti mesin cuci hemat air dan detergen yang ramah lingkungan, memiliki daya tarik tersendiri di antara generasi ini.

Kebutuhan Efisiensi Generasi milenial sering kali sibuk dan mencari solusi praktis. Bisnis laundry yang menawarkan layanan cepat, pengantaran, dan penjemputan pakaian dapat mengikuti pola pikir ini dan menjadi populer di kalangan mereka. Penggunaan Aplikasi dan Teknologi: Aplikasi seluler yang memudahkan pelanggan untuk memesan jasa laundry semakin populer. Para pelaku bisnis laundry dapat mengembangkan aplikasi mereka sendiri atau bergabung dengan platform yang sudah ada untuk mencapai pelanggan lebih efektif.

Berkembangnya usaha binatu baik besar maupun kecil menyebabkan persaingan yang cukup sengit. Berbagai inovasi untuk menarik minat konsumenpun dilakukan, seperti hadirnya usaha-usaha laundry rumahan yang saat ini sedang banyak diminati konsumen. Keberadaan usaha ini sangat mudah untuk ditemukan tidak hanya di daerah perkotaan tetapi juga telah merambah hingga ke pelosok desa, seperti halnya Kecamatan Denpasar Selatan.

Laundry yang ada di kawasan Denpasar Selatan merupakan sebuah usaha rumahan yang dapat dikategorikan sebuah usaha kecil. Dalam kaitannya dengan keluhan pengelola laundry, usaha ini belum memiliki suatu dokumen yang berisikan keluhan-keluhan dari pengelola laundry. Dalam penelitian ini akan dikumpulkan data keluhan dengan cara melakukan wawancara singkat dengan pengelola laundry di kawasan Denpasar Selatan. Hasil wawancara penulis dengan 25 pengelola laundry masing-masing di kawasan Sanur, Renon, Panjer, Sidakarya, Sesetan, dan Pedungan, langkah-langkah yang akan di ambil untuk melakukan inovasi baru agar para konsumen/masyarakat lebih bergairah untuk mencuci cucuciannya di laundry. Hal tersebut tentunya akan sangat bermanfaat bagi perkembangan usaha mereka. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis tertarik mengangkat permasalahan ini untuk dijadikan penelitian

PEMBAHASAN

Kota Denpasar adalah ibu kota Provinsi Bali, Indonesia. Denpasar merupakan kota terbesar di Kepulauan Nusa Tenggara dan kota terbesar kedua di wilayah Indonesia Timur setelah Makassar. Pertumbuhan industri pariwisata di Pulau Bali mendorong Kota Denpasar menjadi pusat kegiatan bisnis, dan menempatkan kota ini sebagai daerah yang memiliki pendapatan per kapita dan pertumbuhan tinggi di Provinsi Bali.

Nama Denpasar berasal dari kata "*den*" (utara) dan "*pasar*" sehingga secara keseluruhan bermakna "Utara Pasar". Asal kata ini menunjukkan asal kota sebagai kota pasar, di tempat yang sekarang disebut Pasar Kumbasari (sebelumnya "Peken Payuk"), di bagian utara kota modern.

Secara administratif pemerintahan kota ini terdiri dari 4 kecamatan, 43 kelurahan dengan 209 dusun. Saat ini pemerintah Kota Denpasar telah mengembangkan berbagai inovasi dalam meningkatkan layanan kepada masyarakatnya, diantaranya mulai membenahi sistem administrasi kependudukannya.^{[24][25]} Kota Denpasar terdiri dari 4 kecamatan, 16 kelurahan, dan 27 desa, yaitu Desa terdiri dari : Pemogan, Sanur Kaja, Sanur Kauh, Sidakarya sedangkan Kelurahan terdiri dari : Panjer, Pedungan, Renon, Sanur, Serangan, Sesetan.

1. Kecamatan Denpasar Selatan

Denpasar Selatan adalah sebuah kecamatan di kota Denpasar, provinsi Bali, Indonesia.^{[4][5]} Menurut letak Geografis Kecamatan Denpasar Selatan berada antara 08 040'00" - 08 044'49" lintang Selatan dan 115 011'23"-115 015'54" bujur Timur. Luas wilayah Kecamatan Denpasar Selatan 4999 Ha atau 39,12 persen dari luas wilayah kota Denpasar. Menurut penggunaan tanahnya, 816 Ha merupakan lahan sawah, 183 Ha lahan pertanian bukan sawah dan 4000 Ha merupakan lahan bukan pertanian, seperti: jalan, permukiman, perkantoran, perhotelan, pusat perbelanjaan, sungai dan lain-lain, dari luas wilayah Kota Denpasar.

Wilayah kecamatan Denpasar Selatan sebagian besar merupakan wilayah pesisir, dimana 8 desa dan kelurahannya terletak di wilayah pantai dan 2 kelurahan merupakan wilayah bukan pantai. Status daerah desa/kelurahan di seluruh kecamatan Denpasar Selatan merupakan perkotaan, sedangkan letak ketinggian seluruh desa/kelurahan di kecamatan ini berada pada ketinggian kurang dari 100 meter dari permukaan laut.

Kecamatan Denpasar Selatan merupakan salah satu perangkat daerah Kota Denpasar sebagai pelaksana teknis kewilayahan yang mempunyai wilayah kerja tertentu sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2007 tentang Kecamatan dan Peraturan Daerah Kota Denpasar Nomor 9 Tahun 2008 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kecamatan dan Kelurahan Kota Denpasar, serta mengacu kepada Peraturan Walikota Denpasar Nomor 47 Tahun 2014 tentang Uraian Tugas Jabatan Pada Organisasi Kecamatan dan Kelurahan Kota Denpasar, dan terakhir dengan keluarnya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah khususnya pasal 221 dan pasal 229 dimana Kelurahan merupakan perangkat kecamatan telah memberikan tanggungjawab yang lebih besar.

2. Letak Geografis Kota

Aspek Geografi Kecamatan Denpasar SelatanA. Luas dan Wilayah AdministrasiKecamatan Denpasar Selatan adalah merupakan bagian paling selatan atau hilir dari Kota Denpasar,

Kecamatan Denpasar Selatan memiliki luas wilayah 49,99Km², atau 4.999,00Ha, yang merupakan tambahan dari reklamasi pantai serangan, dimana secara administrasi dibagi menjadi :

3. Kependudukan

Kecamatan Denpasar Selatan memiliki jumlah penduduk yang cukup padat yaitu 279.640 Jiwa (Denpasar Selatan Dalam Angka Tahun 2015) dan jumlah ini akan meningkat setiap tahunnya.

Untuk dapat melihat gambaran tentang cakupan luas wilayah Kecamatan Denpasar Selatan Adapun batas – batas Kecamatan Denpasar Selatan sebagai berikut:

Utara	: Kecamatan Denpasar Barat dan Denpasar Timur
Barat	: Kecamatan Kuta dan Denpasar Barat
Selatan	: Samudra Indonesia
Timur	: Selat Badung

Berada pada ketinggian 0 – 75 M dari permukaan laut, serta tata kegunaan tanahnya meliputi tanah sawah 935 Ha, tanah tegal/huma 230 Ha, tanah pekarangan 2.591 Ha, tanah tambak/kolam 9 Ha, tanah sementara tidak diusahakan 68 Ha, tanah hutan 538 Ha, tanah perkebunan 21 Ha, tanah kuburan 10 Ha dan tanah lainnya 954 Ha.

4. Sumber Daya Kecamatan Denpasar Selatan

Dalam melaksanakan tata kelola pemerintahan, pembangunan dan kemasyarakatan di wilayah Kecamatan Denpasar Selatan tentunya memerlukan sumber daya untuk mencapai hasil kegiatan secara maksimal.

5. Sarana dan Prasarana Kerja Kecamatan Denpasar Selatan

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar,

Sebagai daerah tujuan wisata Kecamatan Denpasar Selatan memiliki potensi yang khas dan daya tarik wisata seperti kebudayaan termasuk sistem sosial dan tata cara kehidupan yang diatur dalam Desa Pekraman, obyek wisata, kesenian dan keindahan alam makin dikenal masyarakat dunia dan makin meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara. Sektor pariwisata sebagai andalan diharapkan mampu menggalakkan sektor-sektor lainnya sehingga dapat meningkatkan lapangan kerja, kesempatan berusaha dan pendapatan masyarakat.

Pembangunan pariwisata berpengaruh kuat terhadap perubahan struktur dan peningkatan perekonomian di Kota Denpasar. Namun struktur perekonomian Kota Denpasar sedikit berbeda bila dibandingkan dengan struktur perekonomian Provinsi Bali pada umumnya, dengan menempatkan sektor perdagangan, hotel dan restoran mendominasi pembentukan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) Kota Denpasar.^[32]

Perkembangan pariwisata dan daya tarik pulau Bali, secara tidak langsung telah mendorong kemajuan pembangunan di Kota Denpasar. Pada tahun 2000, jumlah wisatawan mancanegara yang datang berkunjung mencapai 1.413.513 orang, dan menempatkan jumlah wisatawan terbanyak dari Jepang kemudian disusul dari Australia, Taiwan, Eropa, Inggris, Amerika, Singapura dan Malaysia.

Kebijakan pengembangan pariwisata di Kota Denpasar menitikberatkan pada pariwisata budaya berwawasan lingkungan. Sebagai salah satu sentra pengembangan pariwisata, Kota Denpasar menjadi barometer bagi kemajuan pariwisata di Bali, hal ini dapat dilihat dengan munculnya berbagai hotel berbintang sebagai sarana menunjang aktivitas pariwisata tersebut.

Eksistensi Gerai *Laundry* Pada Generasi Milenial

Laundry yang ada di Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar merupakan usaha *Laundry* yang melayani kalangan keluarga dekat dari pemilik atau tetangga sekitar, dengan fasilitas hanya berupa dua buah mesin cuci. Dengan meningkatnya frekuensi kunjungan dan jumlah konsumen pada periode tahun sebelumnya dimana pertama kali sejak usaha berdiri, Dalam perkembangannya secara berkala menambah peralatan kerja yang awalnya hanya terdapat dua buah mesin cuci menjadi tiga buah mesin cuci dan ditambah satu mesin pengering atau *drying tumbler*. Seiring dengan penambahan peralatan kerja, beberapa *Laundry* juga merekrut karyawan untuk meringankan beban kerja yang sebelumnya hanya dilakukan oleh pemilik binatu. Selain itu lokasi *laundry* juga sangat menentukan keberlangsungan usaha dari *laundry* yang dimiliki.

I. Lokasi *Laundry*

Lokasi *Laundry* yang ada di Kecamatan Denpasar Selatan Kota Denpasar terdiri dari 8 Desa Adat meliputi : Sanur, Renon, Panjer, Suwung, Sidakarya, Sesestan Pedungan, dan Pemogan. Pada umumnya *Laundry* ini buka dari pukul 09:00 sampai pukul 17:00 dalam satu hari, dan beroperasi setiap hari, kecuali pada saat libur hari raya.

II. Fasilitas *Laundry*

Fasilitas yang dimiliki oleh *Laundry* untuk melayani konsumennya dalam pencucian pakaian adalah sebagai berikut:

- a) Mesin cuci (*washing machine*) kapasitas 6kg s/d 20 kg. Dalam satu hari mesin ini dapat dioperasikan hingga sebanyak lima kali untuk proses pencucian pakaian pelanggan.
- b) Mesin pengering (*drying tumbler*) kapasitas 16 kg s/d 25 kg. Mesin ini digunakan untuk mengeringkan pakaian dan frekuensi penggunaannya menyesuaikan dengan jumlah cucian yang harus dikeringkan.
- c) Setrika tangan, penggunaan setrika ini dilakukan secara manual pada *board* atau papan. Untuk penyetrikaan pakaian yang lebar seperti *bed sheet* dilakukan pada papan kayu yang lebih lebar.
- d) Mobil pengangkut cucian. Mobil ini digunakan untuk mengambil dan mengirim cucian konsumen, khususnya konsumen yang berasal dari usaha akomodasi seperti *home stay*.

III. Layanan *Laundry*

Laundry ini pada umumnya memiliki tiga jenis pelayanan yang berupa pencucian, pengeringan, dan penyetrikaan. Layanan pencucian pakaian/lana adalah layanan dalam mencuci pakaian kotor hingga pakaian tersebut bersih dan siap untuk digunakan kembali. Layanan pengeringan adalah layanan untuk mengeringkan pakaian yang lembab atau pakaian yang telah selesai dicuci dan hanya butuh dikeringkan saja. Layanan ini biasanya diminati konsumen pada saat musim hujan, dimana sinar matahari kurang terik. Layanan yang terakhir yaitu penyetrikaan adalah layanan yang khusus untuk penyetrikaan pakaian konsumen dan menjadikannya rapih serta wangi dan siap untuk digunakan kembali.

IV. Aktivitas Layanan *Laundry*

Didalam suatu usaha terdapat suatu bentuk standar operasi prosedur (SOP), untuk pencucian pakaian dibedakan menjadi dua (Lubis, 2015):

- 1) Pencucian kiloan adalah pencucian dengan menggunakan dasar perhitungan dari berat timbangan pakaian. Keunggulan dari pencucian kiloan yaitu harganya yang terjangkau dan proses pencucian dapat dilakukan dengan cepat, pencucian kiloan terdiri dari:

- a) Cuci komplit
- b) Cuci saja
- c) Setrika
- d) Keringkan
- e) Cuci tidak di campur

- 2) Pencucian khusus adalah pencucian dengan perhitungan potongan pakaian, dengan perhatian khusus disesuaikan bahan dan jenis pakaian sesuai washing care label tips sebagai petunjuk pencucian yang tertera pada label dalam pakaian. Untuk mengetahui symbol atau label yang tertera didalam pakaian yaitu:

Pakaian akan lebih awet dan terjaga warna aslinya walau telah dicuci berkali-kali, dan selalu dalam keadaan rapi karena setiap satu jenis pakaian diberi hanger dan plastik sendiri. Perlunya sistem pemisahan pakaian dalam pencucian kiloan bertujuan untuk mempermudah dan lebih mengefektifkan didalam proses pengerjaan. Kapasitas mesin untuk satu kali mencuci yaitu 5 kg pakaian, tentunya konsumen yang memberikan order tidak semua genap 5 kg. Oleh karena itu agar dalam proses pencucian dapat lebih efisien, pakaian konsumen disatukan untuk mendapatkan jumlah 5 kg. Namun pakaian yang disatukan rawan terjadi resiko tertukar antar pakaian dan terjadi kelunturan. Untuk mengatasi maka dibuat sistem sebagai berikut:

- a) Pemberian nomor dan penembakan *top pin*
- b) Pemisahan pakaian luntur
- c) Penggabungan pakaian

Setelah proses pencucian dilanjutkan dengan proses pengeringan. Pakaian keluar dari mesin cuci telah kering 80%, untuk proses selanjutnya pakaian dikeringkan menggunakan dryer agar dapat kering 100%.

Setelah proses pengeringan dilakukan, proses setrika pakaian merupakan bagian penting dalam penggarapan proses *laundry*. Agar proses menstrika lebih efisien pisahkan bahan-bahan sejenis dari yang tipis sampai yang bahan tebal seperti *jeans*. Tujuannya agar suhu setrika tidak sering di ubah dan pemanasan setrikaberurutan dari dingin, hangat, sampai panas.

Setelah proses setrika selesai dilanjutkan dengan proses penyemprotan pewangi dan penegepakan. Proses pengepakan diawali dahulu dengan pakaian tebal pada bagian bawah lalu semakin keatas pakaian lebih tipis. Setelah pakaian tertata rapi baru dilanjutkan dengan proses packing kedalam plastik. Setelah proses *packing*, dilanjutkan pemberian nama, nomor nota dan jumlah pakaian dengan spidol permanent pada permukaan atas pada plastik. Letakkan cuci kiloan yang sudah di packing dan di tempel nota pada rak, urutkan penempatan dari nomor kecil ke nomor besar.

Keberadaan Gerai *laundry* di Denpasar Selatan bervariasi yang mulai berdiri sejak tahun 2004 hingga saat ini yang tersebar di 8 Desa Adat di Denpasar Selatan meliputi : Sanur, Renon, Panjer, Suwung, Sidakarya, Sesestan, Pedungan, dan Pemogan.

Gerai *laundry* sudah menjadi ciri khas di Denpasar Selatan terlebih di Desa Adat Panjer dan Sanur yang menjadi sentra bisnis mengingat Desa ini merupakan Desa yang masyarakatnya banyak di kalangan Pelajar, mahasiswa dan bergerak di Dunia Pariwisata. Sementara di Desa lainnya diramaikan dengan para pekerja kantor dan pertokoan. Seperti yang diutarakan oleh Subjek 1, konsumen 1 sampai 5:

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola/karyawan Subjek 1 mengenai eksistensi Gerai *laundry* pada generasi milenial di Denpasar Selatan:

“Konsumen disini sebagian besar menyebutkan mereka milih *laundry* disini karena mereka tinggal disekitar sini pak, dan sejauh ini konsumen puas dengan hasil dan kualitas dari *laundry* nya”

Hasil wawancara dengan konsumen Subjek 1 dalam memilih Gerai *laundry* di Denpasar Selatan:

1) Konsumen 1

“Dalam memilih tempat *laundry* memang yang saya perhatikan adalah lokasi, karena ga perlu jauh-jauh lagi pak untuk nyari tempat *laundry*, selama harganya masih terjangkau, saya pasti milih *laundry* yang lokasinya dekat dengan rumah saya”

2) Konsumen 2

“saya memilih *laundry* disini karena *laundry* nya dekat dengan rumah saya pak, dan harga untuk *laundry* disini juga masih terjangkau”

3) Konsumen 3

“Untuk memilih tempat *laundry* yang saya lihat itu harganya dulu, kalau harganya sudah masuk saya pasti *laundry* disana”

4) Konsumen 4

“Kalau saya memilih *laundry* yang pertama hasil *laundry* nya yang penting rapi, bersih, harum, dan yang lokasinya dekat dengan rumah saya”

5) Konsumen 5

“Kalau saya memilih *laundry* yang pertama Penampilan Gerai *laundry* dan mesin yang digunakan dalam proses pencucian”

Pada Subjek 1 dapat disimpulkan bahwa eksistensi Gerai *laundry* pada generasi milenial di Denpasar Selatan adalah sebagai berikut:

- 1) Kedekatan dengan tempat tinggal
- 2) Harga yang masih terjangkau
- 3) Hasil akhir yang bersih, rapi, dan harum
- 4) Kualitas jasa *laundry* yang diberikan
- 5) Penampilan Gerai *laundry* dan mesin

Pada umumnya *Laundry* ini buka dari pukul 09:00 sampai pukul 17:00 dalam satu hari, dan beroperasi setiap hari, kecuali pada saat libur hari raya, hasil wawancara dengan konsumen Subjek 2, konsumen 1 sampai 5 mengenai konsumen dalam memilih jasa *laundry* di Denpasar Selatan:

- 1) Konsumen 1
 “Untuk memilih jasa *laundry* saya mempertimbangkan kualitas hasil dari *laundry* nya pak, setelah itu lokasi yang terdekat dan kebetulan *laundry* ini dekat dengan rumah saya”
- 2) Konsumen 2
 “Dalam memilih tempat *laundry* yang saya perhatikan adalah kualitas dari *laundry* nya pak, karena yang saya tahu disini untuk 1 orderan menggunakan 1 mesin pak jadi saya tidak perlu khawatir cucian saya tertukar. ”
- 3) Konsumen 3
 “Ada beberapa yang saya pertimbangkan untuk me *laundry* pak, yang pertama kalau misalnya lagi sibuk-sibuk nya dirumah jadi ga sempat buat nyuci jadi saya milih buat *laundry* disini, yang kedua disini kualitasnya juga sudah terjamin dari beberapa kali saya *laundry* disini hasilnya belum pernah mengecewakan”
- 4) Konsumen 4
 “Untuk pemilihan Gerai *laundry*, yang penting hasil cuciannya bersih, rapi, dan wangi saya pasti *laundry* disana pak”
- 5) Konsumen 5
 “Untuk pemilihan Gerai *laundry*, yang penting hasil cuciannya bersih, rapi, dan wangi saya pasti *laundry* disana pak”

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Subjek 2 dalam memilih Gerai *laundry* menyatakan bahwa kualitas dan hasil laundry, lokasi yang dekat dengan tempat tinggal, proses pencucian yang menggunakan 1 mesin untuk 1 konsumen, dan kesibukan kerja yang mempengaruhi konsumen tersebut dalam memilih Gerai *laundry*.

Pada Subjek 2 dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam memilih jasa *laundry* di Denpasar Selatan adalah sebagai berikut:

- 1) Kualitas layanan jasa *laundry* yang diberikan
- 2) Kedekatan dengan tempat tinggal
- 3) Proses pencucian 1 mesin cuci untuk 1 konsumen
- 4) Kesibukan kerja
- 5) Hasil akhir yang bersih, rapi, dan wangi

Mengingat para konsumen rata-rata memiliki kesibukannya masing-masing, maka mereka lebih memilih Gerai Laundry untuk dapat menyelesaikan pekerjaan rumahnya dalam hal mencuci. Dari hasil wawancara dengan konsumen Subjek 3 dalam memilih jasa *laundry* di Denpasar Selatan:

- 1) Konsumen 1
 “Kebetulan saya *laundry* disini karena layanan *laundry* nya bisa diantar-jemput kerumah pak, kebetulan sekarang saya baru datang dari luar jadi langsung saya ambil *laundry* nya kesini”
- 2) Konsumen 2
 “Saya memilih *laundry* disini karena harganya yang terjangkau pak”

3) Konsumen 3

“Untuk memilih tempat *laundry* saya memilih *laundry* yang dekat dengan tempat tinggal saya saja pak, dan hasil cucianya juga harus yang bersih dan wangi”

4) Konsumen 4

“Saya memilih jasa *laundry* karena saya orangnya agak males untuk mencuci pakaian sendiri di kost pak karena pagi juga saya harus sudah ada di tempat kerja, kecuali saya pulang kampung baru saya bawa cucianya pulang kampung dan mencuci sendiri”

Berdasarkan hasil wawancara dengan konsumen Subjek 3 dalam memilih Gerai *laundry* menyatakan bahwa pelayanan jasa antar-jemput cucian, harga yang terjangkau, lokasi *laundry* yang dekat dengan tempat tinggal konsumen, hasil cucian yang bersih dan wangi, dan kesibukan kerja konsumen tersebut dalam memilih Gerai *laundry*.

Pada Subjek 3 dapat disimpulkan bahwa dalam memilih jasa *laundry* di Denpasar Selatan adalah sebagai berikut:

- 1) Layanan jasa yang menawarkan jasa antar-jemput cucian
- 2) Kedekatan dengan lokasi tempat tinggal
- 3) Kesibukan kerja
- 4) Harga yang masih terjangkau
- 5) Hasil akhir yang bersih dan wangi

Secara garis besar problem umum yang dihadapi Gerai *laundry* adalah mengingat di era sekarang ini *laundry* lebih banyak melayani dengan system koin dan self service dalam melakukan proses pencucian yaitu memasukkan cucian ke mesin cuci secara mandiri dan sering terjadi pada saat proses pencucian sedang berlangsung ditinggal oleh pemiliknya pada saat cucian sudah selesai di proses dalam mesin pemiliknya belum datang sehingga pemilik *laundry* yang membereskan cucianya sementara konsumen lainnya sedang menunggu giliran.

Strategi Bertahan Gerai *Laundry* Pada Generasi Milenial

Pelayanan kepada masyarakat khususnya pada para pelanggan Gerai *laundry* di Denpasar Selatan, terutama dalam hal kenyamanan ruang tunggu pelayanan dan juga memperhatikan setiap keluhan dari para pelanggan yang berpengaruh terhadap eksistensi Gerai *laundry* di Denpasar Selatan:

1. Perubahan layanan *laundry* pada Generasi Milenial di Denpasar Selatan

Perubahan sosial masyarakat merupakan suatu yang pasti terjadi, baik secara lambat (evolusi) maupun secara cepat (revolusi). Begitu pula dengan perubahan layanan yang diberikan kepada konsumen khususnya pada layanan *laundry*. Saat ini Pengelola *laundry* melakukan inovasi dengan mengganti Mesin cucinya dengan mesin cuci yang lebih modern dengan system self service sehingga para konsumen dapat melakukan sendiri melakukan proses pencucian dengan memasukkan sendiri cucianya ke dalam mesin dan menunggu hasil cucianya, kenyamanan ruang tunggu pelayanan.

2. Kualitas hasil layanan *laundry*

Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan. bahwa kualitas pelayanan jasa yang ada di Denpasar Selatan sangat baik. Ini bisa dilihat dari hasil wawancara

yang dilakukan peneliti kepada para informan. Dan laundry yang ada di Denpasar Selatan selalu meningkatkan kualitas guna menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi para pelanggan dan pemberi pelayanan secara terus-menerus yang diberikan kepada konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka penelitian ini dapat disimpulkan pada penelitian eksistensi Gerai laundry pada generasi milenial di Denpasar Selatan sebagai berikut:

- 1) Kedekatan dengan tempat tinggal
- 2) Harga yang masih terjangkau
- 3) Hasil akhir yang bersih, rapi, dan harum
- 4) Kualitas jasa laundry yang diberikan
- 5) Penampilan Gerai laundry dan mesin
- 6) Proses pencucian 1 mesin cuci untuk 1 konsumen

Secara umum laundry yang ada di Denpasar Selatan sangat eksis dalam memberikan layanan kepada konsumennya dan selalu meningkatkan kualitas guna menciptakan hubungan yang saling menguntungkan bagi para pelanggan dan pemberi pelayanan secara terus-menerus yang diberikan kepada konsumen

Saran

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini diharapkan agar pihak pengelola *laundry* di Denpasar Selatan sebagai bahan pertimbangan dan sebagai bahan evaluasi, selain itu hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan oleh para konsumen dalam memilih jasa *laundry* di Denpasar Selatan, adapun saran yang dapat peneliti berikan:

1. Bagi pengusaha laundry membentuk komunitas laundry agar dapat membangun komunikasi antar pengelola sehingga ada kesamaan persepsi dalam memberikan layanan kepada konsumen.
2. Bagi Konsumen dapat memberikan masukan yang membangun tentang layanan laundry yang diberikan oleh pengusaha Gerai Laundry sehingga masing-masing laundry dapat bertahan satu sama lain.

Daftar Pustaka

- Adnan, 2018. Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Susu Morinaga di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Stratgis*. Vol. 7 No. 2.
- Hafid, Muh. 2021. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Service* Motor Honda Pada PT. Bintang Kharisma Jaya Makassar. Skripsi. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Lubis, P., Rosyid R., dan Rustiarso. 2015. Analisis SWOT Keberhasilan Usaha Kampus *Laundry* Mahasiswa Penerima PMW Untan Pontianak. *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*. Vol. 4 No. 9.
- Nawi, Syahrudin. 2018. Hak Dan Kewajiban Konsumen Menurut Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Pleno Jure* 7, no. 1. <https://doi.org/10.37541/plenjure.v7i1.352>.
- Novita, Yulia. 2018. *Housekeeping: Laundry*. Dumai: CV. Mifan Karwa Sekawan.
- Novyanty, Popi. 2019. Analisis Pendapatan Usaha Jasa *Laundry* di Kecamatan Syiah Kuala (Kajian Perspektif Ekonomi Islam). Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
- Samyasa, I. P. Y. S dan Ni L. P. C. 2019. Pengaruh Lokasi Usaha Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Laundry* Di Wilayah Pejeng Tahun 2019. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mahadewa Indonesia.
- Setiadi, J. Nugroho. 2008. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian*. Jakarta: Prenada Media.
- Syahid, Achmad, et al. "Generasi milenial: diskursus teologi, pendidikan, dinamika psikologis dan kelekatan pada agama di era banjir informasi." (2019).

PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA KULINER DI KELURAHAN SERANGAN: ANTARA PELUANG DAN TANTANGAN

I Nyoman Arcana
Ni Luh Suastuti
Lidjah Magdalena Massenga
Setyowati Ayu Widuri

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Kota Madya Denpasar telah memiliki sebanyak 6 desa wisata. Keenam desa wisata itu meliputi Desa Wisata Serangan, Desa Wisata Sanur Kaja, Desa Wisata Sanur Kauh, Desa Wisata Sanur, Desa Wisata Kesiman Kertalangu dan Desa Wisata Penatih. Desa Serangan ditetapkan sebagai desa wisata sejak tahun 2015 dengan terbitnya SK Walikota Nomor. 188.45/472/HK/2015 tanggal 23 Maret 2015 tentang Penetapan Desa Wisata Di Kota Denpasar. Kelurahan Serangan adalah sebuah kelurahan dan pulau yang berada di wilayah Kecamatan Denpasar Selatan, Kota Denpasar, Provinsi Bali, Indonesia. Pulau yang terletak 6.500 meter di sebelah selatan pusat kota ini memiliki panjang maksimum 2,9 km dan lebar 1 km. Pulau ini banyak dikenal sebagai habitat kura-kuranya nama lain dari Pulau Serangan adalah Pulau Penyu, karena di pulau ini terdapat tempat penangkaran penyu. Kawasan pulau ini terhubung ke Pulau Bali melalui jembatan. Di pulau ini terdapat Pura Sakenan, 1 dari 6 pura paling suci di Bali. Kelurahan Serangan terbagi menjadi dua daerah yaitu daerah milik PT. Bali *Turtle Island Development* (BTID) dan Desa Pekraman Serangan. Ditinjau dari aspek kebijakan pembangunan wilayah, Desa Serangan (Pulau Serangan) ditetapkan atau sebagai bagian dari kawasan strategis. Fungsi-fungsi strategis tersebut yaitu (Nugraha dan Agustina, 2021):

- 1) Sebagai bagian dari Kawasan Strategis Nasional (KSN) Kawasan Perkotaan Sarbagita. Sebagai bagian dari Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN) Kuta-Sanur, Nusa Dua dan sekitarnya.
- 2) Sebagai bagian dari Kawasan Strategis Provinsi yaitu Kawasan Strategis Pariwisata Sanur. Pulau Serangan ditetapkan sebagai Kawasan Strategis Kota Denpasar yang memiliki kepentingan signifikan dalam perekonomian kota atau wilayah.

Karakteristik Kelurahan Serangan, Denpasar Selatan

Kata Serangan sering disebutkan berasal dari kata bahasa Bali “sira” artinya siapapun, dan “angen”, yang artinya terkesan. Kata “Sira Angen” artinya kurang lebih “tempat yang mengesankan, tempat yang disayangi, atau tempat yang dirindukan oleh siapapun”. Kemudian kedua istilah tersebut disatukan menjadi sebuah nama “siraangen” yang lama-kelamaan berubah menjadi “Serangan”. Pada jaman dulu, dalam pelayaran yang jauh dari kota Makassar, para pelaut Bugis sering singgah di Serangan untuk mencari air minum. Setelah minum air di Serangan, para pelaut Bugis ini merasa terkesan dengan daerah ini sehingga banyak yang memutuskan untuk

menetap di Serangan. Selanjutnya, para pelaut suku Bugis ini membentuk pemukiman yang dikenal dengan nama Kampung Bugis sampai sekarang. Penduduk Kelurahan Serangan sampai dengan tahun 2016 sebanyak 7.417 jiwa yang terdiri dari 3.680 laki-laki dan 3.737 perempuan dengan sex ratio 98. Dalam monografi desa (2016) disebutkan bahwa luas Desa Wisata Serangan sebesar 523 hektar dengan perincian yaitu: tanah milik Desa Adat Serangan seluas 48 hektar dan tanah milik PT. Bali *Turtle Island Development* (BTID) seluas 476 hektar. Hak kepemilikan kawasan ini memang terbelah saat terjadinya reklamasi yang dilakukan PT. BTID beberapa waktu lalu.

Pulau Serangan adalah tempat bersandarnya sejumlah kapal *yacht* dari mancanegara, banyak kapal pesiar mini mengarahkan berlabuhnya ke pulau Serangan, karena dari tempat ini bisa lebih dekat dengan pusat pariwisata di Bali Selatan, Denpasar dan Sanur, dan sejumlah fasilitas penginapan tersebar di kawasan ini. Sebelum dibangunnya jembatan penghubung antara pulau Bali dengan Pulau Serangan, untuk menuju ke pulau ini harus menggunakan jukung atau sampan. Sekarang untuk mengakses pulau serangan sangatlah mudah karena sudah ada jembatan penghubung dengan jalan beraspal yang sangat bagus. Jembatan penghubung ini dibangun semenjak pulau serangan direklamasi. Sebelumnya pulau Serangan memiliki luas wilayah 112 hektar, kemudian luasnya mencapai 491 hektar semenjak pulau ini direklamasi pada tahun 1996. Dan hasil pemetaan pada tahun 2022, luas Kelurahan Serangan adalah 521,19 hektar yang terdiri atas 97,54 hektar tanah kering, 2,46 hektar tanah fasilitas umum, 40, 19 hektar lahan hutan, dan 381 hektar lahan perkebunan. Batas wilayah Desa Serangan di bagian utara, timur, dan selatan adalah laut, sedangkan batas di bagian barat adalah Kelurahan Sesetan. Wilayah Kelurahan Serangan terdiri atas 6 Banjar dan 1 kampung, yaitu: banjar Ponjok, Banjar saja, Banjar Kawan, Banjar Peken, Banjar Tengah, Banjar Dukuh dan Kampung Bugis.

Perkembangan

Menurut Fandeli (dalam Oka dkk, 2018), pariwisata menurut daya tariknya dapat dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu: daya tarik alam, daya tarik budaya, dan daya tarik minat khusus. Daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami. Daya tarik budaya merupakan suatu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya, seperti kampung-kampung budaya dan objek wisata budaya lainnya. Daya tarik minat khusus merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat seperti wisata olahraga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja.

Ditinjau dari posisi atau letak geografisnya, Pulau Serangan berada di antara “segitiga emas” destinasi pariwisata Daerah Bali yaitu Kawasan Sanur, Kawasan Nusa Dua dan Kawasan Kuta. Ketiga kawasan pariwisata tersebut merupakan destinasi pariwisata yang paling maju di Bali. Pengembangan desa wisata Serangan dapat memanfaatkan posisinya yang strategis berada diantara ketiga kawasan pariwisata yang telah maju tersebut, terutama dalam pengembangan destinasi, industri dan pemasaran pariwisata.

Dengan ditetapkannya Desa Wisata Serangan sebagai 75 besar ADWI 2023 maka dipandang perlu adanya keselarasan dalam pengembangan pariwisata di Desa Serangan. POKDARWIS

Kelurahan Serangan bersama Pemerintah Kota Denpasar telah mengambil peran sebagai dinamisator untuk memotivasi masyarakat lokal untuk berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata di Serangan, yaitu dengan mengadakan pelatihan-pelatihan keterampilan dan tata kelola daya tarik wisata agar nantinya pengelolaan daya tarik wisata di Desa Wisata Serangan menjadi lebih profesional. Strategi yang diterapkan oleh POKDARWIS Kelurahan Serangan ini, mulai menggerakkan dan memotivasi masyarakat lokal untuk berperan aktif dalam mengembangkan destinasi wisata Desa Serangan. Kelompok nelayan selain mencari ikan, juga mereka mulai menjual paket wisata memancing di laut lepas dan membangun kerambah-kerambah memancing yang bersih dan dilengkapi dengan kantin, dimana fasilitas wisata memancing di kerambah ini semakin membuat penggemar mancing mulai nyaman dan berdatangan untuk melakukan aktivitas memancing di kerambah-kerambah yang ada di Desa Serangan dengan biaya yang cukup terjangkau. Hal ini tentu menambah lapangan pekerjaan dan tambahan penghasilan bagi kelompok nelayan di Serangan (Nugraha dan Agustina: 2021).

Perkembangan pariwisata di Kelurahan Serangan tidak lepas dari mudahnya akses ke pulau tersebut sekarang ini, karena setelah reklamasi pulau tersebut bisa dijangkau dengan mudah melalui jalur darat, sebuah jembatan dan jalan permanen, menghubungkan pulau Serangan dan pulau Bali. Pulau Serangan lokasinya juga strategis, karena berdekatan dengan pusat-pusat pariwisata di wilayah Bali Selatan dan juga Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai, sehingga mudah untuk dijangkau. Sebagai kawasan potensial dari sektor pariwisata, ekonomi kreatif, budaya & spiritual, toleransi kehidupan antar etnis, perikanan, dan edukasi konservasi alam, maka Kelurahan Serangan telah menjadi representasi kebijakan Pemerintah Kota Denpasar akan konservasi lingkungan, sejarah dan nilai budaya, kepentingan dunia pendidikan, dan kepentingan pariwisata budaya penuh atraksi. Areal di luar Pura Sakenan dan Mesjid Asyuhada sebagai pusat kegiatan wisata budaya dan sejarah, karena kedua tempat suci bersejarah tersebut merupakan sebuah *legacy spritual* (warisan budaya spiritual) yang identik dengan sejarah Pulau Serangan. Dalam konteks Ekologi Desa Wisata Serangan memiliki kekayaan dan panorama bahari berikut hutan bakaunya. Aktivitas yang terkait dengan ini adalah Pelepasan Tukik dan Penyu Hijau, Terumbu Karang Asuh, Penanaman Bakau, serta Susur Wisata Hijau dan Bahari Serangan. Untuk aspek Edukasi digelar kreativitas seni budaya tradisional maupun modern yang khas di Kelurahan Serangan, fasilitas *out-door recreation*, dan pusat studi teknologi bahari tradisional seperti perahu tradisional Jukung dan segenap metode kenelayannya. Terdapat pula berbagai ragam aktivitas dan hobi yang bernuanasa petualangan (*adventure*) seperti fotografi, *pre-wedding background*, memancing, bersepeda dan *trekking*. Desa wisata Serangan juga terkenal dengan wisata kulinernya yaitu ikan bakar dengan bumbu khas Serangan, rujak bulung (rumpun laut), dan kerupuk Klejat yang memanfaatkan sumberdaya bahari yang ada di Pulau Serangan.

PEMBAHASAN

Potensi

Desa Wisata Serangan memiliki beberapa potensi pariwisata seperti: (1) daya tarik wisata alam (konservasi penyu, wisata bahari, wisata *mangrove* yang sangat layak untuk dikembangkan menjadi wisata edukasi bagi masyarakat; (2) daya tarik wisata budaya (Pura Sakenan, Pura Dalem Cemara, Tari Telek, tradisi atau adat istiadat); (3) daya tarik wisata minat khusus yaitu kerajinan membuat *souvenirs* dari bahan kerang; (4) akses transportasi ke desa wisata Serangan sangat mudah untuk dijangkau; (5) masyarakat Serangan sangat antusias mendukung pengembangan pariwisata karena mereka menyadari kehidupan mereka sangat tergantung pada kegiatan pariwisata (Oka dkk, 2018). Hal ini sejalan dengan penelitian Cole (2012), yang menyatakan bahwa masyarakat Bali 80% tergantung pada aktivitas pariwisata. Di Pulau Serangan juga terdapat dermaga kapal cepat (*fast boat*) dari Bali ke Gili Trawangan, selain ke Gili Trawangan, Teluk Nara, dan Gili Air di Lombok. Penyedia jasa angkutan penyeberangan "*fast boat*" tersebut juga menyediakan antar jemput gratis untuk wilayah Kuta, Nusa Dua, Jimbaran, Kerobokan, Ubud, Canggu, Sanur dan airport. Tapi jika penumpang menginginkan harga tiket "*fast boat*" yang lebih murah, bisa naik dari dermaga Padang Bai, karena jarak tempuhnya lebih dekat. Banyak aktivitas liburan yang bisa dilakukan pengunjung atau wisatawan yang *tour* dan berkunjung ke pulau Serangan di Denpasar Bali ini, lokasinya yang mudah dijangkau dan berdekatan dengan pusat-pusat pariwisata di pulau Dewata Bali, membuat pulau ini banyak dikunjungi wisatawan domestik dan mancanegara.

Peluang

Pada era baru pariwisata, telah terjadi peningkatan tren peranan seni kuliner dalam mempromosikan berbagai tujuan wisata di berbagai kota, wilayah, dan negara (Carpio, dkk 2020). Gastronomi merupakan daya tarik penting selain kegiatan pariwisata lainnya yang dapat mempengaruhi pemilihan destinasi dan mempengaruhi kepuasan keseluruhan dan niat mengunjungi kembali wisatawan (Kim dkk., 2013; Kim dan Eves, 2012). Daya tarik kuliner lokal dapat dengan mudah diakses oleh wisatawan karena merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari produk destinasi mana pun. Kuliner lokal menjadi elemen integral dari pengalaman wisata (Bjork dan Kauppinen-Raisanen, 2019; Tsai, 2016). Makanan lokal juga mewakili adat istiadat dan warisan takbenda yang menghasilkan karakteristik unik dari tujuan (Chang et al., 2018). Wisata gastronomi merupakan pasar pariwisata yang muncul untuk banyak negara dan wilayah yang menciptakan sumber keunggulan kompetitif yang unik untuk tujuan wisata (Choe dan Kim, 2018). Penelitian tentang gastronomi oleh Wachyuni (2023) bertujuan untuk menentukan potensi kuliner regional dan preferensi konsumen terhadap makanan lokal. Menurut Morales dan Cordova (2019), pengelola destinasi yang memahami peran penting sektor kuliner dalam keberhasilan pariwisata mereka telah mulai menggunakan potensi popularitas gastronomi mereka dalam mempromosikan dan menemposisikan destinasi mereka di pasar pariwisata sebagai elemen identitas nasional.

Munculnya tren dan perkembangan wisata kuliner terjadi karena perubahan permintaan wisatawan dan kebiasaan konsumsi, minat terhadap makanan dan minuman serta ekspektasi dari bisnis makanan dan minuman. Karena dalam wisata kuliner, wisatawan menikmati makanan tidak

hanya untuk mencicipi rasa, tetapi juga untuk mendapatkan keunikan dan kenangan yang dapat dihasilkan setelah mengonsumsi makanan atau minuman tersebut (Wulandari et al., 2019). Wisata kuliner akhir-akhir ini menjadi tren global yang paling dinamis dan ekspansif serta terus mengalami perkembangan positif di banyak negara, salah satunya Indonesia. Namun, keberadaan wisata terkait makanan seringkali mengabaikan harapan wisatawan itu sendiri dan cenderung beroperasi tanpa kolaborasi dengan berbagai pihak. Wisata kuliner mengandalkan kebijakan dan kerja sama multipihak yang saling menguntungkan yang disesuaikan dengan permintaan pasar (Baharta, dkk 2022). Kegiatan wisata kuliner pada dasarnya adalah konsep bahwa setiap hidangan yang disajikan memiliki unsur nilai budaya, baik dari bahan baku, metode pemrosesan dan presentasi, dan filosofi dibaliknya (Florek & Gazda, 2021). Semua hal ini dapat digunakan sebagai daya tarik wisata kuliner. Terdapat tiga atribut penting yang dapat mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih wisata kuliner (Agustina dkk., 2017). Atribut ini terdiri dari atribut produk, lokasi, dan layanan yang diberikan. Pertama, atribut produk terdiri dari beberapa pilihan aspek seperti fasilitas, popularitas, orisinalitas, biaya. Sementara itu, lokasi terdiri dari jarak/waktu tempuh dan kemudahan akses. Kemudian yang terakhir untuk pelayanan terdiri dari kenyamanan, suasana, dan keramahan. Pada lain pihak, Keunikan rasa, pengolahan, penyajian dan kualitas pelayanan masakan lokal akan meningkatkan citra destinasi kuliner dengan variabel kualitas makanan; harga; kebersihan makanan; dan suasana (Arcana dan Mahadewi, 2019).

Di kawasan yang mempunyai potensi perikanan yang melimpah, dengan dibangunnya wisata kuliner dapat menjadi sumber pendapatan daerah dan sekaligus menyediakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang berpotensi memberikan peluang baru bagi pertumbuhan ekonomi lokal melalui wisata kuliner (Candra Gupta dkk, 2023). Dalam memperkenalkan sebuah wisata kuliner diperlukan adanya sebuah fasilitas pendukung kegiatan wisata kuliner, sehingga menjadi daya tarik yang tidak dimiliki oleh wisata kuliner lainnya. Salah satunya adalah menyediakan tempat rekreasi bagi pengunjung yang datang. Perencanaan wisata kuliner yang dilengkapi tempat rekreasi dapat dilakukan pada daerah yang memiliki potensi perikanan. Pantai, dan pemandangan laut yang menarik.

Pengelolaan desa wisata di Serang ini didominasi oleh masyarakat lokal, namun terdapat juga usaha pariwisata yang dikelola oleh pihak swasta, yaitu watersport. Pengelolaan usaha pariwisata oleh pihak swasta tersebut tidak mengganggu usaha wisata yang dimiliki oleh masyarakat lokal. Bahkan usaha watersport dan dermaga penyebrangan yang ada, secara langsung juga memberikan support bagi usaha-usaha kecil milik masyarakat Kelurahan Serang, karena wisatawan-wisatawan yang melakukan aktivitas *watersport* Sebagian akan berbelanja di usaha-usaha kecil milik masyarakat setempat. Daya tarik wisata kuliner yang dikelola oleh masyarakat lokal Serang yang menyediakan produk jajanan dari rumput laut sebagai oleh-oleh khas Serang. Selain sebagai pusat edukasi penangkaran dan pelestarian penyu laut, daya tarik dari kuliner lokal yang menyediakan makanan ikan bakar khas Serang yang juga menawarkan *panorama* tepi pantai dan hutan mangrove sehingga memberikan pengalaman lebih kepada wisatawan. Untuk wisata kuliner yang ada di Kelurahan Serang juga sudah mulai ditata dan diberikan tempat di pinggir hutan *mangrove* yang ada di Serang. Pengembangan Pusat Wisata Kuliner laut di Kelurahan Serang Denpasar adalah pengembangan objek wisata yang

mengunggulkan kuliner untuk menarik perhatian wisatawan mancanegara maupun domestik, lewat keanekaragaman jenis makanan yang disediakan pengunjung akan ditawarkan berbagai pilihan kuliner. Mengembangkan sebuah kawasan pariwisata pusat kuliner untuk memenuhi kebutuhan kuliner pengunjung dan wisatawan dalam hal makanan dan minuman sekaligus tempat rekreasi dan *refreshing* dimana pengunjung dapat menikmati berbagai wisata kuliner yang mampu mencerminkan budaya dan ciri khas Kelurahan Serangan. Peluang untuk mengembangkan wilayah Kelurahan Serangan sebagai destinasi wisata kuliner sangat besar karena memiliki potensi segmen pasar yang luas, antara lain: wisatawan asing, wisatawan domestik, dan warga lokal Bali, khususnya warga Kotamadya Denpasar.

Atribut yang paling disukai oleh wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata kuliner di Desa Serangan adalah atribut *Aspects of Safety and Hygiene*, diikuti oleh atribut *Culinary Place Location* di tempat ke dua. Di tempat ke tiga adalah atribut *Aspects of Culinary Product Selection* yang diikuti oleh atribut *Type of Service Expected* di tempat ke empat, sedangkan pada posisi ke lima ditempati oleh atribut *Promotion & Priority Culinary Destination* (Widuri dkk, 2023: 10-11). Lebih lanjut, jika diurut, indikator wisata kuliner yang paling disukai wisatawan yang diurut dari nilai tertinggi sampai terendah adalah: 1) *Beach view*, yaitu tersedia panorama laut dan pantai saat berwisata kuliner di Desa Serangan); 2) *Atmosphere comfort* (kenyamanan suasana restoran); 3) Brand Image (promosi wisata kuliner di media sosial oleh pelaku industri dan instansi terkait di Desa Serangan); 4) *Product popularity* (popularitas Desa serangan sebagai destinasi kuliner hidangan laut (*seafood*) di kota Denpasar; 5) *Service Quality* (kualitas pelayanan di restoran); 6) *Product quality (taste, presentation, freshness, serving temperature)*; 7) Environment (lingkungan sekitar restoran yang tidak kumuh); 8) *Travelling time* (waktu yang dibutuhkan untuk menuju kawasan Desa Serangan); 9) Penampilan *staff* restoran ; 10) Trend (daya tarik destinasi Desa Serangan sebagai destinasi wisata edukasi pelestarian penyu); 11) *Menu selection*; 12) *Tourism facilities* (tersedianya fasilitas pariwisata yang lengkap, khususnya restoran dan rumah makan); 13) *Experience and discovery* (daya tarik paket wisata kuliner, wisata edukasi pelestarian penyu, dan edukasi pelestarian mangrove atau TAHURA di kota Denpasar.); 14) *Travel cost* (biaya yang dibutuhkan untuk perjalanan dan menikmati wisata kuliner di Desa Serangan); 15) *Ease of access* (kemudahan untuk mencapai kawasan Desa Serangan dengan berbagai moda transportasi; 16) Cleanlines, yaitu kebersihan peralatan makan & minum serta fasilitas pelayanan (Widuri dkk, 2023: 10-11).

Tantangan

Beberapa pakar di bidang analisis dampak lingkungan dari aktivitas kepariwisataan seperti Alister Matchieoson dan Geoffrey Wall menguraikan bahwa prinsip dari model pembangunan pariwisata berkelanjutan dan berwawasan lingkungan berintikan pengukuran kinerja pembangunan kepariwisataan, termasuk destinasi wisata kuliner dengan beberapa aspek indikator penting, antara lain (Rahmi, 2016) :

- 1) Aspek indikator lingkungan fisik yang memerlukan pengamatan dan pengukuran secara periodik ada dua yaitu pertama yang bersifat *fixed* terdiri atas sumberdaya alam/ekologi bukan buatan manusia, seperti: lanskap, hutan, danau, ketersediaan air tanah, polusi udara,

terumbu karang, flora dan fauna dan seterusnya. Kedua, yang bersifat flexible berupa buatan manusia, contohnya: sistem infrastruktur, transportasi pengolahan limbah dan lainnya.

- 2) Aspek indikator sosial budaya yang harus selalu dimonitor kondisi dan kapasitasnya ialah
 - (a) Jumlah wisatawan dan tipe kegiatan rekreasi, serta perilaku wisatawan yang terserap oleh destinasi tanpa harus mempengaruhi identitas, gaya hidup dan kehidupan sosial budaya;
 - (b) Pelibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata;
 - (c) Memberikan kontribusi terhadap konservasi sumberdaya alam dan cultural heritage;
 - (d) Memberikan nilai kepada wisatawan terhadap hubungannya dengan masyarakat lokal, kearifan lokal, isu-isu sosial dan lingkungan setempat;
 - (e) Meminimalkan dampak negatif ekonomi, lingkungan, budaya dan sosial dari pengembangan pariwisata;
 - (f) Menumbuhkan hubungan baik antara wisatawan dengan masyarakat sekitar destinasi.

Pariwisata sering dikritik sebagai 'pemicu konflik' karena tujuan utamanya mencari keuntungan, meskipun pada kenyataannya pariwisata secara luas dianggap sebagai media untuk mempromosikan pelestarian lingkungan dan pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya lokal (Wall & Nuryanti, dalam Darmawan, 2023). Akibatnya, kepentingan pengembangan destinasi wisata di satu wilayah dengan kepentingan pengelolaan limbah dan sampah perkotaan di dekatnya menjadi saling berbenturan. Kepentingan pelestarian sumber daya lingkungan antar kawasan dalam satu wilayah berdekatan dan kepentingan berbagai pemangku kepentingan dengan sejumlah nilai dan prioritas yang berbeda terkadang bertentangan serta saling terkait erat (McKercher et al. dalam Darmawan, 2023). Konflik dapat bervariasi dalam sifat, penyebab, karakteristik, dan hasil dari kasus ke kasus. Secara umum, literatur yang ada mengidentifikasi enam jenis konflik: konflik penggunaan sumber daya, konflik komersialisasi-keaslian atau modernitas-tradisi, konflik kepentingan atau kolaborasi, konflik budaya atau etnis, konflik konseptual atau nilai, dan konflik hak asasi manusia-Warisan Dunia (Zhang et al., dalam Darmawan, 2023).

Terdapat banyak contoh hubungan yang saling bertentangan antara kepentingan konservasi dengan kepentingan sektor pariwisata, namun dalam konteks pengembangan destinasi wisata kuliner di Kelurahan Serangan terjadi hal yang sebaliknya. Pengembangan destinasi wisata kuliner yang berkelanjutan di Kelurahan Serangan membutuhkan relokasi infrastruktur tempat pembuangan akhir atau TPA Suwung ke tempat lain, namun pada sisi lain, keberadaan TPA Suwung ini sangat dibutuhkan oleh hampir seluruh masyarakat Kotamadya Denpasar dan Masyarakat di Kabupaten Badung. Konflik dapat bervariasi dalam sifat, penyebab, karakteristik, dan hasil dari kasus ke kasus. Secara umum, literatur yang ada mengidentifikasi enam jenis konflik: konflik penggunaan sumber daya, konflik komersialisasi-keaslian atau modernitas-tradisi, konflik kepentingan atau kolaborasi, konflik budaya atau etnis, konflik konseptual atau nilai, dan konflik hak asasi manusia-Warisan Dunia (Zhang et al., dalam Darmawan, 2023).

Dalam upaya pengembangan Desa Serangan menjadi desa wisata dengan berfokus tpada wisata kuliner terdapat kelemahan-kelemahan pada aspek sumberdaya manusia yang perlu untuk diminimalisasi ke depan, antara lain: (1) kesadaran masyarakat masih kurang dalam pelestarian alam dan kebersihan khususnya dalam membuang limbah dan sampah rumah tangga; (2) pendidikan masyarakat dalam bidang kepariwisataan atau hospitaliti masih perlu ditingkatkan agar

mereka memiliki wawasan yang cukup dalam mengelola usaha pariwisata di Desa Serangan; (3) motivasi masyarakat untuk membuka usaha pariwisata yang masih rendah. Oleh karena itu masyarakat Kelurahan Serangan perlu diberikan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai untuk itu agar mampu menumbuhkan keberanian dalam membuka usaha pariwisata sesuai dengan minat, kemampuan, dan bakatnya (Oka dkk, 2018).

Dari aspek kelembagaan, belum optimalnya hasil implementasi kerjasama antara seluruh stakeholder atau pemangku kepentingan dalam menjaga kebersihan, kelestarian, keindahan kawasan lingkungan dan pantai di Desa Serangan. Pada beberapa sudut wilayah Pantai dan pemukiman masih terlihat pemandangan yang tidak tertata dengan bersih dan menarik padahal pemandangan lingkungan pantai yang asri merupakan daya tarik yang paling disukai wisatawan yang menikmati wisata kuliner. Instansi terkait seperti Dinas Pariwisata Daerah, Dinas Kesehatan, dan perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan penyuluhan atau pelatihan terkait dengan standar kebersihan pengolahan dan penyajian makanan dan minuman bagi pengelola dan karyawan rumah makan di Desa Serangan agar sesuai dengan standar kesehatan (CHSE) pada Desa Wisata Kelurahan Serangan. Dari aspek promosi, Pemerintah Kotamadya Denpasar Bersama seluruh stakeholder Desa Wisata Serangan dapat memaksimalkan upaya-upaya promosi untuk meningkatkan citra dan daya tarik Desa Wisata Serangan, misalnya dengan mengadakan event atau festival tahunan secara rutin dengan mengangkat tema kuliner hidangan laut, edukasi pelestarian penyu dan pelestarian hutan *mangrove*.

Provinsi Bali menetapkan wilayah Desa Suwung Kauh, Denpasar Selatan sebagai Tempat Pemrosesan Akhir (TPA) sampah yang dikenal dengan nama TPA Regional Sarbagita Suwung atau sering disebut TPA Suwung. Sampah merupakan suatu hasil sisa kegiatan manusia atau proses alami berbentuk padat yang sudah tidak dapat diolah kembali. Sampah dapat digolongkan berdasarkan proses terjadinya menjadi sampah alami dan non-alami. Sampah digolongkan menjadi 4 golongan berdasarkan sifat fisik dan kimianya yaitu sampah yang dapat diurai, sampah tidak dapat diurai, sampah berupa debu dan sampah berbahaya bagi kesehatan seperti limbah dari rumah sakit (Amasuomo dan Baird, 2016). Dampak yang terjadi disebabkan *volume* sampah yang menumpuk cukup berbahaya, seperti penurunan kualitas tanah, udara dan air, kepadatan lahan di TPA hingga berdampak negatif untuk kesehatan masyarakat sekitar TPA. Jika kepadatan di TPA terus terjadi maka umur penggunaan lokasi TPA ini akan segera berakhir yang dihitung dalam 5 tahun atau kurang. Denpasar juga memiliki batasan geografis sehingga akan sulit untuk mengamankan lokasi TPA baru. Salah satu solusi untuk mengantisipasi dampak tersebut yaitu membuat suatu peramalan *volume* sampah. Peramalan *volume* sampah merupakan suatu langkah penting dan langkah awal dalam merencanakan suatu penanganan pengelolaan sampah. Hasil peramalan yang akurat berdasarkan data *historis volume* sampah di TPA Suwung dapat menciptakan strategi penanganan sampah yang baik serta dapat menciptakan suatu infrastruktur pembuangan sampah yang mencukupi (Purnamaswari, 2022).

TPA Suwung merupakan salah satu tempat penampungan sampah terbesar di Bali yang menampung limbah dari Kota Denpasar dan Kabupaten Badung. Tempat Pembuangan Akhir Suwung Denpasar memiliki luas lahan 32,48 hektar yang terletak di Jalan By Pass Ngurah Rai, Desa Suwung Kauh, Kecamatan Denpasar Selatan. TPA Suwung berdiri pada tahun 1986 yang

dikelola oleh Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan (DLHK) Kota Denpasar, bersama DLHK Kabupaten Badung, dan UPT Persampahan Provinsi Bali. Adapun batas-batas TPA Sampah Suwung Denpasar, meliputi sebelah utara Jl By Pass I Gusti Ngurah Rai, sebelah timur jalan ke Kelurahan Serangan, sebelah selatan Hutan bakau, dan sebelah barat lokasi penggarang. Berdasarkan hasil survei *volume* dan jenis sampah yang dilakukan oleh UPT Pengelolaan Sampah Provinsi Bali tahun 2017, volume sampah yang masuk ke TPA Suwung setiap hari 3250-3500 m³ atau setara 900 ton/hari. Sedangkan persentase sampah dari Kota Denpasar sebanyak 60% atau sekitar 2100 m³ dan kabupaten Badung sebanyak 40% kurang lebih 1400 m³ (Permatananda dkk, 2023).

Gunungan sampah di TPA Suwung telah menarik perhatian Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah pada saat KTT G20 pada tanggal 15-16 Nopember 2022 lalu. TPA Suwung yang letaknya di sebelah barat Desa Serangan menjadi sisi antagonis dari pengembangan destinasi Desa Serangan, terutama untuk pengembangan wisata Kuliner. Pada Musim hujan, kawasan TPA Suwung menebarkan aroma tidak sedap bagi lingkungan di sekelilingnya, terutama di kawasan Desa Serangan dan sekitarnya. Sedangkan pada musim kemarau, potensi ancaman kebakaran menebarkan polusi asap yang jauh lebih mengganggu lingkungan sekitarnya. Kebakaran Tempat Pembuangan Akhir (TPA) Suwung yang terjadi pada pertengahan Oktober 2023 sampai dengan pertengahan Nopember 2023 menyisakan masalah baru di Denpasar, Bali. Volume sampah di sungai meningkat signifikan setelah TPA itu terbakar dalam waktu yang cukup lama, karena selama kebakaran otomatis sampah tidak bisa dikirim ke TPA Suwung (www.detik.com, 20 Nopember 2023). Menurut Kabid Sumber Daya Air Dinas PUPR Kota Denpasar (Gandhi Dananjaya Suarka), pasca-kebakaran di TPA Suwung rata-rata peningkatan volume sampah di semua jaring sampah hingga 20 kg. Artinya semua jaring sampah yang dipasang di sungai, berisi sampah yang cukup banyak. *Volume*nya meningkat dibanding sebelum TPA Suwung terbakar. Dalam lingkup yang lebih luas, yaitu Destinasi Bali, seorang jurnalis yang bernama Andrew Marshal dalam komentarnya pada tajuk “*Holidays in Hell: Bali's Ongoing Woes*” di TIME magazine pada tahun 2011 juga sempat menjadi headline topic beberapa pemberitaan nasional dan internasional. Dalam tulisannya, Andrew Marshall menyebutkan bahwa Pulau Bali sudah bukan pulau surga lagi (*the island of paradise*) tetapi sudah bertransformasi menjadi pulau neraka. Hal ini disebabkan karena pembuangan limbah, sampah, kemacetan lalu lintas, polusi, harga-harga yang *overpriced*. Kondisi negatif tersebut adalah beberapa poin yang menjadi *keywords* dalam tulisan tersebut (www.time.com dalam Pitanatri, 2014: 4)

Terdapat kelompok pemulung yang bekerja di TPA Suwung di bawah naungan Unit Pelaksana Teknis Daerah (UPTD) Sarbagita. Setiap harinya, ada kurang lebih 70 pemulung sampah UPTD Sarbagita yang bekerja di TPA Suwung, dengan rincian 55 pemulung berjenis kelamin laki-laki dan 15 pemulung berjenis kelamin perempuan. Sebagian besar pemulung diketahui memiliki latar belakang pendidikan tamat sekolah dasar 55,7%, dan 15,7% tidak bersekolah. Pemulung terbanyak berada pada kelompok umur 31-40 tahun 35,7% dan 25,7% berusia di bawah 20 tahun dengan lama masa kerja sebagai pemulung di TPA Suwung sebagian besar berkisar antara 1-10 tahun (67,1%). Studi observasional yang telah dilakukan disimpulkan bahwa pengetahuan pemulung terhadap *personal hygiene* tergolong rendah. Studi observasional yang dilakukan

menggunakan 15 *checklist* terkait *personal hygiene*, sebagian besar pemulung menjawab salah terkait cara membersihkan telinga sekitar 57,1% dan penggunaan sarung tangan sebanyak 72,1%. Sebanyak 54,3 % pemulung mengaku memiliki keluhan atau gejala penyakit kulit, meliputi gatal setelah memilah sampah (72,9%), rasa gatal yang sering timbul (62,9%), bercak bercak merah (40,0%), gejala kemerahan pada kulit (45,8%), kemerahan disertai panas (35,7%), bentol-bentol pada kulit (57,2%), gejala kulit bersisik (42,8%), dan kulit mengelupas sebanyak 42,8% (Permatananda dkk, 2023). Pemulung adalah pekerjaan dengan faktor risiko yang tinggi terkena penyakit kulit karena sering terpapar bahan kimia berbahaya, debu, kotoran, dan benda-benda tajam yang dapat menyebabkan luka pada kulit (El-Wahab dkk, 2014). Pemulung seringkali terpapar bahan kimia berbahaya, seperti pestisida, asam baterai, limbah rumah sakit, limbah industri, dan limbah berbahaya lainnya. Paparan bahan kimia ini dapat menyebabkan iritasi pada kulit atau bahkan menyebabkan luka bakar kimia. Pemulung juga sering terpapar debu, karena lingkungan TPA seringkali merupakan daerah yang kering dan berdebu. Debu dapat menyebabkan iritasi pada kulit dan menyebabkan gatal-gatal. Paparan kotoran yang berasal dari sampah organik atau dari limbah manusia juga rentan mengakibatkan pemulung mengalami infeksi kulit. Benda tajam pada limbah juga seringkali mengakibatkan pemulung mengalami luka pada kulit yang rentan mengalami infeksi (Jerie, 2016).

Sehubungan dengan lokasi TPA (Tempat Pembuangan Akhir) Suwung yang letaknya bersebelahan dengan akses jalan masuk ke Desa Serangan maka harus segera dicarikan solusi untuk memindahkan lokasi TPA Suwung ke daerah lain agar aroma sampah atau asap dari sampah yang terbakar tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata kuliner di Desa Serangan. Ke depannya kawasan Desa Serangan membutuhkan adanya suplai air bersih yang memadai untuk mendukung pengembangan destinasi Desa Serangan sebagai destinasi wisata kuliner. Suplai air bersih yang memadai ini sangat dibutuhkan untuk proses mengolah makanan dan membersihkan peralatan memasak serta peralatan penyajian yang higienis.

PENUTUP

Simpulan

Peluang untuk mengembangkan destinasi wisata kuliner di Kelurahan Serangan sangat besar mengingat segmen pasar wisata kuliner ini sangat beragam, yaitu wisatawan mancanegara, wisatawan domestik, warga lokal Bali khususnya warga Kota Denpasar dan sekitarnya. Faktor-faktor yang mendukung pengembangan wisata kuliner di Kelurahan Serangan selain faktor segmen pasar yang luas, antara lain: 1) Ditetapkannya Kelurahan Serangan sebagai Desa Wisata oleh Pemerintah Kota Madya Denpasar; 2) Ditetapkannya Kelurahan Serangan sebagai bagian dari Kawasan Strategis Nasional (KSN) Kawasan Perkotaan Sarbagita dan sebagai bagian dari Kawasan Strategis Provinsi yaitu Kawasan Strategis Pariwisata Sanur; 3) Lokasi yang strategis yang ditunjang oleh kemudahan akses menuju Kelurahan Serangan dari Bandara Internasional I Gusti Ngurah Rai, dari Kota Denpasar, Sanur, Kuta, dan dari arah Nusa Dua; 4) Potensi hasil perikanan dan rumput laut yang melimpah; 5) Adanya daya Tarik wisata edukasi penangkaran penyu dan pelepasan tukik, wisata hutan mangrove atau Taman hutan Rakyat, daya tarik keindahan kawasan pantai, daya Tarik fotografi, *pre-wedding background*, bersepeda dan *trekking*, dan

tersedianya paket wisata memancing di laut lepas dan memancing di kerambah-kerambah ikan laut yang bersih dan dilengkapi dengan kantin; 6) Adanya fasilitas dermaga penyeberangan kapal laut dan kapal yacht ke Nusa Lembongan, Nusa Penida, Gili Trawangan, Gili Air; dan 7) Meningkatnya tren kebutuhan wisatawan terhadap wisata kuliner. Namun demikian, terdapat tantangan-tantangan yang sangat berpotensi menghambat upaya-upaya dalam pengembangan wisata kuliner di Kelurahan Serangan, antara lain: 1) Lokasi Kelurahan Serangan yang bersebelahan dengan lokasi TPA Suwung yang rawan kebakaran pada musim kemarau dan menghasilkan bau tidak sedap pada musim penghujan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan kepada wisatawan dan warga di sekitar TPA Suwung; 2) Para pemulung di TPA Suwung yang beresiko tinggi terkena penyakit kulit karena sering terpapar bahan kimia berbahaya, debu, kotoran, dan benda-benda tajam yang dapat menyebabkan luka pada kulit berpotensi menyebarkan penyakit kulit ini kepada orang lain di lingkungan tempat tinggalnya; 3) Kesadaran masyarakat masih kurang dalam upaya-upaya menjaga kebersihan lingkungan dari pembuangan limbah dan sampah rumah tangga; 4) Masih rendahnya tingkat pendidikan masyarakat dalam bidang kepariwisataan atau hospitaliti; 5) Kurangnya motivasi masyarakat untuk membuka usaha pariwisata, terutama usaha kuliner. Masyarakat Kelurahan Serangan perlu diberikan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai untuk itu agar mampu menumbuhkan keberanian dalam membuka usaha pariwisata sesuai dengan minat, kemampuan, dan bakatnya; 6) Belum optimalnya hasil implementasi kerjasama antara seluruh *stakeholder* atau pemangku kepentingan dalam menjaga kebersihan, kelestarian, keindahan kawasan lingkungan dan pantai di Desa Serangan.

Saran

Seluruh *stakeholder* pariwisata di Kelurahan Serangan bersama instansi terkait diharapkan tetap mengangandakan *program-program* yang menjaga kebersihan, kelestarian dan keindahan lingkungan Pantai dan hutan *mangrove*. Pemandangan Pantai, laut, dan ekosistem hutan *mangrove* merupakan daya tarik yang paling disukai wisatawan yang menikmati wisata kuliner. Instansi terkait seperti Dinas Pariwisata Daerah, Dinas Kesehatan, dan perguruan tinggi diharapkan dapat memberikan penyuluhan atau pelatihan terkait dengan standar kebersihan pengolahan dan penyajian makanan dan minuman bagi pengelola dan karyawan rumah makan di Desa Serangan agar sesuai dengan standar kesehatan (CHSE). Pemerintah Kotamadya Denpasar diharapkan memaksimalkan upaya-upaya promosi untuk meningkatkan citra dan daya tarik Pulau Serangan, misalnya dengan mengadakan *event* atau *festival* tahunan secara rutin dengan mengangkat tema kuliner hidangan laut, edukasi pelestarian penyu dan pelestarian hutan *mangrove*. Masyarakat Kelurahan Serangan perlu diberikan pengetahuan dan ketrampilan yang memadai untuk itu agar mampu menumbuhkan keberanian dalam membuka usaha pariwisata sesuai dengan minat, kemampuan, dan bakatnya. Sehubungan dengan lokasi TPA (Tempat Pembuangan Akhir) Suwung yang letaknya bersebelahan dengan akses jalan masuk ke Desa Serangan maka harus segera dicarikan solusi untuk memindahkan lokasi TPA Suwung ke daerah lain agar aroma sampah atau asap dari sampah yang terbakar tidak menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata kuliner di Kelurahan Serangan. Masyarakat di Kelurahan Serangan membutuhkan adanya suplai air bersih yang memadai untuk mendukung pengembangan destinasi Desa Serangan sebagai

destinasi wisata kuliner, Suplai air bersih ini sangat dibutuhkan untuk proses mengolah makanan dan membersihkan peralatan memasak serta peralatan penyajian yang higienis.

DAFTAR PUSTAKA

- Amasuomo, E. and Baird, J, "The Concept of Waste and Waste Management," *J. Manag. Sustain.*, vol. 6, no. 4, p. 88, 2016, doi: 10.5539/jms.v6n4p88.
- Arcana, I N., Mahadewi, N.M.E. 2019. Factors That Affect Tourists' Satisfaction towards Traditional Balinese Cuisine at Ubud Bali as Gastro Tourism Destination. *Jour of Adv. Research in Dynamical & Control Systems*, Vol. 11, Regular Issue 11, 2019. <http://repo.ppb.ac.id/20/>.
- Baharta1. E., Achmad, S.H., Wulandari, A., Marcelino. D. 2022. Tourist Preferences in Culinary during Covid-19 Pandemic in Bandung. Vol. 12, No. 1, 30 April 2022:
- Candra Gupta, A. A.N., Prabawa, M, S., Nurwarsih. N, W. Perencanaan dan Perancangan Pusat Wisata Kuliner Laut di Serangan, Denpasar, Bali. *UNDAGI: Jurnal Ilmiah Arsitektur Universitas Warmadewa.* Volume 11, Issue 1, June 2023; pp. 9–17. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/undagi/index> p-ISSN 2338-0454 (printed), e-ISSN 2581-2211
- Carpio, M, N., Napod, W., Do, H.W. 2021. Gastronomy as a factor of tourists' overall experience: a study of Jeonju, South Korea. *International Hospitality Review* Vol. 35 No. 1, 2021 pp. 70-89 Emerald Publishing Limited 2516-8142 DOI 10.1108/IHR-08-2020-0031
- Cole, S. 2012. A Political Ecology of Water Equity and Tourism: A Case Study From Bali. *Annals of Tourism Research*. 39 (2), 1221-1241.
- Darmawan, F. 2023. Konservasi vs Pariwisata Massal: Konflik Kebijakan dan Tantangan Borobudur sebagai Warisan Budaya Dunia UNESCO. *Jurnal Vokasi Indonesia*. Vol 10 (1). June 2023
- Desa Wisata Serangan (kemenparekraf.go.id)
- El-Wahab EWA, Eassa SM, Lotfi SE, Masry SAE, Shatat HZ. Adverse Health Problems Among Municipality Workers in Alexandria (Egypt). *Int J Prev Med*. 2014;5(5):545–56.
- Florek, M., Gazda, J. Traditional Food Products—Between Place Marketing, Economic Importance and Sustainable Development. The Department of Commerce and Marketing, Poznań University of Economics and Business, Al. Niepodległości 10, 61-875 Poznań, Poland *Sustainability* 2021, 13(3), 1277; <https://doi.org/10.3390/su13031277>
- <https://bali.bisnis.com/read/20180803/538/824120/pulau-serangan-bali-didorong-jadi-kawasan-wisata-unggulan>). *Tribun-Bali.com*, 30 Agustus 2023
- https://id.wikipedia.org/wiki/Serangan,_Denpasar_Selatan,_Denpasar
- Ja Young (Jacey) Choe and Seongseop (Sam) Kim. Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*. Volume 71, April 2018, Pages 1-10. DOI:10.1108/S1877-636120190000021009. Corpus ID: 159105911
- Jerie S. Occupational Risks Associated with Solid Waste Management in the Informal Sector of Gweru , Zimbabwe. *J Environ Public Health*. 2016;1–14.
- Kim, Yeong Gug and Eves, Anita. Construction and validation of a scale to measure tourist motivation to consume local food. *Semantic Scholar. Tourism Management* 33(6):1458 1467. December 2012, DOI:10.1016/j.tourman.2012.01.015
- Makin Banyak Sampah di Sungai Denpasar Setelah Kebakaran TPA Suwung <https://www.detik.com/bali/berita/d-7046970/makin-banyak-sampah-di-sungai-denpasar-setelah-kebakaran-tpa-suwung>. Mei 2018. ISSN : 2477-4022

- Nugraha, I G. P., Agustina, M. D. P. Strategi Pengelolaan Desa Wisata Serangan Dalam Mewujudkan Destinasi Wisata Yang Berkualitas. *Widya Manajemen*, Agustus 2021, Vol. 3 (No. 2): Hal 178-185 DOI: <https://doi.org/10.32795/widyamanajemen.v3i2>
- Oka, I M. D., Winia, I N., I Ketut Sadia, I K. Pemetaan Potensi Pariwisata Dalam Mendukung Oswaldo Morales, Carlos B. Cordova. *Gastronomy as a National Identity Element: The Peruvian Case*. Published in *Advanced Series in Management* 10 April 2019
- Pengembangan Pariwisata di Desa Serangan. *Jurnal BHAKTI PERSADA* Volume 4, No.1
- Peter Björk, Hannele Kauppinen-Räsänen. Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Semantic Scholar*. Published in *Tourism Management* 1 April 2019
- Pitanatri, D, S. 2014. Tantangan Sumber Daya Manusia Pariwisata Terhadap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism Development) Di Bali: Analisis Kritis Terhadap Kasus Rumah Makan Halal Di Kawasan Anyer. *AKADEMIA*
- Rahmi, S.A. Pembangunan Pariwisata Dalam Perspektif Kearifan Lokal. *REFORMASI* E-ISSN 2407-6864. Vol. 6, No. 1, 2016. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Matara
- SK Walikota Nomor. 188.45/472/HK/2015 tentang Penetapan Desa Wisata Di Kota Denpasar
- Tsai-Chen (Simon) Tsai and Yao-Chin Wang. Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management* 6(1) February 2016. DOI:10.1016/j.jdmm.2016.02.003
- Tsai-Chen (Simon) Tsai and Yao-Chin Wang. Experiential value in branding food tourism. *Journal of Destination Marketing & Management* 6(1) February 2016. DOI:10.1016/j.jdmm.2016.02.003
- Wachyuni, S. S. 2023. *Gastronomi Indonesia Sebagai Identitas Budaya dan Daya Tarik Wisata*. Penerbit Mata Kata Inspirasi. ISBN: 9786238008773. Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta.
- Wulandari, E., Retno Utami, A., & Purwanti, T. (2019). Daya Tarik Wisata Kuliner Di Kota Bandung (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Dago). *Jurnal Education and Economics (JEE)*, 02(03), 389–394.

OPTIMALISASI PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT MELALUI PENINGKATAN LITERASI KEUANGAN: STUDI PADA PENGELOLA USAHA PONDOK WISATA

Ni Made Sri Rukmiyati

Ni Ketut Mareni

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Pondok wisata atau *homestay* memiliki peran sentral dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Pondok wisata merupakan salah satu bentuk praktik pariwisata berkelanjutan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat (Pratiwi dan Sukana, 2016). Pondok wisata memfasilitasi interaksi budaya dengan memungkinkan wisatawan untuk tinggal di lingkungan lokal, berinteraksi dengan penduduk setempat, dan merasakan kehidupan sehari-hari masyarakat, menciptakan pengalaman pariwisata yang otentik. Selain itu pondok wisata juga mampu memberdayakan ekonomi masyarakat lokal dengan memberikan kesempatan kepada penduduk setempat untuk menyewakan bagian dari rumah mereka, sehingga meningkatkan pendapatan dan pemberdayaan ekonomi.

Pengelolaan keuangan yang optimal dalam usaha pondok wisata atau *homestay* memiliki relevansi penting dalam mendukung keberlanjutan dan kesuksesan usaha. Pengelolaan keuangan yang efektif menjadi suatu keharusan untuk mencapai kondisi keuangan yang sehat, dan literasi keuangan memegang peranan krusial dalam pemahaman dan implementasi praktik-praktik tersebut. Menurut Ankras Twumasi et al., (2022); Chen dan Volpe (1998); Jorgensen dan Savla (2010); Zait dan Berteau (2010) literasi keuangan adalah kemampuan mengelola keuangan. Definisi ini dikomplementasi oleh Latifiana (2017) yang menggambarkan literasi keuangan sebagai kumpulan keterampilan dan pengetahuan yang memungkinkan individu membuat keputusan dan beroperasi secara efektif dengan semua sumber daya keuangan mereka. Kontribusi pemahaman tersebut diperkuat oleh Lusardi dan Mitchell (2007) yang mendefinisikan literasi keuangan sebagai pengetahuan keuangan dengan tujuan mencapai kesejahteraan.

Literasi keuangan dalam perspektif lebih luas, bukan hanya tentang memahami konsep-konsep keuangan, melainkan juga melibatkan kemampuan membaca, menganalisis, mengelola uang, dan berkomunikasi mengenai alokasi sumber daya keuangan. Vitt et al., (2000) menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh pada tingkat kesejahteraan dan proses pengambilan keputusan ekonomi yang tepat. Remund (2010) melengkapi pandangan ini dengan merinci lima domain literasi keuangan, yaitu pengetahuan konsep keuangan, kemampuan berkomunikasi, pengelolaan keuangan pribadi, kemampuan membuat keputusan keuangan, dan keyakinan untuk merencanakan keuangan masa depan.

Pemahaman keuangan menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu untuk menghindari permasalahan keuangan. Kesulitan finansial tidak hanya terkait dengan tingkat pendapatan semata, melainkan juga bisa timbul akibat kelalaian dalam mengelola keuangan, seperti kesalahan penggunaan kredit dan kurangnya perencanaan keuangan. Peningkatan perhatian terhadap literasi

keuangan (*financial literacy*) di berbagai negara maju menunjukkan kesadaran akan pentingnya tingkat pemahaman keuangan. Beberapa negara bahkan telah mencanangkan literasi keuangan sebagai bagian dari program nasional. Hasil riset menunjukkan bahwa tingkat literasi keuangan masih rendah di negara-negara maju dan terutama di negara-negara sedang berkembang, termasuk Indonesia (Yushita, 2017). Kondisi ini menjadi masalah serius mengingat literasi keuangan memiliki dampak positif terhadap inklusi dan perilaku keuangan.

Dukungan empiris terhadap pentingnya literasi keuangan ditemukan dalam penelitian oleh Fatoki (2014), yang menunjukkan bahwa literasi keuangan secara positif memengaruhi kemampuan pengambilan keputusan keuangan, kesejahteraan rumah tangga perusahaan, dan keberlangsungan perusahaan. Hal ini menegaskan bahwa literasi keuangan bukan hanya suatu keterampilan tambahan, melainkan elemen krusial dalam menghadapi kompleksitas dinamika keuangan di dalam dunia bisnis. Salah satu sektor bisnis yang menjadi fokus penelitian ini adalah pondok wisata atau *homestay*. Sebagai usaha akomodasi, pondok wisata memegang peran vital dalam menciptakan kesempatan kerja, memberdayakan masyarakat, dan meningkatkan taraf hidup serta kesejahteraan masyarakat. Kepentingan ini tercermin dalam peningkatan jumlah pondok wisata di berbagai Kabupaten di Pulau Bali, termasuk di Kabupaten Gianyar.

Pengelolaan keuangan yang optimal menjadi kunci keberhasilan pondok wisata. Pengelola pondok wisata tidak hanya perlu merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi pelaksanaan pengelolaan keuangan, tetapi juga harus mampu mengambil keputusan secara efektif dan efisien untuk memastikan usaha tersebut menghasilkan keuntungan maksimal. Untuk mencapai hal tersebut, pengetahuan yang baik tentang pengelolaan keuangan menjadi hal mutlak.

Peningkatan literasi keuangan di Indonesia masih menghadapi tantangan. Menurut Survei Nasional Literasi Keuangan OJK pada tahun 2022, literasi keuangan masyarakat Indonesia baru mencapai 49,68 persen. Faktor demografi, seperti jenis kelamin, pendidikan, usia pengelola, dan lama usaha, juga dapat memengaruhi tingkat literasi keuangan seseorang. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi tingkat literasi keuangan pengelola pondok wisata di Kabupaten Gianyar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor demografi, termasuk jenis kelamin, riwayat pendidikan, usia, dan lama usaha, dianggap sebagai variabel penelitian yang mungkin memengaruhi literasi keuangan. Dengan memahami literasi keuangan pada tingkat lokal, diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dalam peningkatan pengelolaan keuangan dan kesejahteraan usaha pondok wisata di wilayah tersebut.

Kajian Pustaka

Pemahaman tentang literasi keuangan menjadi esensial bagi setiap individu yang mengincar kehidupan ekonomi sejahtera di masa depan. Terlepas dari seberapa besar pendapatan seseorang, kesejahteraan hidup yang lebih baik hanya dapat dicapai melalui pengelolaan pendapatan dan keuangan yang cerdas dan tepat. Tanpa pemahaman yang baik mengenai manajemen keuangan, bahkan pendapatan yang melimpah sekalipun dapat menjadi hambatan bagi kehidupan yang berkelanjutan di masa mendatang.

Literasi keuangan mencakup pemahaman yang mendalam tentang produk keuangan, institusi keuangan, serta keterampilan finansial seperti perencanaan dan alokasi dana. Beberapa ahli (Chen

dan Ronald P. Volpe, 2002; Garg dan Singh, 2018; Lusardi dan Mitchell, 2007; Susan, 2020), memberikan definisi yang menggambarkan literasi keuangan sebagai kombinasi antara pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan dalam mengelola keuangan dengan efektif. Adanya literasi keuangan yang baik juga terkait erat dengan kemampuan seseorang dalam memilih produk dan layanan keuangan sesuai dengan kebutuhan mereka, membuat perencanaan keuangan yang solid, dan menghindari investasi yang tidak jelas. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang literasi keuangan menjadi landasan penting untuk meningkatkan kesejahteraan finansial individu dan masyarakat secara luas.

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini melibatkan beberapa studi, antara lain dari Chen dan Volpe (1998) yang mengenai literasi keuangan mahasiswa dengan judul "*An Analysis of Personal Financial Literacy Among College Students*". Metode analisis yang digunakan mencakup variance analysis (ANOVA) dan logistic regression models, dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Temuan menyimpulkan bahwa mahasiswa dari jurusan non-bisnis, wanita berusia di bawah 30 tahun, mahasiswa tingkat awal, dan mereka dengan pengalaman kerja rendah memiliki tingkat literasi keuangan yang lebih rendah. Temuan dari penelitian Rumbianingrum dan Candra Wijayangka, (2018) menunjukkan bahwa literasi keuangan UMKM yang menjadi anggota binaan KSU Misykat DPU DT di Bandung dikategorikan rendah, dengan nilai rata-rata mencapai 47. Analisis terhadap pengelolaan keuangan UMKM menunjukkan presentasi sebesar 57,51%, yang dapat diklasifikasikan sebagai kategori cukup. Oleh karena itu, berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa literasi keuangan memberikan pengaruh positif terhadap pengelolaan keuangan UMKM, dan literasi keuangan menyumbang sebesar 32,4% terhadap pengelolaan keuangan tersebut.

Hasil penelitian Ayu *et al.*, (2020) menemukan bahwa adanya pengaruh yang signifikan antara literasi keuangan dengan kinerja dan kelangsungan UMKM di Kota Denpasar. Implikasi dari temuan ini adalah bahwa dengan memiliki pemahaman literasi keuangan yang baik, diharapkan pelaku UMKM dapat membuat keputusan keuangan dan manajemen yang tepat guna meningkatkan kinerja dan kelangsungan usaha mereka. Penelitian Bahiu *et al.*, (2021) mengidentifikasi dampak literasi keuangan dan pengelolaan keuangan terhadap situasi keuangan UMKM di Desa Gemeh. Metode penelitian yang diterapkan adalah pendekatan kuantitatif dengan melibatkan 55 pelaku UMKM sebagai sampel. Data yang diperoleh berasal dari sumber utama dengan menggunakan wawancara dan penyebaran kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Analisis data dilakukan dengan metode statistik deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi keuangan tidak memiliki pengaruh positif terhadap keuangan UMKM, sedangkan pengelolaan keuangan memberikan dampak positif terhadap keuangan UMKM.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian eksploratif yang berarti tujuannya adalah untuk menyelidiki dan memahami secara mendalam tingkat literasi keuangan di pondok wisata di Kabupaten Gianyar. Fokus utama penelitian ini tidak hanya pada literasi keuangan tetapi juga mencakup analisis perbedaan literasi keuangan di antara pengelola pondok wisata berdasarkan

faktor demografi, menjadikannya penelitian komparatif. Metode survei digunakan dalam penelitian ini, di mana kuesioner menjadi instrumen utama untuk mengumpulkan data. Kuesioner diisi langsung oleh responden, yang dalam hal ini adalah pengelola pondok wisata, sehingga data yang diperoleh bersifat primer dan berasal langsung dari sumbernya.

Populasi subjek penelitian melibatkan pengelola pondok wisata di Kabupaten Gianyar. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan pendekatan probabilitas, dan metode simple random sampling digunakan untuk memilih responden secara acak dari populasi tersebut. Jumlah sampel yang diambil untuk penelitian ini sebanyak 84 pondok wisata. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mengukur tingkat literasi keuangan di kalangan pengelola pondok wisata, tetapi juga untuk memahami perbedaan dalam literasi keuangan berdasarkan karakteristik demografis. Metode survei dan pengambilan sampel yang digunakan memberikan dasar yang solid untuk menganalisis dan memberikan wawasan lebih mendalam tentang literasi keuangan di konteks pondok wisata di Kabupaten Gianyar.

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan signifikan dalam literasi keuangan antara kelompok jenis kelamin laki-laki dan perempuan di sektor pariwisata berbasis masyarakat. Meskipun terdapat perbedaan numerik, p-value yang diperoleh sebesar 0,064 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis alternatif (H1) ditolak dan hipotesis nol (H0) diterima. Ini mengindikasikan bahwa baik pelaku bisnis laki-laki maupun perempuan memiliki tingkat kemampuan dan pengetahuan keuangan yang sama. Pelaku bisnis harus memahami dengan baik pengelolaan keuangan untuk dapat mempertahankan usahanya. Hasil penelitian juga menyebutkan bahwa perkembangan teknologi memberikan akses informasi yang lengkap terkait perekonomian dan pengelolaan keuangan. Hal ini memungkinkan setiap individu, baik laki-laki maupun perempuan, untuk memiliki pengetahuan yang setara.

Hasil uji univariate *one way anova* menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari variabel tingkat pendidikan terhadap literasi keuangan. Meskipun numeriknya berbeda, nilai p-value sebesar 0,763 lebih besar dari tingkat signifikansi 0,05, sehingga hipotesis alternatif (H1) ditolak dan hipotesis nol (H0) diterima. Ini menunjukkan bahwa tingkat pendidikan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap literasi keuangan pelaku pondok wisata.

Penelitian ini menggambarkan bahwa literasi keuangan di kalangan pelaku bisnis pariwisata berbasis masyarakat tidak terkait secara signifikan dengan jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Faktor-faktor seperti persaingan usaha, pengalaman dalam mengelola bisnis, dan ketersediaan informasi melalui berbagai media, termasuk internet, mungkin memainkan peran penting dalam membentuk literasi keuangan di sektor ini. Beberapa faktor dapat menjelaskan temuan ini. Pertama, persaingan yang semakin ketat dalam bisnis pariwisata berbasis masyarakat mungkin mendorong baik pelaku bisnis laki-laki maupun perempuan untuk meningkatkan literasi keuangan mereka agar dapat mempertahankan usaha mereka. Kedua, pengalaman langsung dalam mengelola bisnis juga diakui sebagai faktor yang berperan, yang dapat menjadi sumber pembelajaran yang efektif. Selain itu, perkembangan teknologi, terutama akses melalui internet, memberikan sumber daya informasi yang melimpah terkait dengan pengelolaan keuangan. Faktor ini mungkin memberikan peluang

bagi semua pelaku bisnis, independen dari jenis kelamin atau tingkat pendidikan, untuk memperoleh pengetahuan keuangan yang serupa.

PENUTUP

Hasil rangkuman tanggapan responden menunjukkan bahwa literasi keuangan yang dimiliki oleh pengelola pondok wisata di Kabupaten Gianyar dapat dianggap baik, dengan rata-rata persentase responden yang menjawab dengan benar mencapai 66%. Hasil uji statistik menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan yang signifikan dalam literasi keuangan antara kelompok jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Ini menunjukkan bahwa baik pelaku bisnis laki-laki maupun perempuan memiliki tingkat kemampuan dan pengetahuan keuangan yang setara. Selain itu, hasil uji statistik juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan dari tingkat pendidikan terhadap literasi keuangan. Temuan penelitian ini memberikan wawasan bahwa literasi keuangan di sektor pariwisata berbasis masyarakat lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti persaingan bisnis dan pengalaman langsung, daripada variabel jenis kelamin dan tingkat pendidikan. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini merekomendasikan agar pihak terkait, terutama pemerintah, memfokuskan upaya pada pengembangan program literasi keuangan yang lebih menekankan pada pengalaman langsung dalam mengelola bisnis pariwisata berbasis masyarakat. Dengan demikian, pengelola usaha dapat memperoleh keterampilan finansial praktis yang dapat diterapkan langsung dalam konteks persaingan bisnis. Oleh karena itu, perlu diadakan pelatihan khusus dalam literasi keuangan bagi pengelola usaha pondok wisata, dengan penekanan pada aspek-aspek praktis yang relevan dengan keberhasilan bisnis di sektor pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Ankrah Twumasi, M., Jiang, Y., Adhikari, S., Adu Gyamfi, C., & Asare, I. (2022). Financial literacy and its determinants: the case of rural farm households in Ghana. *Agricultural Finance Review*, 82(4), 641–656. <https://doi.org/10.1108/AFR-06-2021-0078>
- Ayu, I., Idawati, A., Gede, I., & Pratama, S. (2020). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Kinerja dan Keberlangsungan UMKM di Kota Denpasar. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*, 2(1), 1–9. <https://ejournal.warmadewa.ac.id/index.php/wmbj>
- Bahiu, E. L., Ivonne S. Saerang, & Victoria N. Untu. (2021). Pengaruh Literasi Keuangan, Pengelolaan Keuangan terhadap Keuangan UMKM di Desa Gemeh Kabupaten Kepulauan Talaud. *Urnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1819–1828.
- Chen, H., & Ronald P. Volpe. (2002). Gender differences in personal financial. *Financial Services Review*, 11(3), 289–307.
- Chen, H., & Volpe, R. P. (1998). An analysis of personal financial literacy among college students. *Financial Services Review*, 7(2), 107–128.
- Dwi Pratiwi, W., & Made Sukana, I. (2016). ADA APA DENGAN PONDOK WISATA? SELUK BELUK KEBERADAAN PONDOK WISATA DI UBUD. 4(1).
- Garg, N., & Singh, S. (2018). Financial literacy among youth. In *International Journal of Social Economics* (Vol. 45, Issue 1, pp. 173–186). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/IJSE-11-2016-0303>
- Jorgensen, B. L., & Savla, J. (2010). Financial literacy of young adults: The importance of parental socialization. *Family Relations*, 59(4), 465–478. <https://doi.org/10.1111/j.1741-3729.2010.00616.x>
- Latifiana, D. (2017). Studi literasi keuangan pengelola usaha kecil menengah (UKM). *Prosiding Seminar Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis*.
- Lusardi, A., & Mitchell, O. S. (2007). Baby Boomer retirement security: The roles of planning, financial literacy, and housing wealth. *Journal of Monetary Economics*, 54(1), 205–224. <https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2006.12.001>
- Remund, D. L. (2010). *THE JOURNAL OF CONSUMER AFFAIRS* Financial Literacy Explicated: The Case for a Clearer Definition in an Increasingly Complex Economy.
- Rumbianingrum, W., & Candra Wijayangka. (2018). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan UMKM. *Almana: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 156–164.
- Susan, M. (2020). Financial literacy and growth of micro, small, and medium enterprises in west java, indonesia. In *International Symposia in Economic Theory and Econometrics* (Vol. 27, pp. 39–48). Emerald Group Publishing Ltd. <https://doi.org/10.1108/S1571-038620200000027004>
- Vitt, L. A., Anderson, C., Kent, J., Lyter, D., Siegenthaler, J. K., & Ward, J. (2000). *Personal finance and the rush to competence: Financial literacy education in the U.S.* Fannie Mae Foundation.
- Yushita, A. N. (2017). Pentingnya Literasi Keuangan Bagi Pengelolaan Keuangan Pribadi. *Nominal Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 6(1).
- Zait, A., & Berteau, P. E. (2010). Financial Literacy-Conceptual Definition and Proposed Approach for a Measurement Instrument. *Family Relation*, 59(4), 465–478.

POLA KEPEMIMPINAN PENGELOLAAN TAMAN MUMBUL SEBAGAI SALAH SATU DAYA DUKUNG DESA WISATA DESA SANGEH KABUPATEN BADUNG

I Putu Arnawa
I Wayan Tuwi

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Kepariwisataan Bali dengan keindahan alam, beraneka ragam seni dan budayanya, tradisi religious kemasyarakatannya dengan bercirikan kas pariwisata budaya¹ sangat potensial untuk dipertahankan dan di kembangkan untuk tetap dapat mempertahankan eksistensi sebagai cerminan pariwisata budaya. Budaya merupakan suatu manifestasi dari akal atau budi manusia yang berbentuk dari berbagai unsur, mulai dari bagaimana masyarakat menjunjung tinggi kepercayaan, agama, mata pencaharian, hingga seni, kemudian menjadi cara hidup yang berkembang , di miliki bersama dan di warisi dari generasi ke generasi. Jumlah wisatawan “ Minat Khusus “ (special inters tourist) secara global semakin meningkat, ini meliputi wisatawan yang memperhatikan lingkungan, kehidupan masyarakat, tradisional , relegi dan spiritual, wisata belajar dll. Salah satu obyek wisata minat khusus yang memberikan harapan dan menjanjikan untuk dikembangkan di Desa Wisata Sangreh adalah Obyek Wisata Taman Mumbul.²

Menurut Peraturan Daerah Propinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang Kepariwisataan Budaya Bali bahwa Kepariwisataan 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. Implementasi dari konsep ini tidak lepas dari peranan Desa Adat dalam keputusan Sabha Desa (musyawarah desa) bersama kerama desa (masyarakat setempat) dengan berdasarkan azaz manfaat, usaha bersama, adil dan merata, percaya diri dalam perikehidupan seimbangan, serasi dan selaras. Kemitraan dengan masyarakat lokal (dalam desa adat) perlu di bangun secara adil dan setara. Artinya keterlibatannya dalam bisnis berdampak pada pembagian profit share yang berkontribusi terhadap kesejahteraannya dan dukungannya terus dalam tradisi.

Obyek Wisata Taman Mumbul yang di percaya dan mampu memberikan kesejahteraan. pada masyarakat, di perlukan sumber daya manusia yang kuat, pribadi luhur dan memiliki kualitas dalam kepemimpinannya dalam mempertahankan dan melestarikan peninggalan sejarah. Peran masyarakat sangat penting dalam menjalankan tradisi , budaya dan agama serta kerjasama masyarakat sangat dibutuhkan dalam membangun Potensi Desanya sehingga Asset yang ada dapat di kelola dengan baik dan berguna bagi kehidupan sekarang dan masa yang akan datang, sehingga dengan keberagaman peran dan kemitraan masyarakat desa diperlukan Pola Kepemimpinan dengan konsep ‘Ngayah’”

Ngayah merupakan sebuah kewajiban sosial masyarakat Bali (Suku Bali). Menurut masyarakat Bali, dengan melakukan ngayah mereka sekaligus telah menunaikan kewajiban sosial dan agama Hindu. Ngayah biasa dilakukan dengan gotong royong di banjar (wilayah sejenis Rukun Tetangga) ataupun di tempat suci (Pura). Tradisi ngayah merupakan tradisi yang masih dilaksanakan oleh masyarakat Hindu di Bali. Tradisi Ngayah adalah kewajiban sosial masyarakat Bali sebagai penerapan ajaran karma marga yang dilaksanakan secara gotong royong dengan hati yang tulus ikhlas, Ngayah tidak pernah bisa lepas dari setiap kegiatan lingkup keagamaan yang ada di Bali. Ngayah ibarat “oksigen” yang akan selalu menghidupi setiap acara keagamaan Hindu di Bali yang notabene tidak pernah bisa lepas dari kebersamaan. Pada masa sekarang ini masih banyak yang menganggap ngayah bukanlah sesuatu hal yang penting karena ayahan bisa di beli di masyarakat. Tetapi satu hal yang dilupakan bahwa dengan tidak melaksanakan tradisi ngayah, masyarakat tidak akan pernah membangun komunikasi antara satu dengan yang lainnya, sehingga prinsip manusia sebagai makhluk sosial seakan diabaikan oleh masyarakat. Tradisi inilah sebenarnya yang harus dilestarikan , karena kehidupan manusia tidak saja berhubungan dalam keluarga saja , tetapi ada keterikatan adat, tradisi dan budaya, sehingga untuk terwujudnya ayah-ayahn desa perlu komunikasi yang efektif sesuai kondisi masyarakat bersangkutan, Pada umumnya komunikasi dilakukan secara lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh pihak-pihak terkait.

PEMBAHASAN

Kepemimpinan Menurut Hindu

Kepemimpinan menjadi cara yang dilakukan untuk mempengaruhi bawahannya sehingga dapat mencapai tujuan yang sudah ditetapkan dalam suatu organisasi. Keberhasilan suatu organisasi tergantung dari kepemimpinan seseorang sehingga konsep dari kepemimpinan itu sendiri adalah bentuk atau cara yang dilakukan oleh seorang pemimpin dalam menjalankan perannya sebagai penggerak, pengarah serta mengkoordinasikan berbagai faktor lain dalam rangka meningkatkan kinerja organisasi tersebut

Kepemimpinan Hindu masih sangat relepan digunakan dalam kepemimpinan seperti jaman modern sekarang, sehingga pemimpin harus dapat berpikir kritis, inovatif, dan rasional sehingga dapat mengayomi bawahannya secara adil dan bijaksana³ dalam ajaran agama Hindu etika kepemimpinan terdapat pada ajaran Asta Brata, bahwa seorang pemimpin harus menanamkan delapan sifat dewa di dalam dirinya yang disimbulkan dengan sifat-sifat dari alam semesta yang

patur dijadikan pedoman bagi setiap Pemimpin yaitu :

1. **Indra Brata:** seorang pemimpin hendaknya seperti hujan yaitu senantiasa mengusahakan kemakmuran bagi rakyatnya dan dalam setiap tindakannya membawa kesejukan dan penuh kewibawaan
2. **Yama Brata:** seorang pemimpin hendaknya meneladani sifat-sifat Dewa Yama yaitu berani menegakan keadilan menurut hukum atau peraturan yg berlaku demi mengayomi masyarakat
3. **Surya Brata:** seorang pemimpin hendaknya memiliki sifat-sifat seperti Matahari (surya) yg mampu memberikan semangat dan kekuatan pada kehidupan yg penuh dinamika dan sebagai sumber energi.
4. **Candra Brata:** seorang pemimpin hendaknya memiliki sifat-sifat seperti bulan yaitu mampu memberikan penerangan bagi rakyatnya yg berada dalam kegelapan/kebodohan dg menampilkan wajah yg penuh kesejukan dan penuh simpati shg masyarakatnya merasa tenteram dan hidup nyaman.
5. **Vayu Brata:** seorang pemimpin hendaknya ibarat angin (Maruta), senantiasa berada ditengah-tengah masyarakatnya, memberikan kesegaran dan selalu turun ke bawah untuk mengenal denyut kehidupan masyarakat yg dipimpinya.
6. **Bhumi Brata:** seorang pemimpin hendaknya memiliki sifat-sifat utama dari bumi yaitu teguh, menjadi landasan berpijak dan memberi segala yg dimiliki untuk kesejahteraan masyarakatnya.
7. **Varua Brata:** seorang pemimpin hendaknya bersifat seperti samudra yaitu memiliki wawasan yg luas, mampu mengatasi setiap gejolak dengan baik, penuh kearifan dan kebijaksanaan.
8. **AGNI BRATA:** seorang pemimpin hendaknya memiliki sifat mulia dari api yaitu mendorong masyarakatnya untuk berpartisipasi dalam pembangunan, tetap teguh dan tegak dalam prinsip dan menindak/menghancurkan yg bersalah tanpa pilih kasih

Dari penjelasan sifat kepemimpinan tersebut menyiratkan bahwa kepemimpinan yang ada dalam ajaran agama Hindu memberikan gambaran bahwa seorang pemimpin haruslah memiliki etos kerja yang baik dan bijaksana dengan tidak lepas dari cara pikir serta cara pandang yang dimilikinya terhadap bawahannya. Secara keseluruhan etika yang diajarkan dalam ajaran agama Hindu telah mengarahkan seorang pemimpin mampu menghargai dan memandang bawahannya sebagai partner kerja. Pada masyarakat Bali tradisional konsep-konsep kepemimpinan yang diwarnai ajaran agama sangat dominan, namun di era global saat ini tentu tidak mungkin untuk menghindar dari konsep-konsep kepemimpinan modern. Keduanya mesti dielaborasi dan direkonstruksi ulang namun tetap sesuai dengan sosial budaya masyarakat Bali.

Kepemimpinan Modern

Kepemimpinan merupakan bagian penting dalam proses manajemen dan dibutuhkan pada semua tipe organisasi. Pemimpin merencanakan dan mengorganisasikan sumber daya yang ada dengan memengaruhi dan mengarahkan orang lain untuk mencapai kinerja bawahan yang optimal. Keberhasilan kepemimpinan dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan yang diterapkan dan kepuasan bawahannya. Menjadi seorang pemimpin yang baik pada generasi masyarakat milenial saat ini dan kedepan menjadi satu tantangan yang kritis. Seiring perkembangan zaman, banyak pemimpin muncul akibat tuntutan dan kondisi lingkungan pada saat itu. Pada era generasi milenial,

pemerintahan yang efektif akan terwujud apabila para pemimpin dapat memenuhi kualifikasi-kualifikasi sebagai pemimpin yang kredibel, mempunyai kemampuan, intelektual, dan visi yang jauh kedepan. Namun pemimpin yang baik juga harus memiliki integritas, kejujuran, dan kesetiaan pada kepentingan rakyat. Kepemimpinan milenial perlu mendukung kemandirian dan jiwa entrepreneurship generasi milenial. Membangun bangsa harus memiliki fondasi utama yakni kemandirian dan entrepreneurship. Kepemimpinan Modern (leadership) merupakan proses dalam memengaruhi, memotivasi, dan membuat orang lain untuk berkontribusi terhadap kesuksesan dan efektivitas suatu organisasi dalam mencapai tujuannya..

Jenis Kepemimpinan Modern :

- a. Demokratis:
Pemimpin mendelegasikan otoritasnya dan mengajak para pengikutnya untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan.
- b. Afiliatif
Pemimpin memberikan saran-saran yang efektif dan mendorong anggota timnya untuk lebih aktif dalam memberikan ide dan pendapat.
- c. Otokratis
Pemimpin yang memiliki kekuasaan absolut dan tanggung jawab penuh dalam memimpin timnya.
- d. Visioner
Pemimpin menginspirasi dan memotivasi para anggota timnya, berpegang teguh pada visi yang ditetapkan, dan mendorong tim untuk tujuan besar yang ingin dicapai.

Teori Kepemimpinan menurut Kartono (2006:27) dalam Yuliani Pramesti Ni putu, kepemimpinan adalah penggeneralisasian satu seri perilaku pemimpin dan konsep-konsep kepemimpinannya, dengan menonjolkan latar belakang historis, sebab-musabab timbulnya kepemimpinan, persyaratan menjadi pemimpin, sifat-sifat utama pemimpin, tugas pokok dan fungsinya, serta etika profesi⁶

Teori kepemimpinan menurut Kartono 2006:71 terbagi atas tiga yaitu:

- a. Teori sifat
Yaitu teori yang berusaha untuk mengidentifikasi karakteristik khas(fisik, mental, kepribadian) yang dikaitkan dengan keberhasilan kepemimpinan. Ada beberapa ciri-ciri unggul sebagai predisposisi yang diharapkan akan dimiliki oleh seorang pemimpin, yaitu intelegensi tinggi, banyak inisiatif, energik, punya kedewasaan emosional, memiliki daya persuasif dan keterampilan komunikatif, memiliki kepercayaan diri, peka, kreatif, mau memberikan partisipasi sosial yang tinggi, dan lain-lain.
- b. Teori kepribadian pelaku
Kepemimpinan jenis ini akan muncul berdasarkan kualitas-kualitas pribadi atau pola-pola kelakuan pemimpinnya. Teori ini menyatakan bahwa seorang pemimpin itu selalu berkelakuan kurang lebih sama, yaitu ia tidak melakukan tindakan-tindakan yang identik sama dalam setiap situasi yang dihadapi

c. Teori kepemimpinan situasional

Suatu pendekatan terhadap kepemimpinan yang menyatakan bahwa pemimpin memahami perilakunya, sifat-sifat bawahannya, dan situasi sebelum menggunakan suatu gaya kepemimpinan tertentu.

Sedangkan menurut Mc.Gregor seperti dikutip Sedarmayanti (2009:119) menyatakan bahwa kepemimpinan ada dua tipe yaitu:

- a. Kepemimpinan transaksional, merupakan tipe kepemimpinan dimana seorang pemimpin cenderung memberikan arahan kepada bawahan, serta memberikan imbalan dan hukuman kepada bawahan
- b. Kepemimpinan transformasional, merupakan model kepemimpinan bagi seorang pemimpin yang cenderung memberikan motivasi kepada bawahan untuk melakukan tindakan lebih baik dan menitik beratkan pada perilaku membantu transformasi antar individu dengan organisasi.
- c. Kepemimpinan transformasional harus memiliki kejujuran terhadap diri sendiri, sikap bertanggung jawab yang tulus, pengetahuan, keberanian bertindak sesuai dengan keyakinan, kepercayaan pada diri sendiri dan orang lain dan kemampuan untuk meyakinkan orang lain dalam membangun organisasi.

Berdasarkan teori tersebut diatas, dan untuk bisa mengkomudir seluruh kegiatan yang demikian rupa penulis menekankan model kepemimpinan transformasional sebagai pola kepemimpinan yang cocok diterapkan untuk mampu mengelola asset yang di miliki baik untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang dan selaras dengan kepemimpinan tradisional dengan dengan knsep Ngayahnya mampu menciptakan visi dan kesatuan langkah untuk bisa memberikan manfaat dengan tetap mengedepankan pelestarian lingkungan.

Kepemimpinan transformasional berarti melibatkan orang atau pihak lain, yaitu para bawahan. Para bawahan harus memiliki kemauan untuk menerima arahan dari pemimpin. Walaupun demikian, tanpa adanya bawahan, kepemimpinan tidak akan ada juga.

Pola Kepemimpinan Pengelolaan Obyek Wisata Relegi Taman Mumbul

Untuk mencapai produktivitas dalam pengelolaan Obyek Wisata Religi Taman Mumbul, yang ada di Desa Sangeh sebagai usaha masyarakat desa .sesuai penjelasan ketua pengelola Obyek Wisata Religi menjelaskan dengan gamblang dan penuh lika-liku bahwa kepemimpinan yang diterapkan tidak pernah menggunakan teori kepemimpinan formal yang ada, namun dengan konsep Ngayah (bagaikan dalam cerita Hindu seperti Topeng Pajegan) topeng pajegan yang di tarikan seorang diri,kata pajeg yang berate “borong” dalam bahasa Indonesia sehingga menjadi kata pajegan berarti borongan, dimana didalam menjalankan tugas kepemimpinan dia selalu berperan tidak saja sebagai layaknya seorang pemimpin, namun sering kali berperan sebaliknya, ini semata-mata memberikan pengaruh, dan motivasi kepada bawahan,dan tetap menjaga karisma sebagai pemimpindan tetap berpedoman dengan ajaran kepemimpinan Hindu, dan dikombinasikan dengan kepemimpinan modern. Hal ini sejalan dengan pendapat Sedarmayanti (2009:185) bahwa untuk menghasilkan produktivitas dimensi/elemen dari tipe kepemimpinan transformasional meliputi :

1) Kharisma atau Pengaruh Idial((Idialiszed influence)

Motivasi Inspirasi (Inspirational Motivasion)

Penulis menggunakan diminsi kepemimpinan tersebut untuk mengetahui pola kepemimpinan yang digunakan dalam mengelola obyek wisata Sangeh yang berbasis masyarakat dengan memberdayakan masyarakat local

2) Kharisma atau Pengaruh Idial (*Idialiszed influence*)

Berkaitan dengan perilaku pemimpin yang membuatnya dikagumi sehingga bawahan sangat memuji, mengagumi, mengikuti dan bahkan mencontohnya. Pemimpin menunjukkan keyakinan dan daya tarik kepada pengikutnya sehingga terjadi ikatan emosional pada tingkah laku tertentu yang dirasakan oleh bawahan. Pemimpin ini memiliki nilai yang secara jelas ditunjukkan dalam setiap tindakan sehingga menjadi contoh bagi pengikutnya. Kepercayaan yang dibangun antara pemimpin dan bawahannya didasarkan atas landasan moral dan etika bukan berdasarkan imbalan yang diterima.

3) Motivasi Inspirasi (Inspirational Motivation)

Berkaitan dengan perilaku pemimpin yang mengartikulasikan visi yang mendorong dan memberi inspirasi kepada pengikutnya. Pemimpin memberi tantangan kepada pengikut untuk memenuhi standar yang lebih tinggi, mengkomunikasikan otimisme tentang pencapaian tujuan yang akan ditargetkan dimasa depan dan memberi tugas yang berarti. Pemimpin memberi penjelasan mengenai hasil yang akan diperoleh jika melakukan sesuatu yang pemimpin isyaratkan. Pemimpin disini memberikan gambaran-gambaran, hasil yang berdampak positif terhadap tindakan yang mereka lakukan Peran dan kerjasama masyarakat sangat penting dalam menjalankan Tradisi, mengelola, menjaga dan melestarikan warisan budaya leluhur yang adi luhung. Upaya ini dapat di lakukan dengan penuh kesadaran dalam menjalankan konsep ajaran Agama Hindu dengan falsafah Konsep Tri Hita Karana, yang mampu memberikan kesejahteraan bersama dengan penyeimbangan prilaku antara ke Prahyanan (Tuhan) Sesama Manusia (Pawongan) Lingkungan (lingkungan). Sistem pengelolaan mengacu pada UU Kepariwisata Indonesia, Implemetasi pengelolaan berdasarkan aturan yang telah di tuangkan oleh pemerintah Kabupaten Badung bersama instansi yang terkait tentang pengelolaan obyek wisata, Perda tentang pariwisata budaya dan lingkungan dan Aturan Desa Adat berdasarkan keputusan bersama warga Desa Pekrama Sangeh seperti, awigawig, perarem desa dan lain sebagainya. Pemerintah Kabupaten Badung bekerja sama dengan instansi yang terkait seperti, Dinas Pariwisata Dinas Pendidikan , Kantor Agama untuk memberikan ceramah kepada pengelola Obyek Wisata dalam kepariwisataan budaya yang berbasis kerakyatan dan terkait dengan kepercayaan agama dan budaya. Di samping itu memberikan pendidikan dengan

pelatihan, agar masyarakat Desa Sangeh mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Upaya keberlangsungan kepariwisataan budaya agar tetap ajeg dan lestari. Tujuannya agar masyarakat memahami produk wisata bersumber dari pariwisata budaya. Sehingga masyarakat dapat menjaga kesucian, mampu mempertahankan dan melestarikan dan bisa Mensyukuri Anugrah Tuhan dengan manifestasinya

PENUTUPAN

Kesimpulan

Pembangunan di bidang kepariwisataan merupakan bagian dari pembangunan nasional. Upaya pengembangan potensi pariwisata, eksistensi dalam kesadaran dan kerjasama masyarakat sangat dibutuhkan. Aktivitas dan kreativitas ini dapat memberikan manfaat bagi kehidupan masyarakat dari segi ekonomi, sosial, budaya dan spiritual

Kepariwisata Bali terkenal dengan keaneka ragam budaya, keramah tamahan penduduk dan sumber daya alam yang indah dan relegi. Pariwisata yang di kembangkan di Bali adalah Pariwisata Budaya yang berdasarkan falsafah dari konsep Tri Hita Karana. Dengan membangun keseimbangan dalam berperilaku yaitu, ke Prahyangan (Tuhan) Kepawongan (Sesama Manusia) dan ke Palemahan (pelestarian alam dan lingkungan). Implementasi dari konsep ini mampu memberikan kesejahteraan kepada umat manusia baik sekarang maupun akan datang

Dengan Pola kepemimpinan melalui kombinasi konsep kepemimpinan Agama Hindu (Asta Brata) dan kepemimpinan modern didasari niat tulus dengan konsep Ngayah, sehingga mampu mengembangkan dan memelihara potensi pariwisata relegi berbasis kerakyatan dan keberlanjutan, sehingga Obyek Wisata Taman Mumbul dapat memberikan kesejahteraan pada masyarakat.

Daftar Pustaka

Arka, Wayan, Sekolah Tinggi, Agama Hindu, Negeri Mpu, and Kuturan Singaraja, 'Genta Hredaya Potensi Sumber Mata Air Klebutan Sebagai Elemen Daya Tarik Wisata Religi Yang Berbasis Keraktayan Dan Berkelanjutan Pada Objek Wisata Taman Mumbul Di Desa Sangeh Kabupaten Badung', *Genta Hredaya*, 2.2 (2018), 20–28

Istri, Cokorda, Kumara Dewi, and Inspektorat Provinsi Bali, *Kemimpinan Hindu: Dialektika Konsep Tradisional Dan Modern*, 2019, II
<<https://ejournal.unhi.ac.id/index.php/vidyawertta>>

KEPARIWISATAAN BUDAYA BALI, 'Perda-2-2012', *KEPARIWISATAAN BUDAYA BALI*, 2 (2012), 1–20

Ni, Oleh :, Putu Depi, Yulia Peramesti, and Dedi Kusmana, *KEPEMIMPINAN IDEAL PADA ERAGENERASI MILENIAL*

Sudiarta, I Wayan, '863-1599-1-SM', *POLA KEPEMIMPINAN HINDU DALAM TEKS GAGURITAN NITIRAJA SASANA*, 4.2 (2020), 134–42

**EVENT TOURISM
(BALI SEBAGAI DESTINASI MICE)**

ATRAKSI BUDAYA DESA SEBAGAI PRODUK EVENT WISATA

Ni Made Eka Mahadewi

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Labuan Bajo telah dicanangkan oleh Presiden Jokowi sebagai Destinasi *Super Premium* di Indonesia. Labuan Bajo memiliki daya tarik wisata yang unik yang tidak dimiliki oleh destinasi lain di Indonesia bahkan di dunia. Komodo menjadi ikon destinasi wisata ini. Tidak hanya keunikan tersebut, tempat wisata dan budaya lainnya menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari Labuan Bajo sebagai tujuan wisata. Labuan Bajo yang terletak di Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur, memiliki daya tarik yang beragam. Objek wisata antara lain: Pulau Komodo, Gili Laba, Pulau Rinca, Air Terjun Cunca Wulang, Pulau Kanawa, Gua Rangko, Pulau Padar, Gua Batu Cermin, Pulau Seraya, Bukit Cinta, Pantai Pink, Air Terjun Cunca Rami, Pulau Kalong, Pulau Bidadari, Manta Point, Danau Sano Nggoang, Puncak Gunung Mbeliling, Pulau Kelor, Pulau Kambing, dan Wae Rebo. Secara keseluruhan atraksi wisata yang ada sudah merepresentasikan atraksi alam, atraksi wisata buatan dan atraksi wisata budaya. Tercatat sebanyak 30.708 orang wisatawan berkunjung pada periode Januari-Maret 2023.

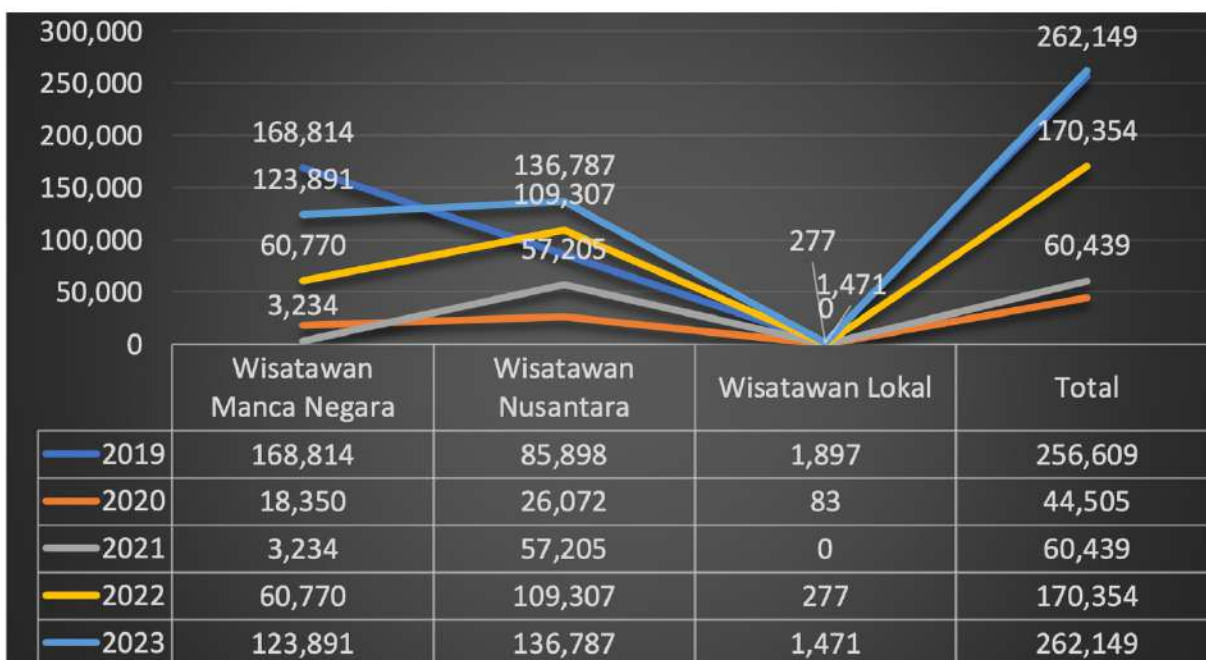
Perkembangan wisatawan akan terus bertambah setelah penyelenggaraan KTT 43 ASEAN di Labuan Bajo, Manggarai Barat. Labuan Bajo ditetapkan menjadi Destinasi *Super Prioritas* dan sebagai Kawasan Strategis Pariwisata nasional (KSPN). Dalam pemerintahan daerah Manggarai Barat untuk pembangunan pariwisatanya, terdapat misi RPJMD (Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah) 2021-2026 antara lain disebutkan bertujuan untuk mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif sebagai penggerak utama ekonomi (misi 1); dan mengembangkan daya saing ekonomi daerah berbasis potensi lokal (misi 3); serta visinya adalah terwujudnya kawasan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata berbasis ekowisata yang premium dan berdaya saing, inklusif, berkelanjutan, serta mampu mendorong pembangunan daerah dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pendapatan asli daerah (PAD) Manggarai Barat dari sektor pariwisata pada tahun 2023 ditargetkan Rp. 50,9 Milyard yang diperoleh dari 9 (sembilan) sumber yaitu dari pajak hotel, losmen, rumah kos, restoran/rumah makan, kantin, hiburan diskotik/karaoke/klub malam, dan pajak retribusi tempat rekreasi dan olahraga.

Mengembangkan kepariwisataan daerah tentunya tidak dapat dilakukan dalam sekejap mata dan tidak dapat dilakukan sendiri oleh daerah. Diperlukan kajian, masukan dan koordinasi serta dukungan dari berbagai pihak untuk mewujudkan tujuan yang diharapkan. Untuk meningkatkan kepuasan wisatawan di destinasi, perlu dicermati faktor-faktor atraksi budaya, atraksi alam, masyarakat lokal, infrastruktur dan harga produk wisata yang kompetitif (Raimkulov, et.al. 2023); perencanaan *event* budaya dengan partisipasi masyarakat (Zarotis, 2021); kerjasama dengan pemangku kepentingan (*stakeholder*), strategi *sponsor* bagi pendukung.

event budaya, promosi *online/offline* di media *platform* (Capriello, 2019; Reverte & Izard, 2011); menggunakan informasi teknologi dan *digital* transformasi pada penyelenggaraan acara/*event* wisata (Ziyadi, et.al, 2019); menentukan model wisata olahraga yang sesuai dengan kondisi destinasi (Riche, et.al., 2013); menyadari bahwa festival adalah salah satu cara untuk melestarikan budaya lokal dan meningkatkan kunjungan wisatawan ke destinasi (Pirnar, et.al., 2019), serta destinasi perlu menyiapkan produk wisata melalui penyelenggaraan *event* dan festival budaya daerah (Niekerkn, 2017).

Sebagai daerah yang mendapat prioritas dalam pengelolaannya, Labuan Bajo mengalami peningkatan kunjungan wisatawan. Peningkatan kunjungan saat ini belum dipengaruhi oleh adanya event budaya. Kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo dimotivasi oleh adanya faktor atraksi alam, bukan karena atraksi budaya (Mahadewi, 2023).

Tabel 1
Perkembangan Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara, Nusantara dan Lokal ke Labuan Bajo tahun 2019-2023.



Sumber : Disparekrafbud Manggarai Barat (2023)

Kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo masih pada angka 262.149 sampai periode September 2023. Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, untuk meningkatkan ekonomi masyarakat, peningkatan taraf hidup/kesejahteraan masyarakat serta mewujudkan destinasi yang berkelanjutan; maka diperlukan strategi pengembangan destinasi. Sebagai salahsatu Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN), Labuan bajo dikembangkan dengan konsep pariwisata berkualitas. Ada empat sasaran utama pengembangan Labuan Bajo yang meliputi: (1) Nilai tambah dari sektor pariwisata; (2) peningkatan pendapatan dan devisa pariwisata[(3) Adanya

kesiapan masyarakat, destinasi dan industri; (4) Perlunya dikembangkan sumber daya manusia pariwisata pendukung pertumbuhan destinasi (Disparekrafbud, 2023). Upaya pemasaran destinasi merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian pemerintah dalam mengembangkan Labuan Bajo sebagai destinasi wisata prioritas di Indonesia.

Terdapat produk wisata dan berbagai atraksi menarik di destinasi wisata yang perlu digali, dikembangkan sebagai potensi daerah dan menjadi bagian pendukung daerah tujuan wisata. Salah satu yang dapat dikemas sebagai produk wisata adalah berbagai event budaya yang ada di desa wisata. Desa wisata di wilayah Labuan Bajo, Manggarai Barat terdapat diantaranya: 9 desa wisata yang memiliki karakteristik desa wisata tematik (Tondalino, 2022). Kesembilan desa wisata tematik tersebut dominan memiliki atraksi yang bersumber dari alam dan belum diteliti lebih lanjut tentang keberadaan potensi wisata budaya dalam bentuk event budaya, seperti dalam tabel 2 berikut.

Tabel 2
Desa Wisata Tematik di Manggarai Barat Tahun 2022

Lokasi	Akses	Atraksi	Akomodasi	Amenitas	Awareness	Tematik
Desa Komodo	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tidak Tersedia	Terbatas	Sangat Baik	Ekowisata
Desa Pasir Panjang, Pulau Rinca*	Baik	Hewan Komodo	Tersedia	Terbatas	Sangat Baik	Ekowisata
Desa Papagarang*	Baik	Alam dan Kampung Nelayan	Tersedia	Terbatas	Sangat Baik	Ekowisata
Desa Rangko Kec. Boleng	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tidak Tersedia	Tersedia	Baik	Ekowisata
Desa Batu Cermin*	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tersedia	Tersedia	Sangat Baik	Ekowisata
Desa Gorontalo*	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tersedia	Tersedia	Sangat Baik	Kuliner dan MICE
Desa Golo Biras*	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tidak Tersedia	Tersedia	Sangat Baik	Ekowisata
Desa Loha Kec. Macangpacar	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tersedia	Terbatas	Baik	Ekowisata
Desa Galang Kec. Welak	Sangat Baik	Hewan Komodo	Tidak Tersedia	Terbatas	Baik	Ekowisata

Sumber: Data diolah (2023), Tandilino (2022)

Ket : *) = 5 desa wisata berlokasi di Kecamatan Komodo

Dengan data dukung tersebut diatas; produk wisata khususnya produk atraksi budaya yang berasal dari faktor atraksi buatan belum diidentifikasi untuk menumbuhkan industri kreatif desa wisata. Acara yang berbasis pada budaya lokal yang menonjolkan keunikannya dapat memberikan dampak positif jangka Panjang pada citra destinasi dan menarik perhatian para investor. Fakta bahwa acara budaya dapat digunakan baik dalam konteks hubungan masyarakat, sebagai ukuran membangun kepercayaan. Perencanaan acara atau atraksi budaya dapat ditujukan untuk menjadikan destinasi lebih dikenal oleh khalayak internasional dan investor internasional yang kuat secara finansial, sehingga aliran keuangan bermanfaat bagi destinasi (Zarotis, 2021).

Program pengembangan atraksi budaya di desa wisata sebagai produk event sudah selaras dengan program prioritas pariwisata Manggarai Barat dalam semua bidang. Berikut program prioritas pariwisata Manggarai. Barat ditunjukkan dalam Tabel. 3 berikut:

Tabel 3
Program Prioritas Pariwisata Manggarai Barat

No.	Nama Program	Bidang
1	Program Peningkatan Daya Tarik Destinasi Pariwisata	Destinasi Pariwisata
2	Program Pemasaran Pariwisata	Pemasaran Pariwisata
3	Program Pengembangan Ekonomi Kreatif Melalui Pemanfaatan Dan Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual	Ekonomi Kreatif
4	Program Pengembangan Sumber Daya Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif	Ekonomi Kreatif
5	Program Pengembangan Kebudayaan	Budaya
6	Program Pengembangan Kesenian Tradisional	Budaya
7	Program Pelestarian Dan Pengelolaan Cagar Budaya	Sejarah
8	Program Pembinaan Sejarah	Sejarah

Sumber : Dinas Pariwisata, Ekraf dan Budaya Kabupaten Manggarai Barat (2023)

Jumlah kunjungan wisatawan ke Manggarai Barat hanya sebanyak 65.362 orang terdiri dari

11.538 wisatawan asing atau 82% dan 53.824 wisatawan nusantara atau sebanyak 18%. Jumlah kunjungan wisatawan ke obyek wisata nya yang terkenal adalah ke Komodo (Loh Liang) sebanyak 36.961 orang (56%); Cunca Wulang 1.131 orang (2%); Gua Rangko sebanyak 6.274 orang (9%); mengikuti atraksi diving (menyelam) di Pink beach sebanyak 4.322 orang (7%) dan mengikuti kegiatan snorkling di Pink Beach sebanyak 16.674 orang (25%). Wisata snorkling adalah wisata favorit kedua setelah mengunjungi Komodo di Loh Liang (Disparekrafbud, 2022). Lama tinggal wisatawan (length of Stay) dalam kurun waktu 6 tahun dari tahun 2017-2021 secara berturut-turut terus menurun seiring adanya covid 19 yaitu 6,1 hari (2017); 6,5 hari (2018); 6,9 hari (2019), dan masing-masing 3 hari di tahun 2020-2021. Secara ekonomi, pendapatan asli daerah dari retribusi pariwisata tahun 2021-2022 berkisar diangka Rp. 2.496.720.000 (2021) dan Rp. 3.069.430.000 (Jan-Jun 2022).

Sebagai destinasi super prioritas, Labuan Bajo terus dikembangkan untuk menjadi destinasi pilihan bagi wisatawan yang mencintai pertualangan dengan menysasar destinasi- destinasi baru Manggarai Barat. Untuk menumbuhkan dan meningkatkan kunjungan wisatawan dengan tujuan wisata budaya; keunikan budaya lokal perlu diidentifikasi dan dikemas sebagai bentuk produk wisata, khususnya sebagai event wisata berbasis budaya di Labuan Bajo.

PEMBAHASAN

Labuan Bajo semakin menarik untuk dikunjungi setelah adanya berbagai media promosi membahas destinasi dengan keunikan Komodo dan destinasi kepulauannya yang eksotis. Berikut Sekilas tentang budaya di Labuan Bajo, Manggarai Barat.

Labuan Bajo merupakan pemukiman Suku Bajo. Saat ini, Suku Bajo telah hidup berdampingan dengan warga asli Flores. Suku Bajo terkenal sebagai pengembara laut. Mereka mengembara bermodalkan perahu kuno tanpa peralatan dan hanya mengandalkan posisi bintang. Suku di Labuan Bajo tidak hanya 4 namun lebih dari itu. Akan tetapi ada 4 Suku yang mendiami Labuan Bajo dari sejak jaman dulu. Empat Suku tersebut meliputi Suku Manggarai, Suku Bajo, Suku Mbojo, dan Suku Bugis. Keempat Suku yang mendiami Labuan Bajo tersebut sudah ada semenjak Indonesia belum merdeka.

Zaman dahulu, suku Bajo hidup di atas perahu atau nomaden. Saat ini, banyak yang memiliki rumah di atas laut dangkal sebagai tempat tinggal. Seperti diketahui, orang-orang Bajo terkenal dengan keahliannya menyelam ke dalam lautan hingga kedalaman 70 meter hanya dengan sekali tarikan napas. Mereka menyelam tanpa menggunakan pakaian khusus ataupun alat bantu pernapasan. Suku Bajo memiliki karakteristik yang berbeda dengan suku-suku di Nusantara pada umumnya, karena kehidupan mereka yang tidak dipisahkan dengan laut. Pemukiman suku Bajo memiliki ciri yang khas, yaitu rumah panggung bertiang kayu, berdinding dan berlantai papan yang populer beratap rumbia, dibangun pada pesisir pantai.

Kearifan Lokal Suku Bajo antara lain: tuba dikatutuang larangan penangkapan dalam jumlah besar di area ini dan penggunaan alat tangkap yang tidak ramah lingkungan. Parika merupakan sistem kelembagaan bertindak sebagai penentu waktu penangkapan dan tempat penangkapan. Labuan Bajo dulunya adalah kelurahan sekaligus ibu kota Kecamatan Komodo. Kini, Labuan Bajo menjadi ibu kota Kabupaten Manggarai Barat, dan dikembangkan menjadi Kota Labuan Bajo. Secara historis, Labuan berasal dari kata “labuhan” yaitu desa yang dijadikan tempat berlabuh bagi orang-orang yang berasal dari Bajo dan Bugis Sulawesi Selatan. Sejak saat itulah wilayah tersebut dikenal dengan sebutan Labuan Bajo.

Keunikan Labuan Bajo yang pertama adalah alam bawah lautnya yang sangat indah. Labuan Bajo kaya akan biota laut berbagai jenis, menjadikan daerah ini sebagai spot snorkeling dan diving yang diminati. Anda bisa mengikuti trip berkelompok untuk dapat menikmati aktivitas menyelam ini. Penduduknya sebagian besar beragama Katolik Roma, tetapi masih melestarikan adat Manggarai kuno caci (adu cambuk), yang biasanya dipraktikkan pada pesta pernikahan, dan berfungsi sebagai objek wisata.

Labuan Bajo dapat diakses melalui jalur darat, laut, dan juga udara. Keindahan Pulau Komodo dengan kekayaan budaya lokal dan pulau-pulau eksotis di sekitarnya membuat Labuan Bajo menjadi tempat wisata yang potensial dan ramai dikunjungi. Labuan Bajo merupakan destinasi wisata yang mulai dilirik sejak tahun 2011. Pada saat itu, Pulau Komodo, pulau yang paling populer di Nusa Tenggara Barat, baru dinobatkan menjadi salah satu Tujuh Keajaiban Dunia menurut *New7Wonders*. Hal ini kemudian mengundang perhatian wisatawan, baik lokal

maupun internasional. Labuan Bajo memiliki 77 obyek wisata yang sah dengan legal SK, serta 22 obyek wisata yang belum ada SK (Disparekrafbud, 2023)

Budaya Manggarai merupakan budaya yang dihasilkan oleh kelompok etnis Manggarai yang mencerminkan identitas diri dari kelompok etnis Manggarai yang menjadi pembeda dengan budaya yang dihasilkan oleh kelompok etnik yang lain. Suku Manggarai adalah kelompok etnis yang berasal bagian barat pulau Flores di provinsi Nusa Tenggara Timur, Indonesia. Suku Manggarai utamanya tersebar di tiga kabupaten di provinsi NTT, yaitu Kabupaten Manggarai Barat, Kabupaten Manggarai, dan Kabupaten Manggarai Timur. Kuliner khas Manggarai lainnya adalah Lomak. Menu ini menggunakan bahan dasar sayuran seperti daun singkong muda, jantung pisang, wortel jenis sayuran lain, ditumis dengan kelapa parut berbumbu. Ada juga Nasi Kacang Merah, Tibu Sapi, Lumpia Melo, hingga Sayur Watulankas. Suku Manggarai adalah suku yang mendiami Pulau Flores bagian barat, dan pakaian adat mereka disebut sebagai kain Songke. Kain Songke didominasi warna hitam untuk melambangkan keagungan, yang cara pakainya sama seperti sarung.

Pada tabel 5 berikut menunjukkan jenis event wisata di Labuan Bajo Manggarai Barat dengan persentase pelaksanaannya selama periode lebih dari 5 tahun terakhir (2018-2023) termasuk kegiatan pada masa *covid 19* dan bencana daerah lainnya.

Tabel. 5
Jenis Event wisata di Labuan Bajo Manggarai Barat

Jenis Event		Persentase Keterlibatan Stakeholders
Perayaan Budaya (Cultural Celebration)	1. <i>Festival</i>	65% (hanya festival)
	2. <i>Parade</i>	
	3. <i>Carnival</i>	
	4. <i>Wisata Religi (religious Rites)</i>	
	5. <i>Wisata Ziarah (Pilgrimage)</i>	
Bisnis dan Dagang (Business and Trade)	1. <i>Pertemuan, Konferensi (Meeting, Conference)</i>	50%
	2. <i>Pameran Dagang (Fairs, Exhibition)</i>	
	3. <i>Pasar Wisata (Trade Fairs/ market)</i>	
	4. <i>Event-event Perusahaan (Corporate Events)</i>	
	5. <i>Event Kongres Pendidikan (educational, Scientific Congress)</i>	

Jenis Event		Persentase Keterlibatan Stakeholders
Seni dan Pertunjukan (Arts & Entertainment)	1. Konser, <i>Show, Theatre (Schedule Concert, Show, Theatre)</i>	70%
	2. Pameran Seni (<i>art Exhibit</i>)	
	3. Pameran Seni Sementara (<i>Installation & Temporary Art</i>)	
	4. Acara Penerimaan Penghargaan (<i>Award Ceremonies</i>)	
Olahraga dan Rekreasi (Sports and Recreation)	1. Pertandingan Liga (<i>League Play</i>); <i>Championship</i>	30%
	2. Pertemuan Para pemain dan Tour Pemain (<i>One-off Meet, Tours</i>)	
	3. Event Hiburan (<i>Fun Event</i>)	
	4. Festival Olahraga (<i>Sport Festivals</i>)	
Event Politik/ Event Kenegaraan (Political & State)	1. Summits	70%
	2. Perayaan Kerajaan (<i>Royal Spectacles</i>)	
	3. Kunjungan Tamu Penting (<i>VIP Visit</i>)	
	4. Acara Militer (<i>Military</i>)	
	5. Kongres Partai Politik (<i>Political Congress</i>)	
Acara Khusus (Private Function)	1. Acara Peralihan/Ritual (<i>rites and passage</i>)	30%
	2. Perayaan Pesta (<i>party</i>)	
	3. Acara Reuni (<i>reunion</i>)	
	4. Acara Pernikahan (<i>Wedding</i>)	
	5. Program Sosial (<i>Social Program</i>)	

Sumber : Mahadewi, dkk (2023), adopsi Getz, 1991; Capriello, A, 2019, Reverte & Izard, 2011; Niekerck, 2017; Zarotis, 2021.

Dengan pedoman paparan Getz (1991) dan Capriello (2019), hasil penelitian terhadap event wisata di Labuan Bajo-Manggarai Barat diperoleh informasi sebagai berikut:

- 1) Jenis kegiatan event dalam bentuk perayaan budaya (cultural event) dengan jenis Festival, sebanyak 65% pernah diselenggarakan atau diikuti. Festival tersebut adalah event Labuan Bajo Maritime Festival, Festival Golokoe, Festival Flora (Flores Lembata), Semana Santa, Festival Budaya cerita Pesisir. Sedangkan kegiatan dalam bentuk parade, carnival, wisata religi dan wisata sejarah belum pernah diikuti maupun diselenggarakan.
- 2) Jenis kegiatan event dalam bentuk Bisnis dan Dagang secara keseluruhan pernah diikuti baik dalam bentuk kegiatan MICE, pameran dagang, event perusahaan maupun event pendidikan. Event dalam bentuk trade fairs belum maksima dilibatkan. Kegiatan yang pernah diikuti antara lain: ASEAN Summit, AMMT (Ayana Resort), Gathering Bank Indonesia dan pameran dagang.
- 3) Jenis kegiatan event dalam bentuk seni dan pertunjukan mendapatkan respon yang paling banyak pernah diikuti dan melibatkan responden (85%). Jenis event tersebut tidak spesifik disebutkan, namun sebagian besar peserta pernah terlibat dalam acara seni dan pertunjukan.
- 4) Jenis kegiatan event dalam bentuk olahraga dan rekreasi melibatkan kelompok tertentu. Kegiatan dalam bentuk olahraga dan rekreasi ini menjadi agenda rutin yang diselenggarakan oleh Divisi Event Kemenparekraf, khususnya di edisi Juni-Oktober 2023 dengan topik yang berbeda-beda. Event pendukung lainnya yaitu Labuan Bajo Marathon.
- 5) Jenis kegiatan event dalam bentuk event politik yang pernah dilakukan adalah agenda kunjungan VIP (VIP Visit) terkait ASEAN Summit, dan dampaknya dirasakan oleh masyarakat melalui persiapan menjelang perhelatan terdapat banyak perbaikan infrastruktur.
- 6) Jenis kegiatan event dalam bentuk khusus, sangat minim adanya keterlibatan secara umum. Event yang pernah diikuti antara lain: Beach Wedding, Trauma Healing Program korban Puting Beliung, Bajo Kids Fun, acara pernikahan (wedding party). Ritual Adat Sambut Baru, Kelahiran, Pernikahan, Kematian, dan lainnya selalu diselenggarakan sesuai dengan kebudayaan dan adat istiadat setempat yang masih lestari.

Inovasi acara, event olahraga, partisipasi masyarakat, kegiatan MICE dapat membantu pemasaran dan branding destinasi pariwisata (Niekerk, 2017). Hasil penelitian (Mahadewi, dkk, 2023) menyebutkan jenis event dengan kategori perayaan budaya (cultural event) ditunjukkan oleh tabel 6 berikut.

Tabel 6

Atraksi Budaya Seni Tari Labuan Bajo, Manggarai, Nusa Tenggara Timur

Atraksi Budaya	Daerah	Makna
Tari Caci	Labuan Bajo, Maabar	Caci atau tarian caci adalah tari perang sekaligus permainan rakyat antara sepasang penari laki-laki yang bertarung dengan cambuk (larik) dan perisai (Nggiling). Penari yang bersenjatakan Larik bertindak sebagai penyerang dan lainnya yang bertahan menggunakan Nggiling. Tari ini biasanya dimainkan pada saat syukuran musim panen (Hang Woja) dan upacara adat besar lainnya. Tari ini biasanya dimainkan pada saat syukuran musim panen (Hang Woja) dan upacara adat besar lainnya. Tarian caci mengandung makna simbolis yang melambangkan kejantanan, keramaian, kemegahan dan sportifitas
Tari Tiba Meka	Manggarai	Tiba artinya terima, menadah, tangkis, setuju, atau menyambut. Sedangkan meka artinya tamu. Sehingga, Tiba Meka artinya tarian menyambut atau menerima tamu
Tradisi Penti	Manggarai Barat	tradisi Penti adalah sebuah ritus adat Manggarai yang bermakna syukuran hasil panen kepada Tuhan dan leluhur.
Tari Rangkuk Alu	Manggarai	salah satu karya tari yang tercipta dari permainan tradisional masyarakat Manggarai. Tarian Rangkuk Alu memiliki daya tarik tertentu salah satunya dari para penari yang melompat untuk menghindari jepitan bambu
Tari Perang	NTT	sebuah tarian yang menunjukkan sifat-sifat keperkasaan dan kepandaian bermain senjata, seperti cambuk dan perisai.
Tari Cerana	NTT	tarian tentang penyambutan tamu, yang melambangkan bagaimana menyambut tamu.

Sumber : Mahadewi, dkk (2023)

Atraksi budaya dalam bentuk tarian tradisional daerah Manggarai yang dipertunjukkan sebagai produk event wisata adalah tarian Caci, Tiba Meka dan Rangkuk Alu. Secara keseluruhan di wilayah Nusa Tenggara Timur, tarian tradisional yang dikenal antara lain Tari Perang dan tari Cerana. Makna Tarian di wilayah NTT mempunyai nama serupa, namun hanya nama tarian yang berbeda. Misalnya Tari Caci di Labuan Bajo mempunyai makna serupa dengan tari Perang dari NTT. Selain seni budaya tari yang dipentaskan untuk acara yang berkaitan dengan wisata; Labuan Bajo memiliki budaya makanan daerah yang menjadi produk wisata yang mendukung event wisata. Jenis produk makanan yang disajikan kepada tamu maupun wisatawan ditunjukkan pada tabel 7 berikut.

Tabel 7

Produk Kuliner – Makanan Khas Labuan Bajo

Nama Produk Kuliner	Jenis	Bahan – Fungsi
1. Roti Kompiang	Roti/Kue	Tepung -Oleh-oleh
2. Jintan	Snack/camilan	Tepung-Oleh-oleh
3. Kolo Labuan Bajo	Nasi bakar	Nasi bumbu khas Bajo
4. Sup Ikan Kuah Asam	Sup Ikan	Ikan, Belimbing wuluh
5. Sambal Ikan Teri	Sambal	Ikan Teri
6. Tumis Bunga pepaya	Sayur	Bunga Pepaya
7. Jagung Bose	Sup	Jagung, kacangmerah, santan
8. Pia Bajo	Kue	Tepung – Oleh-oleh
9. Rebok	Kue Sagon	Parutan Kelapa
10. Bepalaya ala Bugis	Kue kering	Tepung, wijen

Sumber : Data diolah (2023)

Makanan sebagai salahsatu produk budaya lokal, dapat sebagai produk wisata yang turut serta memberi warna paket wisata destinasi. Wisata dengan kategori *gastrotourism* menjadi menarik dikemas sebagai bagian dari event wisata (Raimkulov, et.al, 2021). Disisi lainnya, atraksi merupakan faktor penentu bagi destinasi yang menyiapkan event sebagai produknya (Getz, 1991). Atraksi juga sebagai penentu destinasi wisata (Mill & Morrision, 1985; Cooper, et.al, 1993) dan sebagai produk wisata (Buhalis, 2000). Makanan sebagai produk budaya yang dapat berfungsi sebagai indikator ‘katering’ dalam elemen event, perlu diidentifikasi kelayakannya dalam mendukung acara wisata seperti pada gambar *Tipologi event* (Getz, 1997). Elemen lain yang perlu diidentifikasi untuk mendukung destinasi sebagai destinasi MICE maupun destinasi yang layak sebagai tempat penyelenggaraan event selain catering (kuliner) dan atraksi adalah adanya indikator infrastruktur, akomodasi, transportasi, retail, rekreasi dan hiburan.

Festival festival tradisional di Labuan Bajo mencerminkan keberagaman budaya yang ada di kota. Beberapa festival daerah yang terkenal selain festival budaya Manggarai adalah Festival Perahu Bajo, Festival Sastra Labuan Bajo. Festival di Labuan Bajo memberikan manfaat ekonomi yang signifikan bagi masyarakat setempat. Festival mampu menarik minat berkunjung wisatawan mancanegara maupun nusantara. Dampak ikutan dirasakan oleh pengelola hotel, restoran, transportasi dan industri kecil lokal. Festival tradisional berperan dalam menggerakkan ekonomi lokal dan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk setempat. Permasalahan pengembangan atraksi budaya dalam bentuk festival adalah festival secara belum berkelanjutan. Anggaran dan kebijakan pemerintah setempat menjadi kunci dalam festival budaya Manggarai. Hal ini serupa dengan hasil penelitian Ramely, *et. al* (2023) dimana kebijakan pemerintah mempengaruhi operasional penyelenggaraan event wisata di destinasi. Tabel 8 berikut adalah bentuk event wisata dengan kategori bisnis MICE dan festival (Mhadewi, dkk, 2023)..

Tabel. 8

Event Wisata di Labuan Bajo – Manggarai Barat 2020-2023

Nama Event	Waktu	Penyelenggara/Keterangan
-	2020-2021	Covid
Festival Budaya Manggarai	2019	PemKab Mabarak
Festival Kopi Kampung Ujung	Juni 2022	Pemkab Mabarak dan Perumda Bidadari
Festival Golokoe	Agustus 2022	Keuskupan dan Pemkab Mabarak
New Year EVE Labuan Bajo Concert	31 Des 2022	Waterfront Labuan bajo Event Organizer
Konser Suara 1000 Sasando	24 Sept 2022	Waterfront Labuan Bajo-EO
Side Event KTT-42 ASEAN	9-13 Mei 2023	Pemerintah Pusat
Labuan Bajo Maritime Festival (LBMF)	27-29 Juli 2023	Kemenparekraf (KEN-Kharisma Event Nusantara)
Asia Policy Meeting	Agustus 2023	Pemerintah Pusat
KTT-42 ASEAN Summit	September 2023	Pemerintah Pusat
IFG Labuan Bajo Marathon	4 Nov 2023	BUMN
Indonesia Tourism & Trade Investment Expo	2-5 November 2023	PT. Furindo Artha Mas Kemenperindag

Sumber: Data diolah (2023)

Dari tabel tersebut, terdapat festival kopi. Yang menarik dari budaya Manggarai adalah tradisi lokal minum kopi. Minum kopi bagi anak usia 3 tahun di Labuan Bajo adalah hal biasa dalam tradisi mereka, tidak ada Batasan usia untuk secangkir kopi. Keunikan minum kopi juga dapat dilihat dari tradisi makan nasi dengan hanya minum kopi. Festival kopi Kampung Ujung perlu mendapat perhatian sebagai event yang menarik yang membedakan ‘cerita minum kopi’ dibandingkan dengan daerah lainnya di Indonesia. Keunikan lainnya tentang kopi di Labuan Bajo adalah masyarakat tidak menggunakan istilah ‘menyeduh kopi’ tetapi menggunakan istilah putar kopi, putar susu, putar sirup, putar teh. Adopsi kata ‘putar’ karena Gerakan memutar saat mengaduk air dengan campurannya. *This is tourism which all about stories*. Keunikan budaya ini tentunya dapat melengkapi prduk wisata budaya dan event wisata Labuan Bajo.

Manggarai telah dikenal secara internasional. Seperti telah disebutkan dalam tabel 8 diatas, ada bentuk budaya lainnya yang diidentifikasi sebagai lima warisan leluhur orang Manggarai, antara lain: Tarian Caci, Penti, Lodok, Arsitektur Rumah Gendang dan termasuk Kampung Adat Waerebo yang kemudian menjadi salahsatu warisan budaya dunia yang ditetapkan oleh UNESCO. sejumlah ritual dilakukan selama Penti yang biasanya berlangsung beberapa hari, seperti Barong Lodok, Barong Wae, Barong Compang, dan puncaknya Penti Weki Peso. Barong artinya memberi tahu. Ritual pertama adalah Barong Lodok pusat kebun. Di sana digelar doa dan persembahan sesajen. Berikutnya Barong Wae, ritual yang dilakukan di sumber

mata air. Setelahnya Barong Compang, yaitu ritual di batu bulat di tengah kampung. Compang adalah tempat persembahan warga kampung. Terakhir, Penti Weki Peso di rumah adat. Penti Weki Peso adalah puncak ungkapan syukur kepada Tuhan dan leluhur (Disparekrafbud, 2023)

Untuk meningkatkan kunjungan wisatawan ke Labuan Bajo, sarana transportasi udara disiapkan untuk menambah tingkat kedatangan di Bandara Komodo (Tabel 9).

Tabel 9
Maskapai Penerbangan Domestik Tujuan Labuan Bajo (Bandara Komodo)

No	Nama Maskapai Penerbangan	Tujuan Labuan Bajo Bandara Komodo
1	Lion Air	Ya
2	Citilink Indonesia	Ya
3	Super Air Jet	Ya
4	Batik Air	Ya
5	Indonesia Air	Ya
6	Garuda Indonesia	Ya
7	Wings Air	Ya
8	Transnusa	Tidak
9	Pelita Air Service	Tidak
10	Nam Air	Tidak
11	Sriwijaya Airline	Tidak

Sumber : Bandara Komodo dan Bank Indonesia (Mahadewi, dkk, 2023)

Tiga bandara utama yang menjadi titik keberangkatan wisnus maupun wisman menuju Labuan Bajo berasal dari Jakarta, Bali, dan Surabaya. Sebanyak 79% penerbangan ke Labuan Bajo berangkat dari bandara Ngurah Rai Denpasar Bali (Disparekrafbud – VES, 2022). Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara meingkat lebih dari 100% pada tahun 2022 ke 2023 atau sejumlah 60.770 orang di tahun 2022 menjadi 12.891 orang sampai September tahun 2023.

Dengan adanya jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat, jumlah kamar sebanyak 4.143 kamar perlu ditambah dengan memaksimalkan akomodasi de desa wisata. Selama ini di desa wisata Labuan Bajo belum banyak memanfaatkan peluang sarana akomodasi yang dibangun/dikembangkan dari bagian rumah masyarakat. Tabel 10 menunjukkan jumlah hotel di Labuan Bajo.

Tabel. 10
Jumlah Hotel dan Kamar Hotel di Manggarai Barat

Keterangan	Jumlah
Hotel Bintang	12
Hotel Non Bintang	103
Jumlah Hotel	115
Jumlah kamar	2.120
Kapasitas Kamar	4.143

Sumber: Disparekrafbud Mabar (Mahadewi, dkk, 2023)

Kunjungan wisatawan secara ekonomi memberikan kesejahteraan bagi masyarakat yang berada di daerah daratan, dan masyarakat di pulau (P.Komodo, P.Padar, P.Bidadari, P. Rinca, P.Kelor; P. Kalong, P. Kanawa). Wisatawan dominan menikmati atraksi alam berikut selama di Labuan Bajo, yaitu ke: (1) Bukit Cinta untuk melihat sunset; (2) Jelajah alam di Pulau Kelor; (3) melihat binatang Komodo di Pulau TN.Komodo; (4) melihat binatang Komodo di Pulau Rinca, Gili Montang, Nusa Kode; (5) Snorkling di P. Manjerite; (6) berburu spot instagramable di P. Padar; (7) berburu foto alam laut dan bukit di Giri Laba; (8) melihat fosil hewan laut di Goa Batu Cermin; (9) menikmati segarnya Air Terjun Cunca Wulang; (10) wisata budaya di Kampung Melo; (11) melihat pantai Pink (Pink beach); Manta point di P. Komodo

Labuan Bajo memang eksotik. Kunjungan wisatawan dengan kapal-kapal pesiar yang pernah berwisata ke Pulau Komodo dan kapal berlabuh di Teluk Loh Liang yaitu: (1) kapal pesiar BV. Boudicca dengan bendera Bahama berpenumpang 400 orang (2020); (2) kapal pesiar Holland American Line berpenumpang lebih dari 1.000 orang (2023). Kondisi ini menjadi positif secara ekonomi dan mendukung perkembangan destinasi wisata Labuan Bajo. Dalam ranah kajian penelitian sebelumnya, studi penelitian dayatarik budaya pop Jepang, menyebutkan bahwa atraksi budaya pop Jepang telah menjadi pembentuk citra destinasi karena pengelolaan atraksi budayanya yang telah tiap tahun terselenggara dengan jumlah yang cukup besar (Severino & Silva, 2023). Atraksi budaya desa wisata yang menjadi event wisata yang dipertunjukkan di kota, dapat memadukan nilai etnografi, festival sejarah desa dan gastronomi. Aktivitas wisata ini dapat menjadi pusat kreatif yang menghasilkan produk wisata yang inovatif, dapat sebagai model pengembangan strategi destinasi dalam penciptaan produk budaya di bidang ekonomi dan event. Atraksi budaya yang dipentaskan di kota, menjadi sumberdaya yang menghubungkan komunitas lokal dan wisatawan (Yu & Ye, 2023).

Jenis destinasi Manggarai Barat memiliki tiga jenis destinasi sesuai Holloway,et.al (2009) yaitu: *rural destination* (destinasi perdesaaan); *urban destination* (destinasi kota); *seaside destination* (destinasi pesisir). Sebagai destinasi pesisir dengan pantai yang indah, festival olahraga (Sail Labuan Bajo) dengan media laut dapat menjadi alternatif pengembangan atraksi

budaya daerah Labuan Bajo. Dampak ekonomi dari wisata olahraga pada destinasi tertentu menawarkan peluang bisnis bagi masyarakat (Roche, at.al. 2013).

Dari faktor-faktor atau elemen pendukung destinasi sebagai destinasi Event termasuk MICE; tabel 11 berikut dapat digunakan sebagai bahan masukan koreksi atas pengelolaan yang telah dilakukan. Dari 7 (tujuh) komponen untuk mengembangkan destinasi sebagai destinasi dengan tujuan event wisata, terdapat adanya infrastruktur, transportasi, akomodasi, atraksi, catering, retail dan tempat rekreasi atau hiburan. Dalam pengelompokan event wisata sebagai produk wisata di destinasi, diperoleh gambaran bahwa Labuan Bajo perlu lebih menyiapkan 3 hal berikut yaitu fasilitas akomodasi, usaha catering dan usaha jasa retail atau jasa layanan pendukung perlengkapan event (acara) agar Labuan Bajo menjadi destinasi yang lebih bermanfaat dan berdayasaing.

Tabel 11
Desa Wisata Dengan 7 Elemen Event Wisata

Lokasi	Infrastruktur	Transportasi	Akomodasi	Atraksi	Katering	Retail	Rekreasi/ hiburan
Desa Komodo	Pulau Jalan tanah, paving	Tersedia Kapal laut Tidak ada motor / mobil	TT	Hewan Komodo	TT	TT	trekking
Desa Pasir Panjang, Pulau Rinca*	Pulau Jalan tanah	Tersedia Kapal laut Tidak ada motor / mobil	TT	Hewan Komodo	TT	TT	trekking
Desa Papagarang*	Pulau Jalan tanah	Tersedia Kapal laut Tidak ada motor/ mobil	TT	Alam dan Kampung Nelayan	TT	TT	mancing
Desa Rangko Kec. Boleng	Daratan Aspal	Motor, mobil	TT	Goa Rangko	Warung	TT	Sightseeing berenang
Desa Batu Cermin*	Daratan Aspal	Motor, mobil	homestay	Goa Batucermin	warung	TT	Hiking, Trekking Goa
Desa Gorontalo*	Daratan Aspal	Motor, mobil	hotel	Pantai Pede	Restoran Rumah makan	T	Renang sightseeing
Desa Golo Biras*	Daratan Aspal	Motor, mobil	Guest house	pantai	Rumah makan warung	TT	Tarian caci
Desa Loha Kec. Macangpacar	Daratan Aspal	Motor, mobil	Ecolodge Guest house	Air Terjun	Rumah makan warung	TT	Trekking renang
Desa Galang Kec. Welak	Daratan Aspal	Motor, mobil	TT	Istana Ular	Rumah makan warung	TT	trekking
Desa Coal Kec. Kuwus	Daratan Aspal	Motor, mobil	TT	Ekowisata Storynomic tourism	Rumah makan warung	TT	Sightseeing swafoto

Sumber : Event Wisata Labuan Bajo (Mahadewi, dkk, 2023)

Ket.: Daratan = wilayah pulau besar Flores (Manggarai Barat); TT = Tidak Tersedia' T = Tersedia

Dari elemen penentu penunjang destinasi Event-MICE, ada beberapa hal yang belum dipenuhi oleh desa wisata dalam kaitannya sebagai desa wisata berbasis event. Hotel- hotel di wilayah Labuan Bajo tersebar di kelurahan Labuan Bajo atau Kota Labuan Bajo, di Kampung Ujung, di Pulau Sebayur, Pulau Kanawa, Pulau Sabolon (*Le Pirate Island* yang viral) dan Pulau Seraya. Akomodasi di wilayah daratan adalah dengan kategori hotel bintang dan non bintang, sedangkan di pulau-pulau yang tersebar di Manggarai Barat, akomodasinya dominan dengan jenis villa, *ecolodge* dan non bintang. Artinya bahwa akomodasi di Labuan Bajo masih sangat terbatas, dibandingkan dengan jumlah kunjungan yang semakin meningkat.

PENUTUP

Sebagai masukan, simpulan dan saran dari pentingnya atraksi budaya desa sebagai produk event wisata adalah sebagai berikut:

- 1) Pelestarian budaya adalah langkah visi misi daerah Manggarai Barat dan untuk mendukung kegiatan kepariwisataan, perlu dibentuk event wisata yang berbasis budaya dengan tema, tempat di daerah pesisir Manggarai Barat. Kekuatan Manggarai Barat adalah pada alam pantai yang indah.
- 2) Jenis-jenis atraksi budaya desa wisata yang dapat sebagai produk wisata dapat bersumber dari atraksi budaya buatan maupun yang alami dari desa wisatanya; cara tradisional merawat binatang Komodo, Tari Caci dan atraksi budaya 'putar kopi', kuliner daerah bisa menjadi keunikan produk Labuan Bajo
- 3) Atraksi budaya daerah dapat menjadi mediasi kota dan desa serta daerah pesisir dalam mewujudkan citra destinasi Labuan Bajo yang utuh dan lebih baik; dengan harapan kunjungan wisatawan lebih meningkat.

Bahwa dalam pengembangan desa maupun destinasi yang baru berkembang, dapat menggunakan model penyusunan, pengelompokan event seperti yang diangkat dalam studi kasus destinasi Labuan Bajo ini. Masing-masing desa atau destinasi memiliki minimal 7 komponen dalam mendukung terwujudnya destinasi berbasis event wisata. Ketujuh komponen tersebut adalah adanya infrastruktur yang memadai, transportasi, akomodasi, atraksi, catering, usaha retail/dagang, dan sarana rekreasi atau hiburan. Atraksi Budaya yang secara rutin dikemas tiap tahun perlu dikemas dan dilaksanakan secara berkesinambungan. Peran pemerintah pusat menjadi harapan pemerintah daerah untuk mewujudkan desa sebagai destinasi yang layak dikunjungi. Perlu penyusunan event wisata dengan mengidentifikasi seni budaya, gastronomi daerah bersama para profesional, pakar maupun akademisi. Identifikasi atraksi budaya sebagai event wisata terus tiap saat dapat dilakukan dengan Kerjasama para pemangku kepentingan.

Untuk menjadikan desa wisata sebagai produk wisata berbasis event, elemen- elemen yang menentukan desa sebagai daerah tujuan wisata event perlu diperhatikan, ditingkatkan dan dikelola sumber dayanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjelicus, P. (2021). Pariwisata Super Premium di Labuan Bajo. Jurnal itb.ac.id. Warta Pariwisata. Institut Teknologi Bandung
- Badan Pusat Statistik.BPS. (2022). Kunjungan Wisatawan ke TN. Komodo masih di bawah Level Pra-Pandemi. Databox.katadata.co.id
- Berridge, G. 2007. *Events Design and Experience*. Event Management Series. Elsevier UK : Butterworth Heinemann,
- Botti, A., Monda, A. & Vesci, M "Organizing Festivals, Events and Activities for Destination Marketing" *In Tourism Planning and Destination Marketing*.; 203-219. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-291-220181010>
- Buttler. R. (2009). Tourism Policy and Destination Marketing in Developing Countries: The Chain of Influence. *Tourism Planning and Development Content Analysis*. Greenwich
- Capriello, A. (2019). "The Strategic Management of Events for Destination Marketing" *Tourism Planning and Destination Marketing*. 221-237. *Strategic Planning and Destination Marketing*. Emerald Insight. doi:10.1108/978-1-78756-291-220181011
- D'Angella, F. Friel. M., Miglietta, A., & Sainaghi, R. (2021)1. Cultural events for a Sustainable Tourism Development in Urban Destination: the Case of Milan's Week. *Italian Journal of Management*. <https://doi.org/10.7433/s114.2021.07>
- Dimanche, F. 1997. *Special Events Legacy, The 1984 Louisiana World's Fair in New Orleans*. Fakultas Perhotelan, Restoran, dan Administrasi Pariwisata, Sekolah Tinggi Administrasi Bisnis: Universitas New Orleans.
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2022. Visitor Exit Survey.
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2023. Paparan Presentasi Pariwisata Labuan Bajo.
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2023. Data Kunjungan Wisatawan ke Manggarai Barat 2016-2023
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2023. Data Obyek Wisata Manggarai Barat
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2023. Data Pelaku Ekraf
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2023. Dampak dan Kontribusi Pembangunan DPSP Labuan Bajo terhadap Perekonomian Nasional dan Daerah.
- Dinas Pariwisata, Ekonomi Kreatif dan Budaya Manggarai Barat. 2021. Keputusan Bupati Manggarai Barat tentang Desa Wisata. SK. No.106/KEP/HK/2021
- Evan, N. (2015). *Strategic Management in Tourism, Hospitality and Event*. Second Edition. Routledge Taylor & Francis Group. London & New York
- Esu, B.B., Arrey, V.M.E (2009). Branding Cultural Festival as a Destination Attraction: A Case Study of Calabar Carnival Festival. *International Business Research*. Vol.2 No.3 Nigeria
- Feming, T. (2021). Indonesia, Labuan Bajo Cultural Cities Profile East Asia. British Council
- Font, X. 1997. Managing the Tourist Destination Image. *Journal of Vacation Marketing*.
- Fernandez, J.A.F., Di-Clemente, E., & Mogollon, J.M.H. (2019). Food Festivals and the Development of Sustainable Destinations. The Case of The Cheese Fair in Trujillo (Spain). *Journal Sustainability*. MDPI. *Sustainability* **2019**, *11*, 2922; doi:10.3390/su11102922
- Getz, D. 1991. *Festivals, Special Events and Tourism*. New York: Van NostrandReinhold.

- Getz, D. 1997. *Event Management and Event Tourism*. New York: Cognizant Communications.
- Getz, D. Frisby, W. 1988. *Evaluating Management Effectiveness in Community-Run Festivals*. Journal of Travel Research.
- Getz, D. 2008. *Progress in Tourism Management, Event Tourism: Definition, Evolution and Research*. Haskayne School of Business University of Calgary. 2500 University Ave. NW.Calgary Alberta Canada T2N 1N4: Elsevier.
- Goldblatt,J. 2004. *Professional Event Coordination*. Canada: John Willey and Sons.
- Gomez-Casero, G., Alba, C.A.J., Lopez-Guzman, T., & Galvez, J.C. P. (2020). Theatre Festival as a Tourist Attraction: A Case Study of Almagro International Classical Theatre Festival, Spain.
- Guanah, J.S. (2023). Exploring the Cultural Tourism Potentials of Niger Delta, Nigeria: A Focus on Seigbein Festival of Kabowei Kingdom. *Rajashtali Journal*. Vol.2 . Issue 4.
- Gunn, CA. 2002. *Tourism Planning*, Fourth edition. Basics, Concepts and Cases. Routledge New York.
- Hazel, D. & Mason, C. (2020). The Role of Stakeholders in Shifting Environmental Practices of Music Festivals in British Columbia, Canada. *International Journal of Event and Festivals Management*. Vol.11. No.2. Emerald.com
- Jafari, J. Xiao, H. (2020). *Encyclopedia of Tourism*. Springer Charm. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6>
- Jago, L. Hede, A. M. 2004. *Segmentation of Special event Attendees Using Personal Values: Relationships with Satisfaction and Behavioral Intentions*. <http://www.haworthpress.com/web/JQAHT>: Haworth Press, Inc.
- Jago, L. Deery, M. 2005. *Relationships and Factors Influencing Convention Decision Making*. Journal of Convention & Event Tourism.
- Kiwang, A.S. & Arif, F.M. (2020). Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Labuan Bajo Akibat Pembangunan Pariwisata. *Gulawentah, Jurnal Studi Sosial*.
- Kong. W.K, Cros. H. & Ong, V.E. (2015). *Tourism Destination Image Development: A Lesson from Macau*.
- Lim-Tan, K., Sim, A.K.S., Chai, D., Beck, L. (2020). Participant well being and Local Festivals: The Case of The Miri Country Music Festival, Malaysia. *International Journal of Event and Festivals Management*. Vol.14. No.4. Emerald.com, DOI 10.1108/IJEFM-02-2020-0007
- Lobo, C. Augusto, R. & Chim-Miki, AF. (2022). Events Image from the Host-City Residents' Perception: Impacts on The Overall City Image and Visit Recommend Intention. *International Journal of Tourism Cities*. Emerald Publishing Limited. ISSN 2056-5607
- Mahadewi, NME. (2014). Pengaruh Atribut Destinasi MICE, Promosi dan Kepuasan terhadap Image dan Revisit Wisatawan ke Bali. Disertasi. Universitas Udayana
- Mahadewi, NME. (2018). *Metodologi Penelitian Pariwisata, Usaha Perjalanan dan Hospitaliti: dari Konsep ke Implementasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mahadewi, NME. (2018). *Event & MICE: Red Hot Industry. Usaha Jasa Pertemuan, Insentif, Konferensi, Pameran dan Perhelatan*. PT.Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Mahadewi, NME. (2020). *Event Tourism. Presentation Event Management*. institutetourism.com
- Mahadewi, NME. (2023). Pengembangan Desa Kreatif melalui Pengelolaan Sumber Daya Wisata Perdesaan. dalam *Buku Desa Wisata: Membangun Desa dengan Pariwisata*. Penerbit Puslitabmas Poltekpar Bali

- Mahadewi, NME, Wirata, IN., Citrawati, LP, Darmiati, NM, Utama,P (2023). Pengembangan Atraksi Budaya Desa Wisata sebagai Produk Event dalam Upaya Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan ke Destinasi Labuan Bajo Manggarai Barat Nusa Tenggara Timur . Penelitian Institusi. Politeknik Pariwisata Bali
- Niekerk, M.V. (2017). Contemporary Issues in Events, Festivals and Destination Management. Guest Editorial. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. Vol.29. No.3. p.842-847. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-01-2017-0031>
- Peraturan Daerah Kabupaten Manggarai Barat No.3 tahun 2014 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Manggarai Barat tahun 2014- 2025.
- Peraturan Daerah Kabupaten Manggarai Barat No.4 tahun 2014 tentang Penyelenggaraan dan Pengelolaan Kepariwisata Kabupaten Manggarai Barat.
- Pirnar, I., Kurtural, S., Tutuncuoglu, M. (2019). Festivals and Destination Marketing: An Application from Izmir City. *Jpurnal of Tourism, Heritage & Service Marketing*, Vol.5 No.1 p. 9-14. <http://doi.org/10.5281/zenodo.2640987>
- Prokofieva, N (2020). Cukural Event in The Creative Space of Veliky. *European Proceedings of Social and behavioral Sciences*. DOI: 10.15405/epsbs.2021.05.02.117
- Raimkulov, M. Juraturgunov, H, Ann, Y. (2021). Destination Attractiveness and memorable Travel Experiences in Silk Road Tourism in Uzbekistan. *MDPI. Sustainability Journal*. <https://doi.org/10.3390/su13042252>
- Rammer. S. (2018). Tourism Impacts in Labuan Bajo. *Swisscontact. Tourism Assesment*. Tandilino, S.B. 2022. Identifikasi Desa Wisata Tematik dalam Rangka Mendukung Destinasi Wisata Super Premium Labuan Bajo Nusa Tenggara Timur. *Jurnal Tourism*. Vol.5.No.2 77-85. Politeknik Negeri Kupang
- Ramely, A., Ab Talib, M. F., Ahmad, R. & Yusof, N.A.M. (2023). Examining pestel analysis of event businesses in Malaysia. *Journal of Event, Tourism and Hospitality Studies*, 3, 57-79. <https://doi.org/10.32890/jeth2023.3.4>
- Reverte, F.G., & Izard, O.M., ((2011), "The role of social and intangible factors in cultural event planning in Catalonia", *International Journal of Event and Festival Management*, Vol. 2 Iss 1 pp. 37 – 53, <http://dx.doi.org/10.1108/17582951111116605>
- Ricards, G., & King, B. (2022). The Experience of Cultural Festivals: Evidence from Hong Kong, *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 14:3, 296-309, DOI: 10.1080/19407963.2022.203324928.
- Roche, S., Spake, D.F., Joseph, M. (2013). A Model of sporting Event Tourism as Economic Development. *Sport, Business and Management An International Journal*. Vol.3.No.2 p.147-157. Emerald Insight. <http://dx.doi.org/10.1108/20426781311325078>
- Rogers, T. 2003. *Conferences and Conventions: A Global Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Severino, F.S., & Silva, F. (2023). The Trend of Japanese Pop Culture and Its Differentiating Approach through Event Tourism. *International Journal of Event and Festivals Management*. Vol.14. No.4. Emerald.com
- Skandalis, A., Banister, E., & Byrom, J. (2023). Spatial Authenticity and Extraordinary Experiences: Music Festivals and The Everyday Nature of Tourism Destination. *Journal of Travel Research*. SAGE Pub. DOI: 10.1177/00472875231159054

- Tirpakova, M., Blistanova, M., Ondicova, M., & Galanda, J. (2023). Environmental Analysis as A Part of The Context in The Risk Management Process. TEM journal Vol.12. Issue 1. 133-139
- Utama, GB. Mahadewi, NME., Krismawintari, NPD. (2022). Metodologi Penelitian Bidang Manajemen dan Pariwisata. Dilengkapi Studi Kasus dan Pembahasannya. Deepublish Digital. Yogyakarta
- Wagen, L. V. 2007. *Event Management, for Tourism, Cultural, Business, and Sporting Events*. Pearson Education Australia. Pearson Hospitality Press. ISBN 97807339888806 (pbk).
- Zarotis, G. F. (2021). The Importance and Impact of Cultural Events on Sustainable Development in Tourist Destinations. Himalayan Journal Economic and Business Management. Vol. 2 . Issue 3, May-Jun. 174-181. DOI: 10.47310/Hjebm.2021.v02i03.018

PENGARUH FESTIVAL PANDAWA BEACH TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE PANTAI PANDAWA

Luh Putu Citrawati
Indah Kusumarini

Politeknik Pariwisata Bali

PENDAHULUAN

Bali merupakan salah destinasi pariwisata dunia. Bali dikenal oleh para wisatawan karena potensi alam yang indah sekali seperti gunung, sawah, serta pantai dengan beragam pasir hitam dan putih. Tersedianya fasilitas pendukung pariwisata, seperti Bandara International dan Domestik, penyewaan transportasi, dan beragam jenis akomodasi penginapan juga menjadi factor pendukung wisatawan ingin menghabiskan liburanya di Bali. Sektor pariwisata diakui pemerintah daerah Bali dan Pusat telah mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Bali dan peningatan devisa negara.

Dalam perjalanan pariwisata Bali ada masa naik dan turun. sector pariwisata sangat sensitive dengan isu-isu keamanan, Kesehatan. Misalnya bencana alam, wabah penyakit. Seperti apa yang terjadi pada tahun 2019, munculnya wabah *Covid 19* yang telah melanda dunia. Wabah ini berdampak terhadap turunnya kunjungan wisatawan ke Bali. Wabah yang berlangsung sampai 2 tahun lebih, telah membuat lumpuh pariwisata Bali. Segala usaha yang di upayakan pun menunjukkan hasil yang negatif sehingga banyak usaha yang gulung tikar. Tak hanya itu, beberapa pekerjapun terpaksa harus diberhentikan dari pekerjaannya masing-masing. Semenjak adanya Pandemi *Covid-19* tentunya sangat berpengaruh bagi sektor pariwisata, salah satunya daya tarik wisata.

Hingga saat ini menurut Wakil Gubernur (Wagub) Bali, Tjokorda Oka Artha Ardhana Sukawati, bahwa wisata bahari masih menyimpan potensi besar untuk dikembangkan. Bahkan, di tengah pandemi *Covid-19* yang belum menunjukkan tanda-tanda akan segera berakhir, wisata bahari bisa menjadi alternatif di tengah mati surinya sektor pariwisata Bali .Salah satu contohnya yaitu Pantai Pandawa yang terletak di Kabupaten Badung, tepatnya terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Hal yang menarik dari pantai pandawa adalah adanya deretan patung di tebing yang tinggi. yaitu patung Panca Pandawa tokoh penting dalam kisah Mahabharata, patung Arjuna, Bima, Yudistira, dan si kembar Nakula

dan Sadewa, Dewi Kunti, Dharmawangsa.

Wisatawan dapat melakukan aktifitas selancar pad bulan April dan Oktober. Karena pada bulan ini ombak lebih tinggi dari biasanya. Aktiftas lain yang bisa dilakuka wisatawan adalah bermain snorkling, berenang, bermain Kano, Paralayang, melihat budidaya Rumput Laut, kuliner, berbelanja Souvenir, bersua foto dengan latar pemandangan yang indah tebing-tebing menuju ke pantai. Adapun jumlah kunjungan wisatawan ke pantai Pandawa dari tahun 2017-2021 terlihat pada data di bawah ini :

Tabel 1.1
Jumlah Pengunjung wisatawan Domestik di DTW Pantai Pandawa dari tahun 2017 - 2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik	Pertumbuhan (%)
2017	1.835.471	0,19%
2018	1.706.404	-0,07%
2019	1.483.631	-0,13%
2020	539.525	-0,63%
2021	362.167	-0,32%

Sumber : Unit Manajemen BUMDA Pantai Pandawa

Berdasarkan Tabel 1.1 tersebut, diketahui bahwa jumlah wisatawan domestik di DTW Pantai Pandawa mengalami penurunan pada tiap tahunnya. bahkan sebelum terjadinya masa pandemi. Menurunnya data kunjungan tentunya sangat dipengaruhi oleh keputusan berkunjung wisatawan.

Sebelum adanya keputusan berkunjung oleh wisatawan, hal yang mempengaruhi yaitu minat berkunjung. Teori minat berkunjung dapat dianalogikan seperti minat membeli suatu produk. Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu daya tarik wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Menurut Kotler (2008), terdapat empat indikator dalam minat berkunjung yaitu:

- 1) Perhatian (*attention*), menilai atau mempelajari suatu produk atau jasa yang ditawarkan atau yang dibutuhkan.
- 2) Ketertarikan (*interest*), tertarik untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan setelah mendapatkan informasi yang lebih terperinci mengenai produk atau jasa yang ditawarkan.

- 3) Keinginan (*desire*), memikirkan produk atau jasa yang ditawarkan karena mulai timbul keinginan untuk membeli.
- 4) Aksi (*action*), mempunyai keyakinan yang tinggi untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.

Untuk menarik minat kunjungan wisatawan tentunya pengelola daya tarik wisata membuat berbagai kegiatan yang dapat menarik kunjungan bagi wisatawan. Daya tarik wisata adalah sesuatu yang memiliki daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak dijual ke pasar. Daya tarik wisata juga, merupakan motivasi utama bagi pengunjung melakukan kunjungan wisata atau dengan kata lain segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan yang mengunjungi suatu daerah tertentu.

Dalam proses meningkatkan minat pengunjung, pihak Bumdes Kutuh secara konsisten menyelenggarakan Festival Pandawa Beach sejak tahun 2017. Pandawa Beach Festival merupakan bagian promosi pariwisata yang menonjolkan keindahan pantai Pandawa sebagai pantai baru yang berada di balik tebing. Festival ini biasanya dilangsungkan mulai tanggal 25 Desember hingga 1 Januari. Pada acara tersebut ditampilkan kesenian tradisional yang dimiliki oleh Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, serta beberapa pihak yang turut bekerja sama dalam meramaikan acara, baik dari lokal Bali, luar Bali dan mancanegara. Festival ini dirangkai dengan beragam acara yang menarik, seperti acara musik dan Nautical Festival. Dalam acara Nautical Festival pengunjung dapat menikmati beragam kuliner rumput laut yang berasal dari hasil budidaya warga setempat. Selain itu ada pula acara bazar yang dihadiri beragam vendor kuliner di Bali, fashion dan aksesoris. Acara musik yang disemarakkan oleh para seniman Bali. Pada acara festival Pandawa Beach dari tahun ke tahun menunjukkan peningkatan jumlah pengunjung. Hal ini dapat dilihat pada table 1.2 di bawah ini.

Tabel 1.2
Jumlah Pengunjung Pandawa Beach Festival tahun 2017 – 2021

Tahun	Jumlah Kunjungan Wisatawan	Pertumbuhan (%)
2017	520.939	-

2018	700.534	34,48%
2019	783.611	11,86%
2020	47.229	-93,97%
2021	55.291	17,07%

Sumber : Unit Manajemen BUMDA Pantai Pandawa

Berdasarkan Tabel 1.2 diketahui bahwa setiap tahunnya terjadi peningkatan pengunjung *Pandawa Beach Festival* yang mulanya terdapat 520,939 pengunjung di tahun 2017 lalu selanjutnya di tahun 2018 meningkat sebesar 34,48%, pada tahun 2019 meningkat kembali sebesar 11,86%, sedangkan pada tahun 2020 dimana pada saat itu terjadi pandemi *Covid-19* sehingga mengalami penurunan sebesar 93,97% dan pada tahun 2021 kembali mengalami peningkatan sebesar 17,07%. Berdasarkan hasil diatas dapat didapatkan gambaran bahwa pengunjung di festival *Pandawa Beach* cenderung meningkat. Hal ini berbanding terbalik dengan jumlah kunjungan di pantai Pandawa yang ada pada Tabel 1.1.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak BUMDA Pantai Pandawa, pihaknya selalu memperhatikan minat dan ketertarikan masyarakat dalam menjalankan Event *Pandawa Beach Festival*. Selain dari kegiatan budaya pihak penyelenggara juga melihat dari segi hoby masyarakat sekitar dengan harapan dapat meningkatkan minat berkunjung ke Pantai Pandawa.

Usaha yang dilakukan pihak penyelenggara *Pandawa Beach Festival* telah terbukti dapat meningkatkan minat serta kunjungan dari wisatawan. Tetapi jika dilihat data pada Tabel 1.1 jumlah pengunjung ke pantai Pendawa mengalami penurunan dari tahun 2017 ke tahun -tahun berikutnya. Hal ini menjadi fenomena menarik yang perlu diteliti lebih lanjut.

Penelitian terkait event dan festival telah dilalukan oleh beberapa peneliti. Vesci & Botti. (2017) menganalisis Kualitas festival kulinier lokal dan kecil di Italia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas makanan dan minuman, layanan staf dan informasi sangat menentukan sikap peserta terhadap festival lokal dan niat mereka untuk mengunjungi kembali. Dani Fajrul. (2021), menganalisis Pengaruh Emotion, Kualitas Festival, Citra Festival terhadap Kepuasan pengunjung Festival Budaya “Tabuik Piaman di kota pariaman. Dani juga menganalisis Niat berkunjung kembali pengunjung ke acara Festival Budaya “Tabuik Piaman” Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi emotion, kualitas festival, berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Dimensi“ citra” berpengaruh positif, tidak signifikan terhadap kepuasan

penonton terhadap penyelenggaraan Festival Tabuik Piaman.

Kepuasan penonton berpengaruh positif signifikan terhadap niat erkunjung ulang pada acara Festival Budaya “Tabuik Piaman” di Kota Pariaman.

1.1 Hasil Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh Festival Pandawa *Beach* terhadap Minat berkunjung wisatawan ke pantai Pendawa. Populasi yang digunakan adalah pengunjung ke pantai Pandawa selama lima tahun terakhir, yakni sebanyak 5.927.198 orang .Jumlah sampel penelitian ini sebanyak 100 responden. Data penelitian diperoleh dari hasil pengisian angket yang disebarakan pada bulan Agustus 2022.kepada pengunjung Pandawa *Beach Festival*.

Angket sebelum disebarakan telah diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Dari hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05 atau $\alpha = 5\%$ dengan derajat bebas (*degree of freedom*). $Df = n - 2$, untuk $n = 100$, maka $df = 100 - 2 = 98$. Berdasarkan tabel distribusi r, nilai $r_{tabel} = 0,196$. Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai r hitung $> r_{tabel}$ atau valid. Hasil uji reliabilitas dapat di lihat pada Tabel berikut.

Tabel 2.1
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Total Item Pernyataan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Pandawa <i>Beach Festival</i> (X)	10	0,903	Reliabel
Minat Berkunjung (Y)	12	0,726	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2022

Tabel 2.1 dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha untuk variabel Festival Pandawa adalah 0,421 dan nilai Minat Berkunjung adalah 0,726. Hasil reliabilitas menunjukkan bahwa Cronbach's Alpha seluruh variabel penelitian bernilai lebihdari 0,60. Hal ini berarti instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel atau dapat dipercaya.

Dari hasil penyebaran angket diketahui , responden perempuan lebih dominan dengan jumlah 54 orang (54%) dan 46 orang laki-laki(46%) . Dari segi usia, paling banyak pada rentang usia 18 s/d 24 tahun, yakni sebanyak 63%. Sisanya usia 24 tahun ke atas. Berdasarkan pekerjaan,

terbanyak adalah karyawan swasta, yakni sebanyak 58%. Pelajar; 31 % .

1.2.1 Penilaian Responden Terhadap Variabel Festival Pandawa Beach

Untuk mengetahui persepsi pengunjung terhadap festival Pandawa Beach, maka digunakan angket yang berisi dimensi festival , yakni dimensi service, harga dan aksesibilitas. Hasilnya dapat dilihat pada table 2.2

Tabel 2.2
Nilai Rata-Rata Mengenai Pandawa Beach Fest

Dimensi	Sub dimensi	SS	S	N	TS	STS	JumlahSkor	Rata-rata	Ket
<i>Service</i>	P 1	25	25	28	20	2	351	3,51	Baik
	P 2	19	33	24	23	1	346	3,46	Baik
	P 3	28	39	24	8	1	385	3,85	Baik
	P4	29	27	22	20	2	361	3,61	Baik
<i>Price</i>	P 5	25	32	24	16	3	360	3,60	Baik
	P 6	25	36	20	18	1	366	3,66	Baik
	P7	36	40	20	4	0	408	4,08	Baik
<i>Accesibility</i>	P 8	31	47	19	3	0	406	4,06	Baik
	P9	46	33	18	3	0	422	4,22	angat Baik
	P 10	33	41	22	4	0	403	4,03	Baik
Total							3808	38,08	
Rata-rata							380,8	3,81	Baik

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Dari tabel di atas diketahui nilai tertinggi untuk Festival Pandawa Beach terdapat pada dimensi accessibility, nilai rata-rata 4,22. Nilai terendah terdapat pada dimensi service, nilai rata-rata 3,46. Penilaian pengunjung terhadap pelaksanaan festival Pandawa Beach secara keseluruhan adalah 3,81 (baik).

Tabel 2.3
Nilai Rata-rata Dimensi Variabel Festival Pandawa Beach

Dimensi	JumlahSkor	Rata-rata	Keterangan
<i>Service</i>	1443	3,61	Baik

<i>Price</i>	1134	3,78	Baik
<i>Accesibility</i>	403	4,10	Baik
Total	2980	3,83	Baik

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Tabel 2.2 menunjukkan nilai rata-rata setiap dimensi pada variabel Festival Pandawa Beach, pada dimensi *Accesibility* memiliki rata-rata tertinggi sebesar 4,10 (Baik). Dimensi *Service* memiliki rata-rata terendah sebesar 3,61 (Baik). Secara keseluruhan variabel Festival Pandawa Beach mendapat penilaian baik dengan nilai rata-rata 3,83.

1.2.2 Penilaian Responden Terhadap Variabel Minat Berkunjung

Pada Tabel 2.3 dapat diketahui nilai rata-rata minat berkunjung ke Pandawa Beach Festival adalah 4,09 (baik.). Nilai tertinggi untuk minat berkunjung terdapat pada dimensi Minat Transaksional dan Minat Eksploratif dengan nilai rata-rata 4,37. Nilai terendah pada dimensi *Action*, dengan nilai rata-rata 3,84.

Tabel 2.4
Nilai Rata-rata Dimensi Variabel Minat Berkunjung

Dimensi	Jumlah Skor	Rata-rata	Keterangan
Minat Transaksional	437	4,37	Sangat Baik
Minat Eksploratif	437	4,37	Sangat Baik
Minat Refrensial	415	4,15	Baik
<i>Attentiom</i>	396	3,96	Baik
<i>Interest</i>	396	3,96	Baik
<i>Desire</i>	400	4,00	Baik
<i>Action</i>	384	3,84	Baik
Total	2865	4,09	Baik

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

1.2.3 Analisis Regresi linier Sederhana

Analisis Regresi Linier sederhana, bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh

variabel bebas yakni “Festival Pandawa *Beach*”(X) terhadap variabel terikat “Motivasi Minat Berkunjung”(Y). Tabel 2.5 merupakan hasil perhitungan SPSS versi 25 untuk analisis regresi linear sederhana hubungan variable X terhadap variable Y.

Tabel 2.5
Hasil Uji Regresi Sederhana variabel “Festival Pandawa *Beach*” terhadap variable “Motivasi Minat Berkunjung”

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.448	.149		16.415	.000
	dawa <i>Beach</i> Festival	.421	.038	.742	10.948	.000

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Pada Tabel di atas dapat dilihat dari nilai konstanta sebesar 2,448 dan koefisien Pandawa *Beach Festival* sebesar 0,421. Berdasarkan nilai konstanta dan nilai koefisien regresi yang diperoleh masing-masing variable bebas diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 2,448 + 0,421 X$$

Berikut ini merupakan interpretasi dari persamaan regresi linear linear sederhana tersebut.

- a. Konstanta =2,448

Nilai konstanta sebesar 2,448 artinya jika variabel (Festival Pandawa *Beach*) ditiadakan maka “Minat Berkunjung” bernilai sebesar 2,448. Nilai konstanta positif menunjukkan pengaruh positif variabel bebas(Pandawa *Beach Festival* . Bila variabel bebas naik atau berpengaruh satu satuan, maka variabel “Minat Berkunjung” akan naik.

- b. Pandawa *Beach Festival* (X1) = 0,421

Nilai koefisien regresi variabel Festival Pandawa *Beach* (X1) terhadapMinat Berkunjung (Y) sebesar 0,421. Artinya jika Festival Pandawa *Beach* (X1) mengalami kenaikan satu satuan, sementara variabel lainnya tetap maka Minat Berkunjung (Y) akan mengalami peningkatan sebesar 0,421. Koefisien korelasi bernilai positif artinya Festival Pandawa *Beach* (X1) danMinat

Berkunjung (Y) memiliki pengaruh positif. Kenaikan Festival Pandawa *Beach* (X1) akan mengakibatkan kenaikan pada Minat Berkunjung (Y).

Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas *Pandawa Beach Festival* terhadap *Minat Berkunjung*. Dasar pengambilan keputusan uji t terdiri dari dua pertimbangan yaitu perbandingan nilai t hitung dengan t tabel dan berdasarkan nilai signifikansi. Berdasarkan pengujian dengan IBM SPSS Statistik 25 diperoleh hasil uji t pada Tabel 4.14 berikut ini.

Tabel Hasil Uji t

Variabel	t-hitung	Sig.	Keterangan
<i>Pandawa Beach Festival</i>	10,948	0,000	Positif dan Signifikan

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel di atas maka dapat dirumuskan uji t sebagai berikut:

1. Uji t variabel *Pandawa Beach Festival* (X) terhadap Minat Berkunjung (Y)

a. Menguji Hipotesis

H01 : Tidak ada pengaruh signifikan antara *Pandawa Beach Festival* terhadap Minat Berkunjung.

Ha1 : Adanya pengaruh signifikan antara *Pandawa Beach Festival* terhadap Minat Berkunjung.

b. Menentukan nilai thitung

Berdasarkan di atas, dapat dilihat bahwa nilai thitung *Pandawa Beach Festival* (X) sebesar 10,948 dengan signifikansi kurang dari nilai α ($0,000 < 0,05$).

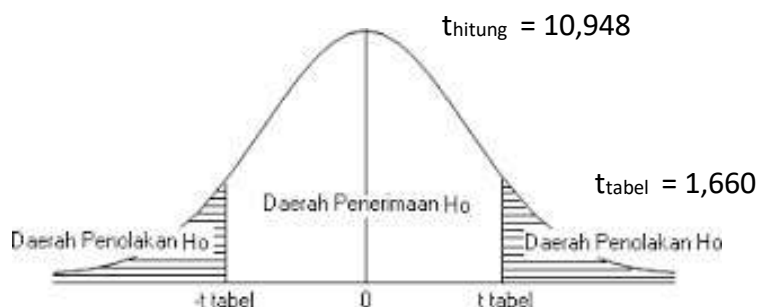
c. Menentukan nilai ttabel

Level of significancy yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebesar 0,05 atau α (taraf kepercayaan) = 5% dengan derajat khusus kebebasan (*degree of freedom*) $df = n - k$. Nilai $n = 100$ dan $k = 1$, maka $df = 100 - 1 = 99$. Besarnya $t_{tabel} = t_{(\alpha, df)}$ sehingga nilai yang dicari adalah $t_{(0,05,99)}$.

Berdasarkan tabel distribusi t nilai $t_{tabel} = 1,660$.

d. Membandingkan nilai thitung dengan ttabel

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $< \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikansi $> \alpha$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.



Gambar 2.1

Kurva Distribusi Uji t Pengujian Koesfisien Pandawa *Beach Festival* (X) Terhadap Minat Berkunjung (Y)

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,948 > 1,660$) dan nilai signifikansi $< \alpha = 0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Pandawa *Beach Festival* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung dengan tingkat kesalahan 5 persen, keyakinan 95 persen dan derajat kebebasan 99.

1.2.6 Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya presentase variabel yang diteliti, yaitu variabel bebas Pandawa *Beach Festival* terhadap Minat Berkunjung. Pada Tabel 2.8 berikut ditampilkan hasil perhitungan analisis koefisien determinasi.

Tabel 2.8
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Error of theEstimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------

1	.742 ^a	.550	.546	.27795
---	-------------------	------	------	--------

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Berdasarkan Tabel di atas terlihat nilai R square sebesar 0,550 sehingga dapat diketahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan rumus berikut:

$$\begin{aligned} \text{Koefisien Determinasi} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0,550 \times 100\% \\ &= 55,0\% \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan di atas dapat dijelaskan bahwa kontribusi variabel *Pandawa Beach Festival* terhadap Minat Berkunjung sebesar 55,0% sementara sisanya sebesar 45,0% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan uji t diketahui, nilai thitung > ttabel (10,948 > 1,660). Hal ini menunjukkan bahwa penyelenggaraan festival *Pandawa Beach* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Berkunjung masyarakat ke pantai Pandawa.

Hal ini sesuai dengan pendapat Kotler (2006: 198), yang menyatakan bahwa minat pembelian pada konsumen dapat disamakan dengan minat berkunjung pada wisatawan karena dapat dilihat pada perilaku yang sama. Wisatawan dalam memutuskan untuk berkunjung memiliki berbagai pertimbangan seperti halnya konsumen sebelum melakukan pembelian. Minat menurut Kotler (2000: 165) adalah suatu dorongan, rangsangan internal yang kuat yang memotivasi tindakan dan dipengaruhi oleh stimulus dan perasaan positif terhadap sebuah produk.

Dari hasil analisis data diketahui beberapa motif dan dorongan wisatawan mengunjungi festival pantai Pandawa. Dari table 2.3 diketahui bahwa motif tertinggi adalah adanya minat transaksional dan eksploratif. Minat transaksional adalah adanya kecenderungan konsumen untuk selalu membeli produk barang dan jasa yang dihasilkan perusahaan, ini didasarkan atas kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan tersebut.

Selain pertunjukkan kesenian, pada acara festival *Pandawa beach*, pengunjung dapat menikmati kuliner, dapat belanja aneka souvenir di stand-stand yang telah disediakan panitia. Sedangkan minat eksploratif merupakan minat yang menggambarkan perilaku konsumen yang selalu

mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut. Penyelenggaraan festival Pandawa dengan venue esotik tebing-tebing sepanjang pantai menjadi daya Tarik tersendiri pantai Pandawa. Pantai ini saja yang dikelilingi tebing-tebing tinggi. Sehingga sering dijadikan spot foto.

Tabel 2.3
Nilai Rata-rata Dimensi Variabel Minat Berkunjung

Dimensi	Jumlah Skor	Rata-rata	Keterangan
Minat Transaksional	437	4,37	Sangat Baik
Minat Eksploratif	437	4,37	Sangat Baik
Minat Refrensial	415	4,15	Baik
<i>Attentiom</i>	396	3,96	Baik
<i>Interest</i>	396	3,96	Baik
<i>Desire</i>	400	4,00	Baik
<i>Action</i>	384	3,84	Baik
Total	2865	4,09	Baik

Sumber: Hasil data penelitian yang diolah (2022)

Oleh karena itu untuk menjawab keinginan konsumen atau pengunjung, maka perlu diketahui hal-hal yang menarik dari pantai Pandawa. Selain itu perlu diketahui tanggapan pengunjung terhadap penyelenggaraan festival pantai Pandawa. Mengingat hasil pengolahan data menunjukkan korelasi yang kuat, yakni 55% pengaruh variabel festival terhadap minat berkunjung, maka perlu dilakukan berbagai strategi untuk meningkatkan kualitas dan kuantitas festival pantai Pandawa. Hasil survey diketahui bahwa aksesibilitas mendapatkan penilaian positif dari pengunjung. Seperti mudahnya mendapatkan lahan parkir. Sedangkan yang mendapatkan nilai kurang adalah pada unsur pelayanan tiket yang memunculkan antrian panjang. Untuk mengantisipasi supaya tidak terulang lagi, maka perlu dipikirkan penambahan konter pembelian tiket masuk. Terlebih setelah wabah covid 19, kita tidak boleh lengah, tetap menerapkan CHSE demi menjaga keamanan dan kenyamanan bersama.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui adanya korelasi penyelenggaraan festival pantai Pandawa terhadap minat berkunjung masyarakat ke pantai Pandawa. Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel, (nilai t hitung > t tabel = 10,948 > 1,660). Hal ini menunjukkan bahwa variabel X (festival pantai Pandawa) berpengaruh positif terhadap variable Y (minat berkunjung masyarakat ke pantai Pandawa) .

Dari penghitungan Koefisien Determinasi, diketahui pengaruh variable X terhadap variable Y sebesar 55%. Artinya penyelenggaraan festival Pantai Pandawa memberikan pengaruh terhadap tingkat kunjungan masyarakat ke pantai Pandawa sebesar 55%.

Dimensi festival Pandawa yang mendapat penilaian tinggi adalah pada unsur mudahnya mendapatkan lahan parkir. Sedangkan yang mendapat penilaian kurang adalah pada unsur pelayanan tiket yang menimbulkan antrian panjang. Dilihat dari segi motivasi dan minat, secara umum masyarakat berkunjung ke pantai Pandawa didasari oleh motivasi atau keinginan eksploratif dan transaksional.

Saran

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diketahui pada dimensi service mendapat penilaian terendah dari pengunjung festival. Khususnya pada pelayanan tiket dimana menimbulkan antrian panjang. Untuk perbaikan ke depan, sebaiknya pihak panitia menyediakan konter tambahan untuk pembelian tiket supaya tidak menimbulkan kerumunan dan antrian

DAFTAR PUSTAKA

- Any, Noor. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta. Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rienika Cipta.
- Ananto, O. 2018. Persepsi pengunjung pada objek wisata danau buatan kota pekanbaru. *Jurnal Organisasi dan Manajemen Fisip*. 5(1):1-11
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Hoyle, Leonard H. 2002. *Event marketing : how to successfully promote events, festivals, conventions, and expositions*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Kaeppler, Adrienne L. 1987. "Pasific Festivals and Ethnic Identity". Dalam Alessandro Falassi (Ed.). *Time Out of Time: Essays on the Festival* (hlm.162-170). New Mexico: University of New Mexico Press.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium* diterjemahkan Benyamin Molan: PT. Prenhallindo: Jakarta.
- Mestika Zed, *Metode Penelitian Kepustakaan, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, Cet. ke- 1, 2004*.
- Nyoman S. Pendit. 2003. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Philip Kotler dan Kevin L. Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran edisi ke 12 Jilid ke 1*. New Jersey, Indeks
- Ridwan, M. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Sofmedia, Medan
- Riyanto, Y. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Surabaya: Penerbit SIC.
- Rosady, Ruslan, SH, MM 2010. *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sitorus, Nova. 2022. Analisis Potensi Community Based Tourism Daya Tarik Wisata Tebing Koja. *Edutourism Journal of Tourism Research*. Banten: Pradita University Tangerang.
- Sugiyama, A. G. (2011). *Ecotourism : Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2010). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sunjoyo et., al. 2013. *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Widoyoko, Eko Putro. 2014. *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Zed, Mestika, *Metode Penelitian Kepustakaan, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2004*

