Digital Receipt

This receipt acknowledges that Turnitin received your paper. Below you will find the receipt information regarding your submission.

The first page of your submissions is displayed below.

Submission author:	I Made Bayu Wisnawa
Assignment title:	No Repository 1
Submission title:	POTENSI DESA BELALANG SEBAGAI DESA WISATA UNTUK ME...
File name:	DESA_WISATA_UNTUK_MENUNJANG_KEPARIWISATAAN_KABU...
File size:	640.88K
Page count:	13
Word count:	4,551
Character count:	29,857
Submission date:	02-Jul-2021 08:58PM (UTC+0700)
Submission ID:	1614947824

POTENSI DESA BELALANG SEBAGAI DESA WISATA UNTUK MENUNJANG KEPARIWISATAAN KABUPATEN TABANAN

I Made Bayu Wisnawa
(Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya)

Gusti Ayu Mahanavami
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

Abstracts : *Desa Belalang is a rural village in Tabanan, Bali has a high value tourism potential to be developed to improve the wellfare of society. This study aims to (i) determine the potential locust village so it can be developed as tourist villages and (ii) determine the constraints encountered in developing Desa Belalang as a tourist village.*
By using qualitative methods and techniques SWOT, in depth interview on the head of the village, tourists, businessmen and villagers then the results of this study are; (i) Desa Belalang has tourim potential such as: attractions, access, ancillary and community involvement, (ii) Constraints faced are: Desa Belalang yet special organization that manages the tourism, and the population is not all houses in traditional Balinese house concept. The efforts which should be implemented by developing the tourism human resources, partnerships, promotion, festival, community development organizations and cooperation with higher education institutions.

Keywords: *tourism village, tourism development*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah industri besar yang mampu menggerakkan berbagai sektor, khususnya ekonomi dan bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan manusia (Hall, 2008). Kepariwisataan memang sangat menjanjikan dalam mendongkrak dan melambungkan perekonomian, karena didukung oleh efek globalisasi, kemajuan teknoligi dan informasi. Chamdani (2010:106), Perkembangan perekonomian di Asia-Pasifik yang begitu pesat seiring dengan pertumbuhan kepariwisataan dunia yang menunjukkan trend meningkat, kondisi ini tentunya juga berimbas bagi pertumbuhan kepariwisataan di kawasan Asia-Pasifik. Indonesia pada saat ini menduduki peringkat 81 perolehan jumlah wisatawan dalam skala internasional, dan pada peringkat empat untuk wilayah Asia Tenggara, dibawah Singapura, Malaysia dan Thailand (Kompas.com, 2009). Mengingat potensi pariwisata yang begitu besar, maka perlu penanganan yang serius dalam pariwisata sehingga mampu mencapai hasil optimal dan mampu meminimalisasi dampak negatif yang dihasilkannya. (Ritchitife and Goldner, 2006:17; Gee, *et.al*. 1997:ix; Fridgen 1996:14; Wall and Mathieson, 2006:73).

Bali merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki fasilitas berskala internasional. Kekuatan Bali dengan daya tarik wisatanya dalam mendatangkan wisatawan mancanegara dan domestik merupakan sebuah potensi besar

FORUM MANAJEMEN, Volume 12, Nomor 2, Tahun 2014 25

Copyright 2021 Turnitin. All rights reserved.

POTENSI DESA BELALANG SEBAGAI DESA WISATA UNTUK MENUNJANG KEPARIWISATAAN KABUPATEN TABANAN

by I Made Bayu Wisnawa

Submission date: 02-Jul-2021 08:58PM (UTC+0700)
Submission ID: 1614947824
File name: DESA_WISATA_UNTUK_MENUNJANG_KEPARIWISATAAN_KABUPATEN_TABANAN.pdf (640.88K)
Word count: 4551
Character count: 29857

POTENSI DESA BELALANG SEBAGAI DESA WISATA UNTUK MENUNJANG KEPARIWISATAAN KABUPATEN TABANAN

I Made Bayu Wisnawa
(Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya)

Gusti Ayu Mahanavami
(Dosen STIMI "Handayani" Denpasar)

Abstracts : *Desa Belalang is a rural village in Tabanan, Bali has a high value tourism potential to be developed to improve the wellfare of society. This study aims to (i) determine the potential locust village so it can be developed as tourist villages and (ii) determine the constraints encountered in developing Desa Belalang as a tourist village.*
By using qualitative methods and techniques SWOT, in depth interview on the head of the village, tourists, businessmen and villagers then the results of this study are; (i) Desa Belalang has tourim potential such as: attractions, access, ancillary and community involvement, (ii) Constraints faced are: Desa Belalang yet special organization that manages the tourism, and the population is not all houses in traditional Balinese house concept. The efforts which should be implemented by developing the tourism human resources, partnerships, promotion, festival, community development organizations and cooperation with higher education institutions.

Keywords: *tourism village, tourism development*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah industri besar yang mampu menggerakkan berbagai sektor, khususnya ekonomi dan bisnis untuk meningkatkan kesejahteraan manusia (Hall, 2008). Kepariwisataan memang sangat menjanjikan dalam mendongkrak dan melambungkan perekonomian, karena didukung oleh efek globalisasi, kemajuan teknoligi dan informasi**.** Chamdani (2010:106), Perkembangan perekonomian di Asia-Pasifik yang begitu pesat seiring dengan pertumbuhan kepariwisataan dunia yang menunjukkan trend meningkat, kondisi ini tentunya juga berimbas bagi pertumbuhan kepariwisataan di kawasan Asia-Pasifik. Indonesia pada saat ini menduduki peringkat 81 perolehan jumlah wisatawan dalam skala internasional, dan pada peringkat empat untuk wilayah Asia Tenggara, dibawah Singapura, Malaysia dan Thailand (Kompas.com, 2009). Mengingat potensi pariwisata yang begitu besar, maka perlu penanganan yang serius dalam pariwisata sehingga mampu mencapai hasil optimal dan mampu meminimalisasi dampak negatif yang dihasilkannya. (Ritchitife and Goldner, 2006:17; Gee, *et.al*. 1997:ix; Fridgen 1996:14; Wall and Mathieson, 2006:73).

Bali merupakan daerah tujuan wisata yang memiliki fasilitas berskala internasional. Kekuatan Bali dengan daya tarik wisatanya dalam mendatangkan wisatawan mancanegara dan domestik merupakan sebuah potensi besar

untuk pengembangan kepariwisataan bagi daerah tujuan wisata lainnya di Indonesia, melalui paket-paket pemasaran terintegrasi. Sesungguhnya kepariwisataan di Bali tidak sepenuhnya berkembang dengan sempurna. Saat ini hanya Kabupaten Badung, Gianyar dan Kota Denpasar yang menjadi motor pengembangan kepariwisataan di Bali. Kondisi ini dapat dilihat pada Pendapatan Asli Daerah (PAD) masing masing daerah tingkat II pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Realisasi dan Persentase PAD dan Dana Perimbangan pada Pemerintah Kabupaten/Kota Kawasan Metropolitan Sarbagita Tahun 2010

No	Daerah	PAD	Dana Perimbangan	Total Penerimaan Daerah	%PAD/Total Penerimaan Daerah
1	Badung	979.194.610.828,25	322.095.762.466,00	1.387.111.526.247,42	70,59
2	Denpasar	260.482.616.201,85	499.195.166.820,00	903.747.423.797,61	28,82
3	Gianyar	153.559.078.288,69	468.266.063.903,00	771.521.566.109,27	19,90
4	Tabanan	116.860.678.336,51	513.683.612.125,00	784.878.353.842,01	14,88

Sumber: Muliastini dan Yadnyana, 2013

Dari Tabel 1, dapat dilihat bahwa Pemerintah Kabupaten Daerah Tingkat II Tabanan, masih sangat bergantung pada pemerintah pusat, dengan dana perimbangan sebesar Rp.513 Milyar, jauh lebih besar dari PAD sebesar Rp.116 Milyar. Hal ini menunjukkan masih banyak diperlukan peningkatan dalam pengelolaan aset daerah, termasuk kepariwisataan di Kabupaten Tabanan.

Di sisi lain, potensi yang dianugerahkan Tuhan Yang Maha Esa kepada Kabupaten Tabanan sungguh melimpah, meliputi sumber daya alam, adat dan budaya, yang merupakan modal dasar bagi pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Daerah Tingkat II Tabanan. Pada Tahun 2013, Tabanan memiliki 22 obyek wisata yang merupakan sumber PAD, seperti pada Tabel 2 berikut:

Tabel 2
Obyek Wisata di Kabupaten Tabanan

No	Daya Tarik Wisata	Kecamatan	Desa
1	Bedugul	Baturiti	Batunya
2	Kebun Raya	Baturiti	Candikuning
3	TPB Margarana	Marga	Marga
4	Alas Kedaton	Marga	Kukuh
5	Museum Subak	Kediri	Banjar Anyar
6	Pura Luhur Batu Karu	Penebel	Wongaya Gede
7	Yeh Panas Penatahan	Penebel	Penatahan
8	Yeh Panas Belulang	Penebel	Mengesta
9	Jatiluwih	Penebel	Jatiluwih
10	Pantai Kelating	Kerambitan	Kelating
11	Pantai Pasut	Kerambitan	Tibubiu
12	Puri Gede Kerambitan	Kerambitan	Kerambitan
13	Puri Anyar Kerambitan	Kerambitan	Kerambitan
14	Pantai Yeh Gangga	Tabanan	Sudimara
15	Pantai Soka	Selemadeg	Antap
16	Air Terjun Pujungan	Pupuan	Pujungan
17	Kawasan Hutan Mekori	Pupuan	Belimbing
18	Sarin Buana	Selemadeg	Wanagiri
19	Sanggar Tari Whratnala	Kediri	Abiantuwung
20	Tanah Lot	Kediri	Beraban
21	Ulun Danu Beratan	Baturiti	Candikuning
22	Lestari Taman Kupu-kupu	Tabanan	Wanasari

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kab. Tabanan ,2013

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2025, pembangunan kepariwisataan nasional antara lain meliputi pengembangan destinasi pariwisata, dimana pada Pasal 15 (b) disebutkan arah kebijakan, pembangunan daya tarik wisata sebagaimana dimaksud pada pasal 14 ayat 1 meliputi pembangunan daya tarik wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada.

Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan merupakan sebuah desa yang sebagian besar penduduknya bermatapencaharian pada sektor pertanian. Pada saat ini begitu banyak wisatawan domestik maupun mancanegara yang berkunjung ke Desa Belalang. Dibeberapa bagian wilayah desa, sudah dibangun fasilitas akomodasi berupa villa, demikian pula pada wilayah pesisir (Pantai Kedungu) sudah terdapat fasilitas penjualan makanan dan minuman beserta fasilitas untuk membilas, meskipun masih sangat sederhana.

Kehidupan penduduk lokal Desa Belalang pada saat ini apabila dibandingkan dengan potensi wisata yang dimiliki Desa Kedungu, masih jauh di bawah harapan. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kantor Desa Belalang, pada Tahun 2012 terdapat 129 kepala keluarga miskin dari 725 kepala keluarga. Hal seperti ini semestinya tidak terjadi apabila Pemerintah Kabupaten Tabanan jeli dalam melihat potensi yang dimiliki oleh Desa Belalang.

Dipilihnya Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan dalam penelitian ini, karena memiliki posisi yang dekat dengan ikon pariwisata Tabanan, yakni Tanah Lot, sehingga lebih mudah untuk dikembangkan menjadi sebuah desa wisata. Kedepannya diharapkan mampu memberikan sumbangan bagi peningkatan PAD dari sektor pariwisata dan meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal di Desa Belalang.

RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah potensi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata?
2. Bagaimanakah kendala-kendala yang dihadapi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata?

Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui potensi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan sehingga dapat dikembangkan sebagai desa wisata.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala yang dihadapi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata

TINJAUAN PUSTAKA

Peranan Desa Wisata bagi Pembangunan Berkelanjutan

Pengembangan desa wisata merupakan salah satu alternatif yang menekankan pada pembangunan pedesaan yang berkelanjutan dalam bidang pariwisata (Sastrayuda, 2010). Racikan utama desa wisata diwujudkan sifat atau kegiatan perjalanan wisata yang berbasis alam dan budaya dengan meningkatkan kesadaran dan konservasi lingkungan setempat, serta memberdayakan penduduk lokal sehingga memperoleh manfaat ekonomis bagi kehidupan masyarakat (Honey, 2008). Oleh sebab itu, permodelan desa wisata sebagai wujud pengembangan ekowisata harus terus secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khasnya peningkatan kesejahteraan penduduk setempat. Sementara, program pengembangan desa wisata semakin meningkat dilaksanakan oleh pemerintah daerah di Indonesia, disamping untuk melestarikan lingkungan yang alami dan keaslian adat istiadat di pedesaan juga sebagai alternatif wisata untuk pemerataan daerah kunjungan wisata.

Pengembangan desa wisata sebagai alternatif wisata di Bali telah dilaksanakan seiring meningkatnya ketertarikan wisatawan terhadap lingkungan yang alami dan keaslian adat istiadat di daerah pedesaan, serta wujud pelaksanaan Undang-Undang No. 10 tahun 2009 mengenai kegiatan pariwisata di Indonesia untuk meningkatkan pertumbuhan

ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, mengatasi pengangguran dan menghapus kemiskinan disamping untuk mengangkat citra bangsa. Hal tersebut terbukti, pada tahun 2011 pemerintah melalui *corporate social responsibility* (CSR) Bank Indonesia menyalurkan dana untuk pengembangan tujuh desa wisata di Bali .

Terkait dengan penelitian ini, kesuksesan pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui program desa wisata ini terletak pada hubungan yang baik dan sinergis antara pemerintah-masyarakat-pelaku pariwisata (Ross & Wall, 1999). Namun demikian, beberapa kajian empiris mengindikasikan masih adanya hambatan dalam membangun hubungan tersebut, sehingga esensi program desa wisata tersebut, yaitu mewujudkan kesejahteraan masyarakat sulit untuk terwujud. Pertama, proses pengambilan keputusan *top-down* yang umum digunakan oleh otoritas pariwisata sering berseberangan dengan kepentingan masyarakat setempat (Byrd, 2007; Carmin *et al*., 2003; Ioannides, 1995). Lebih lanjut, keterbatasan pengetahuan yang dimiliki warga tentang kelestarian alam dalam program tersebut menimbulkan kecurigaan yang membatasi penggunaan sumber daya lokal dan kegiatan tradisional mereka (Ioannides, 1995; Ross & Wall, 1999; Wells & Brandon, 1993). Melibatkan warga dalam manajemen desa wisata tidak hanya memfasilitasi pemahaman mereka tentang pariwisata lokal (Byrd, 2007), namun juga meningkatkan kualitas perencanaan dan keputusan dengan mengikutsertakan pandangan penduduk setempat (Beierle & Konisky, 2000; Carmin *et al*., 2003). Merangsang partisipasi lokal dalam proses manajemen membentuk landasan penting untuk pengembangan desa wisata yang sukses, serta dapat meningkatkan sosial-ekonomi masyarakat setempat. Disamping itu, partisipasi harus bisa mengubah masyarakat dari hanya obyek menjadi subyek pembangunan dan karenanya harus menguntungkan bagi masyarakat setempat. Bilamana desa wisata dikembangkan, maka desa wisata harus memiliki manfaat, baik perekonomian masyarakat, sosial-budaya, serta lingkungan di sekitar desa wisata.

KONSEP-KONSEP DALAM KEPARIWISATAAN POTENSI WISATA

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga, potensi diartikan sebagai kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan (kekuatan; kesanggupan; daya), sedangkan kata potensial berarti mempunyai potensi (kekuatan, kemampuan, kesanggupan); daya berkemampuan. Menurut Pendit (1986) menyebutkan bahwa potensi wisata adalah segala sesuatu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Potensi wisata dapat dibagi 2 yaitu

1. Potensi Budaya
   Merupakan potensi yang tumbuh dan berkembang di masyarakat, seperti adat-istiadat, mata pencarian, kesenian dan budaya.
2. Potensi Alamiah
   Merupakan potensi yang ada di masyarakat berupa potensi fisik dan geografi seperti alam.

Sedangkan Priasukmana dan Mulyadin (2001) mengemukakan bahwa yang dimaksud potensi wisata adalah segala hal dan

keadaan baik nyata dan dapat diraba maupun yang tidak teraba, yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat atau dimanfaatkan atau diwujudkan sebagai kemampuan, faktor dan unsur yang diperlukan atau menentukan bagi usaha dan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian, benda, maupun layanan jasa.

Suatu kawasan wisata yang baik dan berhasil bila secara optimal didasarkan pada 4 (empat) aspek, yaitu: 1) mempertahankan kelestarian lingkungannya, 2) meningkatkan kesejahteraan masyarakat di kawasan tersebut, 3) menjamin kepuasan pengunjung, dan 4) meningkatkan keterpaduan dan unit pembangunan masyarakat di sekitar kawasan dan *zone* pengembangannya.

Produk Wisata

Burkart dan Medlik (1976:46) memberikan rumusan "*tourist product*" sebagai berikut:

"In the narrow sense the tourist product consists of what the tourist buys. In a wider sense the tourist product is an amalgam of what he does at the destination and of services he uses to make it possible. Therefore, each destination has a particular product or products to offer"

Dikatakannya produk wisata dalam arti sempit meliputi apapun yang dibeli oleh wisatawan. Dalam arti luas, produk wisata adalah sebuah amalgam dari apa yang wisatawan lakukan di destinasi dan pelayanan yang digunakannya untuk membuatnya menjadi memungkinkan. Untuk itu, setiap destinasi memiliki sebuah produk khusus atau produk-produk yang ditawarkan.

Berikutnya Holloway, Humphreys dan Davidson (2009:10), menyatakan karakteristik pertama yang harus diingat dari produk wisata adalah bahwa ia lebih merupakan sebuah pelayanan daripada sebuah benda nyata. Sedangkan Muljadi (2009:46) memaparkan definisi produk wisata sebagai suatu bentukan yang nyata dan tidak nyata, dalam suatu kesatuan rangkaian perjalanan yang hanya dapat dinikmati apabila seluruh rangkaian perjalanan tersebut dapat memberikan pengalaman yang baik bagi yang melakukan perjalanan tersebut. Pernyataan ini serupa dengan pendapat Suwantoro (1997:47) yang memaparkan bahwa produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata. Produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Smith (1989:592), menyatakan bahwa produk wisata bagaimanapun juga tidak akan berhasil tanpa adanya konsumen yang memberikan penilaian setelah terlibat didalamnya. Konsepsi produk wisata dilihat dari sisi perencanaan, menurut Coltman (1989:2) dalam bukunya *Tourism Marketing* adalah gabungan dari *tangible* dan *intangible* yang menjadi satu komponen yang dikhususkan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata untuk memperoleh kepuasan.

Desa Wisata

Desa wisata dalam dekade terakhir ini telah menjadi wacana menarik dalam mencari alternatif dari pengembangan pariwisata konvensional. Desa wisata yang merupakan

pengembangan dari *rural tourism*, *farm tourism* atau *village tourism*, membawa visi dan misi yang jelas, sebagai *remedy* terhadap berbagai hambatan yang ada selama ini. Di sisi lain, pengembangan desa wisata ini menjadi alternatif sensitif, karena jika salah dalam perencanaan maupun pengelolaannya, dapat menimbulkan dampak buruk terhadap keberadaan desa pekraman dimana desa wisata itu dikembangkan (Pitana, 1999:105).

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang dimaksud dengan usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan 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.

Daya Tarik Wisata

Selanjutnya dalam bagian Penjelasan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan Pasal 14 Ayat (1) Huruf a, dijelaskan tentang usaha daya tarik wisata adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/ binaan manusia.

Daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal, yakni memiliki keunikan, orijinalitas, otentisitas, dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan 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. Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja (Damanik dan Weber, 2006:13).

Selanjutnya Ismayanti (2009:147) memaparkan bahwa daya tarik wisata merupakan fokus utama penggerak pariwisata di sebuah destinasi. Dalam arti, daya tarik wisata sebagai penggerak utama yang memotivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Pengusahaan daya tarik wisata memiliki beberapa tujuan diantaranya; (a) memperoleh keuntungan baik dari segi ekonomi berupa devisa negara dan pertumbuhan ekonomi serta dari segi sosial berupa peningkatan kesejahteraan rakyat dan menghapuskan pemiskinan, (b) menghapuskan kemiskinan dengan pembukaan lapangan pekerjaan dan mengatasi pengangguran, (c) memenuhi kebutuhan rekreasi masyarakat, sekaligus mengangkat citra bangsa dan memperkukuh jati diri bangsa, memupuk rasa cinta tanah air melalui pengusahaan daya tarik dalam negeri, (d) melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, sekaligus memajukan kebudayaan melalui pemasaran pariwisata, (e) mempererat persahabatan antar bangsa dengan memahamami nilai agama, adat istiadat dan kehidupan masyarakat.

Persyaratan Desa Wisata

Merujuk kepada definisi desa wisata, desa-desa yang bisa dikembangkan dalam program desa wisata akan memberikan contoh yang baik bagi desa lainnya, penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi persyaratan- persyaratan, antara lain sebagai berikut (Priasukmana dan Mulyadin, 2001):

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

MANFAAT DESA WISATA

Priasukmana dan Mulyadin (2001), pembangunan desa wisata mempunyai manfaat ganda di bidang ekonomi, sosial, politik, dan lain-lain. Manfaat ganda dari pembangunan desa wisata, adalah:

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

Kualitas Destinasi

Burkart dan Medlik (1976:44) memaparkan unit geografis yang dikunjungi oleh wisatawan adalah sebagai berikut:

Destinasi wisata merupakan kesatuan geografi yang dikunjungi oleh wisatawan yang merupakan sebuah tempat, sebuah desa, sebuah kota, distrik, wilayah, sebuah pulau, sebuah negara atau sebuah benua. Unit geografis inilah yang disebut dengan destinasi wisata (*tourist destination*). Betapa penting sebuah unit geografi sebagai sebuah destinasi wisata, atau seberapa besar potensi yang dimiliki sebuah destinasi wisata sangat dipengaruhi oleh:

1. Atraksi-atraksi
   Destinasi wisata harus memiliki atraksi-atraksi yang menarik bagi wisatawan untuk ditonton dan dinikmati. Atraksi dapat berupa: keindahan alam, pemandangan, sejarah, budaya, festival, olah raga. Secara garis besar atraksi dapat dibedakan menjadi tiga, yaitu: (i) atraksi berasl dari alam, (ii) atraksi yang bersumber dari budaya dan (iii) atraksi yang merupakan hasil kreatifitas manusia.
2. Aksesibilitas
   Merupakan keterjangkauan destinasi wisata untuk dicapai melalui jalan darat, laut, udara dan kemudahan dalam berkomunikasi. Semakin mudah sebuah destinasi wisata dijangkau, maka semakin berkualitas destinasi wisata tersebut.
3. Fasilitas/*Amenities*
   Merupakan ketersedian sarana pendukung pariwisata, seperti: akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, komunikasi, transportasi, cinderamata dan fasilitas pendukung lainnya.
4. Organisasi wisata dan peraturan-peraturan
   Ketersediaan organisasi dan peraturan dalam penyelenggaraan kegiatan wisata di destinasi wisata merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk terwujudnya kepuasan dan kenyamanan wisatawan dalam melakukan aktivitas wisata.
5. Keterlibatan penduduk lokal
   Dukungan dan peran serta penduduk lokal merupakan hal yang sangat penting bagi pengembangan kepariwisataan di sebuah destinasi. Dukungan dan peranan serta penduduk lokal disamping dapat menimbulkan suasana yang kondusif bagi pariwisata, juga mampu memeratakan kue pariwisata sehingga dapat dinikmati untuk kesejahteraan penduduk lokal.

PERANANAN PARIWISATA

Pitana (2009) (i) *Income Generation-GDP Growth*, pertumbuhan ekonomi di Bali selalu melebihi rata-rata nasional yang disebabkan karena berkembangnya kepariwisataan di Bali, saat ini Bali menduduki peringkat 5 besar dari pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Badung memiliki tingkat pertumbuhan ekonomi paling tinggi yang disebabkan karena ada pariwisata yang berkembang; (ii) *employment-unemployment*, (iii) *investment*, anti *poverty* - tingkat kemiskinan di Bali pada tahun 2013 hanya 4,5% jauh dari rata-rata nasional dimana daerah kantung pariwisata secara statistik memiliki tingkat kemiskinan yang rendah, (iv) *income distribution*. Hendaknya lebih bijaksana dalam pengembangan pariwisata, sehingga dampak negatif yang ditimbulkan tidak merusak Bali sebagai warisan masa depan.

METODE PENELITIAN

Peubah yang diamati dalam penelitian ini adalah: (i) potensi wisata yang meliputi potensi wisata alam, budaya dan karya manusia, yang ada di Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan (ii) faktor-faktor yang menjadi hambatan dalam mewujudkan Desa Belalang menjadi desa wisata, (iii) kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari Desa Belalang untuk menjadi desa wisata. Data-data dikumpulkan dengan menggunakan metode observasi, dokumentasi dan wawancara. Yang menjadi informan

dalam penelitian ini adalah semua pihak yang dianggap memahami sejarah Desa Belalang dan konsep desa wisata, meliputi: kalangan pengelola Desa Belalang, penduduk lokal Desa Belalang, akademisi pariwisata dan wisatawan yang mengunjungi Desa Belalang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan tantangan, serta menemukan strategi yang dapat digunakan dalam mengembangkan potensi Desa Belalang sebagai Desa Wisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan.

Desa Belalang merupakan bagian dari kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan. Sebelah utara berbatasan dengan Kecamatan Tabanan, sebelah selatan berbatasan dengan Lautan Indonesia (Samudra Hindia), sebelah timur berbatasan dengan Taah Lot, sebelah barat berbatasan dengan Desa Pangkung Tibah.

Gambar 1

Letak Desa Belalang

Sumber: Wikipedia,2013

Potensi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata

Potensi wisata yang dimiliki Desa Belalang, dapat dilihat dari unsur-unsur yang mebentuk kualitas destinasi wisata sebagai desa wisata, sebagai berikut:

1. Atraksi, memiliki *landscape* desa dengan zona yang menarik untuk dikunjungi, pemandangan sawah, dan Pantai Kedungu yang cocok untuk dijadikan tempat *surfing*.
2. Aksesibilitas, memiliki akses masuk yang sangat memadai dimana jalan sudah mulus beraspal, lokasi dengan objek wisata internasional yakni Tanah Lot.
3. Untuk saat ini sudah memiliki organisasi dinas yang bertanggung jawab pada kepariwisataan. Saat ini pengelolaan kepariwisataan masih lebih diemban oleh swasta (vila) dibawah pengawasan Kepala Desa Belalang.
4. *Community Involvement,* seluruh masyarakat Desa Belalang memiliki semangat untuk mendukung pengembangan desa wisata, dengan karakter *hospitality* yang dibutuhkan untuk pengembangan desa wisata.

Kendala-kendala yang dihadapi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata

1. Kepemilikan lahan pada pesisir pantai dimiliki oleh investor
2. Penduduk lokal belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai kepariwisataan, khususnya desa wisata
3. Pemerintah Kabupaten Tingkat II Tabanan

tidak memasukan Desa Kedungu sebagai proyek pengembangan potensi desa wisata

4. Pembangunan perumahan penduduk lokal Desa Belalang tidak sepenuhnya menggunakan konsep rumah adat Bali.

Analisis *SWOT*

***Strengths*/Kekuatan**

1. Letak geografis yang strategis
2. Keramahtamahan (*hospitality*)
3. Pemandangan sawah yang indah
4. Pemandangan laut yang indah
5. Upacara adat, Dewa Yadnya, Manusa Yadnya, Pitra Yandya
6. Ombak yang cocok untuk berselancar
7. Memiliki perangkat keuangan desa (LPD) dan Koperasi
8. Tingkat pendidikan rata-rata SMA
9. Karakteristik masyarakat yang suka bekerja keras
10. Mudah dijangkau (transportasi dan komunikasi) sangat memadai.

***Weaknesses*/Kelemahan**

1. Lokasi tanah pada daerah pantai sebagian besar dikuasai investor
2. Penduduk lokal belum memiliki pengetahuan yang mendukung pengembangan kepariwisataan, khususnya desa wisata.
3. Rumah masyakat lokal sudah banyak yang tidak memiliki telajakan
4. Pasir pantai berwarna hitam
5. Belum memiliki perangkat organisasi dan peraturan untuk mengembangkan kepariwisataan.
6. Belum memiliki cinderamata sebagai sarat *amenities* bagi daya tarik wisata yang berkualitas
7. Beberapa kelompok masyarakat masih memiliki pemikiran untuk menjual tanah warisan kepada investor

***Opportunities*/Peluang**

1. Pertumbuhan wisatawan yang datang ke Kabupaten Tabanan semakin meningkat, khususnya ke Tanah Lot dimana Tanah Lot merupakan tetangga dekat dengan Pantai Kedungu, Desa Belalang sehingga sangat berpeluang untuk lebih dikenal luas
2. Berada dalam radius kurang dari 2 Km dari Hotel Pan Pacific Nirwana Bali Resort, berbintang lima.
3. Posisi Tabanan yang dekat dengan Badung, yang tingkat investasinya mulai jenuh.

***Threats*/Tantangan**

1. Investor semakin merajalela untuk menguasai tanah di Desa Belalang
2. Pemerintah Daerah Tingkat II Tabanan belum memasukkan Desa Kedungu sebagai Desa Wisata
3. Abrasi pantai yang mengancam berkurangnya daya tarik Pantai Kedungu Desa Belalang
4. Pesatnya pengembangan pariwisata dan pembangunan di daerah lain menyebabkan pemuda Desa Belalang merantau untuk mencari nafkah.

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

1. Pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM)

   Pelaksanaan pembangunan Sumber Daya Manusia (SDM), bisa dilakukan melalui pendidikan, pelatihan dan keikutsertaan dalam seminar, diskusi, dan

lain sebagainya, serta di bidang-bidang kepariwisataan.

Pendidikan diperlukan untuk tenaga-tenaga yang akan dipekerjakan dalam kegiatan manajerial. Untuk itu, sebaiknya ditugaskan generasi muda dari desa yang bersangkutan untuk dididik pada sekolah-sekolah pariwisata, sedangkan pelatihan diberikan kepada mereka yang akan diberi tugas menerima dan melayani wisatawan. Keikutsertaan dalam seminar, diskusi, dan lain sebagainya diberikan kepada para petugas kepariwisataan di desa, karena penduduk desa umumnya hanya mempunyai keterampilan bertani.

Kepada mereka dapat diberikan pelatihan keterampilan lain untuk menambah kegiatan usaha seperti kerajinan, industri rumah tangga, pembuatan makanan lokal, cindramata, budi daya bahan makanan, dan lain sebagainya.

2. Kemitraan

   Pola kemitraan atau kerjasama dapat saling menguntungkan antara Desa Belalang dengan para pengusaha pariwisata, misalnya menjalin kerjasama dengan biro perjalanan wisata untuk memasukkan Desa Belalang dalam paket wisata yang berhubungan dengan Tanah Lot dan dengan investor yang memiliki lahan atau fasilitas akomodasi di wilayah Desa Belalang.

3. Promosi

   Desa Belalang harus sering dipromosikan melalui berbagai media, salah satunya dengan membuka diri bagi setiap kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat, karena secara langsung maupun tidak langsung akan menjadi corong komunikasi yang sangat efektif.

4. Festival/Pertandingan

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

5. Pengembangan Organisasi Warga

   Penduduk desa biasanya banyak yang merantau di tempat lain. Mereka akan pulang ke desa kelahirannya pada saat ada upacara adat yang penting. Mereka juga bisa diorganisir dan dibina untuk memajukan Desa Belalang untuk pengembangan sebagai desa wisata. Sebagai contoh di Desa Tambaksari, Kecamatan Tambaksari, Kabupaten Ciamis, Propinsi Jawa Barattelah berkembang organisasi kemasyarakatan atau disebut "warga", yaitu ikatan keluarga dari dari satu keturunan yang hidup terpencar, mereka tersebut bertujuan ingin mengeratkan kembali tali persaudaraan diantara keturunan mereka. Pada setiap hari raya Idul Fitri mereka berkumpul secara bergiliran saling ketemu sambil mengenalkan anak cucu mereka, kemudian mereka membentuk suatu organisasi. Badan organisasi dinamakan koperasi keluarga, mereka yang sukses membantu keluarga yang kurang mampu. Fenomena kemasyarakat semacam ini perlu didorong dan dikembangkan untuk memajukan desa wisata.

6. Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan Tinggi.

Lembaga pendidikan tinggi di Indonesia mensyaratkan melakukan Kuliah Kerja Praktek Lapangan (KKPL), Program Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (P2M) bagi mahasiswa dan dosen untuk melaksanakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, sehubungan dengan itu sebaiknya dijalin atau diadakan kerjasama antara desa wisata dengan lembaga pendidikan tinggi yang ada, agar bisa memberikan masukan dan peluang bagi kegiatan di desa wisata untuk meningkatkan pembangunan desa wisata.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

1. Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan memiliki potensi pada unsur (i) Atraksi, (ii) Aksesibilitas, (iii) *Anceleries* dan (iv) *community involvement* sehingga dapat dikembangkan sebagai desa wisata.
2. Kendala-kendala yang dihadapi Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan sebagai desa wisata terletak pada: (i) Belum memiliki organisasi yang khusus menangani desa wisata, (ii) Kepemilikan lahan yang didominasi investor pada pinggir pantai, (iii) Penduduk lokal yang memiliki pengetahuan terbatas di bidang pariwisata, (iv) Belum dimasukkan sebagai kategori desa wisata oleh Pemda Tk II Tabanan, (v) Rumah penduduk tidak sepenuhnya menggunakan konsep rumah adat.

SARAN

Upaya yang sebaiknya dilakukan Desa Belalang, Kecamatan Kediri, Kabupaten Tabanan untuk dikembangkan menjadi desa wisata antara lain (i) Pembangunan sumber daya manusia pariwisata, (ii) Kemitraan, (iii) Promosi, (iv) Festival/Pertandingan, (v) Pengembangan Organisasi Warga, (vi) Kerjasama dengan Lembaga Pendidikan Tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Pemerintah Republik Indonesia.

Beierle, T. C., & Konisky, D. M. 2000. Values, conflict, and trust in participatory environmental planning. *Journal of Policy Analysis and Management*, 19 (4).

Burkart, A.J and Medlik, S.1976. *Tourism Past, Present, and Future*. London: Heinemann.

Byrd, E. T. 2007. Stakeholders in sustainable tourism development and their roles: applying stakeholder theory to sustainable tourism development. *Tourism Review*, 62 (2).

Carmin, J., Darnall, N., & Mil-Homens, J. 2003. Stakeholder involvement in the design of U.S. voluntary environmental programs: does sponsorship matter? *Policy Studies Journal*, 31 (4).

Chamdani. 2010. *Pariwisata Mengikis Kemiskinan*. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisataan.

Coltman, Michael M. 1989. *Tourism Marketing*. London: Willey and Sons Inc.

Damanik, Janianton & Weber, Helmut F. 2006. *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Andi.

Fridgen, Josep D. 1996. *Dimension of Tourism*. Michigan: Educational Institute.American Hotel & Lodging Association. Michigan.

Gee, Chuck Y; Maken, James; Choy, Dexter J.L. 1997. *The Travel Industry*. USA: Van Nostrand Reinhold

Goldner, Charles R and Ritchie J.R. Brent. 2006. *Tourism: Principles. Practise, Philosophies*. (Tenth edition). Canada: John Wiley &Sons

Hall, Michael G. 2008. *Tourism Planning: Policies, Processes and Relationships*. Second Edition. England: Pearson Education Prentice Hall.

Honey, M. 2008. *Ecotourism and sustainable development: Who own paradise?* 2nd ed. Washington, DC: Island Press.

Holloway, Christopher J. Humphreys, Claire. Davidson, Rob. 2009. *The Business of Tourism*. Eighth edition. England: Pearson Education Limited.

Ioannides, D. 1995. A flawed implementation of sustainable tourism: the experience of Akamas, *Cyprus. Tourism Managemen*t, 16 (8).

Ismayanti. 2009. *Pengantar Pariwisata.* Jakarta: PT. Grasindo.

Muliastri, PN dan Yadnyana IK. 2013. Perbandingan Kinerja Keuangan Pemerintah Kabupaten/Kota Wawasan Metropolitan Sarbagita Tahun Anggran 2007-2011. E-jurnal Akuntansi Universitas Udayana 2.1 (2013) 92 -108, ISSN: 2302-8550

Muljadi, A.J. 2009. *Kepariwisataan dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Rajagrafindo

Pendit, Nyoman S. 1986. *Ilmu Pariwisata sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.

Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*.

Pitana, I Gede. 1999. *Pelangi Pariwisata Bali*. Denpasar: Bali Post.

Priasukmana Sotarso dan Mulyadin R Mohamad. 2001. Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah. *Jurnal Info Sosial Ekonomi* Vol.2 No 1 PP 37044

Ross, S., & Wall, G. 1999. Ecotourism: towards congruence between theory and practice. *Tourism Management*, 20 (1).

Sastrayuda, Gumelar S. 2010. Konsep pengembangan kawasan desa wisata.(http://www.google.co.id. file.upi.edu/direktori/gumelar_s).

Smith, S. 1989. *Demand Outdoor Recreation in Canada*. Edited by Geoffrey Wall.

Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta. Andi.

Wall, Geoffrey and Mathieson, Alister. 2006. *Tourism: Change, Impact and Opportunities*. England: Pearson Education

Wells, M. P., & Brandon, K. E. 1993. The principles and practice of buffer zones and local participation in biodiversity conservation. *Ambio*, 22 (2/3).

POTENSI DESA BELALANG SEBAGAI DESA WISATA UNTUK MENUNJANG KEPARIWISATAAN KABUPATEN TABANAN

ORIGINALITY REPORT

7%	5%	3%	4%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Warmadewa Student Paper	1%
2	e-perpus.unud.ac.id Internet Source	1%
3	Ilmi Usrotin Choiriyah. "Impact of Socio-Economics Tourism to Local Communities (Study on Fishing Tour of Delta Fishing Sidoarjo)", Prosiding Semnasfi, 2018 Publication	1%
4	publikasi.dinus.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	1%
6	ejurnalunsam.id Internet Source	1%
7	Submitted to Universiti Pendidikan Sultan Idris Student Paper	1%

8	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1 %
9	Yustisia Kristiana, Liana Liana. "ANALISIS MINAT WISATAWAN LOKAL TERHADAP TAMAN REKREASI DI TANGERANG SELATAN", Jurnal Pariwisata, 2019 Publication	1 %
10	bratahungan.blogspot.com Internet Source	1 %

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		