



## **STUDI PELIBATAN MASYARAKAT LOKAL DALAM PENGEMASAN PRODUK DESA WISATA CATUR KINTAMANI BALI**

**I Gede Gian Saputra**

Program Studi Manajemen Kepariwisataan, Politeknik Pariwisata Bali  
Jl. Dharmawangsa Kampil, Nusa Dua Bali, Indonesia

[giansaputra@ppb.ac.id](mailto:giansaputra@ppb.ac.id)

Received: Februari, 2020

Accepted: Maret, 2020

Published: Maret. 2020

### **Abstract**

*The study aims to identify community attitudes in the development of tourism villages and to analyze the forms of community involvement in packaging the Catur Tourism Village products. Theories and concepts used were the tourism area life cycle, index theory (irritation index), concept of community-based tourism (CBT), concept of tourism products, and concept of tourism village 4.0. The research used a qualitative research approach using descriptive qualitative data analysis techniques. The results showed most forms of community involvement in packaging Catur Tourism Village products exist at the implementation stage, then planning and decision-making. Even though most of the people involved in packaging Catur Tourism Village products, the number of people who was not involved was still quite high. This is where the role of the tourism village manager is needed to be able to bridge the aspirations of people who want to be involved in the development of the Catur Tourism Village. Catur Village local government should be able to formulate community engagement strategies so that the community can be optimally involved in packaging Catur Tourism Village products.*

**Keywords:** *community involvement, tourism village, tourism packaging*

### **Abstrak**

*Studi ini bertujuan untuk mengidentifikasi sikap masyarakat dalam pengembangan desa wisata dan menganalisis bentuk keterlibatan mereka dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur. Teori dan konsep yang digunakan adalah siklus hidup kawasan wisata, teori indeks (indeks iritasi), konsep pariwisata berbasis masyarakat (CBT), konsep produk wisata, dan konsep desa wisata 4.0. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik analisis data deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan sebagian besar bentuk keterlibatan masyarakat dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur ada pada tahap implementasi, kemudian perencanaan dan pengambilan keputusan. Sebagian besar orang terlibat dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur, namun jumlah orang yang belum terlibat masih cukup tinggi. Di sinilah peran pengelola desa wisata diperlukan untuk dapat menjembatani aspirasi masyarakat yang ingin terlibat dalam pengembangan Desa Wisata Catur. Pemerintah daerah Desa Catur harus dapat merumuskan strategi pelibatan masyarakat sehingga masyarakat dapat terlibat secara optimal dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur.*

**Kata Kunci:** *keterlibatan masyarakat, desa wisat, pengemasan produk pariwisata*

## 1. PENDAHULUAN

Bali merupakan salah satu wilayah yang memiliki 636 desa, yang terdiri dari 100 desa mandiri dan 536 desa berkembang yang menjadi subjek pembangunan pemerintah, (Bps Provinsi Bali, 2017). Salah satu sektor yang menjadi pilihan dalam upaya pengembangan Produk Unggulan Desa (Prukades) di Bali adalah pengembangan desa wisata dengan memanfaatkan potensi dan sumber daya manusia yang dimiliki oleh desa-desa di Bali. Kabupaten Bangli merupakan salah satu kabupaten yang selama ini ikut serta mengembangkan kegiatan pariwisata dengan berbagai daya tarik wisatanya yang mulai terlihat semakin berkembang. Berdasarkan peraturan Bupati Bangli No 4 Tahun 2018 ditetapkan 29 Desa Wisata di Kabupaten Bangli. Desa Catur merupakan salah satu desa wisata yang ditetapkan di Kabupaten Bangli. Desa Catur sebagai desa wisata yang baru berkembang tentunya memerlukan perencanaan yang komprehensif agar mampu bersaing dalam industri pariwisata, tidak saja di Bali atau dalam lingkup nasional melainkan juga secara internasional.

Melihat kondisi eksisting Desa Wisata Catur terdapat beberapa kendala dalam pengembangan desa wisatanya. Salah satu kendala masyarakat Desa Catur adalah pada pengemasan potensi pariwisatanya menjadi produk pariwisata. Aspek pengemasan produk menjadi bagian penting dalam eksistensi desa wisata. Hal ini dikarenakan berimplikasi terhadap minat wisatawan untuk berkunjung. Dengan pengemasan produk, desa wisata akan mampu mengatur ritme perkembangan pariwisata, karena pengelola pariwisata di desa mampu fokus untuk mengelola sumber daya atau potensinya.

Berdasarkan fenomena yang terjadi maka, studi tentang pelibatan masyarakat lokal dalam pengemasan produk desa wisata menjadi penting untuk dilakukan, Hal ini dilakukan agar dapat melihat tingkat profesionalisme pengelola desa

wisata, terutama dalam menghadapi persaingan industri pariwisata yang semakin ketat. Selain itu, perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat, begitu cepat mengalami perubahan, membuat desa wisata perlu mengikuti permintaan pasar dengan menyesuaikan perkembangan produk wisata yang akan di tawarkan. Desa Wisata Catur yang memiliki berbagai potensi pariwisata, mulai dari potensi wisata alam dan potensi wisata budaya dengan adanya pengemasan produk berbasis digital, selain akan memudahkan pengelola wisata, wisatawan juga dapat dengan mudah melihat penawaran produk desa wisata. Hal ini diharapkan mampu menarik minat kunjungan wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Catur Kintamani.

Telaah penelitian sebelumnya dilakukan untuk mengetahui posisi penelitian yang akan dilakukan. Adapun dua telaah penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini, pertama terkait dengan fokus penelitian yaitu penelitian yang berjudul "Model Kemasan Paket Wisata Batur Global Geopark Menuju Pariwisata Berkelanjutan Di Kintamani, (Darmaja, 2016)", Penelitian sebelumnya yang kedua yaitu penelitian yang berjudul "Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Dalam Pengemasan Paket Wisata Pedesaan Di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung" Wahyuni (2018).

Pada tulisan ini terdapat beberapa konsep yang digunakan sebagai pisau analisis dalam membahas permasalahan penelitian, sebagai berikut. Pariwisata berbasis masyarakat (community based tourism/ CBT) adalah pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial, dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat untuk masyarakat, guna membantu para wisatawan untuk meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang masyarakat dan tata cara hidup masyarakat lokal (local way of life), REST (1997) dalam Suansri (2003). Produk

wisata merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan kepada wisatawan untuk mengunjungi sebuah daerah tujuan wisata. Produk wisata dapat berupa alam, budaya serta hasil kerajinan masyarakat, yang terdiri dari 4A, atraksi, aksesibilitas, aminitas dan ancillary (pelayanan tambahan), Mason (2000:46) dan Poerwanto (1998:53). Desa wisata merupakan jenis pariwisata dimana sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, sering di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan perdesaan dan lingkungan setempat, (Inskoop, 1991). Butler (2006) terdapat beberapa fase pengembangan pariwisata (siklus hidup area pariwisata) yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda, di antaranya: eksplorasi, keterlibatan, pembangunan, konsolidasi, stagnan decline dan peremajaan. Doxey (1976 dalam Pitana 2005) sudah mengembangkan sebuah kerangka teori yang disebut iridex (irritation index). Model Iridex dari Doxey ini menggambarkan perubahan sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan secara linier. Sikap yang mula-mula positif berubah menjadi semakin negatif seiring dengan pertambahan jumlah wisatawan. Tahapan-tahapan sikap masyarakat terhadap wisatawan diantaranya; euphoria, apathy, annoyance, dan antagonism.

## 2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berlokasi di Desa Catur Kecamatan Kintamani Kabupaten Bangli Provinsi Bali. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data dan dua sumber data, jenis data pada penelitian ini diantaranya: data kualitatif dan data kuantitatif sedangkan sumber data yang digunakan yaitu; data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini digunakan beberapa teknik pengumpulan data guna memenuhi kriteria data yang dibutuhkan, diantaranya: observasi partisipasi, wawancara, mendalam, survei, focus group discussion, dan dokumentasi.

Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini menggunakan Rumus Slovin dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sampel pada penelitian ini untuk mendapatkan data mengenai persepsi masyarakat lokal terkait pengemasan produk wisata di Desa Wisata Catur. Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan Purposif Sampling. Dimana Purposif Sampling adalah teknik penentuan informan yang sesuai dengan kriteria yang dipilih yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Teknik analisis data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah statistik kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis pariwisata dimana pariwisata merupakan sebuah aktivitas sosial. Adapun langkah-langkah analisisnya pertama reduksi data, yakni memilah-milah data yang tidak beraturan untuk dirangkum menjadi pola data yang sederhana, sistematis, aktual dan akurat, kedua interpretasi, memberi makna dan pemahaman terhadap temuan di lapangan melalui uraian dan dukungan berbagai konsep dan teori yang dapat menjelaskan temuan di lapangan.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Gambaran Umum Desa Wisata Catur

Desa Wisata Catur merupakan bagian dari wilayah Batur UNESCO Global Geopark yaitu sebagai zona pengembangan. Lokasi Desa Wisata Catur tepatnya berada ke arah barat laut dari Kecamatan Kintamani yang jaraknya kurang lebih 15 km. kemudian dengan Kota Bangli berjarak 36 km. sedangkan dari Kota Denpasar sekitar 76 km. Wilayah Desa Wisata Catur terbagi menjadi tiga dusun dan tiga banjar pakraman, yaitu Banjar Pakraman Mungsengan, Banjar Pakraman Catur dan Banjar Pakraman Lampu.

Nama Desa Catur diambil dari nama pegunungan Catur yang berada di arah

barat Desa Catur lebih kurang 5 km tidak jauh dari Banjar Mungsengan yang merupakan salah satu Banjar Pakraman yang ada di wilayah Desa Pakraman Catur. Keberadaan masyarakat etnis Tionghoa di Desa Catur sudah turun-temurun sejak dahulu namun tidak dirinci secara pasti sejak kapan, atau sejak abad ke berapa etnis Tionghoa membaaur dengan masyarakat asli (Hindu) di Desa Catur.

- 1) Atraksi Wisata di Desa Catur Desa Catur memiliki kekayaan alam yang melimpah, desa ini terkenal dengan agrowisata kopi dan jeruk. Di Desa Catur juga terdapat atraksi wisata alam berupa air terjun, goa dan jembatan. Selain itu juga terdapat atraksi wisata budaya berupa Pura Pebini dan juga perbaduan budaya (alkulturasi) antara budaya Hindu Bali dan Chinese Tionghua. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Catur dapat melakukan kegiatan agrowisata seperti wisata petik jeruk, memanen kopi, ikut serta dalam proses pengolahan biji kopi dan membeli kopi sebagai souvenir.
- 2) Fasilitas Wisata Fasilitas pariwisata yang tersedia di Desa Catur sudah ada namun masih belum optimal. Adapun fasilitas wisata yang dimiliki yaitu Balai Desa, tempat parkir, homestay dan tempat menikmati kopi olahan Desa Catur. Terdapat beberapa fasilitas-fasilitas yang sangat dibutuhkan untuk keperluan pariwisata, seperti mengoptimalkan pengadaan toilet umum, loket untuk penerimaan tamu, serta pengolahan kopi yang memiliki standar yang lebih baik.
- 3) Infrastruktur kondisi infrastruktur yang dimiliki Desa Catur cukup memadai dilihat dari kondisi jalan raya, jalan akses, maupun jalan setapak yang sangat baik. Akan tetapi, dikarenakan kondisi jalan raya yang masih sepi, masyarakat mengharapkan adanya penyediaan lampu jalan. Penyediaan lampu jalan raya sangat diperlukan karena

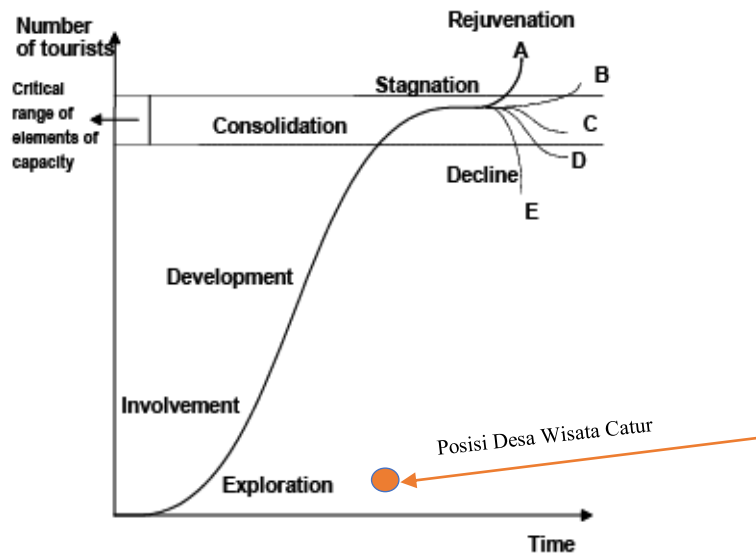
terkait keamanan dan kenyamanan aktivitas pariwisata di Desa Catur.

- 4) Transportasi moda transportasi umum menuju Desa Wisata Catur sudah dikembangkan oleh Balai Pengelola Transportasi Darat (BPTD) Wilayah XII Provinsi Bali dan NTB yang diresmikan pada Kamis, 8 Agustus 2019. Angkutan perintis ini dikembangkan dengan trayek Desa Catur-Bangli (pulang-pergi) dengan tarif angkutan perintis yang dipatok Rp 2.500,00. Meskipun transportasi umum menuju Desa Catur sudah tersedia, akan tetapi trayek Desa Wisata Catur menuju Denpasar dan sekitarnya belum tersedia. Namun hal tersebut bukanlah masalah yang cukup serius. Wisatawan yang berkunjung ke Desa Catur sebagian besar menggunakan transportasi pribadi, atau menggunakan kendaraan dari perusahaan perjalanan wisata (bagi wisatawan yang berkunjung ke Desa Catur dengan menggunakan paket perjalanan tur/wisata).
- 5) Jaringan Kerjasama dalam Pengembangan Desa Wisata Catur adapun jaringan kerjasama yang dibangun Desa Catur diantaranya; kerjasama dengan beberapa universitas yang ada di Bali seperti Universitas Dhyana Pura, Universitas Udayana, dan Sekolah Tinggi Pariwisata untuk penguatan sumber daya manusia lokal, kerjasama dengan marketplace atau digital platform yaitu GODEVI, kerjasama dengan beberapa travel dan guide freelance untuk pemasaran Desa Wisata Catur dan kerjasama yang dibangun dengan pemerintah Kabupaten, Provinsi dan pusat untuk pengadaan fasilitas-fasilitas penunjang pariwisata seperti; akses jalan, ATM, parkir, fasilitas kesehatan dan sarana ibadah, selain itu pemerintah juga membantu dalam hal promosi desa wisata melalui pagelaran lomba desa wisata, pameran dan festival.

### 3.2 Perkembangan Desa Wisata Catur

Semenjak ditetapkan sebagai desa wisata pada tahun 2018, Desa Wisata Catur mulai menata dan mengembangkan kegiatan pariwisata. Hal ini tentunya agar Desa Wisata Catur sebagai desa wisata

berhasil mendatangkan kunjungan wisatawan. Penataan dan pengembangan fasilitas, aktivitas dan sumber daya manusia mulai dilakukan di Desa Wisata Catur secara bertahap.



Gambar 1. Siklus Hidup Area Pariwisata di Desa Catur  
[Sumber: Butler, 2006]

Dilihat dari beberapa indikator pada gambar 1, perkembangan Desa Wisata Catur bisa dikatakan kedalam fase involvement. Pada tahapan ini merupakan tahap pelibatan masyarakat terhadap situasi yang berkembang di Desa Wisata Catur. Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang diperuntukan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat masih tinggi dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Disinilah mulainya Desa Wisata Catur menjadi suatu destinasi wisata, yang ditandai oleh mulai adanya promosi. Berdasarkan hasil observasi dan FGD, pemerintah desa dan masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang diperuntukan bagi wisatawan dengan membangun fasilitas seperti; homestay, rumah makan, akses jalan, parker, Puskesmas, ATM, toilet umum dan sarana

Ibadah. Fasilitas pariwisata yang akan belum tersedia dan akan dibangun di Desa Catur diantaranya: toko souvenir, pusat informasi wisatawan, moda transportasi, rest area dan penambahan toilet umum. Selain itu, kegiatan promosi juga telah dilakukan guna menarik kunjungan wisatawan ke Desa Catur. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh masyarakat Desa Catur diantaranya melalui media sosial seperti; facebook, instagram, website dan marketplace. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui kerjasama dengan marketplace atau digital platform yaitu GODEVI, yoexplore dan traveloka experience, kerjasama dengan beberapa travel dan guide freelance seperti KK-tour untuk pemasaran Desa Wisata Catur, serta kerjasama yang dibangun dengan pemerintah Kabupaten, Provinsi dan pusat seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Bangli, Dinas Pariwisata Provinsi Bali, dan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

### 3.3 Sikap Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Catur

Sikap masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata Catur akan dilihat dari dua sisi, yakni sisi demand dan supply. Sisi demand yaitu terkait dengan sikap masyarakat terhadap kunjungan wisatawan, sedangkan dari sisi supply yaitu terkait dengan sikap masyarakat terhadap pengembangan Desa Wisata Catur. Sikap masyarakat ini didapatkan dari hasil interpretasi data kuesioner mengacu teori iridex (irritation index) dari Doxey (1976 dalam Pitana 2005).

- 1) Sikap Masyarakat Terhadap Kunjungan Wisatawan hasil analisis data kuesioner menunjukkan masyarakat Desa Catur ada pada tahap euphoria. Dimana masyarakat sangat menginginkan kunjungan wisatawan ke desa Catur semakin meningkat. Masyarakat juga mendukung segala aktivitas yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata baik pembangunan fasilitas, promosi, pembentukan kelembagaan dan ikut serta dalam menjaga keamanan dan ketertiban desa. Hal ini juga diperkuat dari hasil FGD dimana masyarakat tidak sungkan untuk memberikan masukan atau saran untuk pengembangan pariwisata Desa Catur. Sikap Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Catur
- 2) sikap masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Catur berdasarkan hasil interpretasi data survei dan hasil analisis FGD menunjukkan bahwa secara umum masyarakat memberikan dukungannya meskipun masyarakat belum memiliki kesiapan dari segi pengetahuan, skill dan pengalaman namun masyarakat tetap ingin ikut serta dalam kegiatan pariwisata Desa Catur. Sikap masyarakat ini diperkuat dengan adanya motivasi yang terbangun secara internal maupun eksternal dari masyarakat. Masyarakat termotivasi untuk

mendukung segala aktivitas pariwisata yang di kembangkan tentunya dilatarbelakangi oleh keinginan masyarakat untuk mendapatkan manfaat yang tercipta dari kegiatan pariwisata. Karena tidak dapat dipungkiri lagi kegiatan pariwisata akan membawa dampak secara multisektoral sehingga dapat menstimulasi perkembangan diberbagai lini kehidupan masyarakat desa.

Masyarakat mendukung pembangunan fasilitas penunjang pariwisata di Desa Wisata Catur. Hal ini ditunjukkan dengan data sebanyak 73,1% masyarakat menyatakan sangat setuju dan sebanyak 26,9% menyatakan setuju. Dengan adanya dukungan masyarakat terhadap pembangunan fasilitas pariwisata menunjukkan bahwa masyarakat juga mendukung kegiatan pariwisata di Desa Catur. Jadi berdasarkan hasil analisis data survei, wawancara dan FGD, dapat diketahui bahwa sikap masyarakat Desa Wisata Catur secara umum mendukung pengembangan pariwisata dan ingin terlibat dalam kegiatan pariwisata namun masyarakat belum mampu terlibat secara optimal. Hal ini harus menjadi bahan pertimbangan bagi tokoh-tokoh masyarakat dalam menyusun perencanaan pengembangan pariwisata, sehingga dapat mengakomodir keinginan masyarakat Desa Wisata Catur secara keseluruhan. Pelaksanaan kegiatan pariwisata Desa Wisata Catur harus mampu memberdayakan serta memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal.

### 3.4 Bentuk Pelibatan Masyarakat dalam Pengemasan Produk Desa Wisata Catur

Masyarakat lokal sebagai pemilik wilayah wajib untuk dilibatkan dan mendapatkan manfaat dari kegiatan pariwisata yang dikembangkan. Desa Wisata Catur yang sudah ditetapkan menjadi desa wisata dari tahun 2018, kini semakin aktif mengembangkan kegiatan

pariwisata, mulai dari pembangunan fasilitas penunjang pariwisata dan juga mulai mengkemas potensi pariwisata yang ada menjadi paket wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan.

1) Pengemasan Produk Desa Wisata Catur desa Wisata Catur sebagai desa wisata tentunya memiliki potensi yang dapat dikemas menjadi produk pariwisata. Adapun potensi wisata yang dikemas menjadi produk pariwisata diantaranya: Wisata Alam potensi pertanian Desa Wisata Catur telah dikemas menjadi produk wisata agro (agrotourism) yang menawarkan aktivitas berupa: paket wisata “Minum Kopi Bersama Petani Lokal” ini merupakan aktivitas wisata yang dilakukan dalam waktu setengah hari atau tiga sampai empat jam. Paket wisata “Memanen Kopi dan Memetik Jeruk Bersama Petani Lokal”, ini merupakan aktivitas wisata yang dilakukan dalam waktu satu hari penuh, dimana wisatawan diajak melihat langsung proses pasca panen berupa pengeringan biji kopi, proses penyangraian kopi hingga kopi siap disajikan untuk wisatawan. Selain itu potensi wisata alam seperti air terjun dan situs goa telah dikemas menjadi produk wisata petualangan dengan aktivitas wisata trekking. Wisatawan yang memiliki minat khusus akan diajak trekking keliling desa untuk menikmati seluruh daya tarik wisata yang ada di Desa Wisata Catur. Desa Wisata Catur memiliki potensi wisata budaya berupa alkulturasi budaya antara budaya Bali dengan Tionghoa. Dimana potensi ini telah dikemas menjadi atraksi wisata budaya, untuk dapat menikmati atraksi wisata ini wisatawan dapat memilih paket wisata “Menginap di Desa Wisata Catur”, ini merupakan paket wisata dua hari satu malam, dimana wisatawan bisa merasakan pengalaman langsung hidup ditengah-tengah masyarakat, menikmati aktivitas wisata alam dan mempelajari akulturasi budaya yang

ada di Desa Wisata Catur. Selain itu potensi wisata budaya lainnya seperti Pura Pebini dapat dikemas menjadi wisata spiritual yang menawarkan atraksi yoga dan meditasi.

2) Bentuk Pelibatan Masyarakat dalam Pengemasan Produk Desa Wisata Catur pelibatan atau partisipasi masyarakat dalam pengemasan produk wisata sangat penting, terlebih pengemasan produk untuk desa wisata. Dimana dalam pengembangan desa wisata masyarakat lokal merupakan determinan karena masyarakat sebagai pemilik wilayah yang mengetahui sumber daya yang ada secara keseluruhan. Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa sebagian besar masyarakat lokal ingin ikut serta atau terlibat dalam pengemasan produk pariwisata Desa Wisata Catur.

Bentuk pelibatan masyarakat lokal dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur sebagaimana besar berada pada tahap pelaksanaan. Hal ini diperkuat gambar dimana 100 masyarakat yang dijadikan responden, sebanyak 29,8% masyarakat terlibat dalam pelaksanaan, 14,4% terlibat dalam perencanaan, 11,5% terlibat dalam pengambilan keputusan. Selain itu masyarakat juga secara aktif membantu mempromosikan kegiatan pariwisata yang terdapat di Desa Wisata Catur. Hal ini diperkuat dari hasil survei ke 100 masyarakat yang menjadi responden sebanyak 62,5% menyatakan ikut serta dalam mempromosikan Desa Wisata Catur, sebanyak 45,2% mempromosikan lewat sosial media dan 27,9% mempromosikan melalui mulut ke mulut. Selain itu hasil FGD menyatakan bahwa pelibatan masyarakat dalam pelaksanaan pariwisata dapat berupa mengajak berkunjung wisatawan ke desa serta masyarakat mulai menata desa, dengan cara penataan Pura Pebini sebagai tempat wisata spiritual berupa pemelukatan, berdasarkan hal tersebut, masyarakat lokal berharap dengan ditetapkannya Desa Wisata Catur sebagai

desa wisata dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian masyarakat dan desa.

### **3.5 Keterkaitan Sikap Masyarakat dan Bentuk Pelibatan Masyarakat dalam Pengemasan Desa Wisata Catur**

Berdasarkan hasil interpretasi data kuesioner pada sub pembahasan 5.2 dapat diketahui bahwa masyarakat terhadap kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Catur ada pada tahap euphoria. Dimana masyarakat merasa sangat senang dengan adanya kunjungan wisatawan dan masyarakat juga ingin kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Catur terus meningkat. Sikap masyarakat yang euphoria terhadap kunjungan wisatawan, menentukan sikap masyarakat terhadap produk yang akan dikemas di Desa Wisata Catur.

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan skala likert menunjukkan masyarakat sangat ingin terlibat dalam kegiatan pariwisata di Desa Catur. Hal ini tentunya disebabkan oleh berbagai faktor, dimana tren kegiatan pariwisata ke desa, menciptakan multiplier efek diberbagai lini kehidupan. Setiap orang tentu ingin menikmati dampak positif yang dibawa oleh kegiatan pariwisata terutama dalam sektor ekonomi. Sehingga menyebabkan masyarakat termotivasi untuk terlibat atau berpartisipasi dalam pengembangan kegiatan pariwisata.

Namun keinginan masyarakat yang tinggi untuk terlibat atau berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata di Desa Wisata Catur belum dapat terakomodir secara keseluruhan. Berdasarkan hasil interpretasi data kuesioner pada Gambar 5.6 terkait bentuk keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata di Desa Catur, menunjukkan masyarakat terlibat dalam berbagai bentuk partisipasi seperti; dalam perencanaan sebanyak 14,4%, dalam pelaksanaan sebanyak 29,8% dan dalam pengambilan keputusan sebanyak 11,5% selain itu beberapa masyarakat menyatakan berpartisipasi dalam kelembagaan desa.

Meskipun sebagian besar masyarakat Desa Wisata Catur terlibat dalam kegiatan pariwisata namun angka masyarakat yang belum terlibat cukup tinggi yakni sebesar 41,3%.

Tingginya angka masyarakat yang belum terlibat dalam kegiatan pariwisata atau dalam pengemasan produk pariwisata di Desa Wisata Catur dikarenakan dewasa ini merupakan tren desa wisata dan pasar (wisatawan) mulai masuk ke desa namun masyarakat belum siap menerima kunjungan wisatawan. Terutama masyarakat yang kurang memiliki kemampuan, pengetahuan dan pengalaman dibidang pariwisata. Selain itu perencanaan pengembangan atau pengemasan produk wisata tidak dapat melibatkan banyak masyarakat, sehingga perencanaan hanya dilakukan oleh tokoh masyarakat. Aspirasi masyarakat diakomodir dalam rapat desa atau rapat banjar dan disampaikan oleh masing-masing pengurus ditingkat banjar dan desa.

Dalam pengambilan keputusan setiap tokoh masyarakat akan merumuskan setiap saran dan masukan dari masyarakat dan akan diputuskan melalui musyawarah. Tentunya masyarakat tidak dapat dilibatkan secara keseluruhan dalam pengambilan keputusan terkait pengembangan dan pengemasan produk pariwisata. Dikarenakan adanya ketimpangan antara tingginya keinginan masyarakat untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata di Desa Wisata Catur. Namun belum dapat terakomodir secara keseluruhan, dalam hal ini peran pengelola desa wisata sangat dibutuhkan. Dimana pengelola desa wisata harus dapat merumuskan strategi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan pengembangan serta pengemasan produk Desa Wisata Catur, dengan mengoptimalkan keterlibatan masyarakat didalamnya.

## **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dari pelibatan masyarakat lokal dalam



pengemasan produk Desa Wisata Catur, maka dapat disimpulkan beberapa poin di bawah ini.

Sikap masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata Catur dilihat dari sikap masyarakat terhadap kunjungan wisatawan dimana masyarakat masih ada dalam fase euphoria. Selain itu masyarakat juga sangat setuju dengan pengembangan infrastruktur pariwisata di Desa Catur. Kedua indikator tersebut membuktikan bahwa masyarakat lokal sangat mendukung pembangunan Desa Catur melalui pengembangan desa wisata.

Bentuk pelibatan masyarakat dalam pengemasan produk Desa Wisata Catur, dapat dijabarkan sebagai berikut. Dalam pengemasan produk desa wisata sebagian besar masyarakat dapat dikatakan belum terlibat secara optimal, hal ini dikarenakan masyarakat lokal memiliki keterbatasan kemampuan, keterampilan dan pengalaman sehingga masyarakat belum mampu untuk mengemas potensi wisata yang ada. Bentuk pelibatan masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata Catur ada dalam tahap pelaksanaan. Dimana masyarakat ikut serta dalam mempromosikan aktivitas wisata di Desa Wisata Catur melalui media sosial seperti; instagram, facebook, youtube dan website, mengajak wisatawan berkunjung ke desa, dan penataan desa.

Sebaiknya pemerintah Desa Wisata Catur membangun jejaring kerjasama dengan perguruan tinggi pariwisata untuk penguatan sumber daya manusia yang akan mengelola kegiatan pariwisata Desa Wisata Catur. Pemerintah Desa Wisata Catur juga sebaiknya meningkatkan pelibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Dengan melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan pariwisata, sehingga masyarakat tidak hanya sebagai subjek dalam pengembangan pariwisata desa. Selain itu, masyarakat lokal juga sebaiknya meningkatkan kesadaran untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan

pariwisata yang dikembangkan di Desa Wisata Catur. Sehingga manfaat kegiatan pariwisata dapat dirasakan oleh masyarakat dan desa, baik dari segi ekonomi, pemeliharaan lingkungan, sosial dan budaya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Butler, R. W. (2006) *The Concept of A Tourist Area Life Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources in The Tourism Area Life Cycle. Volume 1 Applications and Modifications.* Clevedon: Channel view Publications.
- Creswell, J. W. (1998), *Qualitative Inquiry and Research Design, Choosing Among Five Traditions.* California: Sage Publication. Hal 65.
- Darmaja, I M., Suwena, I K., & Sendra, I M. (2016). Model Kemasan Paket Wisata Batur Global geopark Menuju Pariwisata Berkelanjutan di Kintamani. *Jurnal IPTA.* Vol 4 No 1 2016. Fakultas pariwisata UNUD. Denpasar
- Doxey, G. (1975). *A Causation Theory Of Visitor: Resident Irritants Methodology And Research Inference Proceeding to The Travel Research Association 6th Annual Conference.* San Diego, California.
- Gunn, C. A. & Var, T. (2002). *Tourism Planning Basic, Concepts, Cases.* New York: Routledge.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning An Integrated and Sustainable Development Approach.* New York: Van Nostrand Reinhold.
- Mason, P. (2003). *Tourism Impact, Planning and Management.* Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Rosda.
- Moleong, L. J. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif.* Bandung: Rosda.
- Saputra. I G.G. (2015) *Respon Stakeholder Pariwisata terhadap Batur UNESCO Global Geopark.* Doctoral thesis, Universitas Udayana.

- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: CV Alfabeta.
- Suansri, P. (2003). Community Based Tourism Handbook. Thailand: REST Project.
- Wahyuni, D. G. S. I. (2018). Pemberdayaan Kelompok Masyarakat Dalam Pengemasan Paket Wisata Pedesaan Di Desa Pelaga Kecamatan Petang Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata* Vol 6. No 2.