

STRATEGI PENERAPAN *COMMUNITY BASED TOURISM* DI DESA RANGGU, KECAMATAN KUWUS BARAT

Roseven Rudiyanto^{1*}, dan Yohanes Aldo Rino Malvin Sardi²

^{1,2} Politeknik eLBajo Commodus

* E-mail: roseven@poltekelbajo.ac.id

Abstrak

Perkembangan pariwisata dapat dilihat dari meningkatnya jumlah kunjungan. Jumlah kunjungan berpengaruh terhadap perekonomian sebuah daerah. Manfaat ekonomi dari perkembangan pariwisata dapat distribusikan merata dengan pengembangan desa menjadi desa wisata dengan pendekatan *community based tourism*. Desa Runggu merupakan desa wisata yang berada di Kabupaten Manggarai Barat. Tujuan penelitian ini ialah untuk mendeskripsikan strategi pengembangan Desa Runggu sebagai desa wisata dengan pendekatan Community Based Tourism (CBT). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Hasil penelitian yang didapat ialah masyarakat sudah siap untuk menyambut tamu namun masih membutuhkan pelatihan di bidang pariwisata, kehadiran *local champion* dan pokdarwis menjadi penting dalam penerapan CBT, dan dibutuhkan paket wisata sebagai produk wisata Desa Runggu yang dapat dipromosikan menggunakan media sosial.

Kata kunci: CBT, desa wisata, Desa Runggu, strategi.

Abstract

The development of tourism can be seen from the increasing number of visits. The number of visits affects the economy of a region. The economic benefits of tourism development can be distributed evenly by developing villages into tourist villages with a community based tourism approach. Runggu Village is a tourist village in West Manggarai Regency. The purpose of this study is to describe the development strategy of Runggu Village as a tourist village with a Community Based Tourism (CBT) approach. This research uses descriptive qualitative method with purposive sampling technique. The results obtained are that the community is ready to welcome guests but still needs training in the field of tourism, the presence of local champions and pokdarwis is important in implementing CBT, and tourism packages are needed as Runggu Village tourism products that can be promoted using social media.

Keywords: CBT, tourism village, Runggu village, strategy.

PENDAHULUAN

Perkembangan pariwisata memiliki peran bagi ekonomi Indonesia. Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia (2021) mencatat pendapatan devisa dari sektor ini pada tahun 2018 mencapai 16.426 Miliar Dollar Amerika atau meningkat sekitar 25% dibandingkan tahun 2017 yang mencapai 13.139 Miliar Dollar Amerika.

Perkembangan pariwisata di Indonesia juga ditopang oleh program-program pengembangan pariwisata. Salah satu program pengembangan pariwisata ialah 10 destinasi pariwisata prioritas. 10 destinasi wisata prioritas ini diharapkan mampu menawarkan keindahan yang mempesona, seperti halnya Bali, sehingga program ini juga dikenal sebagai 10 destinasi prioritas "Bali Baru" (Johana, Setiadharna, dan Dewi, 2020). Salah satu dari daftar "Bali Baru" tersebut ialah Labuan Bajo

yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat.

Labuan Bajo merupakan pintu masuk ke Taman Nasional Komodo. Ditetapkannya Labuan Bajo sebagai destinasi pariwisata prioritas memberikan dampak terhadap perkembangan pariwisata, salah satunya ialah peningkatan kunjungan ke Labuan Bajo. BPS Manggarai Barat (2022) mencatat bahwa kunjungan Taman Nasional Komodo pada tahun 2016 mencapai 107.711 orang, dan pada tahun 2017 mengalami peningkatan 16% menjadi 125.069 orang, serta pada tahun 2018 juga mengalami peningkatan 41.4% menjadi 176.835 orang. Yanti dan Hadya (2018) menemukan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara jumlah kunjungan wisatawan dengan Pendapatan Asli Daerah.

Manfaat ekonomi yang muncul oleh perkembangan pariwisata dapat distribusikan secara merata dengan pembangunan destinasi

wisata pendukung, salah satunya ialah desa wisata. Desa wisata ialah bentuk pariwisata yang menerapkan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dan memiliki nilai berkelanjutan (Dewi, Fandeli, dan Baiquni, 2013). Terlebih Putra (2019) berpendapat bahwa manfaat dari desa wisata ialah meningkatnya pendapatan masyarakat, adanya lapangan pekerjaan baru, pola hidup masyarakat menjadi lebih teratur, dan ada peningkatan terhadap kebahagiaan masyarakat. Pengelolaan desa wisata sendiri dapat dilakukan dengan pendekatan Community Based Tourism (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Krisniani dan Darwis (2015) berpendapat bahwa CBT adalah pendekatan pariwisata yang berfokus pada keterlibatan masyarakat secara langsung maupun tidak langsung terhadap pengelolaan dan pengembangan pariwisata.

Salah satu desa wisata yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat ialah Desa Runggu. Desa Runggu terletak di Kecamatan Kuwus Barat yang memiliki potensi wisata alam dan budaya. Beberapa potensi wisata alam ialah Kawasan Lembah Runggu – Kolang untuk menikmati pemandangan persawahan, Tiwu Kolang yang merupakan kolam pemandian alami, sedangkan untuk potensi budaya ialah Watu Runggu, yang telah ditetapkan sebagai cagar budaya Kabupaten Manggarai Barat dan produk gula merah Kolang yang menjadi produk unggulan dari Desa Runggu.

Akan tetapi dengan potensi alam dan budaya yang dimiliki ada kajian mengenai strategi pengembangan Desa Runggu sebagai desa wisata dengan pendekatan CBT. Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini ialah mendeskripsikan strategi pengembangan Desa Runggu sebagai desa wisata dengan pendekatan Community Based Tourism (CBT).

TINJAUAN PUSTAKA

Desa Wisata

Berdasarkan UU Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Desa Wisata sendiri dapat diartikan sebagai konsep kombinasi komponen-komponen pariwisata

seperti akomodasi, atraksi, dan sarana pendukung yang ada di kehidupan masyarakat (Hilman, 2017). Menurut Herdiana (2019) desa wisata mengembangkan potensi sumber daya yang tersimpan di wilayah desa dan memberdayakan masyarakat lokal.

Pengembangan desa wisata harus dapat menawarkan potensi wisata orisinal yang tersedia di desa tersebut. Menurut Nugroho dan Suprpto (2021) pengembangan desa wisata dapat menjual daya tarik jika mengetahui karakteristik, kelebihan, dan kelemahan itu sendiri.

Community Based Tourism

Pariwisata Berbasis Masyarakat adalah pariwisata yang menitikberatkan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Menurut Arintoko, Ahmad, Gunawan, dan Supadi (2020) pariwisata berbasis masyarakat merupakan bentuk baru dari pariwisata dimana pengelolaannya dilakukan oleh masyarakat lokal dari tahap pengambilan keputusan, perencanaan, dan evaluasi kinerja. Terlebih Suansri (2013) menekankan bahwa pariwisata berbasis masyarakat dikelola dan dimiliki oleh masyarakat dengan tujuan pengunjung memahami dan menghargai cara hidup masyarakat setempat.

ASEAN (2016) menjelaskan prinsip-prinsip berbasis masyarakat yaitu a) keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat untuk kepastian kepemilikan dan pengelolaan transparan; b) terbangunnya kemitraan dengan para pemangku kepentingan terkait pengembangan pariwisata; c) mendapatkan pengakuan dari otoritas terkait; d) dapat meningkatkan kesejahteraan sosial dan menjaga martabat manusia; e) meningkatkan hubungan ekonomi lokal dan regional; f) menghormati budaya dan tradisi lokal; g) ada kontribusi terhadap pelestarian sumber daya alam; h) adanya interaksi pengunjung dengan masyarakat tuan rumah; dan i) memiliki tujuan untuk mandiri secara finansial. Menurut Hamzah dan Khalifah (2009) menjelaskan sembilan langkah untuk pengelolaan pariwisata dengan pendekatan CBT, yaitu 1) menilai kebutuhan dan kesiapan masyarakat lokal terhadap pariwisata; 2) mengedukasi dan mempersiapkan masyarakat lokal terlibat dalam pariwisata; 3) menemukan dan membangun kepemimpinan lokal / local champion; 4) menyiapkan dan mengembangkan organisasi masyarakat lokal; 5) membuat kerjasama dengan para pihak

terkait; 6) mengadopsi pendekatan yang terintegrasi; 7) merencanakan dan mendesain kualitas produk, 8) mengidentifikasi permintaan pasar dan mengembangkan strategi pemasaran; dan 9) menerapkan dan mengamati kinerja pariwisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini ialah penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif ialah penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara rinci sifat, keadaan, gejala individu atau kelompok tertentu (Saat dan Mania, 2020). Penelitian kualitatif digunakan penelitian memiliki fokus pada hal yang mendalam dan detail pada objek yang terbatas (Barlian, 2016).

Teknik penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah purposive sampling. Purposive sampling ialah teknik penentuan sampel yang didasari oleh kriteria tertentu yang sesuai dengan tema penelitian (Siyoto dan Sodik, 2015). Bisa dikatakan bahwa sampel yang ditentukan dengan teknik ialah narasumber yang dianggap mengerti dan kredibel mengenai tema penelitian.

Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara dan observasi langsung pada Mei 2021 di Desa Runggu. Narasumber pada penelitian ini berjumlah 8 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesiapan Masyarakat

Masyarakat Desa Runggu sudah memiliki kesadaran terhadap pariwisata. Hal ini dapat dilihat dari adanya papan petunjuk yang dibuat secara swadaya oleh masyarakat setempat. Selain itu, masyarakat juga sudah memiliki program pembersihan sampah pada tempat-tempat yang dianggap memiliki potensi daya tarik wisata sebagai bagian dari komitmen untuk konservasi lingkungan sekitar. Masyarakat Desa Runggu menerima baik jika desanya bisa dikembangkan menjadi desa wisata, sehingga memberikan dampak positif bagi perekonomian.

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber menyatakan kesiapannya untuk menerima kunjungan wisatawan. Kesiapan masyarakat desa dalam menyambut tamu memiliki peran yang krusial dalam penerapan pariwisata. Pakpahan (2019) berpendapat bahwa kesiapan masyarakat dapat menjadi faktor penghambat dalam penerapan CBT. Terlebih Yahya dan Mawardi (2016)

berpendapat bahwa kesiapan masyarakat untuk mengelola dan menjaga daya tarik wisata merupakan aspek sosial yang menjadi indikator keberhasilan CBT. Strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kesiapan masyarakat dalam menerapkan CBT ialah peningkatan kemampuan dan kompetensi dalam mengelola pariwisata (Novaria dan Rohimah, 2017). Hal ini sesuai dengan narasumber yang mengatakan bahwa masyarakat masih merasa membutuhkan pelatihan-pelatihan yang terkait sektor pariwisata.

Kehadiran Local Champion

Local champion atau kepemimpinan lokal ialah individu yang menjadi inisiator dalam perubahan terhadap masyarakat maupun lembaga, dan mampu menjaga hubungan pemimpin – pengikut, sehingga mampu berperan sebagai mediator, fasilitator, dan mobilisator (Simanjuntak dan Sarifuddin, 2017). Keberhasilan penerapan CBT juga tidak terlepas dari peran local champion. Sanawiyah, Rosida, Hani, Canisthya, dan Fadliansyah (2020) membuktikan bahwa kepemimpinan lokal yang kuat menjadi faktor penting kesuksesan pengembangan wisata berbasis masyarakat.

Berdasarkan hasil observasi kepala Desa Runggu bisa menjadi local champion, dikarenakan memiliki kemauan yang kuat untuk memajukan desanya menjadi salah satu desa wisata yang berkualitas di Kabupate Manggarai Barat. Selain itu, kepala desa juga memiliki kemampuan untuk menggerakkan masyarakat mengikuti program-program yang telah ditetapkan oleh perangkat desa. Pemuda juga dapat berperan banyak dalam menggerakkan program pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Runggu.

Kehadiran Organisasi Masyarakat

Organisasi masyarakat yang memiliki fokus dalam pengembangan pariwisata pada umumnya dinamakan kelompok sadar wisata (pokdarwis). Pokdarwis merupakan bentuk organisasi masyarakat yang terdiri dari individu yang berkontribusi langsung pada pengembangan pariwisata. Menurut Asnowo dan Da'awi (2020) terbentuknya pokdarwis berfungsi sebagai penggerak untuk terciptanya suasana yang mendukung pertumbuhan pariwisata. Terlebih Murianto, Putra, dan Kurniansah (2020) menambahkan bahwa mengelola dan membuat atraksi wisata merupakan peran pokdarwis yang vital bagi proses pengembangan atraksi wisata.

Berdasarkan narasumber, pokdarwis Desa Runggu belum terbentuk. Strategi

penerapan CBT di Desa Runggu harus memperhatikan kehadiran pokdarwis, dikarenakan hasil wawancara diinfokan pokdarwis belum terbentuk. Namun demikian, peran pokdarwis ada potensi untuk diisi oleh Ikarembora (Ikatan Reba Molas Runggu). Organisasi ini ialah organisasi yang dibentuk oleh pemuda dan pemudi di desa tersebut. Salah satu program yang sering dilakukan oleh organisasi ini ialah pembersihan lingkungan desa dan pembangunan fasilitas umum di tempat yang sering dikunjungi. Namun demikian, kegiatan organisasi ini terhenti sejak desember 2020 organisasi, dikarenakan mayoritas anggotanya meninggalkan desa untuk melanjutkan studinya di luar daerah.

Produk Pariwisata dan Promosi

Produk pariwisata merupakan komoditas dari industri pariwisata. Pada umumnya produk wisata dibentuk menjadi paket wisata yang didasari oleh potensi yang dimiliki. Dalam konteks Desa Runggu produk wisata dapat dimulai dengan membentuk komponen atraksi dan akomodasi.

Produk atraksi terdiri dari potensi alam yang ada di Desa Runggu, seperti Lembah Runggu –Kolang, Tiwu Kolang, dan lain-lain. Selain itu, dilengkapi dengan potensi budaya, seperti Watu Runggu dan pembuatan gula merah Kolang. Atraksi tersebut memiliki nilai interaksi pengunjung dan tuan rumah yang tinggi, dimana hal tersebut merupakan ciri dari community based tourism. Selain itu, rumah warga dapat dijadikan fasilitas homestay sebagai komponen akomodasi produk wisata. Kehadiran homestay sebagai akomodasi dapat meningkatkan interaksi pengunjung dengan tuan rumah, dimana pengunjung dapat melihat, merasakan dan mempelajari kekayaan budaya dalam kehidupan sehari-hari.

Produk wisata juga harus didampingi oleh kegiatan promosi. Promosi berfungsi untuk meningkatkan popularitas dan kesadaran akan sebuah produk. Dapat dikatakan sebagai akses pasar. Dalam konteks desa wisata akses pasar merupakan faktor kunci dalam kesuksesan menerapkan community based tourism (Wahyuni, 2018). Salah satu promosi yang dapat dilakukan ialah pemasaran menggunakan media sosial, mengingat media sosial memiliki jangkauan yang luas dan membutuhkan biaya yang cukup sedikit. Hal ini membuat media sosial menjadi kanal promosi yang efisien bagi desa wisata yang memiliki keterbatasan dalam promosi. Modal promosi Desa Runggu ialah publikasi di surat kabar

elektronik nasional. Desa Runggu dipublikasikan pada kompas.com dengan judul Menjelajahi Lembah Runggu-Kolang yang Eksotis di Flores Barat (1) (Makur, 2019). Namun demikian masih diperlukan narasi potensi wisata agar potensi tersebut dapat menarik kunjungan wisatawan.

PENUTUP

Desa Runggu merupakan desa wisata yang terletak di Kabupaten Manggarai Barat. Desa ini memiliki potensi alam dan budaya. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam mengembangkan Desa Runggu ialah community based tourism atau pariwisata berbasis masyarakat. Strategi penerapan community based tourism yang dapat dilakukan di Desa Runggu diantaranya: 1) peningkatan kesiapan masyarakat lokal dengan melakukan pelatihan-pelatihan yang dapat meningkatkan pengetahuan, kemampuan, dan ketrampilan di bidang pariwisata; 2) kehadiran local champion atau kepemimpinan lokal yang kuat sehingga mampu menggerakkan masyarakat dalam pelaksanaan community based tourism; 3) pembentukan pokdarwis untuk menstimulus kontribusi masyarakat secara langsung dalam mengembangkan masyarakat, dan 4) pembuatan produk wisata dan mempromosikannya, agar popularitas dan kesadaran akan Desa Runggu meningkat, sehingga menarik kunjungan wisatawan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Ucapan terimakasih ditujukan kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian artikel ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geo Journal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398-413.
- ASEAN. (2016). *ASEAN Community Based Tourism Standard*. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Asmoro, B. T., & Da'awi, M. M. (2020). Revitalisasi Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Desa Sukodono, Kecamatan Dampit, Kabupaten Malang Dalam Pengelolaan Obyek Wisata Coban Pandawa. *JPM (Jurnal Pemberdayaan Masyarakat)*, 5(1), 373-379.
- Badan Pusat Statistik. (2022, Juni 07). Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US \$),

- 2016-2018. Retrieved from <https://www.bps.go.id/indicator/16/1160/1/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html>
- Barlian, E. (2016). *Metodologi penelitian kualitatif & kuantitatif*. Padang: Sukabina Press.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Hamzah, A., & Khalifah, Z. (2009). *Handbook on Community Based Tourism: How to Develop and Sustain CBT*. Kuala Lumpur: APEC Secretariat.
- Herdiana, D. (2019). Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1), 63-86.
- Hilman, Y. A. 2017. Kelembagaan Kebijakan Pariwisata di level desa. *JIP Jurnal Ilmu Pemerintahan: Kajian Ilmu Pemerintahan dan Politik Daerah*, 2(2), 150-163.
- Johana, K., Setiadarma, D., & Dewi P.W, K. (2020). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN 10 DESTINASI PARIWISATA PRIORITAS "BALI BARU" DI KEMENTERIAN PARIWISATA REPUBLIK INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 1(6), 631-648. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v1i6.293>
- Krisnani, H., & Darwis, R. S. (2015). Pengembangan desa wisata melalui konsep community based tourism. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3).
- Makur, M. (2019, April 08). Menjelajahi Lembah Runggu-Kolang yang Eksotis di Flores Barat (1). Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2019/04/08/141000527/menjelajahi-lembah-runggu-kolang-yang-eksotis-di-flores-barat-1-?page=all>.
- Murianto, M., Putra, I. N. T. D., & Kurniansah, R. (2020). Peranan Pokdarwis Batu Rejeng untuk Mengembangkan Desa Sentiling Lombok Tengah. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(1), 21-26.
- Novaria, R., & Rohimah, A. (2017, October). Pengembangan community based tourism sebagai strategi pemberdayaan masyarakat dan pemasaran pariwisata di Wonosalam kabupaten Jombang. In *Prosiding Seminar dan Call For Paper (Vol. 20, p. 21)*.
- Nugraha, Y. E., & Malelak, N. O. (2020, December). Penerapan Manajemen Komplain Pada Pelayanan Penumpang Di PT. Transnusa Aviation Mandiri Kupang Pada Masa Pandemi. In *Journey: Journal of Tourismpreneurship, Culinary, Hospitality, Convention and Event Management (Vol. 3, No. 2, pp. 101-116)*.
- Nugroho, R., & Suprpto, F. A. (2021). *Membangun Desa Wisata Bagian 2: Strategi Desa Wisata*. Elex Media Komputindo.
- Pakpahan, R. (2018). Implementasi prinsip pariwisata berbasis komunitas di Desa Wisata Nglinggo Yogyakarta. *JUMPA*, 5(1), 129-146.
- Putra, A. M. (2019). MANFAAT PENGEMBANGAN DESA WISATA SEBAGAI IMPLEMENTASI EKONOMI KERAKYATAN DI DESA WISATA TISTA, KABUPATEN TABANAN. *Prosiding*, (1), 167-189.
- Saat, S., & Mania, S. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian: Panduan bagi Peneliti Pemula*. Gowa: Pusaka Almaida. ISBN 978-623-226-083-2
- Simanjuntak, F., & Sariffuddin, S. (2017). PERAN LOCAL CHAMPION DALAM PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM DI DESA WISATA CANDIREJO, MAGELANG. *Jurnal Pengembangan Kota*, 5(2), 190-199.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Utami, S. E., & Nugraha, Y. E. (2021). Pelatihan Manajemen Usaha UKM Sebagai Upaya Bangkit dari Pandemi Bagi Kelompok Perempuan Pengrajin Tenun Ikat di Kampong Tenun Alor Kota Kupang. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 2(2), 63-74.
- Wahyuni, D. (2018). Strategi pemberdayaan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Nglanggeran. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 9(1), 85-102.
- Yachya, A. N., & Mawardi, M. K. (2016). Pengelolaan Kawasan Wisata Sebagai Upaya Peningkatan ekonomi Masyarakat Berbasis CBT (Community Based Tourism). *Studi Pada Kawasan Wisata Pantai Clungup Kabupaten Malang*. Universitas Brawijaya. Malang.
- Yanti, N., & Hadya, R. (2018). Kontribusi sektor pariwisata terhadap peningkatan PAD kota padang. *Jurnal Benefita*, 3(3), 370-379.