

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI



ANALISIS DAYA TARIK WISATA
RUMAH TRADISIONAL MASYARAKAT
KAMPUNG LOLOAN, JEMBRANA-BALI
Dinar Sukma Pramesti

ANALISIS BENTUK PARTISIPASI MASYARAKAT
DALAM PENGELOLAAN PURA PUSEH DAN
PURA DESA DI DESA BATUAN SEBAGAI
DAYA TARIK WISATA DI KABUPATEN GIANYAR, BALI
Putu Ade Wijana

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT
DALAM PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG BADUY,
BANTEN
Made Handijaya Dewantara



JOURNEY

(Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management)

ISSN 2654-9999

PENGELOLA

PEMBINA

Prof. Dr. Ir. Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag.

KETUA DEWAN EDITOR

Adiguna Tumpuan, S.ST., M.Par.

ANGGOTA EDITOR

1. I Gusti Ayu Ari Agustini, S.ST.Par., M.M.
2. Victor Bangun Mulia, B.Sc., M.B.A.
3. Dwi Novita Cahyaningtyas Permatasari, S.I.P., M.B.A., M.A.
4. A. A. Ketut Sri Candrawati, S.S., M.A.

MITRA BESTARI

1. Prof. Dr. I Nyoman Suarka, M.Hum. (UNUD)
2. Dr. Ir. Syamsul Alam Paturusi, MSP. (UNUD)
3. Prof. Dr. Drs. I Nengah Duija, M.Si. (IHDN)
4. I Ketut Donder, M.Ag., Ph.D. (IHDN)
5. Dr. A. A. Nyoman Sri Wahyuni, S.E., M.Si. (STISIP Margarana)

SEKRETARIAT

1. Drs. Bawa Mulyono Hadi, M.M.
2. Putu Suweca Nata Udayana, S.Kom., M.M.
3. Made Setia Dharmawan Suarsana, S.Kom.
4. Adrileo Butar-Butar, A.Md.

ALAMAT

PIB Press, Politeknik Internasional Bali

Jalan Pantai Nyanyi, Tanah Lot, Desa Beraban, Kec. Kediri,
Kab. Tabanan. 82121. BALI - INDONESIA

Telepon : +62 361-880099, +62 818151503, +62 8113982046

Website : www.pib.ac.id

Email : info@pib.ac.id

JOURNEY

(JOURNAL of TOURISMPRENEURSHIP, CULINARY,
HOSPITALITY, CONVENTION and EVENT MANAGEMENT)

DAFTAR ISI

Kata Sambutan	ii
Analisis Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan, Jembrana-Bali Dinar Sukma Pramesti	1
Analisis Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Gianyar, Bali Putu Ade Wijana	19
Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Kampung Baduy, Banten Made Handijaya Dewantara	35
Pelaksanaan Bauran Pemasaran <i>Meeting Incentive Conference Exhibition</i> Di Bali Nusa Dua Convention Center Nelsye Lumanauw	55
Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris Dalam Industri Pariwisata Luh Sri Damayanti	71
Upaya Pengembangan Makanan Lokal “<i>Be Keren</i>” Berbasis Wisata Kuliner Di Kelurahan Kawan, Bangli, Bali I Gusti Ayu Ari Agustini	83

KATA SAMBUTAN

Om Swastiastu,

Puji syukur kami panjatkan kehadapan Tuhan Yang Maha Esa (*Ida Sang Hyang Widhi Wasa*) karena atas berkatnya dan melalui upaya yang sungguh-sungguh dari redaksi maka Jurnal Ilmiah JOURNEY Volume 2 Nomor 1, Desember 2019 dapat diterbitkan sesuai dengan rencana. Saya selaku Direktur Politeknik Internasional Bali (PIB) menyambut baik terbitnya jurnal ilmiah ini, sebagai pelaksanaan salah satu bagian dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu penelitian ilmiah.

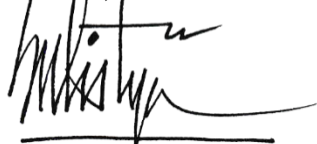
Sebagai perguruan tinggi swasta sudah merupakan suatu keharusan memiliki jurnal ilmiah, untuk wadah mempublikasikan hasil-hasil penelitian dan atau pemikiran-pemikiran ilmiah dari para sivitas akademiknya, dalam rangka ikut menyebarkan ilmu pengetahuan tersebut kepada masyarakat luas. Kajian-kajian ilmiah ini nantinya dapat dimanfaatkan oleh kalangan mahasiswa, dosen maupun pihak lain dalam rangka mengembangkan pemikiran dan memajukan dunia pendidikan dan kepariwisataan.

Melalui kesempatan ini saya sangat berharap kepada para Dosen di PIB dapat melaksanakan salah satu *dharma* (kewajiban) dalam fungsi Tri Dharma Perguruan Tinggi sesuai dengan yang disyaratkan oleh UU No. 12 Tahun 2005 dan UU No. 14 Tahun 2005. Semua hasil penelitian sivitas akademika akan dimuat ke dalam jurnal ilmiah ini secara berkesinambungan, secara periodik, dan akan terus ditingkatkan sampai menjadi Jurnal Ilmiah yang terakreditasi oleh Dikti.

Sebagai kata penutup, saya sampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh dewan redaksi yang telah berkerja keras dalam upaya penerbitan jurnal ilmiah PIB ini. Demikian juga kepada segenap sivitas akademika yang telah menyumbangkan karya ilmiahnya.

Om Shanti Shanti Shanti Om

Tanah Lot, 27 Desember 2019
Politeknik Internasional Bali
Direktur,



Prof. Dr. Ir. Anastasia Sulistyawati, M.S., M.M., M.Mis., D.Th., Ph.D., D.Ag

ANALISIS DAYA TARIK WISATA RUMAH TRADISIONAL MASYARAKAT KAMPUNG LOLOAN, JEMBRANA-BALI

Dinar Sukma Pramesti

Email: dinar.pramesti@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

This research aimed at finding out the condition of tourist attraction of Loloan traditional houses from the internal and external aspects. This study is a descriptive qualitative study using a SWOT analysis. The informants were chosen based on purposive sampling. The results of the internal aspect analysis reveal that Loloan traditional houses are unique and have their own characteristics. Besides, other tourist attractions can support the attractiveness of Loloan traditional houses. They are Makam Keramat Buyut, a sacred cemetery, Baitul Qhadim Mosque, and Ijo Gading River. But, on another side, Loloan traditional houses also possess some weaknesses that need to be improved.

Their weaknesses are no an organization manage the tourist attraction as well as the facilities which are still considered lack. The results of external aspect analysis show that Loloan traditional houses bring the possibility for the local community to earn more income and to improve their economic state. It also can be a form of culture conservation. But it cannot be neglected that Loloan traditional houses will disappear one day as most of the local people started to build their houses in modern style. The competition with other tourist attractions can be considered as another threat to the existence of Loloan traditional houses

Keywords: *SWOT Analysis, Traditional House, Loloan Community*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kondisi daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan dilihat dari aspek internal dan eksternal. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*). Informan dipilih dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dilihat dari aspek internal, daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan memiliki kekuatan yaitu unik dan khas serta terdapat daya tarik wisata pendukung lain seperti Makam Keramat Buyut Lebai, Masjid Baitul Qhadim dan Sungai Ijo Gading.

Kelemahan yang dimiliki yaitu belum adanya kelompok atau organisasi pengelola pariwisata serta aktivitas dan fasilitas yang tersedia belum lengkap. Dilihat dari aspek eksternal, peluang yang ada yaitu dengan adanya pariwisata dapat menambah penghasilan yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kampung Loloan dan dapat digunakan sebagai wadah pelestarian budaya. Ancaman daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Loloan yaitu hilang dan berubahnya rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan dan adanya persaingan dengan daya tarik wisata lain.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Rumah Tradisional, Masyarakat Kampung Loloan

1. Pendahuluan

Kampung Loloan memiliki potensi budaya yang sangat kaya. Salah satu budaya Kampung Loloan yaitu rumah tradisional yang berbentuk rumah panggung. Rumah panggung masyarakat Kampung Loloan merupakan rumah peninggalan sejarah, seni dan budaya. Rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan tidak memiliki Pura, seperti halnya kebanyakan rumah masyarakat tradisional Bali. Bali dikenal sebagai pulau yang dihuni oleh mayoritas umat Hindu, tetapi ternyata terdapat pula masyarakat Muslim yang telah berabad lamanya menghuni pulau Bali dan hidup berdampingan dengan masyarakat Hindu.

Masyarakat Muslim di Kampung Loloan membentuk citra lingkungan baru dengan mengangkat pola wujud rumah sesuai dengan asal tradisinya yaitu rumah panggung. Rumah panggung merupakan rumah yang tidak berdiri di atas tanah melainkan disokong atau didukung oleh sejumlah tiang-tiang vertikal. Rumah panggung dipilih selain karena asal tradisi, juga karena dapat beradaptasi dengan kondisi alam Loloan yang dekat dengan sungai Ijo Gading. Sungai Ijo Gading sering meluap dan mengakibatkan banjir.

Kekhasan budaya yang dimiliki rumah tradisional masyarakat kampung Loloan sebenarnya dapat menjadi daya tarik tersendiri untuk

mampu mendatangkan wisatawan ke kampung Loloan. Sayangnya, daya tarik yang ada tersebut belum dimanfaatkan secara optimal. Ada banyak wisatawan yang datang ke kampung Loloan untuk melakukan ziarah makam yang terdapat di kampung Loloan. Kepala Bidang Pariwisata, Dinas Pariwisata dan Budaya Jembrana, Nyoman Wenten (Antara Bali, 2018), mengungkapkan wisatawan yang datang tersebut, seharusnya digiring untuk mengunjungi rumah tradisional kampung Loloan atau bahkan menginap di rumah tradisionalnya, disajikan suasana dan kebudayaan tradisional Loloan, termasuk menyuguhkan kuliner khas Kampung Loloan yang semuanya dikelola oleh masyarakat Kampung Loloan itu sendiri.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, dirasa perlu ada suatu penelitian yang bertujuan melihat daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat kampung Loloan. Adapun permasalahan yang diangkat yaitu bagaimanakah daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan dilihat dari aspek internal dan eksternal?

2. Konsep Dan Teori

Konsep dan teori yang dipilih untuk menjelaskan penelitian ini terangkum sebagai berikut.

2.1 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata merupakan kata lain dari obyek wisata, namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009, kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan sehingga digunakanlah kata Daya Tarik Wisata. Berikut beberapa definisi mengenai daya tarik wisata menurut beberapa ahli. Ismayanti (2010: 147), mengungkapkan daya tarik wisata sebagai fokus utama penggerak pariwisata atau penggerak utama yang memotivasi wisatawan mengunjungi suatu tempat. Undang-undang Nomor 10 tahun

2009 tentang kepariwisataan juga menyebutkan mengenai pengertian daya tarik wisata yaitu keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Yoeti (2008: 164) mengungkapkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Pendit (2003: 35) juga mengungkapkan hal yang sama. Menurutnya daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat. Spillane (1997: 43) menjabarkan daya tarik wisata dapat berupa *flora* dan *fauna*, bentang alam, hasil budidaya manusia seperti museum, monumen, candi, gedung bersejarah, musik tradisional, tarian dan adat istiadat.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata merupakan faktor utama atau potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata. Daya tarik wisata harus dirancang, dibangun dan dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang.

2.2 Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan berbentuk panggung. Menurut salah seorang tokoh Loloan, Haji Mussadad (Pramesti, 2014: 21), ciri rumah panggung Loloan yaitu tidak memiliki satu pun paku yang dipergunakan dalam konstruksi rumah panggung. Kayu yang digunakan yaitu jenis kayu tangi. Biasanya, sebagai sendi dipilih batu atau kayu tengulun. Sebuah rumah panggung biasanya mempergunakan 12, 16 atau 20 tiang. Ciri lain dari rumah panggung masyarakat Kampung Loloan ialah menggunakan genteng Palembang.

Rumah panggung Loloan tersusun atas tiga bagian yaitu lantai dasar/*kolong*, lantai tengah/*induk* dan lantai atas/*loteng* yang disebut *para-*

para. Terdapat dua buah tangga untuk menghubungkan lantai bawah/*kolong* dengan lantai tengah atau *induk*. Tangga depan digunakan untuk tamu sedangkan tangga belakang digunakan untuk penghuni rumah atau kerabat dekat. Lantai bawah/*kolong* awalnya dibiarkan kosong. Hanya digunakan sebagai peninggian untuk mengantisipasi banjir. Semenjak dibangun permukiman di sekitar sungai Ijo Gading yaitu di wilayah Loloan, sungai Ijo Gading mengalami pelurusan dan tidak pernah dilanda banjir besar lagi. Masyarakat Loloan memanfaatkan lantai dasar/*kolong* sebagai tempat untuk menyimpan peralatan rumah tangga, peralatan bekerja, menyimpan kayu bakar dan bisa juga dimanfaatkan sebagai kandang ternak. Lantai dasar/*kolong* mempergunakan penutup gedek karena itulah, ruangan bisa multifungsi.

Lantai tengah/*induk* terbagi menjadi 3 bagian yaitu bagian depan, tengah dan belakang. Bagian depan terdapat ruangan yang disebut serambi/*amben* dan ruang depan. Di bagian tengah, terdapat *bilik*/kamar tidur. Di belakang, dimanfaatkan sebagai dapur. Lantai atas/loteng yang disebut *para-para*. Terdapat tangga untuk naik ke loteng/*para-para* (Pramesti, 2014: 21-22).

Pintu, jendela dan ventilasi rumah panggung di Loloan terbuat dari kayu tangi. Pintu, jendela dan ventilasi pada umumnya terdapat di bagian lantai tengah/*induk*. Pintu berbentuk persegi panjang. Jendela, rumah panggung Loloan bentuknya sama seperti pintu, tetapi ukurannya lebih kecil atau lebih rendah. Daun jendela terdiri atas 1 atau 2 daun jendela. Jendela dengan 1 daun disebut *tongtongan*. *Tongtongan* berasal dari bahasa Bugis yang berarti jendela. Jendela dengan 2 daun disebut *tingkapan* yang berasal dari bahasa Melayu yang berarti jendela. Pada bagian depan/*façade* rumah panggung Loloan memiliki jumlah pintu dan jendela tiga buah. Ventilasi yang terdapat pada rumah panggung di Loloan yaitu ukiran, krepyak dan *jaro* (Pramesti, 2014: 69).

Ragam hias yang digunakan pada rumah panggung di Loloan bersumber dari ajaran agama Islam. Ragam hias yang digunakan yaitu ragam hias *timbul layar* pada ujung atap, ragam hias *tapak dare* pada sisi ujung atap, ragam hias *papan sisir* berupa kayu-kayu yang dipasang bersusun pada atap. Pada dinding terdapat list kayu dan ukiran *flora* atau *kaligrafi*. Pada pintu dan jendela terdapat ragam hias gerbang berupa ukiran kayu yang diletakan di ambang pintu dan jendela (Pramesti, 2014: 70).

2.3 Teori Daya Tarik Wisata

Yoeti (2010: 34-35) menjelaskan bahwa suatu obyek wisata atau daya tarik wisata akan menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan jika memenuhi tiga syarat, yaitu:

- a. *Something to see*. Suatu daya tarik wisata harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh wisatawan. Dengan kata lain daya tarik wisata harus mempunyai hal khusus yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung.
- b. *Something to do*. Wisatawan yang berkunjung harus bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, *relax* melalui penyediaan fasilitas rekreasi seperti arena bermain, tempat makan terutama yang menyajikan makanan khas daerah setempat sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah untuk tinggal
- c. *Something to buy*. Wisatawan yang berkunjung harus bisa berbelanja barang yang menjadi ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Yoeti (2010: 181) juga menambahkan agar suatu daya tarik wisata dapat menarik, maka diperlukan juga kelengkapan dari sarana dan prasarana. Sarana kepariwisataan tersebut seperti: a) Perusahaan

akomodasi yang meliputi hotel, losmen, bungalow; b) Perusahaan transportasi meliputi pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja; c) Rumah makan, restaurant, depot, warung; d) Toko-toko cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang notabene mendapat penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut.

Prasarana kepariwisataan yaitu semua fasilitas yang dapat memberikan pelayanan yang memuaskan kebutuhan wisatawan yang beraneka ragam (Yoeti, 2010: 183). Prasarana tersebut antara lain: a) Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut, terminal; b) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih; c) Sistem telekomunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi, kantor pos; d) Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit; e) Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata; f) Pelayanan wisatawan baik itu berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata; g) Pom bensin.

Pengembangan sarana dan prasarana suatu daerah tujuan wisata harus dilakukan dengan sebaik mungkin. Apabila suatu daerah tujuan wisata dapat membuat wisatawan berkunjung dan betah untuk melakukan wisata disana, maka akan menyedot banyak pengunjung yang kelak akan berguna juga untuk peningkatan ekonomi baik di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis SWOT (*strength, weakness, opportunity, threats*). Menurut Sugiyono (2014: 21) metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis hasil penelitian tetapi tidak digunakan

untuk membuat kesimpulan yang lebih luas. Informan pada penelitian ini dipilih melalui teknik *purposive sampling* yaitu secara sengaja berdasarkan kriteria yang telah ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan yang ditunjuk atau dipilih dalam penelitian ini adalah informan yang mengetahui kondisi Kampung Loloan dan rumah tradisional masyarakatnya. Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah observasi, wawancara dan studi dokumentasi.

4. Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Berikut uraian daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan dilihat dari dua aspek yaitu internal dan eksternal.

4.1 Aspek Internal Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Aspek internal adalah aspek yang terdiri dari variabel yang ada di dalam lingkungan objek penelitian. Dalam aspek internal terdapat kekuatan dan kelemahan yang berpengaruh dalam kegiatan operasional daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung, aspek internal dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. Kekuatan Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung diperoleh beberapa kekuatan yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, yaitu sebagai berikut:

1) Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan Unik dan Khas

Rumah tradisional masyarakat Loloan unik dan khas karena berbeda dengan rumah tradisional masyarakat Bali pada umumnya. Rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan

berbentuk rumah panggung. Bentuk rumah panggung ini dipilih karena merupakan budaya khas yang dibawa oleh masyarakat Bugis dan Melayu yang datang dan menetap di wilayah Jembrana pada masa kerajaan Jembrana. Bentuk rumah panggung juga dipilih sebagai adaptasi dari lingkungan Kampung Loloan yang rawan banjir. Unikny rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, menyebabkan wisatawan tertarik mengunjungi Kampung Loloan. Biasanya wisatawan yang datang merupakan kaum akademisi seperti dosen dan mahasiswa dari berbagai Perguruan Tinggi di Indonesia maupun di luar negeri.

- 2) Kampung Loloan Memiliki Daya Tarik Wisata Pendukung selain Rumah Tradisional Masyarakatnya.

Kampung Loloan selain memiliki rumah tradisional yang dapat dijadikan daya tarik wisata, juga memiliki daya tarik wisata lain berupa peninggalan sejarah diantaranya makam Buyut Lebai dan Masjid Baitul Qhadim. Keduanya merupakan peninggalan sejarah yang sering didatangi wisatawan. Kampung Loloan juga memiliki daya tarik wisata pendukung yang diberdayakan oleh masyarakatnya yaitu rumah baca Loloan dan tepian sungai Ijo Gading. Daya tarik wisata ini dibangun secara mandiri oleh masyarakat Kampung Loloan.

- b. Kelemahan Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung diperoleh beberapa kelemahan yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Belum Ada Kelompok atau Organisasi Pengelola Pariwisata

Ditetapkannya daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan sebagai salah satu daya tarik wisata

di Kabupaten Jembrana, tidak diikuti dengan pembentukan kelompok atau organisasi pengelola pariwisata. Saat ini pengelolaan daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan hanya dilakukan secara mandiri oleh masyarakat setempat. Dari pengamatan yang peneliti lakukan, terlihat masyarakat kurang terampil dalam mengelola. Hal ini tampak jelas dengan tidak terdatanya jumlah wisatawan yang datang, minimnya kegiatan yang dapat dilakukan wisatawan, minimnya fasilitas penunjang pariwisata, dan promosi yang belum efektif. Wisatawan yang datang ke Kampung Loloan biasanya hanya menghabiskan waktu yang relatif singkat dan mengakibatkan kurangnya keinginan wisatawan untuk melakukan kunjungan ulang dalam waktu yang singkat. Pengelola juga memiliki peran dalam promosi. Dengan tidak adanya pengelola pariwisata Kampung Loloan maka, saat ini promosi dilakukan seadanya. Promosi hanya dilakukan secara mandiri oleh masyarakat Kampung Loloan melalui media *online*.

2) Terbatasnya Kegiatan Wisatawan dan Minimnya Fasilitas

Daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan belum berkembang dengan optimal karena belum banyak kegiatan yang dapat wisatawan lakukan dan masih minim fasilitas. Sejauh ini di Kampung Loloan wisatawan hanya terpenuhi aspek *something to see* dan *something to do* saja. Wisatawan dapat mengamati keunikan rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan saja. Jika ingin menyaksikan kesenian tradisional masyarakat Loloan, wisatawan harus menyesuaikan waktu kunjungan dengan waktu diselenggarakannya festival budaya atau acara-acara lainnya karena hanya pada saat itu saja kesenian tradisional masyarakat Loloan ditampilkan.

Aspek *something to do* belum berkembang dengan optimal, karena wisatawan hanya dapat duduk dan berbincang dengan pemilik rumah maupun warga setempat. Aspek *something to buy* merupakan aspek yang sama sekali belum ada di Kampung Loloan. Masyarakat di Kampung Loloan belum memanfaatkan kedatangan wisatawan untuk mendapatkan tambahan penghasilan misalnya dari penjualan tiket masuk, penjualan cinderamata ataupun makanan khas Loloan.

Selain minim kegiatan, Kampung Loloan juga masih minim fasilitas. Beberapa fasilitas yang dimiliki Kampung Loloan yaitu tempat ibadah, tempat aktivitas *outdoor*, warung makan, akses jalan, tempat parkir, area pejalan kaki, puskesmas, tempat sampah, jaringan telekomunikasi, air bersih dan jaringan listrik. Sarana ibadah untuk wisatawan tersedia bagi wisatawan Muslim yaitu Masjid Baitul Qhadim. Tempat untuk duduk menikmati keindahan alam tersedia di tepian sungai Ijo Gading. Warung makan juga telah tersedia bagi wisatawan yang datang ingin berbelanja makanan. Akses jalan menuju Kampung Loloan dapat dilalui kendaraan roda dua maupun roda empat karena jalan yang ada cukup besar dan kondisi jalan pun baik dan sudah di aspal. Di Kampung Loloan juga telah tersedia tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda empat maupun bus pariwisata. Tersedia fasilitas pejalan kaki berupa trotoar yang memadai. Puskesmas, tempat sampah, jaringan telekomunikasi, air bersih, jaringan listrik juga telah tersedia di Kampung Loloan.

Sayangnya fasilitas penginapan untuk tempat tinggal bagi wisatawan yang datang, belum tersedia. Tidak adanya hotel atau penginapan membuat pengunjung tidak bisa menghabiskan waktunya lebih dari 24 jam di lokasi daya tarik wisata ini.

Walaupun tidak dibangun hotel yang mewah, rumah-rumah penduduk sebenarnya bisa dijadikan penginapan untuk pengunjung, tapi belum ada masyarakat yang melakukan hal tersebut. Hal ini disebabkan masyarakat kurang paham dalam memanfaatkan peluang di bidang bisnis penginapan. Kondisi rumah juga menjadi suatu kendala. Tidak semua rumah panggung bisa dijadikan tempat menginap bagi wisatawan. Rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan banyak yang kurang mendapat perhatian dari pemiliknya. Banyak rumah panggung yang telah usang bahkan reot karena dimakan usia. Fasilitas berbelanja oleh-oleh khas Loloan, toilet umum, pos pemandu wisata, pos keamanan, ATM dan Pom Bensin juga belum tersedia.

4.2 Aspek Eksternal Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Aspek eksternal adalah aspek yang terdiri dari variabel yang ada di luar lingkungan objek penelitian. Di dalam aspek eksternal terdapat peluang dan ancaman/tantangan yang akan dihadapi dan memengaruhi kegiatan operasional tempat objek penelitian rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung dapat dipaparkan sebagai berikut:

a. **Peluang Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan**

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung diperoleh beberapa peluang yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, yaitu sebagai berikut:

- 1) **Dapat Meningkatkan Perekonomian dan Memberdayakan Masyarakat Kampung Loloan**

Dari sudut ekonomi, kegiatan pariwisata dapat memberikan sumbangan terhadap penerimaan daerah bersumber dari pajak, retribusi parkir dan karcis atau dapat mendatangkan devisa dari para wisatawan mancanegara yang berkunjung. Adanya pariwisata juga akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pariwisata dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja. Mempertimbangkan hal tersebut, maka penanganan yang baik sangat diperlukan dalam upaya pengembangan daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan.

2) Dapat Menjadi Wadah untuk Melestarikan Kebudayaan Loloan.

Masyarakat Kampung Loloan memiliki kekhawatiran terhadap kelestarian budayanya termasuk rumah tradisional masyarakatnya. Dengan adanya pariwisata di Kampung Loloan diharapkan nantinya masyarakat Kampung Loloan ingin tetap melestarikan budayanya dan mempertahankan keberadaan rumah tradisionalnya, apalagi rumah tradisional tersebut mampu menambah penghasilan bagi masyarakat Kampung Loloan. Salah satu upaya yang telah dilakukan untuk melestarikan budaya yaitu dengan menggelar festival Budaya Loloan. Festival budaya Loloan digelar agar masyarakat dan generasi muda mengenal budaya Kampung Loloan. Festival ini diadakan oleh remaja Kampung Loloan dengan biaya yang bersumber dari sumbangan masyarakat. Harapan masyarakat ke depannya festival ini juga mampu menarik wisatawan untuk datang ke Kampung Loloan,

sehingga festival ini akan rutin digelar dan budaya Kampung Loloan tetap terjaga.

b. Ancaman Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara langsung diperoleh beberapa ancaman yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, yaitu sebagai berikut:

1) Hilang dan Berubahnya Rumah Tradisional Masyarakat Kampung Loloan

Dulu semua rumah yang ada di Kampung Loloan berbentuk rumah panggung. Sayangnya saat ini, rumah panggung tersebut sudah tergeser oleh munculnya bangunan megah dan bertingkat. Saat ini jumlah rumah panggung masyarakat Kampung Loloan hanya tinggal 80 buah. Hilangnya rumah panggung masyarakat Kampung Loloan tersebut disebabkan karena masyarakat menjual rumah panggung miliknya kepada kolektor bangunan antik dan kemudian membangun rumah dengan arsitektur modern. Selain ancaman hilangnya rumah panggung, Kampung Loloan juga dihadapkan dengan ancaman berubahnya bentuk rumah panggung. Rumah panggung yang ada saat ini sudah diubah bentuknya dan disesuaikan dengan kebutuhan saat ini. Kebanyakan yang mengalami perubahan adalah bagian kolong rumah panggung. Bagian kolong rumah panggung yang awalnya terbuka, kini ditutup oleh dinding beton. Hal ini disebabkan karena bertambahnya jumlah penghuni rumah yang menuntut tersedianya kamar yang lebih banyak. Bagian kolong yang ditutup dinding beton tersebut digunakan sebagai kamar tambahan. Ada juga yang menutup bagian kolong dan menggunakannya sebagai warung.

2) Adanya Persaingan dengan Daya Tarik Wisata Lain

Banyaknya pesaing-pesaing pariwisata dengan fasilitas yang baik tentu menjadi ancaman berarti bagi daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan untuk dapat bersaing dengan daya tarik wisata lain di Kabupaten Jembrana atau di daerah-daerah lain. Saingan daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan yang terdekat yaitu daya tarik wisata Perancak. Daya tarik wisata ini populer sebagai kampung nelayan, tampilan pantainya cukup unik dipenuhi dengan jejeran perahu nelayan yang berwarna-warni. Kampung nelayan di Negara ini diminati terutama oleh wisatawan muda yang suka foto *selfie* atau *hunting photo-photo* cantik dan *instagramable*. Saingan terberat di daerah lain yaitu daya Tarik wisata Desa Penglipuran di Kabupaten Bangli. Daya Tarik wisata ini sama-sama menampilkan rumah tradisional masyarakatnya. Daya Tarik wisata Penglipuran sudah lebih tertata dan sudah menambah penghasilan bagi masyarakatnya dibanding daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan.

5. Penutup

Analisis internal terhadap daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan, ditemukan bahwa daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan memiliki kekuatan dilihat dari indikator daya tarik wisata yang unik dan khas karena berada di Pulau Bali yang mayoritas penduduknya beragama Hindu, sedangkan rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan kental dengan nuansa Islam dan kebudayaan Melayu. Daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan juga memiliki daya tarik wisata pendukung lain seperti Makam Keramat Buyut Lebai, Masjid Baitul Qhadim dan Sungai Ijo

Gading. Ketiga daya Tarik wisata ini merupakan kekuatan karena dapat menjadi alternatif maupun pendukung kegiatan bagi wisatawan yang datang ke daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan.

Kelemahan yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan yaitu belum adanya kelompok atau organisasi pengelola pariwisata. Hal ini menyebabkan daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan belum tertata dengan baik dan masih kurang dari segi promosi. Dilihat dari aktivitas dan fasilitas juga belum lengkap yakni belum adanya toko yang menjual cinderamata, penginapan, toilet umum, pos pemandu wisata, pos keamanan, ATM dan pom bensin.

Analisis eksternal mengidentifikasi faktor eksternal yang merupakan peluang dan ancaman daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan. Peluang daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan yaitu dengan adanya pariwisata dapat menambah penghasilan yang dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Kampung Loloan. Adanya pariwisata akan menumbuhkan usaha-usaha ekonomi yang saling merangkai dan menunjang kegiatannya sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat. Pariwisata dapat pula digunakan sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran dan meningkatkan angka kesempatan kerja. Peluang lainnya yaitu dapat digunakan sebagai wadah pelestarian budaya. Masyarakat Kampung Loloan memiliki kekhawatiran terhadap kelestarian budaya termasuk rumah tradisional masyarakatnya. Dengan adanya pariwisata di Kampung Loloan diharapkan nantinya masyarakat Kampung Loloan ingin tetap melestarikan budaya dan mempertahankan keberadaan rumah tradisionalnya.

Ancaman daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Loloan yaitu hilang dan berubahnya rumah tradisional masyarakat Kampung

Loloan akibat tergerus perkembangan zaman dan adanya persaingan dengan daya tarik wisata lain yang berada di kabupaten Jembrana maupun di daerah-daerah lainnya di Bali.

Berdasarkan simpulan yang telah disampaikan, maka dapat diajukan rekomendasi yaitu masyarakat kampung Loloan dapat melakukan pengembangan daya tarik wisata sesuai dengan analisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang yang ada. Kekuatan dan peluang yang ada pada daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat kampung Loloan harus dapat dikenali dan dilakukan refleksi sebagai langkah awal atau tonggak pengembangan agar mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang datang dan meningkatkan kenyamanan wisatawan yang datang ke daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat kampung Loloan. Kelemahan dan ancaman yang dimiliki daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat Kampung Loloan harus ditanggulangi agar tidak menjadi sebuah penghalang atau penghambat bagi pengembangan daya tarik wisata rumah tradisional masyarakat kampung Loloan.

Daftar Pustaka

- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia
- Pendit, Nyoman S. 2003. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita
- Pramesti, Dinar Sukma. 2014. Sistem Spasial dan Tipologi Rumah Panggung di Desa Loloan, Jembrana (Bali). E-Jurnal: *Ruang-Space (Jurnal Lingkungan Binaan)*. Vol. 1 No.1 April 2014. Hal 67-84
- Spillane, James J. 1997. *Pariwisata Indonesia*. Kanisius. Yogyakarta
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yoeti. Oka A. 2008. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita
- _____. 2010. *Dasar-Dasar Pengertian Hospitality dan Pariwisata*. Bandung: PT. Alumni

Undang-Undang:

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

Internet:

Antara Bali. 18 September, 2018. Masyarakat Melayu Jembrana Sikapi Globalisasi Dengan Ikhtiar Budaya. <https://bali.antaranews.com/berita/132002/masyarakat-melayu-jembrana-sikapiglobalisasi-dengan-ikhtiar-budaya>. Diakses 1 Januari 2019

Profil Penulis

Dinar Sukma Pramesti, S.T., M.T. lahir di Denpasar 12 September 1988. Menamatkan Sarjana Teknik Arsitektur di Universitas Udayana pada tahun 2010. Melanjutkan Pendidikan Magister di bidang arsitektur dengan mengambil konsentrasi Arsitektur Kajian Lingkungan Binaan Etnik di Pascasarjana Universitas Udayana yang diselesaikan tahun 2013. Memiliki pengalaman sebagai arsitek di sebuah perusahaan arsitek, kontraktor, konsultan dan design planning di Denpasar serta menjadi asisten peneliti, editor buku dan penelitian di bidang arsitektur dan pariwisata. Pengalamannya ini membawanya menjadi Dosen D4 Manajemen Perhotelan di Politeknik Internasional Bali.

**ANALISIS BENTUK PARTISIPASI MASYARAKAT
DALAM PENGELOLAAN PURA PUSEH DAN PURA DESA
DI DESA BATUAN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA
DI KABUPATEN GIANYAR, BALI**

Putu Ade Wijana

Email: wiyana.ade@gmail.com

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

This study aims to determine the form of community participation in the management of Pura Puseh and Pura Desa in Batuan village as one of the tourist attraction in Gianyar regency. Qualitative approach is used in describing the forms of community participation in the management of Pura Puseh dan Pura Desa in Batuan Village. The data in this study were collected by observation, interview with predetermined informants by using purposive sampling techniques, and documentation studies. The result showed that the form of participation of local communities in Batuan village in managing the Pura Puseh and Pura Temple in Batuan village as one of the tourist attraction in Gianyar regency is in the partnership category.

In this category, the opinions, ideas, and suggestions from the community to develop, maintain and manage the tourists attraction are listened by the government and begin to be realized in their program. The community in Batuan village play an active role in the management of Pura Puseh and Pura Desa in Batuan village as one of the tourist attraction in Gianyar regency.

Keywords: *Pura Puseh, Pura Desa, Community Participation, Tourist Attraction*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bentuk partisipasi masyarakat Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan sebagai salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dalam memaparkan bentuk partisipasi masyarakat di Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan teknik observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Penentuan informan menggunakan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa bentuk partisipasi masyarakat Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan berada pada kategori *partnership*.

Pada kategori ini, pendapat, ide dan saran dari masyarakat kepada pemerintah untuk mengembangkan, mengelola, memelihara serta menjaga daerah wisata, didengarkan dan mulai direalisasikan dalam program kerja pemerintah. Masyarakat Desa Batuan berperan aktif dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan sebagai salah satu daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar.

Kata Kunci: Bentuk Partisipasi Masyarakat, Pura Puseh, Pura Desa, Pengelolaan Daya Tarik Wisata

1. Pendahuluan

Industri pariwisata merupakan sebuah industri yang pertumbuhannya sangat cepat terjadi, karena dapat menciptakan berbagai dampak ekonomi (*multiplier effect*), sumber pajak dan pendapatan negara serta menyerap tenaga kerja yang cukup besar. Pengembangan sebuah wilayah sebagai daerah tujuan wisata merupakan cara yang baik dalam meningkatkan perekonomian masyarakat setempat. Indonesia seperti yang sudah diketahui memiliki beragam potensi yang baik untuk dikembangkan. Indonesia memiliki banyak daerah yang telah terkenal dengan keindahan alam dan keragaman budayanya.

Salah satu daerah di Indonesia dengan potensi pariwisata yang sudah mendunia serta beberapa kali meraih penghargaan internasional atas kegiatan pariwisatanya adalah Bali. Keindahan pulau Bali masih menjadi salah satu yang terbaik di dunia, hal itu dibuktikan oleh penghargaan yang diberikan oleh sebuah situs perjalanan wisata asal Amerika Serikat yakni *Trip Advisor*. Pulau Bali dinobatkan sebagai *The World's Best Destination* dalam ajang *Traveller's Choice Award 2017* mengalahkan 25 negara dan berhasil menduduki peringkat pertama dalam ajang tersebut. Diraihnya penghargaan tersebut semakin mempertegas posisi Bali sebagai *icon* pariwisata Indonesia dan dijadikan sebagai laboratorium hidup pariwisata Indonesia.

Pulau Bali telah mengambil bagian dalam perkembangan industri pariwisata sejak tahun 1930. Selain dikenal dengan alamnya, Bali juga memiliki beberapa tempat yang sudah sangat terkenal di dunia pariwisata termasuk beberapa bangunan suci yang kini mulai memiliki fungsi lain, yakni sebagai salah satu daya tarik wisata. Salah satu tempat suci di Pulau Bali yang kini menjadi daya tarik wisata dan menarik banyak minat wisatawan untuk datang berkunjung adalah Pura Puseh dan Pura Desa yang berada di Desa Batuan Kabupaten Gianyar.

Pengembangan suatu daerah menjadi daya tarik wisata atau pembangunan suatu tempat wisata tidak akan pernah berhasil tanpa adanya partisipasi dari masyarakat dalam mengelolanya. Agar pengelolaan berhasil, seluruh program perencanaan, pelaksanaan serta evaluasi program harus selalu melibatkan masyarakat, karena masyarakat mengetahui segala sesuatu mengenai daerah yang akan dijadikan daya tarik wisata, merasakan manfaatnya, serta menilai mengenai berhasil atau tidaknya pariwisata di suatu wilayah.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, perlu adanya suatu penelitian yang bertujuan untuk melihat bentuk partisipasi masyarakat di Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar. Adapun permasalahan yang diangkat yaitu bagaimana bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar?

2. Konsep Dan Teori

Konsep dan teori yang digunakan mencakup batasan terminologi teknis yang digunakan dalam penelitian ini terangkum sebagai berikut.

2.1 Partisipasi Masyarakat

Isbandi (2007:27) menyatakan bahwa partisipasi masyarakat merupakan keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah, pengidentifikasian potensi, pengambilan keputusan mengenai solusi alternatif dalam menangani suatu masalah, pelaksanaan keputusan dalam mengatasi suatu masalah serta keterlibatan masyarakat dalam mengevaluasi perubahan yang terjadi. Partisipasi adalah pelibatan seseorang atau kelompok dalam suatu kegiatan. Astuti (2011:31) menjelaskan bahwa keterlibatan yang dimaksud adalah keterlibatan mental, keterlibatan emosi serta keterlibatan fisik dalam segala kegiatan yang dilaksanakan untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama dan bersama-sama bertanggung jawab atas segala bentuk keterlibatan.

Partisipasi masyarakat dapat dibagi menjadi dua jenis berdasarkan keterlibatan masyarakat, yaitu partisipasi langsung dan partisipasi tidak langsung. Sundaraningrum (2011:31) menjelaskan bahwa partisipasi langsung adalah partisipasi yang terjadi apabila setiap individu yang ikut berpartisipasi menampilkan kegiatan tertentu dalam proses partisipasi, secara langsung mengajukan pendapat, opini serta pandangan, ikut secara aktif membahas pokok permasalahan, dan mengajukan keberatan terhadap keinginan orang lain atau terhadap ucapannya, namun jika setiap individu mendelegasikan hak partisipasinya disebut dengan partisipasi tidak langsung.

Berdasarkan pemaparan beberapa definisi mengenai partisipasi, maka dapat disimpulkan bahwa partisipasi masyarakat adalah suatu keterlibatan baik secara individu maupun kelompok secara sadar dan sukarela untuk berkontribusi dalam sebuah program pembangunan dan dalam pencapaian tujuannya terlibat mulai dari perencanaan, pelaksanaan, pengawasan hingga evaluasi.

2.2 Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan Gianyar

Pada penelitian ini, kata pura merujuk pada sebuah tempat yang difungsikan sebagai tempat persembahyangan bagi umat Hindu. Secara umum, pura adalah tempat yang dipergunakan oleh umat Hindu untuk menyembah Ida Sang Hyang Widhi (Tuhan YME) dengan segala manifestasi-Nya. Oleh karena itu, pura merupakan suatu tempat yang sangat khusus dan suci, sehingga setiap elemen masyarakat di Bali harus tetap menjaga kesucian suatu pura.

Pura Kahyangan Desa merupakan tiga bangunan suci yang selalu ada di masing-masing desa adat di Bali dan merupakan pura yang *disungsung* (dipuja) oleh desa adat di Bali (Dharmopadesa, 2006:33). Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan Gianyar termasuk ke dalam Pura Kahyangan Desa yang dipuja oleh masyarakat yang berada disekitar pura tersebut. Pura ini memiliki tiga bangunan suci yaitu Pura Desa, Pura Puseh dan Pura Dalem dengan fungsinya masing-masing sehingga sering disebut sebagai Pura Kahyangan Tiga. Pura Desa merupakan tempat pemujaan Dewa Brahma (Dewa Pencipta), Pura Desa biasanya dibangun di tengah-tengah pada salah satu sudut dari *Catuspata* (Perempatan Agung). Pura Puseh, difungsikan sebagai pemujaan Dewa Wisnu (Dewa Pemelihara).

2.3 Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 1985:109). Berdasarkan peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata objek wisata diganti menjadi “daya tarik wisata”, kata objek wisata diganti menjadi “daya tarik wisata”. Pendit (1994:108) menyatakan bahwa daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dilihat. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009, daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan

dan nilai yang berupa kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi yang dapat menjadi sebuah alasan untuk dikunjungi wisatawan atau menjadi sebuah tujuan bagi wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu.

2.4 Pengelolaan

Pengelolaan suatu daerah yang memiliki arti sejarah untuk dijadikan suatu daya tarik wisata tentunya akan menimbulkan berbagai dampak, baik dampak negatif maupun positif, maka dari itu diperlukan sebuah pengelolaan yang baik dan benar untuk meminimalisir dampak negatif yang mungkin akan ditimbulkan. Pengelolaan dapat diartikan sebagai manajemen, yaitu sebagai suatu proses yang diterapkan oleh sebuah individu atau kelompok dalam upaya untuk mencapai tujuan tertentu. Pengelolaan umumnya berkaitan dengan perencanaan, pengorganisasian, pengendalian, penempatan, pengarahan, pemotivasian, komunikasi, dan pengambilan keputusan yang dilakukan oleh setiap organisasi dengan tujuan untuk mengkoordinasikan berbagai sumber daya yang dimiliki sehingga menghasilkan suatu produk atau jasa secara efisien (Andrew, 1981: 94).

Berdasarkan penjabaran tersebut, dalam konteks pariwisata, pengelolaan memiliki arti penting karena keberhasilan dari suatu kegiatan pariwisata atau daya tarik pariwisata ditentukan dari sistem pengelolaan. Sistem pengelolaan yang tepat tentunya akan membawa keberhasilan serta dampak yang positif.

2.5 Teori A *Ladder Of Citizen Participation*

Arnstein (1969: 216-224) dalam bukunya yang berjudul *A Ladder of Citizen Participation* membagi ke dalam delapan bentuk yang menggambarkan seberapa besar partisipasi yang dilakukan oleh masyarakat, yaitu:

- a. *Manipulation*. Pada kategori ini masyarakat hanya mengikuti apa saja yang diberikan dan ditetapkan oleh penguasa dalam hal ini adalah pemerintah. Pemerintah memilih dan mendidik beberapa orang sebagai wakil dari masyarakat. Hal ini membuat bentuk ini dikategorikan sebagai bentuk *non-participation*.
- b. *Therapy*. Pada kategori ini masyarakat mulai dibimbing oleh pemerintah sehingga membuat masyarakat menjadi ketergantungan dan memiliki *mental block* untuk mandiri. Masyarakat dalam posisi ini hanya menjadi suatu objek kajian, sedangkan pemerintah hanya memberi informasi yang terbatas mengenai programnya. Bentuk ini juga tergolong ke dalam bentuk *non-participation*.
- c. *Informing*. Pada kategori ini masyarakat mulai memahami apa yang menjadi hak dan kewenangannya, namun komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi satu arah antara pemerintah dengan masyarakat. Masyarakat masih belum memiliki kemampuan untuk bernegosiasi sehingga manfaat yang diperoleh tergolong kecil. Pada kategori ini, partisipasi masyarakat mulai mengarah pada partisipasi yang nyata.
- d. *Consultation*. Pada kategori ini posisi masyarakat mulai diakui dan didengarkan ide dan opininya. Mulai adanya pertemuan antara pemerintah dan masyarakat dalam diskusi maupun rapat, dan komunikasi yang terjadi merupakan komunikasi dua arah. Langkah partisipasi semakin nyata, namun tetap baru sebatas pencitraan yang realisasi ide dari masyarakat belum tentu terwujud karena pemerintah

masih memutuskan ide, saran dan kritik dari masyarakat yang akan digunakan.

- e. *Placation*. Pada kategori ini masyarakat diberikan suatu kekuasaan yang sah dan masyarakat dapat membuat rencana kegiatan sendiri melalui persetujuan dari pemerintah. Organisasi, badan ataupun lembaga di desa mulai dibentuk oleh pemerintah.
- f. *Partnership*. Pada kategori ini pendapat, ide, dan saran dari masyarakat kepada pemerintah untuk mengembangkan daerah wisata didengarkan dan mulai direalisasikan dalam program kerja sehingga kebutuhan masyarakat dapat terwujud. Bentuk kerjasama pemerintah dengan masyarakat atau lembaga terkait diwujudkan dalam bentuk MoU (*Memorandum of Understanding*) dalam mengembangkan sebuah destinasi wisata.
- g. *Delegated Power*. Pada kategori ini masyarakat mulai dapat bernegosiasi dengan pemerintah serta keputusan ada di tangan masyarakat. Pada tahap ini masyarakat lebih mendominasi, dan pemerintah akan melakukan evaluasi atas kinerja masyarakat. Pada tahap ini sebuah partisipasi yang ideal tercipta.
- h. *Citizen Control*. Pada kategori ini masyarakat mampu untuk berdiri secara mandiri dan mampu mengelola daerah wisata dengan manajemen sendiri tanpa adanya intervensi dari pihak atau lembaga lain.

Pengembangan suatu daerah menjadi daya tarik wisata tidak akan pernah berhasil tanpa adanya partisipasi dari masyarakat, pemerintah serta profesionalitas pihak penanam modal dalam mengelolanya. Tercapainya suatu keberhasilan pengelolaan suatu daya tarik wisata tidak terlepas dari partisipasi masyarakat karena masyarakat mengetahui segala sesuatu mengenai daerah dan objek wisata yang dijadikan daya tarik wisata.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dalam menggambarkan dan memaparkan mengenai bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis data yang digunakan yakni data kualitatif dan data kuantitatif. Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan (1) melakukan observasi secara langsung ke lapangan, (2) melakukan wawancara terhadap informan yang telah ditetapkan sebelumnya dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, dan (3) melakukan studi dokumentasi. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data kualitatif dan interpretatif yang berdasarkan pada teknik pengumpulan data dari awal hingga akhir. Data yang telah dikumpulkan kemudian diolah secara deskriptif dan interpretatif sehingga mendapatkan hasil akhir mengenai bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan suatu daya tarik wisata.

4. Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan Sebagai Daya Tarik Wisata

Pura Puseh dan Pura Desa yang berada di Desa Batuan mulai didatangi wisatawan asing pada tahun 1998, dan jumlah kunjungan wisatawan mulai meningkat sejak tahun 2004. Pada awal pengelolaannya, tenaga kerja yang direkrut hanya pengurus inti pura saja. Partisipasi masyarakat di Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan dimulai pada tahun 2006 sejak wisatawan yang berasal dari Tiongkok mulai ramai dan mulai mendominasi jumlah kunjungan wisatawan. Meningkatnya kunjungan wisatawan membuat pemerintah setempat melakukan upaya perbaikan sistem pengelolaan pura. Hal ini juga

dilakukan untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik dan profesional kepada para wisatawan yang datang berkunjung.

Dari hasil wawancara dengan *bendesa adat* Desa Batuan, Bapak Made Djabur, masyarakat turut dilibatkan secara aktif dalam mengelola Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan. Sistem pembayaran gaji yang diterima menggunakan presentase yakni gaji yang diterima sebesar 15% dari pendapatan donasi yang diperoleh atau sesuai dengan UMK (Upah Minimum Kerja) Kabupaten Gianyar, seperti yang disampaikan berikut ini.

“Masyarakat desa yang kita libatkan disini menjadi *pecalang* (petugas keamanan) dan penjaga tiket bagi yang bapak-bapak. Ada juga ibu-ibu yang bertugas di depan untuk bantu tamu memakaikan kamen sebelum masuk pura. Ada juga 2 orang yang bekerja di toilet. Warga yang bekerja untuk melayani tamu ini kita gaji sesuai dengan UMK kabupaten, berapa nilai UMK itu kita sesuaikan dengan gaji mereka” (Bapak Made Djabur, 19 September 2019).

Jumlah tenaga kerja yang secara aktif dipekerjakan sebagai petugas dan pengelola Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan adalah sebanyak 15 orang yang dibagi ke dalam beberapa bagian, yakni sebanyak tiga orang di bagian pembagian kain dan selendang, dua orang di bagian keamanan, dua orang di bagian kebersihan, dua orang di bagian keagamaan, satu orang sebagai penjaga toilet, dan lima orang dari staf *bendesa adat* Desa Batuan.

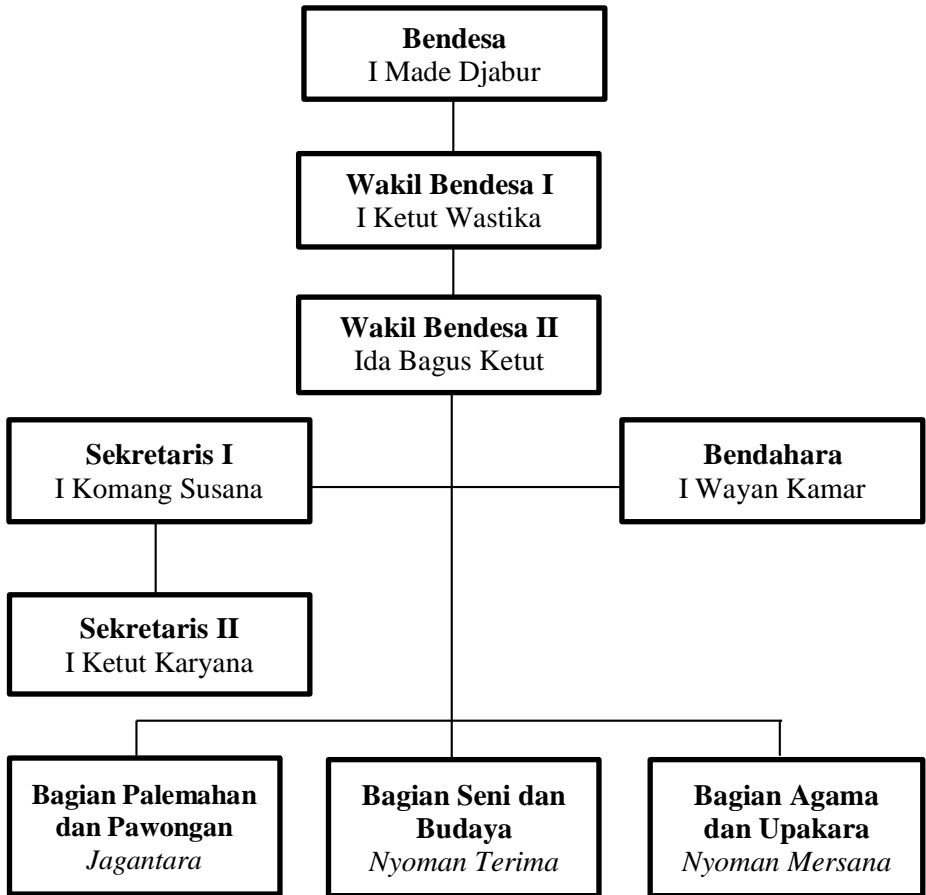


Gambar 1. Masyarakat Bertugas Sebagai Petugas Karcis
Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019



Gambar 2. Masyarakat Yang Bertugas Sebagai Penjaga Toilet
Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

Pihak pengelola pura dipimpin oleh *bendesa adat* dikarenakan Pura Desa dan Pura Puseh di Desa Batuan merupakan bagian dari Desa Adat Batuan yang dibantu oleh beberapa orang staf yang telah dipilih. Adapun struktur pengelola pura dapat dilihat pada bagan berikut.



Gambar 3. Struktur Organisasi Pengelola Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan, Gianyar

Sumber: Profil Evaluasi Perkembangan Desa Desa Batuan, 2015

Bentuk partisipasi masyarakat Desa Batuan tidak hanya sebagai pengelola pura saja, tetapi juga sebagai pemelihara serta pengawas segala aktifitas pariwisata di Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan. Masyarakat desa Batuan pada tahun 2014 merencanakan untuk membangun beberapa kios yang dapat disewa oleh masyarakat desa serta beberapa fasilitas pendukung seperti penambahan area lahan parkir dan *toilet* sebagai fasilitas penunjang untuk dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para wisatawan. Ide masyarakat dalam mengembangkan

Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan ini didukung oleh pemerintah Desa Batuan dan telah direalisasikan ke dalam program kerja pemerintah. Saat ini, terdapat beberapa fasilitas penunjang yang telah dibangun atas ide dan inisiatif masyarakat Desa Batuan. Adapun fasilitas penunjang yang telah direalisasikan antara lain: 6 kios makanan dan minuman ringan, 1 kios *money changer*, *toilet*, dan perluasan lahan parkir di sebelah utara pura yang dikhususkan untuk kendaraan-kendaraan besar, seperti bus pariwisata. Adapun beberapa fasilitas yang sedang dibangun antara lain: 7 kios, *toilet* dan *wantilan* di sebelah barat pura.



Gambar 4. Kios Makanan Dan Minuman Ringan Di Area Parkir Utara Pura

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019



Gambar 5. Kios Makanan Dan Minuman Ringan Di Sebelah Barat Pura

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

5. Penutup

Berdasarkan hasil observasi, wawancara serta analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa bentuk partisipasi masyarakat di Desa Batuan dalam pengelolaan Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Gianyar berada pada kategori *partnership*. Pada kategori ini, pendapat, ide, dan saran dari masyarakat kepada pemerintah untuk mengembangkan, mengelola serta mengawasi segala bentuk aktifitas pariwisata di Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan, didengarkan dan mulai direalisasikan dalam program kerja pemerintah Desa Batuan. Hal ini terbukti dengan dilibatkannya masyarakat Desa Batuan dalam pengelolaan, pengambilan keputusan dalam menangani masalah, pengawasan, serta keterlibatan masyarakat Desa Batuan dalam setiap kegiatan pariwisata di Pura Puseh dan Pura Desa di Desa Batuan secara aktif, baik sebagai pengelola maupun sebagai petugas pura. Selain itu, beberapa ide dari masyarakat Desa Batuan untuk membangun fasilitas penunjang dalam memberikan pelayanan yang lebih baik kepada para wisatawan yang berkunjung telah terealisasi dengan baik.

Berdasarkan simpulan yang telah disampaikan, maka dapat diajukan beberapa rekomendasi agar pihak pengelola tetap menjaga dan melestarikan keaslian bangunan, arsitektur dan peninggalan purbakala seperti arca, relief-relief kuno pura yang ada di area pura agar nilai budaya dan sejarah tetap terjaga kelestariannya. Selain itu, selain menjadi petugas pura, pihak pengelola juga dapat menyediakan pemandu lokal untuk memberikan informasi langsung kepada wisatawan mengenai sejarah, budaya dan tradisi yang ada di Desa Batuan serta aturan yang berlaku saat memasuki area pura.

Daftar Pustaka

- Arnstein, S. 1969. A Ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Planning*. (Vol.35. No.4): 216 – 224
- Butler, R.E. 1980. *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. Canadian Geographer.
- Claiborne, Petra. 2010. Community Participation in Tourism Development and the Value of Social Capital. *Thesis*. Tourism and Hospitality Management University of Gothenburg
- Conyers, Diana. (1981) *Perencanaan Sosial di Dunia Ketiga: Suatu Pengantar*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta
- Dwiningrum, Siti Irene Astuti. 2011. *Desentralisasi dan Partisipasi Masyarakat dalam Pendidikan*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta
- Moleong, L.J. 1990. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya. Jakarta
- _____. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja, Rosdakarya. Bandung
- Pendit, Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebagai Pengantar Perdana*. PT. Pradnya Paramitha. Jakarta
- Sikula, F. Andrew. 1981. *Personel Administration and Human Resources Management*. Wiley Trans Edition. New York
- Yoeti, Oka A. 1985. *Pariwisata Berbasis Budaya, Masalah dan Solusinya*. PT. Pradnya Paramita. Jakarta
- _____. 2006. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. PT. Pradnya Paramitha.
- Ziku. 2015. Partisipasi Masyarakat Desa Komodo dalam Pengembangan Ekowisata di Pulau Komodo. *Jurnal Magister Pariwisata*. (Vol. 2 No. 1)

Undang-Undang:

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

Internet:

Gianyar Tourism. Pura Puseh dan Pura Desa, Desa Batuan. <http://diparda.gianyarkab.go.id>. (diakses 2 September 2019)

Profil Penulis

Putu Ade Wijana, S.S., M.Par. lahir di Satra, 16 Maret 1991. Menamatkan Sarjana Sastra di Sekolah Tinggi Bahasa Asing (STIBA) Saraswati Denpasar pada tahun 2013. Melanjutkan Pendidikan Magister di bidang pariwisata di Pascasarjana Universitas Udayana yang telah diselesaikan pada tahun 2018. Memiliki pengalaman mengajar Industri Pariwisata, Pariwisata Perhotelan, Pariwisata Ekonomi dan Industri Pariwisata MICE. Pengalaman ini membawanya menjadi Dosen D-IV Pengelolaan Konvensi dan Peristiwa di Politeknik Internasional Bali.

PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN WISATA KAMPUNG BADUY, BANTEN

Made Handijaya Dewantara

Email: made.handijaya@pmbs.ac.id

UNIVERSITAS PRASETIYA MULYA

Abstract

This study was conducted to understand the forms of participation and empowerment of indigenous peoples in the development of Baduy village tourism in the future as well as describing the role of stakeholders in community empowerment in Baduy Tourism Village. Data were gained through two months of research in Baduy Tourism Village and were analyzed using a qualitative approach, the following conclusions were obtained. First, the potential possessed by the Baduy tourist village, in the form of natural potential, cultural potential, and man-made potential, should be developed for the future development of Baduy tourism. Second, the unique characteristics of Baduy Village can only be developed through an active participation model of the community. Third, there are six components which can be developed in developing Baduy tourism based on community participation, including tourist attractions, accommodation, tourist service facilities, transportation services, supporting infrastructure, and institutional elements. Fourth, there are some of the important roles of five tourism stakeholders outside the Baduy indigenous community, namely academics, tour operators, local and district and provincial governments, the supporting villages of Baduy village, and media in maintaining the principle of Baduy community empowerment. Fifth, there are five stages in empowering the Baduy community, including awareness, behavior formation, transformation, and intellectual ability.

Keywords: *Empowerment, Community, Development, Tourism, Bedouin Village*

Abstrak

Studi ini dilakukan untuk memahami bentuk partisipasi dan pemberdayaan masyarakat adat dalam pengembangan desa wisata kampung Baduy ke depannya; sekaligus mendeskripsikan peran *stakeholder* dalam pemberdayaan masyarakat Desa Wisata Baduy. Melalui penelitian selama dua bulan, di Kampung Wisata Baduy, melalui pendekatan kualitatif, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut. Pertama, potensi yang dimiliki oleh kampung wisata Baduy, berupa

potensi alam yang alami, potensi kebudayaan, dan potensi buatan manusia, hendaknya dapat dikembangkan demi pengembangan wisata Baduy ke depannya. Kedua, karakteristik unik dari kampung wisata Baduy, hanya bisa dikembangkan melalui model partisipasi aktif masyarakat. Ketiga, terdapat enam komponen yang dapat dikembangkan dalam pengembangan wisata Baduy berbasis partisipasi masyarakat antara lain atraksi wisata, akomodasi, fasilitas layanan wisata, jasa transportasi, infrastruktur pendukung, serta elemen institusional. Keempat, pentingnya peran lima *stakeholder* pariwisata di luar masyarakat adat Baduy, yaitu akademisi, pelaku wisata perjalanan, pemerintah lokal dan kabupaten serta provinsi, masyarakat desa penyokong kampung Baduy, dan media dalam menjaga prinsip pemberdayaan masyarakat Baduy. Kelima, terdapat lima tahap dalam pemberdayaan masyarakat Baduy antara lain penyadaran, pembentukan perilaku, transformasi, dan kemampuan intelektual.

Kata Kunci: Pemberdayaan, Masyarakat, Pengembangan, Wisata, Kampung Baduy

1. Pendahuluan

Potensi sumber daya alam dan sumber daya manusia yang melimpah telah menarik para wisatawan untuk mengunjungi Indonesia, terbukti dengan besarnya kontribusi langsung sektor pariwisata pada tahun 2017 yang meningkat menjadi US\$ 16.8 miliar dan 2018 menjadi US\$ 20 miliar (kemenpar.go.id). Berbeda dengan sektor migas yang terus mengalami penurunan, sektor pariwisata menjadi salah satu sektor yang dapat menunjang stabilitas perekonomian Indonesia. Selain memiliki peran dan kontribusi terhadap *Gross Domestic Product (GDP)*, sektor pariwisata juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap sektor lainnya seperti transportasi, sektor makanan dan industri.

Pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata tersebut tidak serta merta membuat rakyat Indonesia menjadi makmur. Bahkan pada tahun 2017 jumlah penduduk miskin Indonesia mencapai 27 juta jiwa, dan membuat Indonesia berada diperingkat ke lima sebagai Negara termiskin di dunia setelah Myanmar, Laos, Filipina, dan Kamboja data hasil Survei

Ekonomi Nasional (2017:24). Oleh karena itu, pembangunan masyarakat dari berbagai aspek harus ikut ditingkatkan.

Pembangunan merupakan kunci utama yang dapat meningkatkan taraf kehidupan masyarakat, salah satunya adalah peningkatan pembangunan sektor pariwisata yang telah memberikan kontribusi yang signifikan. Pembangunan sektor pariwisata pada intinya adalah menggali segala potensi pariwisata baik yang berasal dari sumber daya alam, sumber daya manusia maupun sumber daya buatan manusia yang memerlukan perhatian menyeluruh. Pembangunan yang baik adalah pembangunan yang dilakukan bersama masyarakat, dengan demikian masyarakat juga memperoleh hasil dan ikut menikmati potensi-potensi yang ada di daerah sekitarnya. Masyarakat dapat dengan mudah memperoleh keuntungan baik dari segi ekonomi, sosial, maupun budaya.

Menurut Demartoto (2009:35) pembangunan melibatkan partisipasi dan pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan tujuan untuk (1) memberdayakan masyarakat melalui pembangunan pariwisata; (2) meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat agar dapat memperoleh keuntungan ekonomi, sosial maupun budaya dari pembangunan tersebut; dan (3) memberikan kesempatan yang seimbang bagi seluruh lapisan masyarakat baik laki mupun perempuan. Pembangunan pariwisata bersama masyarakat yaitu pembangunan yang melibatkan setiap lapisan masyarakat dalam proses pembangunan, dimulai dari perencanaan, pelaksanaan, evaluasi dan menikmati hasil. Dalam Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan telah dijabarkan bahwa setiap orang atau masyarakat mempunyai hak prioritas untuk menjadi pekerja atau buruh, konsinyasi dan pengelolaan daerah wisata.

Pembangunan pariwisata dengan melibatkan masyarakat secara langsung telah diimplementasikan oleh pemerintah Indonesia melalui Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata

melalui Desa Wisata. Desa Wisata didefinisikan sebagai wadah integrasi antara atraksi, akomodasi, dan di dalamnya menyangkut fasilitas pendukung yang ditanamkan melalui suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan aktivitas kepariwisataan di suatu destinasi.

Salah satu provinsi yang cukup dekat dari DKI Jakarta, yaitu Provinsi Banten juga turut serta aktif dalam pengembangan destinasi wisata. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Provinsi Banten, jumlah desa wisata yang berada di Banten memang belum digolongkan secara rapi. Salah satu destinasi budaya yang menjadi andalan di Provinsi Banten, yaitu daya tarik wisata kampung Suku Baduy. Sebagai daya tarik wisata yang mempunyai keunikan kebudayaan dan alam, daya tarik wisata ini ditopang oleh keberadaan budaya masyarakat Suku Baduy, yang mempunyai keunikan tersendiri.

Pengembangan Desa Kampung Wisata Baduy membutuhkan dukungan berupa tenaga dan pikiran dari masyarakat setempat. Hal ini disebabkan daya tarik utama yang ditawarkan oleh kampung wisata ini adalah keunikan dari budaya masyarakat Baduy yang terjaga sejak dulu, sehingga dibutuhkan sumber daya manusia berkualitas dan memiliki kemampuan untuk dapat memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki. Permasalahannya adalah hampir semua masyarakat Desa Baduy memiliki latar belakang pendidikan yang rendah, karena secara adat, masyarakat Baduy menolak untuk bersekolah. Di sisi lain, pemahaman tradisional yang dimiliki tetap harus dihormati, sehingga dibutuhkan pemberdayaan masyarakat sekitar Baduy, maupun di Provinsi Banten.

Studi ini dilakukan untuk memahami bentuk partisipasi masyarakat adat dalam pengembangan desa wisata kampung Baduy ke depannya; sekaligus mendeskripsikan peran *stakeholder* dalam pemberdayaan masyarakat Desa Wisata Baduy. Studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoretis bagi para akademisi untuk studi mengenai

partisipasi masyarakat dalam pengembangan daya tarik wisata suatu destinasi; serta memperkaya pengetahuan tentang desa wisata khususnya mengenai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Baduy. Hal ini diharapkan dapat menjadi sumbangan pemikiran serta referensi bagi penelitian maupun ilmu di bidang pariwisata. Di sisi lain, studi ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap masyarakat dan perangkat desa untuk dijadikan referensi dalam upaya pemberdayaan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata di Desa Wisata Kampung Baduy.

2. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam studi kali ini merupakan bentuk pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan apa adanya tentang variabel, gejala, atau keadaan. Metode ini digunakan untuk memaparkan partisipasi dan bentuk pemberdayaan Desa Wisata Kampung Baduy. Penelitian ini diselenggarakan di Desa Kampung Wisata Baduy, Desa Dinas Kanekes, Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak, Provinsi Banten. Kecamatan Leuwidamar, Kabupaten Lebak. Lokasi ini dipilih karena Kampung Baduy telah ditetapkan menjadi daya tarik utama Provinsi Banten namun belum menunjukkan perkembangan yang signifikan.

Tipe data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif sekaligus kualitatif. Data kuantitatif merupakan suatu data yang berbentuk bilangan dan angka sedangkan data kualitatif merupakan data yang tidak berbentuk bilangan dan merupakan keterangan atau informasi. Sumber data dalam studi ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang secara langsung dikumpulkan oleh peneliti sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung oleh pihak yang melaksanakan penelitian. Instrumen penelitian yang

digunakan dalam penelitian kualitatif adalah penulis sendiri. Penulis terjun ke lapangan sendiri baik dalam pengumpulan data, analisis dan membuat kesimpulan.

Teknik pengumpulan data dilakukan selama dua bulan yaitu April-Mei 2019, yang digunakan yaitu triangulasi yaitu teknik gabungan yang terdiri dari wawancara mendalam, observasi partisipatif dan metode dokumentasi. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan melalui proses pengamatan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam. Adapun observasi yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah observasi partisipatif. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika dalam hal ini studi yang dilakukan merupakan bentuk penemuan permasalahan yang harus diteliti dan juga jika peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Di sisi lain jumlah informannya pun sedikit. Studi Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang. Studi dokumen merupakan pelengkap penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Metode dan teknik analisis data menggunakan tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan. Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak oleh sebab itu perlu dicatat secara teliti dan rinci. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat atau suatu model. Penulis berusaha menarik kesimpulan dan melakukan verifikasi dengan mencari makna setiap gejala yang diperolehnya dari lapangan.

3. Tinjauan Pustaka

Dalam tinjauan pustaka akan dijabarkan mengenai penelitian terdahulu yang memiliki pembahasan dan topik yang relevan dengan

penelitian ini khususnya upaya pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan sebuah desa wisata. Adapun beberapa referensi dipaparkan dalam penelitian ini. Nurcahyono (2017:43) dalam penelitiannya berjudul “Kapasitas Komunitas Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Pedesaan” mengemukakan bahwa kapasitas komunitas yang dimiliki Desa Grogol bermanfaat untuk mengembangkan pariwisata pedesaan. Kapasitas komunitas menurut Chaskin dalam Nurcahyono (2017:49) merupakan interaksi dari modal manusia, sumber daya organisasi, dan modal sosial yang berpengaruh dalam pemecahan masalah kolektif dan meningkatkan kesejahteraan komunitas. Penelitian oleh Mustangin, dkk (2017:57) memberikan paparan mengenai bagaimana cara dalam meningkatkan motivasi dan peran masyarakat melalui program pemberdayaan masyarakat dalam rangka pengembangan pariwisata di Desa Wisata Bumiaji. Dalam penelitian yang berjudul “Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Di Desa Bumiaji” diungkapkan bahwa pemberdayaan masyarakat dilakukan untuk mengoptimalkan program desa wisata sehingga memberikan perubahan terlebih pada peningkatan pengetahuan dan perekonomian masyarakat.

Penelitian oleh Kusumo dkk (2018:89) dengan judul “Potensi Pengembangan Agrowisata Berbasis Komunitas di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat” mengemukakan bahwa masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan agrowisata harus dilibatkan secara penuh dalam perencanaan dan pengelolaannya, Penanaman kesadaran masyarakat merupakan hal yang sangat krusial dalam mengembangkan pariwisata dan membutuhkan proses serta pengkondisian untuk mewujudkan masyarakat sadar wisata. Penelitian mengenai pemberdayaan ekonomi dengan fokus terhadap wirausaha di bidang pariwisata dilakukan oleh Nordin dkk (2014:9) melalui penelitian dengan judul “*Empowering Local Communities through Tourism*

Entrepreneurship: The Case of Micro Tourism Entrepreneurs in Langkawi Island".

Hasil dalam penelitian ini adalah bahwa aktivitas wirausaha pariwisata berkontribusi secara positif pada tingkatan penghasilan, kesempatan kerja dan standar hidup masyarakat. Penelitian berjudul *The Organizational Evolution, Systematic Construction and Empowerment of Langde Miao's Community Tourism* ditulis Chen (2016:8-10) yang mengungkapkan bahwa perubahan organisasi masyarakat dan kemampuan sistematis dalam pengembangan pariwisata membantu pengembangan ekonomi dan sosial masyarakat serta keberhasilan dalam politik. Keberhasilan tersebut didukung oleh partisipasi masyarakat dan pemberdayaan masyarakat Langde Miao.

Berdasarkan hasil dari penelitian terdahulu dapat disimpulkan bahwa pemberdayaan masyarakat memiliki peran dalam pengembangan pariwisata yang berdampak pada peningkatan aspek sosial, ekonomi, budaya dan politik masyarakat. Kesamaan dalam penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah pada fokus penelitian yaitu mengenai pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, namun memiliki beberapa perbedaan yaitu tidak semua penelitian membahas mengenai proses pemberdayaan masyarakat serta lokasi yang berbeda.

4. Wisata Kampung Baduy

Sebagai negara yang kaya akan kebudayaan leluhur, Indonesia dihuni berbagai macam suku yang menetap di segala pelosok Nusantara. Kearifan lokal serta adat istiadatnya mendukung kelestarian alam Indonesia hingga mampu terjaga dengan baik dan berkolaborasi dengan alam. Nama Baduy muncul di antara banyaknya suku yang ada di Indonesia. Kelompok etnis Sunda ini sejak dulu tinggal bersama alam di Pegunungan Kendeng, Desa Kanekes, Kecamatan Leuwidamar,

Kabupaten Lebak, Banten. Suku Baduy dapat dibagi dalam dua golongan yang disebut dengan Baduy Dalam dan Baduy Luar. Perbedaan yang paling mencolok di antara kedua suku ini adalah dalam menjalankan aturan adat. Baduy Dalam masih memegang teguh adat dan menjalankan aturan dengan ketat, sebaliknya tidak dengan Baduy Luar.

Masyarakat Baduy Luar saat ini sudah terkontaminasi dengan budaya luar selain Baduy. Barang elektronik dan sabun diperkenankan ketua adat yang di sebut Jaro untuk menjalankan aktivitas sehari-hari. Baduy Luar juga bisa menerima tamu yang berasal dari luar Indonesia. Tamu dari luar negeri ini diperbolehkan mengunjungi hingga menginap di salah satu rumah warga Baduy Luar. Perbedaan lainnya terlihat dari cara berpakaian. Pakaian adat atau baju yang digunakan oleh penduduk Baduy Luar terdiri dari balutan warna putih, terkadang hanya bagian celananya bewarna hitam ataupun biru. Warna putih itu melambangkan kesucian dan budaya yang tidak terpengaruh. Di sisi lain, Baduy Luar yang menggunakan baju serba hitam atau biru tua saat melakukan aktivitas.

Baduy Dalam terdiri dari tiga kampung yang bertugas mengakomodir kebutuhan dasar yang dibutuhkan semua masyarakat Suku Baduy. Tugas ini dipimpin oleh Pu'un selaku ketua adat dibantu dengan Jaro sebagai wakilnya. Kampung Cikeusik, Cikertawana, dan Cibeo adalah tiga kampung tempat Suku Baduy Dalam tinggal, masyarakat Baduy Luar saat ini mendiami sekitar 50 kampung lainnya yang berada di bukit-bukit Gunung Kendeng.

Sebutan Baduy diberikan peneliti Belanda yang melihat kemiripan masyarakat di sini dengan masyarakat Badawi atau Bedoin di Timur Tengah (Permana, 2011:27-29). Kemiripan ini karena dahulu, masyarakat ini sering berpindah-pindah mencari tempat yang sempurna untuk ditinggali. Akan tetapi ada juga yang menyebutkan nama Baduy adalah nama Sungai Cibaduy yang terletak di bagian utara Desa Kanekes.

Mata pencaharian masyarakat Suku Baduy umumnya berladang dan bertani secara organik, tanpa pupuk dan bahan kimia. Alamnya yang subur dan berlimpah mempermudah suku ini dalam menghasilkan kebutuhan alam. Hasil berupa kopi, padi, dan umbi-umbian menjadi komoditas utama. Dalam praktek bertani di kehidupan sehari-harinya, penduduk suku Baduy tidak menggunakan kerbau atau sapi dalam proses pengolahan lahan. Dalam aturan mereka, hewan berkaki empat selain anjing dilarang masuk ke Desa Kanekes demi menjaga kelestarian alam. Proses kelestarian alam juga dapat dilihat saat masyarakat Suku Baduy membangun rumah adat yang terbuat dari kayu dan bambu. Kontur tanah di kampung Baduy yang miring, tidak akan digali, dalam upaya suku Baduy untuk menjaga alam yang sudah memberi kehidupan. Rumah-rumah masyarakat dibangun dengan batu kali sebagai dasar pondasi, sehingga tiang-tiang penyangga rumah terlihat tidak sama tinggi dengan tiang lainnya.

Rumah adat Baduy mempunyai 3 ruangan dengan fungsinya yang masing-masing berbeda. Bagian depan sebagai penerima tamu dan tempat menenun untuk kaum perempuan. Bagian tengah untuk ruang keluarga dan tidur, dan ruangan ketiga yang terletak di bagian belakang untuk memasak dan tempat untuk menyimpan hasil ladang dan padi. Semua ruangan dilapisi dengan lantai anyaman bambu. Sedangkan pada bagian atap rumah, digunakan serat ijuk atau daun pohon kelapa. Rumah suku Baduy dibangun berhadap-hadapan dan selalu menghadap utara atau selatan. Faktor sinar matahari yang menyinari dan masuk ke dalam ruangan adalah alasan mengapa rumah di sini dibangun hanya pada dua arah saja.



Gambar 1. Foto Rumah Dan Masyarakat Baduy Yang Tidak Menggunakan Alas Kaki

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

Tradisi kesenian di Suku Baduy juga mengenal budaya menenun yang telah diturunkan sejak nenek moyang Suku Baduy (Suparmini, 2013:18-22). Menenun hanya dilakukan oleh kaum perempuan sejak usia dini. Ada mitos apabila pihak laki-laki tersentuh alat menenun yang terbuat dari kayu tersebut maka laki-laki tersebut akan berubah perilakunya menyerupai tingkah laku perempuan. Tradisi menenun ini menghasilkan pakaian adat Suku Baduy. Kain tenunnya bertekstur lembut untuk pakaian. Selain digunakan dalam keseharian, kain ini dapat dibeli wisatawan yang datang berkunjung ke Desa Kanekes dan Ciboleger. Kain dari kulit kayu pohon terep selalu menjadi ciri khas dari Suku Baduy dalam kaitannya dengan benda seni. Tas koja atau jarog ini digunakan Suku Baduy untuk menyimpan segala macam kebutuhan.

Suku Baduy percaya bahwa Suku Baduy keturunan dari Bhatara Cikal, salah satu dari tujuh dewa atau bhatara yang datang ke bumi (Sutoto,

2015:138-145). Asal usul tersebut dikaitkan dengan Nabi Adam sebagai nenek moyang pertama. Keturunan Suku Baduy percaya, warga Kanekes mempunyai tugas untuk menjaga harmoni dunia. Kepercayaan ini disebut juga dengan Kepercayaan Sunda Wiwitan yaitu memuja nenek moyang sebagai bentuk penghormatan.

Wilayah Suku Baduy sudah ditetapkan sebagai cagar budaya oleh pemerintah Kabupaten Lebak pada tahun 1990. Kawasan ini melintas mulai dari Desa Ciboleger hingga ke arah Rangkasbitung dan menjadi tempat bermukimnya Suku Baduy yang menjadi suku asli di Provinsi Banten. Wisatawan dapat mengakses kampung wisata Baduy dengan menaiki kereta api hingga Stasiun Rankasbitung, kemudian melanjutkan perjalanan dengan kendaraan hingga Desa Ciboleger. Dari desa ini, wisatawan diharuskan melakukan *trekking* selama satu jam hingga ke Kampung Wisata Baduy. Pemandu akan memandu proses wisatawan ketika melintasi bukit masuk ke dalam hutan hingga menemukan kampung terluar Desa Baduy Luar. Akan tetapi, untuk wisatawan yang berniat untuk berkunjung ke wilayah Baduy Dalam bisa berjalan kaki dengan durasi waktu 7 jam sebelum tiba di Kampung Cibeo, yang merupakan salah satu kampung dari 3 kampung Baduy Dalam.

5. Pengembangan Desa Wisata/Kampung Wisata Baduy

Desa atau kampung wisata yang tergambar dalam keseharian aktivitas di kampung Baduy adalah salah satu bentuk upaya integrasi mulai dari atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan mekanisme budaya tradisi. Pengembangan Kampung Wisata Baduy mempunyai manfaat ganda, baik di bidang ekonomi, sosial, dan politik. Manfaat ganda dari pembangunan desa wisata, adalah: (1) ekonomi : meningkatkan perekonomian nasional, regional, dan masyarakat lokal

masyarakat Baduy dan provinsi Banten; (2) sosial : membuka lapangan kerja dan lapangan berusaha bagi masyarakat di desa penyokong kampung Baduy; (3) politik : menjembatani perdamaian antar bangsa di dunia serta memperkokoh persatuan bangsa, mengatasi disintegrasi dan memperkuat pluralisme; (4) pendidikan : memperluas wawasan dan cara berfikir orang-orang desa, mendidik cara hidup yang menghormati lingkungan seperti masyarakat Baduy; (5) ilmu pengetahuan dan teknologi (Iptek) : meningkatkan ilmu dan teknologi bidang khas Baduy seperti pertanian organik, pembangunan jembatan dengan sumber alam; (6) sosial budaya : menggali dan mengembangkan kesenian serta kebudayaan asli daerah Baduy yang hampir punah untuk dilestarikan kembali.; dan (7) lingkungan: menggugah sadar lingkungan (Darling), yaitu menyadarkan masyarakat akan arti pentingnya memelihara dan melestarikan lingkungan yang saat ini sangat dijaga oleh suku Baduy Dalam.

Potensi wisata yang berada di Kampung Baduy dapat menjadi kemampuan dalam suatu wilayah yang termasuk di dalam Kampung Baduy yang bisa dimanfaatkan untuk pembangunan, mencangkup alam dan manusia serta hasil karya manusia itu sendiri. Adapun macam-macam potensi wisata di kampung wisata Baduy dibagi menjadi tiga yaitu: potensi wisata alam yang merupakan keadaan, jenis flora dan fauna suatu daerah, bentang alam seperti bukit, hutan, pegunungan (keadaan fisik suatu daerah); (2) potensi wisata kebudayaan adalah semua hasil cipta, rasa, karsa masyarakat adat Baduy baik berupa adat istiadat, kerajinan tangan khas Baduy, kesenian musik, peninggalan sejarah berupa bangunan khas Baduy; dan (3) potensi ini berupa tarian, pementasan atau pertunjukan seni budaya pada Baduy, salah satunya Festival Seba Baduy.



Gambar 2. Foto Festival Seba Baduy – Proses Menjaga Alam Dan Budaya Baduy

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

Pengembangan kampung wisata Baduy tidak selalu berkaitan dengan aspek ekonomi semata. Namun hal yang lebih ditekankan adalah suatu bentuk upaya memperluas atau mewujudkan potensi-potensi, serta membawa keadaan secara bertingkat ke suatu keadaan yang lebih lengkap, lebih besar, dan lebih baik, memajukan sesuatu dari yang lebih awal kepada yang lebih akhir atau yang sederhana ke lebih kompleks, dalam hal ini tidak hanya bagi masyarakat Baduy, namun juga penduduk di Kabupaten Lebak, Banten. Komponen pengembangan pariwisata baik bagi masyarakat Baduy maupun Kabupaten Lebak dapat diklasifikasikan pada beberapa dimensi. Pengembangan wisata Baduy, meskipun ditujukan untuk menjaga kebudayaan alami di kampung Baduy, namun dapat memberikan dampak positif bagi Desa Kanekes, Kabupaten Lebak, dan Provinsi Banten. Pengembangan yang bisa dilakukan antara lain: atraksi dan aktivitas pariwisata, akomodasi, fasilitas dan jasa layanan pariwisata

lainnya, fasilitas dan layanan jasa transportasi menuju Rangkasbitung via Kereta Api, dan Desa Ciboleger melalui transportasi darat, infrastruktur lainnya seperti air, listrik, dan telekomunikasi di daerah penyokong kampung wisata Baduy, serta elemen institusional berupa program perencanaan, pendidikan, dan pelatihan SDM, promosi dan pemasaran strategis, kebijakan investasi, program pengendalian pengaruh ekonomi, lingkungan dan sosial kultural.

6. Pemberdayaan Masyarakat Baduy

Mardikanto (2014:58-60) menyebutkan bahwa pemberdayaan masyarakat merupakan upaya untuk memberikan daya (*empowerment*) atau penguatan (*strengthening*) kepada masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dapat juga didefinisikan sebagai kemampuan individu yang bersinergi dalam masyarakat dalam membangun keberdayaan masyarakat sehingga dapat menemukan alternatif-alternatif baru pembangunan masyarakat. Pemberdayaan masyarakat dilakukan melalui beberapa prinsip dalam pengembangan masyarakat berbasis budaya dan kelestarian alam yang dimiliki oleh masyarakat Baduy. Pelestarian budaya dalam masyarakat Baduy menjadi kunci utama pemberdayaan masyarakat, dibandingkan pembangunan infrastruktur, perbaikan standar ekonomi, dan pendidikan formal.

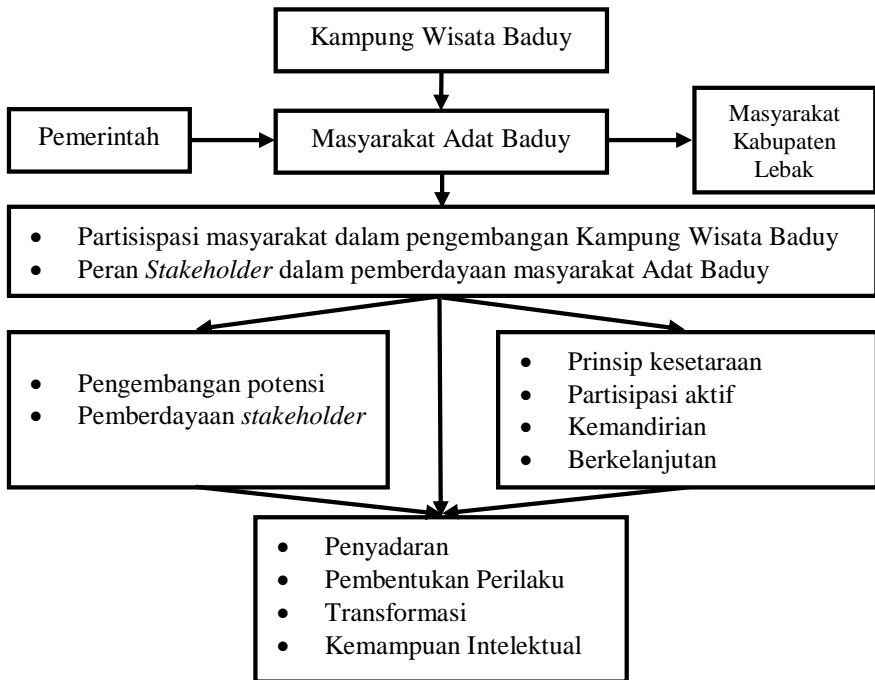
Adapun prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan masyarakat Baduy dapat dijabarkan antara lain pertama prinsip kesetaraan. Prinsip ini utama dipegang dalam proses pemberdayaan masyarakat adalah kesetaraan antara masyarakat, baik masyarakat suku Baduy, maupun masyarakat sekitar kampung Baduy, dengan lembaga yang melakukan program-program pemberdayaan masyarakat. Kesetaraan dapat dilakukan dengan persamaan hak dalam berpendapat, dalam menjaga ekosistem alam, dalam pemeliharaan potensi budaya, dan dalam menjaga

kesehatan. Program kedua adalah pemberdayaan yang dapat menstimulasi kemandirian masyarakat yaitu program yang sifatnya diawasi, partisipatif, direncanakan, dilaksanakan, sekaligus memperoleh proses evaluasi dari dan oleh masyarakat. Program ketiga menggunakan prinsip keswadayaan yang merupakan proses menghargai dan mengedepankan kemampuan masyarakat daripada bantuan pihak lain. Adapun prinsip program keempat adalah perlunya dirancang untuk berkelanjutan, meskipun pada awalnya peran pendamping lebih dominan dibandingkan dengan masyarakat. Namun secara perlahan peran pendampin akan berkurang karena masyarakat mampu dalam mengelola kegiatan secara mandiri.

Dengan melihat prinsip tersebut, maka dapat ditempuh tahapan-tahapan dalam pemberdayaan masyarakat. Tahap pertama adalah penyadaran dan pembentukan perilaku. Di dalam tahapan ini dilakukan persiapan dalam proses pemberdayaan. Pada tahapan ini pelaku pemberdayaan berusaha menciptakan prakondisi agar dapat memfasilitasi berlangsungnya proses pemberdayaan yang efektif. Proses penyadaran akan membuka keinginan dan kesadaran masyarakat, baik masyarakat suku Baduy maupun penyokong Kampung Baduy, tentang kondisi saat itu sehingga dapat merangsang kesadaran masyarakat tentang perlunya memperbaiki kondisi untuk menciptakan masa depan yang lebih baik.

Proses berikutnya merupakan teknik transformasi yang merupakan kemampuan berupa wawasan pengetahuan, kecakapan, keterampilan yang digunakan dalam rangka membuka wawasan serta proses pemberian keterampilan dasar sehingga dapat mengambil peran dalam pembangunan. Masyarakat akan menjalani proses belajar tentang pengetahuan dan kecakapan keterampilan yang relevan dengan tuntutan kebutuhan. Pada tahap ini masyarakat dapat memberikan peran partisipasi pada tingkat yang rendah yaitu sekedar menjadi pengikut atau objek pembangunan saja, dan belum mampu menjadi subyek dalam pembangunan.

Proses terakhir adalah tahap pengayaan atau peningkatan kemampuan intelektual dan kecakapan keterampilan yang diperlukan agar masyarakat dapat menciptakan kemandirian. Kemandirian tersebut akan ditandai oleh kemampuan masyarakat dalam membentuk inisiatif, melahirkan kreasi dan inovasi dalam lingkungannya. Untuk memahami proses dari partisipasi masyarakat, dan model partisipasi masyarakat, dapat dilihat melalui bagan berikut ini.



Gambar 3. Model Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata Kampung Baduy

7. Kesimpulan Dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut. Pertama, potensi yang dimiliki oleh kampung wisata Baduy, berupa potensi alam yang alami, potensi kebudayaan, dan potensi buatan manusia, hendaknya dapat dikembangkan demi pengembangan wisata Baduy ke depannya. Kedua, karakteristik unik dari kampung wisata Baduy, hanya bisa dikembangkan melalui model

partisipasi aktif masyarakat. Ketiga, terdapat enam komponen yang dapat dikembangkan dalam pengembangan wisata Baduy berbasis partisipasi masyarakat antara lain atraksi wisata, akomodasi, fasilitas layanan wisata, jasa transportasi, infrastruktur pendukung, serta elemen institusional. Keempat, pentingnya peran lima *stakeholder* pariwisata di luar masyarakat adat Baduy, yaitu akademisi, pelaku wisata perjalanan, pemerintah lokal dan kabupaten serta provinsi, masyarakat desa penyokong kampung Baduy, dan media dalam menjaga prinsip pemberdayaan masyarakat Baduy. Kelima, terdapat lima tahap dalam pemberdayaan masyarakat Baduy antara lain kesadaran, pembentukan perilaku, transformasi, dan kemampuan intelektual.

Melalui studi ini, penulis juga ingin menyampaikan beberapa saran kepada beberapa pihak antara lain sebagai berikut. Pertama, kepada pemerintah Kabupaten Lebak dan Provinsi Banten, agar turut mendukung program pemberdayaan masyarakat adat Baduy dan sekitar kampung Baduy, dalam pengembangan wisata Baduy. Kedua, kepada masyarakat di desa penyokong Kampung Baduy, agar turut berperan aktif dalam menjaga potensi alam dan budaya yang selalu dijaga oleh masyarakat adat Baduy. Ketiga, kepada akademisi agar selalu aktif membantu preservasi budaya adat Baduy demi pemberdayaan masyarakat.

Daftar Pustaka

- Anonim. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2017*. <http://www.kemenpar.go.id/>. Diakses tanggal 20 Januari 2019
- Anonim. *Peraturan Daerah Provinsi Banten Nomor 2 Tahun 2012*. PERDA tentang Kepariwisata Budaya Banten.
- Anonim. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor PM.26.UM.001/MKP/2010 Tentang Pedoman Umum Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Pariwisata Melalui Desa Wisata.
- Anonim. Undang-Undang No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata
- Chen, Zhiyong, dkk. 2016. *The Organizational Evolution, Systematic Contruction and Empowerment of Langde Miao's Community Tourism*. Science Direct Tourism Management Journal.

- Demartoto, Argyo. 2009, *Pembangunan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Sebelas Maret University Press, Surakarta. Jurnal Ilmu Pertanian dan Peternakan. Volume 6 Nomor 1 Juli 2018. Profil Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Padjajaran.
- Kusumo, Rani Andriani. 2018. *Potensi Pengembangan Agrowisata Berbasis Komunitas di Desa Cibodas Kecamatan Lembang Kabupaten Bandung Barat*. Jurnal Agrivet Unma Vol 6 No 1 2018.
- Mustangin, dkk. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata di Desa Bumiaji*. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi. Departemen of Sociology, Faculty of Social and Political Science, Universitas Padjajaran (2017). ISSN 2548-4559
- Mardikanto, Totok. 2014. *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Mustangin, Desy Kusniawati, Nufa Pramina Islami, Baruna Setyaningrum, dan Eni Prasetyawati. 2017. *Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata Di Desa Bumiaji*. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi Vol.2 No.1.
- Nordin, Aleff Omar Shah. 2014. *Empowering Local Communities through Tourism Entrepreneurship: The Case of Micro Tourism Entrepreneurs in Langkawi Island*. SHS Web of Conferences Volume 12, 2014 4th International Conference on Tourism Research (4ICTR).
- Nurchayono, Okta Hadi. Habitus. 2017. *Kapasitas Komunitas Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Pedesaan*. Jurnal Pendidikan, Sosiologi dan Antropologi. Volume 1 No 01 Tahun 2017. ISSN: 2597-9264
- Nordin Aleff Omar Shah, dkk (2014). *Empowering Local Communities through Tourism Entrepreneurship: The Case of Micro Tourism Entrepreneurship in Langkawi Island*. SHS Web of Conferences 12.
- Najiati, Sri, dkk. 2005. *Pemberdayaan Masyarakat di Lahan Gambut*. Bogor: Wetlands International.
- Nurchayono, Okta Hadi. 2017. *Kapasitas Komunitas Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Pedesaan. ... Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Pedesaan*. Jurnal Pendidikan Sosiologi dan Antropologi UNS 2017.
- Permana, R. Cecep Eka. 2011. *Kearifan Lokal Masyarakat Baduy dalam Mitigasi*. Makara Jurnal Sosial Humaniora, Vol 15, 2011.
- Suparmini, Sriadi, dan Sumunar, Diah. 2013. *Pelestarian Lingkungan Masyarakat Baduy Berbasis Kearifan Lokal*. Jurnal Penelitian Humaniora, Vol. 18, No.1, April 2013: 8-22.
- Sutoto. 2015. *Dinamika Transformasi Budaya Belajar Suku Baduy*. Jurnal Penelitian Pendidikan. Vol 1 2015.

**PELAKSANAAN BAURAN PEMASARAN
MEETING INCENTIVE CONFERENCE EXHIBITION
DI BALI NUSA DUA CONVENTION CENTER**

Nelsye Lumanauw

Email: nelsye.lumanauw@pib.ac.id
POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

Nowadays travel is not only for leisure time but it is also for business purposes, such as Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE) activity. The MICE activity is a form of tourism travel in which groups of people, usually plan well in advance for a particular purpose. The industry of MICE is growing rapidly and this results in an intensified competition among the event venues that are keen to attract more meetings and conventions. Challenges and trends of convention centers are faced by the Bali Nusa Dua Convention Centre (BNDCC). It is because of an increased number of venues and meeting space.

This research uses descriptive qualitative analysis. Data were collected through interviews, observation, and documentation of the product, price, place, promotion, process, people and physical evidence as 7P marketing mix of BNDCC. The collected data were then analyzed and evaluated according to the 7P marketing mix and select the improvements which can be done.

The conclusion of this research is the 7P marketing mix used in the events section of BNDCC is good. There is one element, people, as part of the marketing mix, which is limited. Improvements can be done by improving sales team performance. The team is important to communicate the product and meet the individual needs of the person experiencing it.

Keywords: *MICE Industry, Marketing Mix, Event Venue, Convention Center*

Abstrak

Perjalanan saat ini tidak hanya untuk waktu luang tetapi menggabungkan dengan kegiatan bisnis, seperti pertemuan, insentif, konvensi dan pameran atau *Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions* (MICE). Kegiatan MICE adalah bentuk perjalanan wisata di mana sekelompok orang telah merencanakan dengan baik kegiatan tersebut untuk tujuan tertentu. Industri MICE berkembang pesat dan ini menghasilkan persaingan yang semakin intensif di antara tempat acara

yang ingin menarik lebih banyak pertemuan dan konvensi. Tantangan dan tren pusat konvensi dihadapi oleh Bali Nusa Dua Convention Center (BNDCC), karena peningkatan jumlah tempat dan ruang pertemuan.

Penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan terhadap produk, harga, tempat, promosi, proses, orang, dan bukti fisik sebagai 7P bauran pemasaran BNDCC. Data yang terkumpul kemudian dianalisis dan dievaluasi sesuai dengan bauran pemasaran 7P dan memilih perbaikan yang dapat dilakukan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bauran pemasaran 7P yang digunakan di bagian acara BNDCC baik. Ada satu elemen, orang, sebagai bagian dari bauran pemasaran, yang terbatas. Perbaikan dapat dilakukan dengan meningkatkan kinerja tim penjualan. Tim penting untuk mengkomunikasikan produk dan memenuhi kebutuhan individu dari orang yang mengalaminya.

Kata Kunci: Industri MICE, Bauran Pemasaran, Tempat Acara, Pusat Konvensi.

1. Pendahuluan

Dewasa ini, perjalanan wisata tidak hanya dimaksudkan untuk menikmati keindahan budaya, panorama alam dan kuliner, namun dikombinasikan dengan kegiatan pertemuan (*Meeting*), perjalanan insentif (*Incentive*), konferensi (*Conference*) dan pameran (*Exhibition*) atau disingkat MICE. Hal ini bisa dipahami mengingat terdapat berbagai macam organisasi, seperti politik, ekonomi, sosial dan budaya melakukan kegiatan MICE secara reguler, untuk membicarakan hal-hal terkait kemajuan organisasi dan anggotanya.

Maraknya berbagai organisasi melakukan kegiatan MICE dalam berbagai bentuk mendorong industri MICE di Indonesia mengalami kemajuan yang cukup pesat. Para pelaku bisnis melihat MICE sebagai suatu industri yang kompleks sehingga dapat dijadikan peluang bisnis yang sangat menjanjikan bagi banyak pihak yang terlibat sebagai penyelenggara dalam kegiatan industri ini (Linda Desma Yunita¹ dan Tri Handayani, 2018). Peserta MICE selain dari anggota organisasi juga berasal dari

masyarakat luas atau orang-orang tertentu yang diundang berdasarkan jenis acara yang dilaksanakan (Darmawan Damanik dan FX Setiyo Wibowo, 2018).

Pesatnya industri MICE harus didukung oleh keberadaan tempat kegiatan MICE itu sendiri. Kegiatan pada taraf regional maupun global menunjukkan adanya persaingan ketat pada destinasi MICE. Destinasi MICE dituntut untuk memiliki tempat penyelenggaraan kegiatan (*venue*) sebagai salah satu barometer. Berdasarkan hal tersebut, hal ini menjadi sebuah tantangan bagi industri MICE Indonesia untuk dapat menyediakan *venue* yang bisa bersaing baik regional maupun internasional serta mampu meningkatkan jumlah kunjungan, lama tinggal, dan pengeluaran belanja dari wisatawan mancanegara tujuan bisnis MICE (Peraturan Menteri RI, no 2 Tahun 2017).

Nusa Dua khususnya area *Indonesia Tourism Development Centre* (ITDC) merupakan salah satu destinasi MICE unggulan di Bali, dengan dimilikinya infrastruktur yang baik, seperti 4000 kamar hotel bintang 4 dan 5, lapangan golf, restoran, dan pantai pasir putih. Berbagai ajang peristiwa besar, baik nasional ataupun internasional, dilaksanakan di Nusa Dua. Bali Nusa Dua Convention Center (BNDCC) menjadi salah satu tempat diadakannya kegiatan MICE berskala nasional dan internasional yang menawarkan keunggulan baik konsep maupun arsitektur.

BNDCC menawarkan berbagai ruangan multifungsional dan ruang pertemuan bervariasi dari 20 sampai 5000 kursi, serta dirancang untuk mengakomodasi berbagai macam penataan ruangan. Produk dan layanan diciptakan khusus seperti layanan manajemen acara, pengaturan makanan minuman, peralatan audio visual, fasilitas telekomunikasi dan gudang, untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Kelengkapan fasilitas yang dimiliki BNDCC selalu mendapat persaingan dari *event venue* lain. Hotel-hotel yang berada di area ITDC memiliki *event venue*, di samping

adanya *convention center* lain yaitu Bali International Convention Centre (BICC), yang menjadi kompetitor dari BNDCC.

Bagaimana BNDCC menghadapi persaingan ditinjau dari sudut pandang pelaksanaan bauran pemasaran yang mencakup produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*) dan bukti fisik (*phisycal evidence*) atau dikenal dengan istilah bauran pemasaran 7P adalah merupakan tujuan dari penelitian ini.

2. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka pada penelitian ini membahas tentang bauran pemasaran mencakup 7P, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*) dan bukti fisik (*phisycal evidence*), *event MICE* dan *venue MICE*.

2.1 Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran merupakan serangkaian elemen yang dirancang oleh perusahaan untuk menghasilkan tanggapan pasar (Samsul Arifin, 2019: 85), mencapai tujuan pemasaran (Freddy Rangkuti, 2009: 22) dan tingkat penjualan berdasarkan atas pasar sasaran (I Gusti Bagus Rai Utama, 2017: 26). Seberapa banyak elemen yang diperlukan tergantung pada kebutuhan, karena bauran pemasaran adalah alat pemasaran. Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah (2019: 53) mengungkapkan bahwa bauran pemasaran jasa tidak cukup hanya empat, produk, harga, distribusi dan promosi, namun diperluas menjadi proses, orang dan bukti fisik, sehingga menjadi tujuh elemen.

Elemen-elemen bauran pemasaran di bidang jasa mencakup produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), proses (*process*), orang (*people*) dan bukti fisik (*phisycal evidence*) atau dikenal dengan istilah bauran pemasaran 7P.

- a. Produk (*product*), harus dilihat sebagai suatu *bundle of activities* antara produk jasa inti dan pendukungnya, untuk menghasilkan total *offering* optimal, sehingga dapat memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan konsumen (Didin Fatihudin dan Anang Firmansyah, 2019: 53).
- b. Harga (*price*), mengacu pada biaya produksi jasa dan ditentukan oleh permintaan pasar. Pencitraan produk yang kompetitif mempengaruhi keputusan penentuan harga (Francois Vellas dan Lionel Becherel, 2008: 142).
- c. Tempat (*place*), mengacu pada tempat terjadinya kontak antara pemberi layanan dan yang mendapat layanan, berupa properti milik sendiri, manage properti lain atau sewa (Prasanna Kumar, 2010: 47).
- d. Promosi (*promotion*), terdiri atas seluruh metode pengkomunikasian produk yang ditawarkan pada pasar yang ditargetkan. Peralatan promosi termasuk pemasangan iklan, media tv (Francois Vellas dan Lionel Becherel, 2008: 142).
- e. Orang (*people*), mencakup orang-orang yang terlibat langsung maupun tidak langsung terhadap kegiatan pemasaran, sikap dan perilaku berpengaruh terhadap kualitas produk (Prasanna Kumar, 2010: 48).
- f. Proses (*process*), adalah seluruh kegiatan kerja yang meliputi prosedur, tugas, jadwal, mekanisme, kegiatan dan runitas di mana suatu jasa disampaikan kepada pelanggan yang melibatkan kebijakan tentang keterlibatan pelanggan dan karyawan (Payne, 2009: 210)
- g. Bukit Fisik (*physical evidence*), adalah lingkungan fisik perusahaan jasa di mana layanan diciptakan, penyedia jasa, pelanggan berinteraksi, ditambah unsur-unsur berwujud yang ada dan dipakai untuk berkomunikasi atau mendukung peran jasa (Payne, 2009: 164).

2.2 Event MICE

Peraturan Menteri Pariwisata RI No.2 (2017) mengemukakan penyelenggaraan kegiatan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi, dan pameran (*meeting, incentive, convention, exhibition*) yang selanjutnya disebut MICE adalah pemberian jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, penyelenggaraan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta penyelenggaraan pameran dalam rangka penyebarluasan informasi dan promosi suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional. MICE sebagai wisata konvensi, dengan batasan: usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama (Andini, 2014:7).

2.3 Venue MICE

Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (*Venue*) MICE yang selanjutnya disebut Venue MICE adalah tempat atau lokasi diselenggarakannya suatu kegiatan pertemuan, perjalanan insentif, konvensi dan pameran (Peraturan Menteri Pariwisata RI No.2, 2017). Apabila suatu kejadian bukan merupakan suatu kebetulan, tetapi direncanakan, maka tempat tersebut dinamakan *event venue* walaupun tempat tersebut digunakan satu kali (Philip Berners, 2019).

3. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, dengan mengumpulkan dan merangkum elemen-elemen bauran pemasaran untuk mendapatkan gambaran yang jelas. Adapun elemen-elemen bauran pemasaran dalam penelitian ini mencakup,

produk, harga, tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik terhadap Bali Nusa Dua Convention Center yang berlokasi di Kawasan Terpadu ITDC NW/1 Nusa Dua, Bali.

Jenis data pada penelitian ini adalah kualitatif untuk menguraikan elemen bauran pemasaran. Data kualitatif berupa uraian informasi yang diperoleh dari informan, responden, seperti produk, harga, distribusi atau tempat, promosi, proses, orang dan bukti fisik. Sumber data primer dan sekunder menjadi acuan dalam proses penelitian. Data primer diperoleh secara langsung dari informan dan responden, yaitu asisten direktur, sales manager, perwakilan dari bagian *human resources department* dan karyawan *banquet*. Data sekunder diantaranya berupa artikel yang diperoleh dari publisitas media masa internet, guna melengkapi dan mendukung data primer yang diperoleh.

Pengumpulan data menggunakan beberapa instrumen, berupa dokumen, pedoman wawancara dan kamera. Instrumen dokumen diantaranya mencakup penelitian-penelitian terdahulu, buku, jurnal, artikel dan data perusahaan. Pedoman wawancara dalam penelitian ini adalah sejumlah pertanyaan tertulis, guna memperoleh data dari informan dan responden. Perangkat kamera diperlukan untuk mendokumentasikan situasi *venue* sebagai penunjang penyajian data.

4. Hasil Dan Pembahasan

Hasil dan pembahasan ini membahas tentang bauran pemasaran mencakup 7P, yaitu: produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*), orang (*people*), proses (*process*), dan bukti fisik (*phisycal evidence*).

4.1 Produk (*Product*)

Produk inti Bali Nusa Dua Convention Centre (BNDCC) adalah *convention center*, sedangkan produk pendukungnya adalah *event services*,

VIP room, food and beverage, technical services, ample car space-security-safety, cafe-lounge, bounded warehouse dan hotel yang secara keseluruhannya merupakan *bundle of activities*.

a. Produk inti BNDCC adalah *convention center* yang mencakup berbagai kapasitas berikut:

- 1) *Theatre* dari 48 sampai 4800 kursi
- 2) *Class room* dari 24 sampai 2400 kursi
- 3) *U shape* dari 12 sampai 1299 kursi
- 4) *Round table* dari 20 sampai 2400 kursi
- 5) *Reception* dari 48 sampai 4800 kursi

b. Produk penunjang BNDCC terdiri dari beberapa komponen berikut:

- 1) *Events Services* adalah team kerja profesional yang membantu dalam pengaturan agar event berjalan lancar dan sukses.
- 2) *Food & Beverage* bisa menyediakan makanan prasmanan untuk 10 hingga 5000 peserta, tidak saja di BNDCC tetapi bisa di manapun dengan kualitas terbaik.
- 3) *VIP Room* yang dilengkapi dengan interior kerajinan tangan dan pengaturan spesial sesuai permintaan.
- 4) *Technical Services* mencakup berbagai fasilitas seperti layanan Wi-Fi lebih dari 300 titik jangkauan, perlengkapan IT, presentasi.
- 5) *Ample Car Space, Security and Safety* yang menampung 400 kendaraan dengan tingkat keamanan tinggi.
- 6) *Café and Lounge* Jimbaran Cafe dan Seminyak Lounge sebagai tempat untuk menikmati kuliner nusantara maupun internasional.
- 7) *Bonded Warehouse* yaitu tempat khusus yang dipersiapkan untuk menyimpan peralatan dan perlengkapan termasuk dari luar negeri.
- 8) Bali Nusa Dua Hotel & Convention berada di area BNDCC sebagai tempat ideal bagi para delegasi atau tamu yang tidak mengikuti maupun yang mengikuti *event* untuk beristirahat.

4.2 Harga (*Price*)

Penetapan harga produk BNDCC dalam hal ini fasilitas tempat kegiatan atau *venue* dilakukan berdasarkan atas beberapa pertimbangan, yaitu: segmen pasar, batasan penawaran, kenaikan berkisar 10%.

- a. Segmen pasar yang dimaksud adalah tipe konsumen yang akan menyewa *venue*. Misalnya, harga untuk pemerintah berbeda dengan yang ditawarkan kepada perguruan tinggi untuk wisuda.
- b. Batasan penawaran mengacu pada tingkat harga yang ditawarkan sampai pada batas harga kesepakatan, dalam hal ini pihak BNDCC menyepakati margin 10% dari seluruh biaya yang dikeluarkan untuk suatu kegiatan.

Adapun, contoh-contoh paket dan harga produk yang ditawarkan oleh BNDCC, adalah sebagai berikut:

- a. *Half Day Meeting Package* adalah IDR 350.000 per orang, termasuk:
 - 1) Penggunaan ruang pertemuan selama 4 jam
 - 2) 1x coffee break
 - 3) 1x makan siang atau malam
 - 4) Buku catatan dan pulpen
 - 5) Permen dan air minum mineral
 - 6) Peralatan suara dan 2 *microphones*
- b. *Full Day Meeting Package* adalah IDR 400.000 per orang, termasuk:
 - 1) Penggunaan ruang pertemuan selama 8 jam
 - 2) 2x coffee break
 - 3) 1x makan siang atau malam
 - 4) Buku catatan dan pulpen
 - 5) Permen dan air minum mineral
 - 6) Peralatan suara dan 2 *microphones*
- c. *Full Board Meeting Package* adalah IDR 600.000 per orang, termasuk:
 - 1) Penggunaan ruang pertemuan selama 10 jam

- 2) 2x coffee break
- 3) 1x makan siang dan malam
- 4) Buku catatan dan pulpen
- 5) Permen dan air minum mineral
- 6) Peralatan suara dan 2 *microphones*

4.3 Tempat (*Place*)

Convention center di BNDCC bisa memberikan layanan untuk total 12.000 kursi yang terbagi pada dua gedung utama yaitu gedung BNDCC 1, terletak di sebelah kiri pintu masuk dan BNDCC 2 di sebelah kanan pintu masuk. Gedung BNDCC mencakup *ground floor*, *mezanine floor*, dan *1st floor*.

a. BNDCC 1

- 1) *Ground floor* mencakup ruang Nusa Dua, Taman Sari, Uluwatu dan Jimbaran.
 - a) Nusa Dua terdiri dari ruang Nusa Dua 1, 2, 3, 4, 5, *hall*, *east lobby*, *south lobby*, *east* dan *south lobby*.
 - b) Taman Sari terdiri dari ruang Taman Sari 1, 2.
 - c) Uluwatu terdiri dari ruang Uluwatu 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7 dan *lobby*.
 - d) Jimbaran terdiri dari *lobby* 1, 2 dan *outdoor space* bernama Taman Jepun.
- 2) *Mezanine floor* terdapat ruangan Kintamani 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 dan *lobby* 1, 2, 3.
- 3) *First floor* terdapat Singaraja dan *outdoor space*.
 - a) Singaraja room terdiri dari Singaraja 1, 2, *hall*, *lobby* 1, 2, 3
 - b) *Outdoor space* bernama Singaraja Terrace.

b. BNDCC 2

- 1) *Ground floor* terdiri dari ruangan Pecatu dan Mengwi
 - a) Pecatu terdiri dari Pecatu 1, 2, 3, 5, Hall 1, 2, Hall 3, 5, Pre-

Function, Hall, Lobby.

- b) Mengwi terdiri dari Mengwi 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 1-2, 3-5, 6-7, 7-8, 6-7-8, VIP lounge.
- 2) Mezanine terdiri dari ruangan Legian 1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 1-2, 3-5, 6-7, 8-9, lobby, balcony.
- 3) First floor terdiri dari ruangan Tanjung Benoa terdiri dari ruangan hall dan lobby.

4.4 Promosi (*Promotion*)

Komunikasi produk BNDCC dilakukan di dua tempat yaitu Bali Sales Office dan Jakarta Sales Office.

a. Bali Sales Office (BSO)

Nusa Dua Resort Block NW/1, Badung, Bali, Indonesia

Telp: +62-361-773000

Email: info@baliconventioncenter.com

b. Jakarta Sales Office (JSO)

The City Tower Lt. &, Jl. M.H. Thamrin Kav. 81 Jakarta 10310.

Telp: +62-21-31996026, +62-21-31996027, +62-21-31996127

Fax: + 62-21-31996126

Metode promosi produk BNDCC dilakukan melalui *online* maupun *offline*. Promosi *online* melalui website www.baliconventioncenter.com. Promosi *offline* dilakukan melalui kerjasama dengan berbagai perusahaan dan lembaga pemerintah. BSO bekerja sama dengan *event organizer*, biro perjalanan wisata, instansi pemerintah daerah dan kampus, khususnya yang berada di Bali. JSO bekerja sama dengan berbagai perusahaan besar di Jakarta dan lembaga pemerintah pusat.

4.5 Orang (*People*)

Jumlah karyawan yang bekerja di BNDCC sebanyak 130 orang. Adapun tim pemasaran yang langsung berkaitan dengan MICE khususnya di BNDCC Bali adalah 3 orang dan karyawan banquet berjumlah 10 orang, dan dibantu oleh bagian *human resource department* (HRD) sebanyak 3 orang. Bagian HRD mempunyai tugas mencari pekerja honorer apabila ada *event* besar yang memerlukan tenaga kerja banyak. Oleh karenanya bagian HRD bekerja sama dengan berbagai sekolah dan kampus pariwisata yang ada di Bali.

Keterbatasan tim pemasaran mengakibatkan jangkauan kunjungan ke perusahaan-perusahaan yang ada di Bali khususnya jadi terbatas. Kondisi ini mengakibatkan kurangnya informasi yang dimiliki oleh perusahaan-perusahaan terhadap BNDCC, sehingga kegiatan-kegiatan pertemuan ditawarkan kepada kompetitor.

Persaingan di antara *event venue* menjadi kendala tersendiri. Berbagai *event venue* dibangun baik yang bertujuan khusus untuk tempat penyelenggaraan suatu *event* maupun yang bersifat multi fungsi. Mempelajari ketatnya persaingan, diperlukan tim pemasaran yang aktif menawarkan produk atau paket-paket *meeting* yang bisa berlaku mulai grup kecil sampai besar.

4.6 Proses (*Process*)

Proses kegiatan berawal dari permintaan bagian promosi atau penjualan yang diteruskan kepada divisi *event management*. Divisi *event management* akan mengolah permintaan sesuai standar prosedur yang berlaku di BNDCC, dalam suatu pertemuan internal. Hasil kesepakatan dalam pertemuan akan dikomunikasikan kepada bagian *banquet event order*, yang akan menyiapkan ruangan mana yang akan digunakan, jumlah kursi, peralatan dan perlengkapannya. Selanjutnya, bagian *operation* akan

mengecek segala keperluan yang harus disiapkan tersebut. Pertemuan akan dilakukan lagi untuk memastikan persiapan telah selesai, sebelum hari event akan dilangsungkan.

4.7 Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

Lingkungan fisik BNDCC berupa bangunan terintegrasi dengan 3 bangunan utama yaitu BNDCC 1, BNDCC 2 dan Bali Nusa Dua Hotel and Convention (BNDHC). BNDCC 1 dan BNDCC 2 sebagai tempat penyelenggaraan *indoor event*, sedangkan BNDHC merupakan sarana penunjang akomodasi.

Secara keseluruhan BNDCC menawarkan 44 ruangan multi-fungsional dan fleksibel dengan total kapasitas hingga 12.000 kursi. Gedung BNDCC 1 memiliki 2 hall, yaitu Nusa Dua berukuran 4,400 meter persegi dan Singaraja berukuran 1,734 meter persegi. Gedung BNDCC 2 memiliki 2 hall, yaitu Pecatu berukuran 1,770 meter persegi dan Tanjung Benoa berukuran 920 meter persegi. Terdapat 32 ruang pertemuan yang difungsikan untuk istirahat makan siang, makan malam, seminar, dan konferensi. Kegiatan pertemuan *outdoor* juga tersedia yang berukuran 1500 meter persegi, bernama Taman Jepun, terletak di antara gedung BNDCC 1 dan BNDCC 2, bisa menjadi pilihan tempat makan malam untuk 400 tamu. Singaraja Terrace berada di lantai 2 dari Singaraja Hall dengan suasana alami bisa menampung 600 orang untuk acara cocktail.

BNDHC berada di area BNDCC dan merupakan hotel bintang 5 menawarkan layanan akomodasi untuk 96 kamar dengan tipe deluxe, premiere, deluxe suite, premiere suite, executive suite dan presidential suite. Fasilitas lain yang dimiliki BNDHC adalah restaurant, spa dan fitness, kolam renang serta lobby lounge.

5. Simpulan Dan Saran

5.1 Simpulan

Pelaksanaan bauran pemasaran MICE di BNDCC yang mencakup 7P sudah berlangsung dengan baik. Adapun unsur-unsur yang termasuk dalam 7P tersebut, adalah:

- a. Produk (*Product*) inti Bali Nusa Dua Convention Centre (BNDCC) adalah *convention center*, sedangkan produk pendukungnya adalah *event services, VIP room, food and beverage, technical services, ample car space-security-safety, cafe-lounge, bounded warehouse* dan *hotel* yang secara keseluruhannya merupakan *bundle of activities*.
- b. Harga (*Price*), penetapan harga produk BNDCC dalam hal ini fasilitas tempat kegiatan atau *venue* dilakukan berdasarkan atas beberapa pertimbangan, yaitu: segmen pasar, batasan penawaran, kenaikan berkisar 10% dari total komponen.
- c. Tempat (*Place*), *convention center* di BNDCC bisa memberikan layanan untuk total 12.000 kursi yang terbagi pada dua gedung utama yaitu gedung BNDCC 1, terletak di sebelah kiri pintu masuk dan BNDCC 2 di sebelah kanan pintu masuk. Gedung BNDCC mencakup *ground floor, mezanine floor, dan 1st floor*.
- d. Promosi (*Promotion*), komunikasi produk BNDCC dilakukan di dua tempat yaitu Bali Sales Office dan Jakarta Sales Office, melalui media *on line* dan kerjasama *off line*.
- e. Orang (*People*), jumlah karyawan yang bekerja di BNDCC sebanyak 130 orang. Adapun tim pemasaran yang langsung berkaitan dengan MICE khususnya di BNDCC Bali adalah 3 orang dan karyawan banquet berjumlah 10 orang, dan dibantu oleh bagian *human resource department (HRD)* sebanyak 3 orang.
- f. Proses (*Process*) kegiatan berawal dari permintaan bagian promosi atau penjualan yang diteruskan kepada divisi *event management*.

Selanjutnya diproses oleh bagian *banquet event order*, dan *operation*.

- g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*), lingkungan fisik BNDCC berupa bangunan terintegrasi dengan 3 bangunan utama yaitu BNDCC 1, BNDCC 2 dan Bali Nusa Dua Hotel and Convention (BNDHC). BNDCC 1 dan BNDCC 2 sebagai tempat penyelenggaraan *indoor event*, sedangkan BNDHC merupakan sarana penunjang akomodasi.

5.2 Saran

Pelaksanaan bauran pemasaran MICE di BNDCC sudah berlangsung dengan baik. Namun, pada elemen bauran orang atau karyawan (*people*), terdapat keterbatasan tim pemasaran. Persaingan yang ketat di antara *event venue* mengharuskan jalinan kerjasama dengan berbagai perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan maksimal apabila pihak BNDCC menambah karyawan bagian tim pemasaran, sehingga bisa menjangkau lebih banyak perusahaan untuk diajak kerjasama.

Daftar Pustaka

- Andini, Nyoman Dini. 2014. *Pengelolaan Wisata Konvensi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Arifin, H. Samsul. 2019. *Pemasaran Era Millenium*. Yogyakarta: Deepublish Publisher (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Berner, Philips. 2019. *The Practical Guide to Managing Event Venues*. New York: Routledge.
- Damanik, Darmawan dan FX Setiyo Wibowo. 2018. *Implementasi Stratego 4P Dalam Meningkatkan Frekuensi Public Event Di Harris Hotel And Convention Bekasi (HHCB)*. Jurnal National Conference of Creative Industry: Sustainable Tourism Industry for Economic Development Universitas Bunda Mulia, Jakarta. ISSN No: 2622-7436.
- Fatihudin, Didin dan Anang Firmansyah. 2019. *Pemasaran Jasa (Strategi, Mengukur Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher (Grup Penerbitan CV. Budi Utama).
- Kumar, Prasanna. 2010. *Marketing of Hospitality and Tourism Serices*. New Delhi: Tata McGraw Hill Education Private Limited.
- Payne. 2009. *The Essence Of Service Marketing, Pemasaran Jasa*. Edisi II. Diterjemahkan: Fandy Tjiptono. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2017 tentang Pedoman Tempat Penyelenggaraan Kegiatan (*Venue*) Pertemuan, Perjalanan Insentif, Konvensi dan Pameran.
- Rangkuti, Freddy. 2009. *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Vellas, Francois dan Lionel Becherel. 2008. *Pemasaran Pariwisata Internasional*. Pengantar: I Gede Ardika. Penerjemah: Indriati. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Yunita, Linda Desma dan Tri Handayani. 2018. *Strategi Bauran Promosi Penyelenggaraan Event (Studi Kasus Perencanaan dan Penyelenggaraan Event Pasar Murah)*. Jurnal Riset Bisnis dan Investasi Vol. 4, No. 1, April 2018 15 ISSN 2460-8211.

PERANAN KETERAMPILAN BERBAHASA INGGRIS DALAM INDUSTRI PARIWISATA

Luh Sri Damayanti

Email: sri.damayanti@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

Tourism industry in Indonesia is being greater and greater. World Bank even considered as the core business of Indonesia. The development of this industry should be in line with the development of human resources' quality, especially in communicating in English. This was designed as library research aiming at diving deeper into the roles of English in tourism dan hospitality industries. There is 1 problem analyzed through this writing which was how are the roles of English in tourism industry? The data were collected through some relevant journals on English for tourism, the roles of English in the hospitality and tourism industries, as well as the importance of English in the hospitality and tourism industries. It was found that English possesses several important roles. They are communicative role, integrative role, lingua-franca role, relationship-fostering role, business/ economic role, and functional role. Based on those important roles, it is essential for those who are will to work in the hospitality and tourism industries to be able to communicate in English.

Keywords: Roles, Skill, English, Tourism Industry

Abstrak

Industri pariwisata di Indonesia saat ini tengah berkembang pesat. Pariwisata Indonesia saat ini dianggap sebagai *core business* Indonesia oleh Bank Dunia. Perkembangan ini harus sejalan dengan kompetensi dan keterampilan masyarakat yang bergelut dalam industri ini, khususnya keterampilan berbahasa Inggris. Tulisan ini merupakan sebuah *library research* yang bertujuan untuk menyelami lebih dalam tentang peranan Bahasa Inggris dalam industri perhotelan dan pariwisata. Rumusan masalah yang dikaji dalam tulisan ini, yaitu bagaimana peranan Bahasa Inggris dalam industri pariwisata?. Data dikumpulkan dari beberapa jurnal ilmiah yang relevan dengan topik ini. Ditemukan bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan yang penting dalam industri pariwisata dan perhotelan. Peran tersebut adalah *communicative role, integrative role, lingua-franca role, relationship-fostering role, business/economic role, dan functional role*. Berdasarkan peranannya tersebut, maka keterampilan berbahasa Inggris merupakan dasar bagi masyarakat yang ingin bekerja di industri pariwisata untuk mampu berkomunikasi menggunakan Bahasa Inggris.

Kata Kunci: Peranan, Keterampilan, Bahasa Inggris, Industri Pariwisata

1. Pendahuluan

Secara etimologi pariwisata berasal dari kata wisata yang dapat diartikan sebagai perjalanan. Soemanto (2010) mendefinisikan pariwisata sebagai suatu kegiatan perjalanan yang terencana minimal 24 jam dan kemudian kembali. Definisi ini menjelaskan bahwa perjalanan dalam bentuk apapun dapat dikategorikan sebagai pariwisata, seperti perjalanan dinas, bisnis, pendidikan, kunjungan keluarga, bersantai, hingga perjalanan dalam rangka pemulihan kesehatan. Soemanto (2010) menegaskan bahwa perjalanan tersebut menggunakan waktu luang.

Pariwisata saat ini merupakan salah satu sektor yang menjadi prioritas dan fokus pemerintah untuk dikembangkan, karena sektor pariwisata saat ini sedang mengalami perkembangan yang luar biasa pesat. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mencatat bahwa sejak 2013, sektor pariwisata menempati posisi keempat setelah minyak dan gas bumi, batu bara, serta kelapa sawit dalam menyumbangkan devisa negara. Seiring dengan pembangunan infrastruktur pariwisata Indonesia, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia melalui situs resminya menyatakan bahwa devisa pariwisata pada tahun 2016 sebesar US\$ 13.5 miliar pertahun dan pada tahun 2017 devisa pariwisata Indonesia mengalami perkembangan yang luar biasa, yaitu US\$ 16.8 miliar. Perkembangan luar biasa yang ditunjukkan oleh sektor pariwisata Indonesia, menjadikannya sebagai *core business* Indonesia oleh Bank Dunia (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia). Sektor pariwisata selain mampu menyumbangkan devisa, tetapi sektor ini juga mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah yang cukup banyak.

Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia seyogyanya diikuti oleh peningkatan kemampuan sumber daya, sehingga semakin banyak masyarakat yang terserap di sektor pariwisata dan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat Indonesia. Berbagai keterampilan diperlukan agar

mampu bersaing dalam dunia kerja di sektor pariwisata. Salah satu keterampilan yang perlu dimiliki masyarakat agar mampu bersaing adalah keterampilan berbahasa Inggris. Akan tetapi, kemampuan atau keterampilan Bahasa Inggris orang Indonesia masih berada di posisi terbawah di antara negara-negara yang tergabung dalam MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN). Kemampuan berbahasa Inggris masyarakat Indonesia berada pada rentang 38.45 – 54.06 (Iriance, 2018: 776). Negara anggota MEA yang memiliki keterampilan berbahasa Inggris tertinggi adalah Singapura, Malaysia, dan Filipina. Sedangkan Indonesia, Vietnam, dan Thailand merupakan 3 negara anggota MEA yang memiliki kemampuan Bahasa Inggris terendah.

Melihat dari kenyataan tersebut, masyarakat hanya memiliki sedikit kesempatan dalam bersaing di dunia global terlebih saat ini sedang digalakkannya Masyarakat Ekonomi Asia, sehingga tenaga kerja dari negara-negara lain di Asia dapat dengan mudah masuk di Indonesia. Bagaimanakah penggunaan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata? Bagaimanakah peran Bahasa Inggris dalam industri yang mengglobal ini? Serta sejauh manakah keterampilan berbahasa Inggris diperlukan dalam dunia pariwisata? Pertanyaan-pertanyaan tersebut patut mendapatkan perhatian serius dari segala pihak, baik itu masyarakat sendiri sebagai calon tenaga kerja, pemerintah selaku pemangku kebijakan, serta institusi pendidikan selaku pembentuk SDM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pentingnya keterampilan Bahasa Inggris serta menganalisis peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata. Hasil dari analisis ini diharapkan nanti mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang berkecimpung di dunia pariwisata bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan dalam dunia pariwisata.

Studi ini merupakan sebuah *library research* yang dimana penulis mengumpulkan berbagai macam referensi baik itu dari jurnal maupun buku yang terkait dengan topik dari tulisan ini dan kemudian sumber-sumber tersebut dianalisis dengan cermat sehingga dapat menjawab apa yang menjadi pertanyaan dalam studi ini.

2. Peranan Bahasa Inggris Dalam Dunia Pariwisata

Bahasa Inggris memiliki peranan penting dalam dunia pariwisata. Seperti diketahui bahwa Bahasa Inggris merupakan salah satu bahasa internasional yang sangat lazim digunakan dalam dunia pariwisata. Penggunaan Bahasa Inggris di industri pariwisata memudahkan komunikasi antara pelaku pariwisata dengan para wisatawan yang datang dari segala penjuru dunia.

Joseph, Munghate, Arts, & College (n.d.) menyebutkan 6 peran penting Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata. Keenam peran tersebut adalah sebagai berikut.

a. *Communicative/Interactive Role*

Ini merupakan peran paling utama Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata. Bahasa Inggris merupakan media komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun antar wisatawan. Ketika orang dari berbagai negara datang dan mengunjungi suatu tujuan wisata maka bahasa asal tidak dapat lagi dipergunakan karena itu akan sulit dipahami oleh orang lain. Begitu pula para pelaku wisata yang biasanya merupakan orang lokal juga tidak dapat menggunakan bahasa daerahnya karena para wisatawan tidak akan memahaminya. Maka pelaku wisata dan wisatawan perlu menggunakan sebuah bahasa yang kedua belah pihak ketahui. Pada kasus seperti inilah Bahasa Inggris memiliki peranan yang sangat penting, yaitu sebagai medium komunikasi antara kedua belah pihak.

b. *Integrative Role*

Selain memiliki peran sebagai medium komunikasi, Bahasa Inggris merupakan pemersatu. Seperti diketahui kegiatan pariwisata melibatkan banyak orang dari berbagai negara, adat, budaya, ras, dan kepentingan. Bahasa Inggris mengambil peran dalam mengintegrasikan semua orang tanpa mengenal latar belakang orang-orang tersebut.

c. *Lingua-Franca Role*

Peran Bahasa Inggris sebagai *Lingua-Franca* memiliki kemiripan dengan peran Bahasa Inggris sebagai medium komunikasi antar pihak dalam dunia pariwisata. Satu orang wisatawan tidak hanya bepergian ke satu negara saja, banyak diantara para wisatawan yang berkunjung ke lebih dari 1 negara. Ini merupakan hal yang sulit jika seorang wisatawan harus belajar bahasa yang digunakan di negara tujuan sebelum ia mengunjunginya. Bahasa Inggris merupakan jembatan bagi wisatawan dan pelaku wisata. *Lingua-Franca* dapat diartikan sebagai bahasa pengantar atau pergaulan bagi orang-orang yang berada di lingkungan dengan beragam bahasa.

d. *Relation-Fostering Role*

Bahasa Inggris turut membantu manusia untuk membentuk atau memperkuat hubungan antar manusia, khususnya hubungan yang bersifat global. Dalam dunia pariwisata, Bahasa Inggris memungkinkan wisatawan turut serta dalam kegiatan atau aktifitas masyarakat lokal. Ini dikarenakan para wisatawan dapat terlibat dalam dialog dan diskusi dengan masyarakat lainnya dengan menggunakan media Bahasa Inggris.

e. *Economic/Business Role*

Globalisasi memudahkan tenaga kerja dari berbagai negara untuk datang dan bekerja di suatu negara. Bahkan perdagangan lintas

negara pun dapat dilakukan dengan mudah saat ini. Peran Bahasa Inggris sangat besar dalam hal bisnis dan ekonomi. Bahasa Inggris menjadi pengantar dalam bisnis, khususnya dalam bisnis pariwisata.

f. *Functional Role*

Peran terakhir Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata adalah *functional role*. Peran ini membantu wisatawan maupun masyarakat lokal dalam memperoleh informasi tertentu, meminta bantuan, dan fungsi-fungsi lain yang diperlukan dalam kegiatan berwisata.

3. Pentingnya Penguasaan Bahasa Inggris Bagi Pelaku Pariwisata

Pertanyaan kedua yang ingin dijawab dalam *library research* ini adalah tentang pentingnya penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata. Pada paparan sebelumnya telah disebutkan peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata sehingga dapat diketahui bahwa penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata adalah penting adanya. Pertanyaan kedua yang ingin dijawab dalam *library research* ini adalah tentang pentingnya penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata. Pada paparan sebelumnya telah disebutkan peranan Bahasa Inggris dalam sektor pariwisata sehingga dapat diketahui bahwa penguasaan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata adalah penting adanya (Erazo, Ramírez, Encalada, Holguin, & Zou, 2019: 156). Dikatakan pula bahwa keterampilan berbahasa Inggris penting dimiliki untuk membangun karir di industri pariwisata (Prabhu & Wani, 2016: 6). Al-saadi (2015: 33) menambahkan bahwa keterampilan berbahasa Inggris merupakan syarat untuk mampu meraih posisi manajerial dalam sebuah hotel atau bisnis akomodasi dalam pariwisata.

Penguasaan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata akan berimbas pada beberapa hal terkait (Al-saadi, 2015: 33), yaitu sebagai berikut.

- a. Meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memiliki keterampilan berbahasa Inggris, maka pelaku pariwisata akan mampu meningkatkan kepuasan pelanggannya.
- b. Memotivasi wisatawan internasional. Dengan mampu berkomunikasi dalam Bahasa Inggris maka akan mampu menarik minat wisatawan internasional untuk datang karena komunikasi yang terjadi akan lebih efektif.
- c. Membantu memahami kebutuhan wisatawan dengan lebih baik. Dengan komunikasi yang baik, maka segala kebutuhan dan keperluan wisatawan dapat dipahami dan diatasi.
- d. Membantu untuk lebih memahami budaya lain.
- e. Membantu meningkatkan efektifitas komunikasi baik komunikasi internal maupun komunikasi eksternal.

Dalam penelitiannya Erazo et al. (2019: 156) mengemukakan keuntungan memiliki keterampilan dan kerugian yang diperoleh jika tidak memiliki keterampilan Bahasa Inggris. Keuntungan memiliki karyawan yang mampu berbahasa Inggris adalah sebagai berikut.

- a. Meningkatkan revenue hotel atau pemasukan tempat wisata.

Memiliki karyawan yang mampu berkomunikasi dengan menggunakan Bahasa Inggris secara tidak langsung dapat meningkatkan revenue atau pemasukan sebuah objek wisata. Ini dikarenakan penguasaan Bahasa Inggris mampu meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan (Al-saadi, 2015: 33) sehingga mereka tidak akan segan untuk memberikan lebih dan bahkan untuk berkunjung kembali. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, keterampilan berbahasa Inggris juga turut membantu dalam menjual produk atau jasa yang ditawarkan sehingga dapat menambah revenue atau pendapatan.

- b. Meningkatkan efektifitas komunikasi antara kedua belah pihak.

Seperti yang telah diungkapkan oleh Al-saadi (2015) di atas bahwa keterampilan berbahasa Inggris dapat meningkatkan efektifitas komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan serta komunikasi antar pelaku wisata.

- c. Mampu mengoperasikan sistem komputer dengan lebih baik.

Saat ini, pekerjaan di berbagai sektor telah banyak dibantu oleh teknologi, beberapa pekerjaan manual mulai digantikan oleh komputer. Begitu juga yang terjadi di sektor pariwisata. Beberapa hal telah dilakukan secara online, seperti pemesanan dan pemberian komentar atau masukan. Ketika memiliki karyawan yang mampu berbahasa Inggris maka mereka akan lebih mudah dalam mengoperasikan komputer mengingat teknologi lebih banyak menggunakan Bahasa Inggris.

Prabhu & Wani (2016: 6) menambahkan bahwa keterampilan berbahasa Inggris diperlukan bagi pekerja pariwisata dalam 3 hal penting. Ketiga hal tersebut adalah promosi jabatan, penempatan, dan *personal branding*. Keterampilan Bahasa Inggris diperlukan dari level bawah dalam karir di dunia pariwisata hingga di level atas. Keterampilan Bahasa Inggris diperlukan dalam membentuk *personal branding*. *Personal branding* merupakan suatu usaha untuk membentuk citra diri sehingga orang lain dapat melihat kita seperti apa yang kita inginkan. O'Brien (2009) dalam Yunita (2010 : 16) menyatakan bahwa *personal branding* merupakan identitas diri yang dapat mempengaruhi pandangan dan tanggapan orang lain terhadap kualitas diri orang tersebut. Montoya menambahkan bahwa untuk membentuk *personal branding* diperlukan keahlian, keterampilan, keunikan yang dikemas dalam suatu identitas (Yunita, 2010: 16). Keterampilan berbahasa Inggris dapat membantu seseorang dalam membentuk *personal branding* nya. Selain membentuk *personal branding*,

keterampilan Bahasa Inggris juga turut serta mempengaruhi proses penempatan atau *placement* seorang karyawan di industri pariwisata. Yang terakhir adalah keterampilan Bahasa Inggris berpengaruh pada promosi jabatan. Seseorang yang memiliki keterampilan berbahasa Inggris akan dianggap lebih layak untuk dipromosikan untuk jabatan yang lebih tinggi.

Bahasa Inggris penting untuk dikuasai meskipun pada beberapa tempat wisata atau hotel Bahasa Inggris tidak digunakan secara terus menerus. Beberapa hotel atau tempat wisata yang tidak menggunakan Bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi sehari-hari, maka Bahasa Inggris dapat dikategorikan menjadi 2, yaitu *ocassionally*, dan *rarely* (Erazo et al., 2019: 156). *Ocassionally* merupakan keadaan dimana Bahasa Inggris hanya digunakan pada waktu-waktu tertentu saja, misalnya ketika hotel atau tujuan wisata tersebut memiliki wisatawan asing. Tetapi Bahasa Inggris disini tidak digunakan setiap hari karena wisatawan asing tidak datang setiap hari untuk berkunjung. Selain *ocassionally*, Bahasa Inggris juga digunakan secara *rarely* yang berarti Bahasa Inggris sangat jarang digunakan. Ini bisa diakibatkan oleh daerah tujuan wisata bukan merupakan daerah tujuan wisata untuk wisatawan asing sehingga para pelaku pariwisata hanya berhadapan dan berkomunikasi dengan wisatawan lokal yang memiliki Bahasa Nasional yang sama.

4. Penutup

Dari paparan di atas tentang peran penting Bahasa Inggris dalam industri pariwisata serta pentingnya keterampilan Bahasa Inggris bagi pelaku pariwisata, dapat ditarik kesimpulan bahwa Bahasa Inggris memiliki peranan sangat penting dalam proses komunikasi yang terjadi di industri pariwisata, baik itu komunikasi antara pelaku wisata dengan wisatawan maupun komunikasi dalam hal bisnis dan ekonomi. Bahasa

Inggris merupakan pemersatu yang dapat menyatukan orang-orang dengan latar belakang yang berbeda.

Peran krusial dari Bahasa Inggris menyebabkan keterampilan berbahasa Inggris para pelaku pariwisata menjadi hal yang wajib dan esensial. Para pelaku pariwisata dituntut untuk menguasai Bahasa Inggris untuk dapat memberikan kepuasan kepada tamu yang nantinya akan menambah revenue dan pendapatan suatu hotel atau tempat wisata. Keterampilan berbahasa Inggris karyawan hotel atau sektor bisnis lain di pariwisata juga mempengaruhi penempatan kerja, promosi jabatan, bahkan pembentukan citra diri.

Melihat penting keterampilan Bahasa Inggris dalam dunia pariwisata, maka sangat penting bagi masyarakat, pemerintah, serta institusi pendidikan yang bergerak di bidang pariwisata, seperti sekolah kejuruan, kampus pariwisata, dan lembaga pelatihan kerja untuk mempersiapkan peserta didiknya dalam menghadapi persaingan global dalam dunia pariwisata dengan membekali keterampilan Bahasa Inggris.

Daftar Pustaka

- Al-saadi, N. (2015). Importance of English Language in the Development of Tourism. *Academic Journal of Accounting and Economics Researches*, 4(1), 33–45. Retrieved from www.worldfresearches.com
- Erazo, M. A. C., Ramírez, S. I. M., Encalada, M. A. R., Holguin, J. V., & Zou, J. H. (2019). English Language Skills Required by the Hospitality and Tourism Sector in El Oro, Ecuador. *Theory and Practice in Language Studies*, 9(2), 156. <https://doi.org/10.17507/tpls.0902.05>
- Iriance, I. (2018). Bahasa Inggris Sebagai Bahasa Lingua Franca dan Posisi Kemampuan Bahasa Inggris Masyarakat Indonesia Diantara Anggota MEA. *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, 9 (0), 776–783. Retrieved from <https://jurnal.polban.ac.id/index.php/proceeding/article/view/1149/944>
- Joseph, T. C., Munghate, R. G., Arts, S. G. M., & College, S. (n.d.). *Role of English in Travel , Tourism and Hospitality Industry The Multi-faceted Role of English*.
- Prabhu, A., & Wani, P. (2016). A study of Importance of English Language Proficiency in Hospitality Industry and the Role of Hospitality

Educators in Enhancing the Same Amongst The Students. *ATITHYA: A Journal of Hospitality*, 1(1). <https://doi.org/10.21863/atithya/2015.1.1.009>

Soemanto, R. B. (2010). Pengertian Pariwisata, Sosiologi, dan Ruang Lingkup Sosiologi Pariwisata. In *Sosiologi Pariwisata* (pp. 1–32).

Yunita, D. A. (2010). *Personal branding online*.

Profil Penulis

Luh Sri Damayanti, S.Pd., M.Pd. lahir di Buleleng pada tanggal 21 Mei 1993. Penulis merupakan alumni Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja mengambil Jurusan Pendidikan Bahasa Inggris. Di institusi yang sama, penulis menyelesaikan studi program magister pendidikan Bahasa Inggris pada tahun 2018. Dengan latar belakang pendidikan Bahasa Inggris mengantarkan penulis pada ranah pendidikan, khususnya Bahasa Inggris. 3 tahun bergelut sebagai tenaga pengajar Bahasa Inggris di sebuah yayasan sosial di Buleleng menambah pengetahuan dan pengalaman penulis dalam bidang pendidikan Bahasa Inggris. Saat ini penulis merupakan dosen di Politeknik Internasional Bali mengampu mata kuliah Bahasa Inggris untuk Pariwisata.

UPAYA PENGEMBANGAN MAKANAN LOKAL “BE KEREN” BERBASIS WISATA KULINER DI KELURAHAN KAWAN, BANGLI, BALI

I Gusti Ayu Ari Agustini

Email: ari.agustini@pib.ac.id

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

Abstract

The diversity of Balinese culinary possesses great potential as a supporting element in developing culinary tourism in Bali. Culinary-based tourism is an alternative for tourists besides other tourism choices, such as cultural tourism, nature tourism, and marine tourism which have been known by all visitors coming to Bali. One of the Balinese culinary specialties is Ayam Be Keren which is originated from Bangli Regency.

The purpose of this research is to find out the attempts to develop the Balinese culinary specialty, Ayam Be Keren and also to find out the obstacles faced in the development process. The method of data analysis used is descriptive qualitative analysis using several informants that selected purposively. Data collection techniques were carried out by doing observation, in-depth interviews and documentation by using developed theories, such as the theory of product development and gastronomic theory.

The results showed that the traditional dish from Bangli, Ayam Be Keren is needed to develop to be a tourist attraction. The attempts that can be done are preparing well trained human resources to fulfill the production capacity existing nowadays. The sufficient human resources will be able to increase production leading to the development of facilities which then will be followed by the development of more professional management.

Keywords: *Development Potency, Local Food Be Keren, Culinary Tourism*

Abstrak

Keanekaragaman kuliner di Pulau Bali membuat kuliner khas Bali menyimpan potensi yang besar untuk dikembangkan sebagai jasa penunjang dalam pengembangan potensi wisata kuliner. Wisata berbasis kuliner menjadi salah satu alternatif disamping pilihan jenis wisata lainnya seperti wisata budaya, wisata alam dan wisata bahari yang sudah terlebih dahulu dikenal oleh wisatawan yang datang ke Bali. Salah satu makanan khas Bali tersebut adalah Ayam *Be Keren* yang berasal dari Kabupaten Bangli.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya upaya pengembangan kuliner khas Bali Ayam *Be Keren*, serta untuk mengetahui kendala yang dihadapi dalam proses pengembangannya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif menggunakan beberapa informan yang dipilih secara *purposive*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode observasi, wawancara mendalam dan studi dokumentasi dengan menggunakan teori yang dikembangkan berupa teori pengembangan produk dan teori gastronomi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa makanan tradisional khas Bangli Ayam *Be Keren* perlu dikembangkan agar dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata. Upaya yang dapat dilakukan untuk mengembangkannya yaitu dengan menyiapkan tenaga kerja yang terlatih dan sesuai dengan kebutuhan sehingga mampu memenuhi kapasitas produksi yang dimiliki saat ini. Dengan sumber daya manusia yang dimiliki juga akan mampu meningkatkan produksi yang mengarah pada pengembangan sarana dan prasarana, yang kemudian diikuti dengan pengelolaan manajemen kerja yang lebih profesional.

Kata Kunci: Potensi Pengembangan, Masakan Lokal *Be Keren*, Wisata Kuliner

1. Pendahuluan

Kabupaten Bangli memiliki sebuah keunikan makanan khas daerah. Ayam *Be Keren* (kedua huruf e pada ‘Keren’ dibaca seperti membaca huruf e pada kata dengan) adalah salah satu kuliner khas Bangli yang sudah cukup dikenal banyak wisatawan lokal maupun asing. *Be Keren* adalah makanan serupa ayam betutu yang dimasak dengan cara yang khas yaitu dibakar dengan menggunakan sekam dan sabut kelapa selama kurang lebih 12 jam. Ayam yang digunakan untuk *Be Keren* adalah ayam merah dan dibumbui ‘*Basa Gede*’ atau bumbu lengkap. Aroma bumbu tersimpan rapi karena dibungkus dengan pelepah pinang, sehingga waktu dibuka aromanya dapat membuat perut lapar. Untuk rasa, hampir mirip dengan ayam betutu pada umumnya, yang membedakan yaitu aroma pelepah pinang yang memberi tambahan sensasi berbeda dan rasanya yang lebih gurih.

Ayam *Be Keren* dahulu hanya dimasak khusus saat hari raya ataupun saat ada upacara jamuan khusus untuk setingkat bangsawan dan para raja. Masakan Ayam Keren ini merupakan tata cara masak tradisional yang diwariskan secara turun temurun di dapur-dapur penduduk di Bangli sejak jaman dulu. Saat ini hanya tinggal sedikit orang yang bisa memasak Ayam *Be Keren* ini dengan cara yang baik dan benar. Asal mula dinamakan Keren, yaitu dikarenakan proses memasaknya yang memakan waktu cukup lama yaitu 12 jam, yang diibaratkan seperti induk ayam yang sedang mengerami ayamnya, *eram* berangsur menjadi kerem dan akhirnya disebut dengan Keren, (Wawancara Sugantini, 20 Januari 2019). Namun demikian masih sangat beruntung ada Ibu Agung Sugantini yang meneruskan tradisi membuat Ayam Keren ini, melestarikannya dan mengembangkannya sebagai bisnis, sehingga masyarakat yang sudah tidak bisa lagi cara memasak Ayam *Be Keren* (atau tidak punya waktu untuk membuatnya) kini tetap bisa menikmati Ayam *Be Keren*.

Wisata kuliner Ayam *Be Keren* menjadi suatu alternatif dalam mendukung potensi wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah dan wisata bahari. Wisata kuliner ini menjadi bagian dari jenis wisata yang ada, karena tidaklah lengkap kalau wisatawan yang datang tidak mencoba kuliner khas Bangli ini. Meskipun wisata kuliner sering dianggap sebagai produk wisata pelengkap, tetapi wisata kuliner potensial untuk dikembangkan karena wisatawan yang datang biasanya tertarik untuk mencoba makanan khas daerah yang dikunjungi. Pemerintah Kabupaten Bangli dan pelaku usaha perlu mencermati peluang ini untuk memperkenalkan kuliner khas Bangli kepada wisatawan yang berkunjung, baik itu wisatawan asing maupun lokal. Hal ini merupakan tantangan bagi pemerintah dan pelaku usaha dalam melihat peluang dan memanfaatkan kuliner khas Bangli sebagai upaya dalam mendukung wisata kuliner di Propinsi Bali.

2. Konsep Dan Teori

Konsep dan teori yang dipilih untuk menjelaskan penelitian ini terangkum sebagai berikut.

2.1 Makanan Tradisional

Emayanti (2003:2) dalam Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura memberikan pengertian bahwa makanan tradisional memiliki nilai budaya, tradisi, serta kepercayaan yang bersumber pada budaya lokal (*local indigenous*) sangat berpengaruh terhadap pola makanan suku-suku di Indonesia, termasuk diantaranya pemilihan bahan mentah, corak dan tradisi makan, kebiasaan makan dan cara penyajian. Makanan tradisional suatu daerah bisa menjadi cermin peradaban dan budaya suatu daerah, akan tepat disuguhkan serta dinikmati pula oleh masyarakat setempat.

Berdasarkan pengertian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa makanan tradisional ialah makanan asli atau khas daerah tertentu di Indonesia dimana dalam proses pengolahannya sangat dikuasai oleh masyarakat di daerah tersebut, serta cita rasanya sangat sesuai dengan masyarakat setempat. Karena proses pengolahan serta cita rasanya sangat identik dengan masyarakat tertentu, bahkan makanan ini bisa dijadikan tolok ukur ciri khas suatu daerah tertentu.

2.2 Potensi Dan Daya Tarik Wisata

Pendit (1999: 21) menyebutkan bahwa potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata. Dengan kata lain, potensi wisata berbagai sumber daya yang dimiliki oleh suatu tempat dan dapat dikembangkan menjadi suatu atraksi wisata (*tourism attraction*) yang dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya.

Menurut Cooper (1998: 81) mengemukakan bahwa terdapat empat komponen yang harus dimiliki oleh sebuah destinasi wisata, yaitu:

- a. Atraksi (*Attraction*), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan.
- b. Aksesibilitas (*Accessibilities*), seperti transportasi lokal, terminal angkutan.
- c. Amenities/Fasilitas (*Amenities*), seperti tersedianya akomodasi, rumah makan dan agen perjalanan.
- d. Organisasi Kepariwisata (*Ancillary Services*) yaitu pelayanan wisata seperti *destination marketing management organization, conventional and visitor bureau*.

Undang-undang No. 10 Tahun 2009 menguraikan objek dan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Objek dan daya tarik wisata yang dimaksud adalah:

- a. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- b. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Damanik dan Weber (2006) menambahkan bahwa ”daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yaitu memiliki keunikan, orijinalitas, otentisitas, dan keragaman”. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelengkapan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Orijinalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang

berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Bedanya dengan orijinalitas, otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Ontetisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja.

2.3 Teori Pengembangan Produk Dan Gastronomi

Pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memenuhi produk yang sedang berjalan atau menambah jenis yang sudah ada. Pengembangan produk menurut Kotler dan Amstrong (2004: 399) adalah pengembangan produk original, perbaikan produk, modifikasi produk dan merek baru yang dikembangkan. Menurut Assauri (2001: 199) pengembangan produk merupakan suatu kegiatan atau aktivitas yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk kearah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya pemuas yang lebih besar. Tujuan pengembangan produk menurut Bucharin (2000: 101) yaitu untuk memenuhi keinginan konsumen yang belum puas, untuk menambah omzet penjualan, untuk memenangkan persaingan, untuk mendayagunakan sumber-sumber produksi, untuk meningkatkan keuntungan dengan pemakaian bahan yang sama, untuk mendayagunakan sisa-sisa bahan, untuk mencegah kebosanan konsumen, dan untuk menyederhanakan produk pembungkus.

Gastronomi atau tata boga adalah seni atau ilmu akan makanan yang baik (*good eating*). Penjelasan yang lebih singkat menyebutkan gastronomi sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kenikmatan dari makan dan minuman. Istilah gastronomi pertama kali muncul pada judul sebuah puisi di Perancis pada tahun 1801 (Berchoux, 1804 dalam Scarpato, 2002) yang berhubungan dengan kenikmatan dalam menikmati

makanan dan minuman. Teori pengembangan produk dan teori gastronomi ini digunakan untuk menganalisis rumusan masalah yang berhubungan dengan kendala dalam pengembangan sekaligus potensi pengembangannya sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Bangli.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Spradley dalam Sugiyono (2010) menyebutkan bahwa gejala untuk menentukan variabel-variabel yang akan diteliti bersifat holistik sehingga penelitian tidak akan ditetapkan berdasarkan variabel penelitian saja, melainkan keseluruhan situasi sosial yang meliputi aspek tempat (*place*), pelaku (*actor*), dan aktivitas (*activity*) yang berinteraksi secara sinergis. Menurut Nazir (2003: 71) penelitian deskriptif analisis kerja dan aktivitas ditujukan untuk menyelidiki secara terperinci aktivitas dan pekerjaan manusia, seperti gerak-gerik mereka dalam melakukan tugas, penggunaan waktu secara efektif dan efisien, dan sebagainya, dan hasil penelitian tersebut dapat memberikan rekomendasi-rekomendasi untuk keperluan masa yang akan datang.

Melalui pengamatan atau observasi, wawancara dan studi dokumentasi, baik terhadap pedagang maupun masyarakat lokal mengenai pengembangan makanan tradisional Bali, selanjutnya hasil kumpulan pendapat informan tersebut yang berupa data akan dipaparkan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

4. Upaya Pengembangan Makanan Lokal *Be Keren*

4.1 Pengolahan Ayam *Be Keren*

Proses pengolahan ayam diawali dengan pembersihan kemudian melumuri daging ayam dengan garam secara merata dan dipijat-pijat untuk melenturkan dan meresapkan ke seluruh bagian. Setelah itu ayam

diletakkan di atas pembungkus, satu lembar daun *Upih* (pelepah pinang) lalu diberi bumbu '*Basa Gede*' yang telah diulek halus secara merata, kemudian diberi lebih banyak dibagian perut ayam. *Basa Gede* adalah campuran adonan yang diulek dengan bahan-bahan antara lain: bawang merah, bawang putih, cabe, garam, lengkuas, kunyit, jahe, kencur, ketumbar, merica, cabe kecil, terasi, dan kemudian diberi tambahan beberapa lembar daun salam. Berikutnya Ayam yang telah dibumbui ini dibungkus dengan rapi dan diikat satu bagian, lalu diberi tambahan minyak kelapa dan air melalui bagian lainnya, kemudian diikat dengan rapat menggunakan tali dari bahan bambu. Tujuan membungkus rapat ayam beserta bumbunya yaitu membantu memastikan bahwa aroma dan rasa bumbu tidak menghilang saat proses memasak, namun tetap tertinggal dan meresap ke dalam daging ayam.

Setelah dibumbui dan dibungkus dengan *Upih*, ayam dimasak dengan cara membakarnya di atas tungku sekam, lalu dieram di dalam paso tanah liat lalu dikubur lagi dengan sekam dan dibakar dengan menggunakan sabut kelapa. Itulah sebabnya mengapa masakan ini disebut dengan nama *Be Keren*, karena keren maksudnya adalah kerem, mengeram. Kegunaan sekam dan sabut kelapa ini memperkaya cita rasa Ayam *Be Keren*. Ayam dimasak selama 12 jam hingga bisa dikatakan matang dengan baik, kondisi *Upih* bisa dikatakan tetap utuh, hanya terbakar dibebberapa area saja, walaupun sekam telah terbakar habis menjadi abu.



Gambar 1. Proses Pembakaran Ayam *Be Keren*

Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019



Gambar 2. Tampilan Ayam *Be Keren* Dalam Kemasan *Upih*
Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

Dapur untuk memasak *Be Keren*, adalah sebuah ruangan khusus, dengan luas kurang lebih 2,5 x 3m dan tingginya dibuat kurang lebih 7m. Seluruh dinding berbahan dasar bata merah, dimana pada bagian atas dibuat celah udara disekeliling bawah atap dengan celah kurang lebih 1m. Dapur tersebut merupakan warisan turun-temurun keluarga Puri Agung Bangli, yang memang digunakan khusus untuk proses memasak *Be Keren*. Sampai dengan saat ini belum pernah dilakukan perbaikan/ perubahan yang besar terhadap struktur bangunan dapur tersebut. Jadi dapat dikatakan bahwa dapur tersebut masih merupakan bangunan orijinal.



Gambar 3. Tampilan Dapur Tempat Memasak *Be Keren*
Sumber: Hasil Observasi Peneliti, 2019

4.2 Kendala Pengembangan Ayam *Be Keren*

Adapun yang menjadi kendala di dalam pengembangannya, antara lain:

a. Sarana dan Prasarana

Bahwa semenjak perkembangan dunia teknologi beberapa tahun terakhir, dan setelah adanya liputan langsung dari berbagai TV Nasional dan beberapa Stasiun TV Luar, Ayam *Be Keren* yang dikelola mengalami peningkatan produksi yang cukup signifikan. Berbagai liputan di media sosial sangat membantu perkembangan Ayam *Be Keren*. Hal ini tidak terlepas dari peran serta konsumen yang turut serta menginformasikan keberadaan *Be Keren* melalui postingan yang dilakukan oleh masing-masing akun media sosial pribadi. Perkembangan ini menjadi kendala tersendiri untuk Ibu Agung selaku penjual, dimana sarana dan prasarana yang dimiliki bisa dikatakan terbatas, dimana satu area dapur yang dimiliki hanya dapat digunakan untuk mengolah kurang lebih 100 bungkus Ayam *Be Keren* dalam 1 hari penuh (24 jam). Begitu juga kendala penunjang lainnya, seperti *Upih* (Daun Pelepah Pinang), bisa dikatakan tidak begitu mudah didapat. Saat ini Ibu Agung sudah mendatangkan *Upih* dari luar Kabupaten Bangli, yaitu dari Kabupaten Singaraja dan Karangasem, dikarenakan di Bangli sendiri kecukupan daun *Upih* sudah tidak maksimal dapat memenuhi kebutuhan yang ada.

b. Kapasitas Produksi

Adanya peningkatan pesanan tersebut berdampak pada kapasitas produksi *Be Keren*, sebelumnya hanya dilakukan satu kali proses pengolahan menjadi dua kali dalam satu hari. Satu kali pengolahan memerlukan waktu 13 jam, 12 jam untuk proses memasak dan sisa waktu digunakan untuk mengangkat Ayam *Be Keren* yang sudah matang. Begitu berlanjut seterusnya. Kendala masih tetap

dirasakan walaupun sudah meningkatkan kapasitas produksi menjadi dua kali sehari, dikarenakan pesanan sudah datang dari berbagai ragam konsumen yang membutuhkan, seperti pesanan catering, pesanan untuk kebutuhan upacara agama, pesanan untuk pengiriman luar daerah, bahkan pernah Ibu Agung melayani pesanan rutin ke Ibukota Jakarta untuk waktu yang cukup lama, setiap pagi Ibu Agung harus menyiapkan 50 bungkus Ayam *Be Keren* diantar ke airport untuk dikirim ke Jakarta. Selain itu pesanan perseorangan dan dari masyarakat lokal juga terus ada setiap harinya.

c. Jumlah Tenaga Kerja

Faktor yang paling dirasakan cukup berpengaruh dengan meningkatnya jumlah pesanan adalah tenaga kerja. Ibu Agung mengalami kendala tenaga kerja dalam hal proses pengolahannya. Untuk diketahui bahwa di Kabupaten Bangli, penduduk remajanya hampir sebagian besar bekerja merantau ke luar daerah bahkan luar negeri. Penduduk remaja Bangli beramai-ramai bekerja di kapal pesiar dan daratan di sektor pariwisata. Sedangkan untuk ibu-ibu atau orang tua, terkendala dengan waktu, setelah selesai pekerjaan di rumah baru bisa bekerja di pengolahan Ayam *Be Keren* Adapun pekerjaan utama yang dimaksud adalah pekerjaan rumah tangga, seperti memasak, bersih-bersih sampai dengan sembahyang, *menyama braya* (kegiatan sosial), dan berbagai kegiatan lainnya yang umumnya begitu sering dilakukan (kegiatan ritual persembahyangan). Jadi bekerja mencari nafkah itu bukanlah yang utama bagi masyarakat setempat. Di Kabupaten Bangli pekerjaan umum yang dilakukan masyarakatnya adalah bertani dan berkebun.

d. Waktu Pengolahan

Kendala lain yang dirasakan oleh Ibu Agung yaitu waktu atau lama pengolahan memasak *Be Keren*. Ibu Agung sampai dengan saat

ini terkendala di waktu pengolahan. Tahap I pengolahan yaitu biasa mulai dikerjakan dini hari mulai pukul 04.00-16.00 dan bila sudah merencanakan akan menambah produksi maka akan berlanjut ke tahap II yang dimulai langsung di pk 16.00-04.00 keesokan harinya. Waktu pengolahan yang berlangsung penuh 24 jam, menjadi kendala tersendiri dikarenakan pada saat berlangsungnya proses memasak harus diawasi dan dilakukan pengecekan secara berkala terhadap masakan *Be Keren*, karena sewaktu-waktu sekam dan sabut kelapa perlu ditambahkan, untuk memastikan agar tingkat kehangatan disekeliling Ayam *Be Keren* dapat terjaga sehingga memberi hasil kematangan yang baik. Karena adanya kendala waktu dan kendala tenaga kerja, Ibu Agung menghentikan proses dua kali produksinya menjadi satu kali saja dalam sehari. Sehingga rata-rata kapasitas maksimum dapur tidak dapat terpenuhi atau hanya dapat menghasilkan 50% dari total kapasitas yang ada.

e. Adat-istiadat dan Kegiatan Ritual Keagamaan

Dengan adanya kendala di atas, faktor lain yang tidak kalah peranannya menjadi kendala tersendiri bagi Ibu Agung yaitu kegiatan adat/ *menyama braya* di lingkungan Br. Kawan, Bangli. Kegiatan adat tersebut seringkali menjadi faktor keterbatasan Ibu Agung dalam menerima pesanan dengan jumlah yang banyak dan rutin, dikarenakan kegiatan adat yang mengharuskan Ibu Agung sekeluarga untuk turut serta didalamnya. Seringkali kegiatan tersebut berlangsung mendadak, seperti upacara kematian dan pernikahan.

4.3 Upaya Pengembangan Ayam *Be Keren*

Hasil wawancara mengenai upaya pengembangan Ayam *Be Keren* menurut Ibu Anak Agung Sugantini:

“Pengolahan makanan tradisional *Be Keren* ini memang sudah lama tidak ditemukan lagi, dapat dikatakan hanya tertinggal satu-satunya, dan berkembang apa adanya. Perkembangan makanan yang ada sampai sekarang ini sepenuhnya dilakukan oleh Saya dan Keluarga selaku pewaris dan penjual. Yang pernah kami lakukan sebatas mengikuti pameran makanan dan kegiatan perlombaan baik yang kami lakukan karena keinginan sendiri ataupun ajakan/ informasi dari pemerintah setempat. Upaya lain yang pernah kami lakukan juga menyediakan tempat kami untuk dikunjungi dan diliput baik oleh wisatawan maupun pelancong yang ingin mengetahui bagaimana proses pengolahan *Be Keren*, atau hanya sekedar ingin melihat area dapur tempat pengolahannya saja, bahkan juga ada yang hanya ingin tahu mencoba membeli Ayam Keren ini untuk dinikmati. Selain itu kami juga berusaha merangkul masyarakat desa ini untuk melestarikan Ayam Keren yang merupakan warisan leluhur dengan melibatkan mereka dalam pengolahan bilamana ada kapasitas order yang melebihi, bahkan ikut menjualkannya, dan juga menjadi konsumennya langsung agar Ayam Keren dapat terus terjaga kelangsungannya. Saat ini masyarakat lokal tetap menjadi konsumen setia *Be Keren*, khususnya menjelang hari raya keagamaan dimana mereka menggunakan Ayam *Be Keren* untuk melengkapi aturan persembahyangan yang lakukan. Setelah upacara persembahyangan, Ayam Keren ini akan disantap bersama dengan keluarga” (Sugantini, 20 Januari 2019).

Upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala yang ada antara lain:

- a. Tenaga kerja dirasakan sebagai kendala utama dalam pengembangan produksi *Be Keren*. Untuk memenuhi pesanan yang ada, Ibu Agung mengajak/merekrut tiga orang karyawan remaja, dimana ketiga karyawannya tersebut berasal dari luar Kabupaten Bangli. Hal tersebut dilakukan oleh Ibu Agung mengingat kebutuhan yang ada yang mengharuskannya untuk merekrut pekerja tetap. Ketiga karyawan

- tersebut diajak tinggal bersama sehingga memudahkan koordinasi kerja.
- b. Dengan adanya tenaga kerja yang bekerja penuh waktu, maka Ibu Agung dapat menghitung sekaligus menetapkan kapasitas produksi *Be Keren* dengan lebih baik dan teratur. Bilamana ada karyawan libur, maka Ibu Agung sudah dapat mengatur penerimaan pesanan dengan lebih baik.
 - c. Untuk pengembangan sarana dan prasarana, saat ini Ibu Agung masih dalam tahap perencanaan pengembangan untuk menambah area dapur dan area tempat makan untuk konsumen yang ingin menyantap langsung di tempat hidangan Ayam *Be Keren*. Perencanaan penambahan dapur dan pendukung lainnya baru akan dilaksanakan bilamana Ibu Agung mempunyai tenaga kerja yang siap untuk menggantikannya sewaktu-waktu, yang dapat menjalankan dan melanjutkan usaha yang sudah turun-temurun diwariskan.
 - d. Waktu Pengolahan juga menjadi tidak begitu terkendala, dikarenakan Ibu Agung sudah dapat melakukan pembagian kerja. Dengan adanya tenaga kerja penuh waktu, proses produksi *Be Keren* dapat dilakukan sesuai dengan kapasitas maksimal.
 - e. Ibu Agung tetap dapat melaksanakan kegiatan adat dengan baik, didukung oleh tenaga kerja yang telah dimiliki. Hanya saja Ibu Agung tetap terlibat dan bertanggung jawab penuh dalam hal penyiapan kebutuhan bahan pokok produksi, untuk kelancaran kegiatan pengolahan Ayam *Be Keren*.

5. Penutup

Potensi gastronomi makanan tradisional Bangli yang turun-temurun dan diwarisi oleh Ibu Agung, dapat dikatakan memenuhi kriteria keunikan, orijinalitas, otentisitas, dan keragaman yaitu khususnya dalam

hal pengolahan/cara memasak, serta penampilan/presentasi yang menarik bagi konsumen/wisatawan sehingga berpotensi dan layak ditawarkan sebagai daya tarik wisata. Upaya-upaya yang dilakukan oleh Ibu Agung selaku pedagang dalam pengembangan makanan tradisional Bangli, yaitu dengan mengikuti kegiatan pameran kuliner bersama dan beberapa kegiatan lomba yang diselenggarakan oleh pemerintah, dapat dikatakan berperan penting dalam menjaga budaya dan tradisi warisan leluhur. Bentuk keterlibatan masyarakat Desa Adat Bangli dalam pengembangan makanan tradisional Bali yang dijual oleh Ibu Agung, yaitu keterlibatan sebagai konsumen yang punya andil turut serta dalam menjaga dan mengembangkan makanan tradisional Bangli “*Be Keren*”. Dengan adanya konsumen, maka kelangsungan usaha yang dijalankan oleh Ibu Agung akan tetap dapat berjalan.

Berdasarkan simpulan yang ada, maka dapat diajukan rekomendasi untuk dilakukan oleh Ibu Agung antara lain, dengan menambah/ memperluas sarana dan prasarana sekaligus melakukan penataan yang lebih baik, baik untuk sarana memasak (dapur) dan sarana tempat berjualan yang lebih layak bagi konsumen, menambah kapasitas produksi untuk memenuhi permintaan konsumen, bahkan untuk memperluas pemasaran, serta menambah jumlah tenaga kerja agar bisa mendukung peningkatan kapasitas produksi dan memperluas jangkauan pemasaran. Dapat dilakukan dengan cara merangkul masyarakat setempat, utamanya ibu-ibu atau remaja yang tidak memiliki pekerjaan untuk turut serta dalam upaya pengembangan makanan tradisional khas Bangli “*Be Keren*”.

Masyarakat Desa Adat Bangli diharapkan ikut berpartisipasi melestarikan dan mengembangkan makanan tradisional khas Bangli “*Be Keren*” yang merupakan warisan budaya dan tradisi turun-temurun sehingga menjadi keunikan tersendiri sebagai daya tarik wisata. Jadi

masyarakat diharapkan tidak hanya sebatas sebagai konsumen tapi ikut menjadi pelaku usaha ”pedagang” *Be Keren*. Melihat adanya peluang yang begitu besar, pemerintah diharapkan berperan serta untuk lebih intensif menghimbau masyarakat dan semua pihak terkait dalam pengembangan makanan tradisional khas Bangli, melalui pembuatan kebijakan-kebijakan untuk dapat lebih memperkenalkan produk lokal khas Bangli kepada wisatawan sekaligus untuk mengangkat potensi lokal yang ada seperti penggunaan bahan baku hasil pertanian lokal yang dapat dimanfaatkan lebih optimal sebagai wujud pengembangan kepariwisataan berkelanjutan.

Daftar Pustaka

- Anonim, 2009, Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Assauri, Sofjan. 2001. Manajemen Produksi dan Operasi. Edisi Revisi Fakultas Universitas Indonesia. Jakarta.
- Bucharin Alma, H. 2000. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Keempat. Alfabeta Bandung.
- Cooper, C. And Jackson. S. L. 1995. *DestinationLife Cycle: The Isle of The Man Case Study*. (ed. Lesly, France) dalam *The Earthscan Reader in Sustainable Tourism*. UK: *Earthscan Publication Limited*.
- Ernayanti, dkk. 2003. Ensiklopedi Makanan Tradisional di Pulau Jawa dan Pulau Madura. Deputi bidang pelestarian dan pengembangan kebudayaan, asdep. Urusan Kepercayaan Terhadap Tuhan YangMaha Esa. Jakarta: Proyek pelestarian dan pengembangan tradisi dan kepercayaan.
- Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. 2002. PemasaranPerhotelan dan Kepariwisataaan. Jilid II Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: *Pearson Education Asia Ptc. Ltd.* dan PT. Prenhallindo.
- Nazir, Moh. 2003. Metode Penelitian. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Pendit, I Nyoman S. 2006. Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Edisi Terbaru: dengan perbaikan-perbaikan, Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wikipedia. 2012. Gastronomi, <http://id.wikipedia.org/wiki/Gastronomi>. 10-55. 10/12/2012.

Profil Penulis

I Gusti Ayu Ari Agustini, SST.Par., M.M. lahir di Denpasar, 09 Agustus 1980. Menamatkan Sarjana Program Studi Pariwisata di Universitas Udayana pada tahun 2006. Melanjutkan Pendidikan Pasca Sarjana Program Studi Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia di Pasca Sarjana Universitas Udayana yang diselesaikan tahun 2011. Memiliki pengalaman kerja di bidang operasional manajemen selama 12 tahun, dan juga sebagai seorang *Entrepreneurship* di bidang kuliner semenjak empat tahun lalu. Pengalaman ini membawanya menjadi Dosen D-III Seni Kuliner di Politeknik Internasional Bali.

JOURNEY

Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention, and Event Management

POLITEKNIK INTERNASIONAL BALI

- Analisis Daya Tarik Wisata Rumah Tradisional Masyarakat
Kampung Loloan, Jembrana-Bali** 1
Dinar Sukma Pramesti
- Analisis Bentuk Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan
Pura Puseh Dan Pura Desa Di Desa Batuan Sebagai Daya Tarik
Wisata Di Kabupaten Gianyar, Bali** 19
Putu Ade Wijana
- Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata
Kampung Baduy, Banten** 35
Made Handijaya Dewantara
- Pelaksanaan Bauran Pemasaran *Meeting Incentive Conference
Exhibition* Di Bali Nusa Dua Convention Center** 55
Nelsye Lumanauw
- Peranan Keterampilan Berbahasa Inggris Dalam Industri
Pariwisata** 71
Luh Sri Damayanti
- Upaya Pengembangan Makanan Lokal “Be Keren” Berbasis
Wisata Kuliner Di Kelurahan Kawan, Bangli, Bali** 83
I Gusti Ayu Ari Agustini



PIB Press

Penerbit & Percetakan: PIB Press
Email: pibpress@pib.ac.id
akademik@pib.ac.id
Website: <http://pib.ac.id>

