

**KARAKTERISTIK WISATAWAN EROPA
SERTA PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KERAKYATAN:
STUDI KASUS DESA MUNDUK-BALI**

PUTU DEVI ROSALINA,

E-mail: putudevi@stpbi.ac.id

**NI PUTU ISHA APRINICA,
NI LUH SUPARTINI**

Prodi Manajemen Perhotelan, Sekolah Tinggi Pariwisata Bali Internasional,
Jl. Tari Kecak Gatsu Timur, Denpasar, 80239

ABSTRACT

The discrepancy of tourism development which focused only at the south, is now a major focus in tourism development strategies in Bali for equitable distribution of destinations. One touristic village now growing due to is Munduk Tourism Village in North Bali. This study, therefore, aims to obtain the perception of European tourists on the tourism development in Munduk through explorative analysis with 8E model. This research was conducted by using quantitative-qualitative research approach by distributing questionnaires and in-depth interviews to the respondents by accidental sampling. The results show that the tourists are dominated by female with the major countries are from Denmark. The classification of tourists are mostly millennial generation with the age range 17-25 years old, thus they are mostly students. The most enchanting attractions which become favorite preference is Panorama (22%), then followed by authentic Balinese Village (20%). Besides, it also shows that the most effective marketing strategy is through internet, as 36% tourists admits to get information from website or social media. Moreover, half of tourists admit for their first visit to Munduk. Another things need to concern is their length of stay which is 2.6 nights. To conclude, there are several challenges and obstacles facing tourism management in Munduk Village, namely: related to culture, local community involvement in cultural attractions, enrichment of cultural attractions to attract tourists and good waste management for sustainable environment.

Keywords: *Rural Tourism, Community Based Tourism, Destination Development Stratetgy*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor andalan bagi perekonomian Bali, serta secara nasional Bali merupakan barometer bagi kemajuan pariwisata

Indonesia. Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia tahun 2013 sebanyak 8.044.462 orang dan dari jumlah tersebut 37,25% atau 3.278.598 orang berkunjung ke

Bali. Dengan demikian, kontribusi devisa Bali terhadap devisa nasional tahun 2013 sebesar 4,63 juta atau 46,12% untuk devisa nasional. Devisa ini juga mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya yaitu sebesar 13,48%. Berdasarkan data 10 besar pasar utama pariwisata Bali tahun 2012 tercatat di antaranya 2 negara Eropa, yakni Perancis dan Inggris. Budarma (2011) mengungkapkan bahwa yang mengawali kunjungan ke Bali pada tahun 1920an serta membantu memperkenalkan Bali ke kancah Internasional adalah wisatawan dari Eropa.

Ketika masyarakat belum mendapatkan dukungan dari pemerintah, potensi yang dimiliki oleh destinasi wisata baru di luar Bali Selatan tersebut justru mulai diupayakan oleh masyarakat lokal sendiri. Model *top-down*, kini digantikan oleh *bottom-up*¹ dan progresnya semakin terlihat lebih baik. Masyarakat mulai menyadari akan potensi destinasi wisatanya serta membangun beberapa fasilitas wisata, seperti penginapan, restoran, transportasi dan informasi wisata dengan menyebarkan brosur mengenai daya tarik wisata yang bisa dilakukan. Lambat laun, pariwisata berbasis kerakyatan kian berkembang. Banyak desa wisata yang sebaliknya mampu mengembangkan perkembangan pariwisata desanya melalui peran aktif, serta keseriusan dan keterlibatan masyarakat lokal.

Pariwisata berbasis kerakyatan menuai kesuksesan dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Keterlibatan masyarakat lokal terbukti mampu menyelaraskan sinergitas dampak sosial, ekonomi dan lingkungan. Beberapa contoh keberhasilan pengembangan pariwisata kerakyatan di Bali adalah Desa Jatiluwih. Desa Wisata yang bahkan diakui oleh UNESCO sebagai Warisan Budaya Dunia telah ditetapkan sejak tahun 1990. Jatiluwih menawarkan daya tarik wisata yang sangat apik dengan menampilkan terasering yang asri dan alami, begitu pula dengan kehidupan masyarakat yang sebagian besar bermata pencaharian petani

ikut berperan di dalamnya. Hal ini seakan siklus yang selalu dipegang oleh Jatiluwih, yakni petani mendapatkan penghasilan dengan menggarap sawahnya sekaligus menjaga keutuhan alam agar dapat disajikan kepada wisatawan. Bahkan, berdasarkan Dinas Pariwisata Provinsi Bali (2013) kunjungan wisatawan ke Jatiluwih kian mengalami peningkatan bahkan dua kali lipat selama lima tahun terakhir (Dinas Pariwisata Provinsi Bali, 2014). (**Footnotes**)

¹Kedua model ini merupakan bagian dari Pariwisata Berbasis Kerakyatan.

Top-down adalah ketika suatu destinasi dirancang dan dipersiapkan oleh Pemerintah dari segi persiapan dan evaluasi perkembangan pariwisata, sedangkan *bottom up* ketika masyarakat lokal mengupayakan sendiri dalam meningkatkan perkembangan pariwisata di destinasi tersebut. Leslie (2012:78) menambahkan bahwa *in some cases, more top-down development has seen considerable success, while at the same time, bottom-up approaches are not immune to failure.*

Disamping itu, berdasarkan lokakarya dengan tajuk IPEC (*Indonesia Poverty and Empowerment Conference*) 2014 telah mengakui Desa yang dapat mengembangkan daerahnya sebagai daya tarik wisata secara mandiri, antara lain: Desa Pejeng, Desa Munduk dan Desa Pemuteran. Hal ini juga tidak terlepas dari pionir dan pengusaha yang berani memadukan potensi lokal dan memberikan akses pariwisata. Salah satu motivasi wisatawan untuk berpergian adalah untuk menikmati suasana yang baru dan ketiga desa ini mampu memenuhinya dengan karakteristik mereka yang unik, Desa Munduk dengan pesona alam, tradisionalitas budaya dan perkebunan cengkehnya, Desa Pemuteran dengan konservasi terumbu karangnya dan Desa Pejeng dengan situs purbakala dan pertaniannya.

Desa Munduk terletak di Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, desa ini baru

dikenal di kancah internasional dan berkembang pada tahun 1990-an yang pertama kali dirintis oleh Nyoman Bagiarta yang juga merupakan pemilik penginapan terbaik di Desa Munduk, Puri Lumbung Cottages. Desa yang berjarak 60 km dari Denpasar ini memadukan keasrian alamnya yang belum terjamah perkembangan industri dan globalisasi serta dikemas dalam suguhan ekowisata. Memasuki Desa Munduk, wisatawan akan dikelilingi perkebunan, persawahan dan perbukitan yang justru lebih luas dibandingkan pemukiman warganya. Tidak ada gedung pencakar langit, kebisingan kendaraan bermotor, apalagi polusi udara. Hawa sejuknya juga menambah kenyamanan wisatawan. Atraksi wisata yang dapat dilakukan seperti *trekking*, berinteraksi jarak dekat dengan masyarakat lokal, belajar memasak makanan Bali, belajar menari, *megambel* dan masih banyak lagi. Desa ini berkembang dengan sendirinya seiring dengan jumlah kunjungan wisatawan yang semakin meningkat dan kesadaran masyarakat lokal untuk mendapatkan penghasilan sampingan selain bertani, dengan menyulap rumahnya menjadi tempat menginap bagi wisatawan. Ada pula yang memanfaatkan seni kreatifitasnya berupa cinderamata yang dapat menghasilkan nilai ekonomis. Keberadaan desa wisata Munduk diharapkan mampu membangkitkan gairah industri pariwisata di Bali Utara, yang semakin memperkaya destinasi wisata baru di Bali.

Namun, sangat disayangkan Desa wisata Munduk masih belum mampu sejajar dalam menjadi magnet untuk menarik wisatawan, jika dikomparasi dengan Bali Selatan. Ada beberapa elemen pariwisata yang belum mampu dioptimalkan oleh Desa, sehingga masih menjadi pertimbangan bagi turis untuk berkunjung. Oleh karena itu, sangat diperlukan sebuah studi untuk menggali persepsi wisatawan asal Eropa terhadap pariwisata berbasis kerakyatan yang berkembang di Desa Munduk, sehingga dapat diketahui dan dianalisis lebih mendalam letak kekurangan serta elemen yang perlu ditingkatkan

sebagai upaya dalam semakin meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Munduk.

Pengambilan sampel dari responden asal benua Eropa disesuaikan dengan karakteristik pasar dan potensi Desa Munduk yang memiliki kecenderungan untuk lebih menggaet turis dari Eropa. Penelitian untuk persepsi ini juga nantinya diharapkan dapat membimbing dan meningkatkan kapabilitas masyarakat lokal Desa Munduk dalam semakin memajukan perkembangan kepariwisataan di Desanya, sehingga dapat memberikan dampak positif baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah, dengan mengambil studi kasus di Desa Munduk: Bagaimana karakteristik wisatawan Eropa serta pengembangannya untuk meningkatkan pariwisata berbasis kerakyatan?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan terhadap wisatawan Eropa di Desa Munduk, Kecamatan Banjar, Kabupaten Buleleng, dengan menasar daerah atraksi wisata, restaurant, dan penginapan setempat. Jenis data yang digunakan adalah berupa kuantitatif dan kualitatif. Data kuantitatif diperoleh melalui distribusi kuesioner kepada responden yang sedang menginap di Desa Munduk. Kemudian, data kualitatif didapatkan melalui hasil observasi, wawancara kepada wisatawan dan studi dokumentasi. Sementara itu, terdapat dua sumber data, yakni: primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh melalui hasil wawancara, observasi dan rekapitulasi kuesioner, sedangkan sumber data sekunder diperoleh melalui hasil studi kepustakaan, data pendukung internet yang faktual, serta data statistik dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali, Dinas Kabupaten Buleleng, Badan Pusat Statistik Daerah Bali, Desa Dinas Munduk, serta beberapa instansi terkait.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Peneliti menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara langsung lebih mendalam disertai dengan pengambilan foto seperlunya serta merekam wawancara jika dianggap penting dan perlu, kemudian populasinya dikelompokkan menjadi golongan yang relatif homogen berdasarkan kebangsaan. Analisis data akan dilakukan secara deskriptif kualitatif dengan perhitungan tentang indeks persepsi melalui skala Likert. Analisis berupa komentar atau saran juga akan disimpulkan menjadi suatu rekomendasi untuk meningkatkan kualitas pariwisata Desa Munduk. Selain itu, teknik analisis data juga dilakukan verifikasi data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penyajian hasil analisis data penelitian ini dilakukan secara kualitatif melalui pemaparan secara deskriptif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata Berbasis Kerakyatan

Baskoro dalam Rukendi (2008) menjelaskan bahwa secara konseptual prinsip dasar kepariwisataan berbasis masyarakat adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga kemanfaatan kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Pitana (2002) menambahkan keterlibatan masyarakat lokal (*community-based approach*) dianggap sebagai prasyarat tercapainya Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. Hal ini didasarkan pada hipotesis bahwa masyarakat setempat sudah mempunyai pengetahuan di dalam mengelola sumber daya alam yang ada di daerahnya, di mana pengetahuan ini didasarkan atas pengalaman yang diturunkan dari generasi ke generasi. Dalam konsep pemberdayaan tersebut, Pitana (2006) mensyaratkan bahwa harus ada tiga komponen, antara lain: *Enabling setting* untuk memperkuat situasi kondisi di tingkat lokal menjadi baik ; *Empowering local community* mengembangkan Sumber Daya Manusia (SDM) seperti

meningkatkan pengetahuan dan ketrampilannya sehingga mampu memanfaatkan setting dengan baik; *Socio-political support* kesiapan perangkat pendukung lainnya berupa dukungan sosial-politik yang memadai.

Terdapat dua konsep pariwisata kerakyatan yakni *Top-down* yang mana desa tersebut ditunjuk dan difasilitasi pemerintah, serta *bottom-up* yang mana masyarakat lokal sendiri yang berinisiatif untuk mengembangkan pariwisata di daerahnya. Secara umum, Pitana (2006) menyatakan pariwisata kerakyatan harus memenuhi ciri-ciri sebagai berikut:

1. ***Small scale*** yakni menggunakan prinsip keuangan dengan skala kecil
2. ***Locally owned & managed*** yakni mengupayakan kepemilikan masyarakat lokal termasuk manajemennya, salah satu contohnya dengan pembuatan peraturan adat bahwa para investor luar dilarang membeli tanah di Desa, termasuk dengan tidak mengandalkan pemodal dari luar untuk menghindari bocoran dana
3. ***Spatial distribution*** yakni pembangunan pariwisata yang diharapkan dapat menjalankan prinsip partisipasi dan pemerataan hasil-hasil pembangunan, terutama pemerataan antar daerah atau spasial.
4. ***Local culture & culture heritage*** yakni adanya unsur konservasi warisan budaya dengan memberdayakan/mengembangkan kebudayaan masyarakat lokal melalui revitalisasi
5. ***Locality*** yakni bersifat spesifik/khusus/ lokalitas sehingga muncul istilah *local genius* dan masyarakat lokal mampu menyediakan jasa/kebutuhan untuk wisatawan bahkan dapat memunculkan kreativitas dalam seni dan gaya hidup, sehingga wisatawan dapat menikmati sesuatu yang berbeda
6. ***Quality experience*** yakni adanya pengalaman yang berkualitas karena produk yang ditawarkan bersifat khusus misalnya menikmati kehidupan masyarakat desa

7. **Authenticity** mencerminkan keaslian yang sangat dicari wisatawan
8. **Special niche – market** yakni kecenderungan wisman untuk beralih dari *mass tourism* ke *alternative tourism*
9. **Participatory approach** yakni keterlibatan masyarakat lokal untuk menjadi tujuan pembangunan dalam *community-based tourism development* baik dalam perencanaan maupun implementasinya, sehingga segala potensi daerah dan SDM masyarakat lokal turut tergali dan berkembang.

Strategi Pengembangan Destinasi Wisata

Menurut Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd and Wanhill (1998) dalam Sunaryo (2013) bahwa kerangka pengembangan destinasi pariwisata setidaknya harus mencakup komponen-komponen utama yaitu

1. Objek dan daya tarik (Attractions) yang mencakup: daya Tarik berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, maupun buatan/artificial, seperti event atau yang sering disebut minat khusus.
2. Aksesibilitas (Accessibility) yang meliputi dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau jalur transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang lain.
3. Amenitas (Amenities) atau akomodasi yang mencakup fasilitas penunjang dan pendukung wisata yang meliputi: akomodasi, rumah makan, retail, toko cinderamata, fasilitas penukaran uang, bis perjalanan, pusat informasi wisata, dan fasilitas kenyamanan lainnya.
4. Fasilitas Pendukung (Ancillary Services) yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit, dan sebagainya.
5. Kelembagaan (Institutions) yaitu terkait dengan keberadaan dan peran masing-masing unsur dalam mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah.

Karakteristik Wisatawan Eropa di Desa Munduk

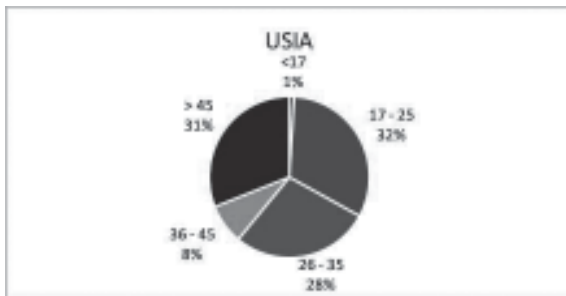
Pada bagian ini didapatkan hasil mengenai data personal dari responden yang juga mencakup karakteristik responden secara umum, meliputi: gender, kebangsaan, tempat tinggal, usia dan pekerjaan. Gender masih didominasi oleh perempuan dengan prosentase 63%, sedangkan laki-laki dengan prosentase 37%. Disamping itu, turis yang paling banyak berkunjung adalah didominasi oleh kebangsaan Denmark dengan prosentase 20%, kemudian disusul oleh Prancis 12%, lalu Swedia dan Inggris dengan prosentaseimbang, yakni masing-masing 7% (lihat Gambar 3.1). Walaupun beberapa tahun sebelumnya, Munduk pernah didominasi wisatawan Prancis, pergeseran ini menunjukkan bahwa promosi dengan paket wisata yang diberikan ke Denmark berpengaruh signifikan. Adanya kerjasama antara pelaku wisata di Munduk dengan Agen travel tertentu di daerah Eropa memberikan pengaruh terhadap kuantitas wisatawan kedepannya. Seperti contoh Denmark dengan pemberian paket wisata untuk murid yang sedang berada dalam masa transisi pada studi mereka. Adapun penentuan target ini harus ditentukan dengan karakteristik dan permintaan pasar.



Gambar 3.1 Kebangsaan Responden

Sumber: Tabulasi Data, 2018

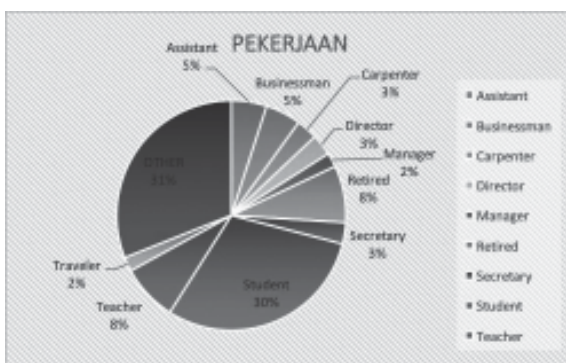
Adapun dari segi usia, didominasi oleh orang dewasa yakni yang berusia 17 – 25 tahun dengan prosentase 32%. Kemudian diikuti oleh *senior tourist* yang berusia di atas 45 tahun dengan prosentase 31%. Hal ini menandakan bahwa daya tarik Munduk lebih untuk turis yang menyukai petualangan sekaligus ketenangan. Selain itu, peringkat ketiga ditempati oleh turis dengan usia 26 – 35 tahun dengan prosentase 28%. Sedangkan hanya prosentase kecil yakni 8% dan 1% berturut-turut untuk usia 36 – 45 dan di bawah 17 tahun (lihat Gambar 3.2)



Gambar. 3.2 Usia Responden

Sumber: Tabulasi Data, 2018

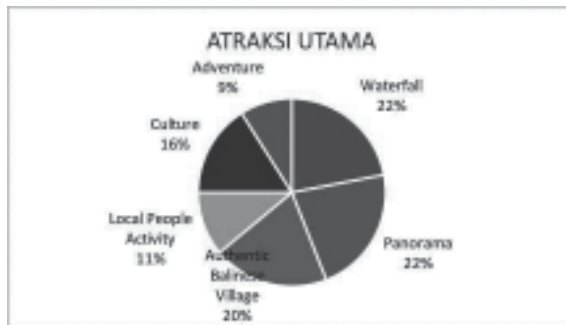
Disamping itu, pekerjaan turis juga bervariasi. Walaupun pelajar mendominasi dengan 30% (lihat Gambar 3.3), namun terdapat pula turis dengan latar belakang pekerjaan yang berbeda, seperti: guru, wirausaha, manajer dan direktur. Hal ini menandakan bahwa Munduk dapat menarik berbagai kalangan dengan berbagai latar belakang yang berbeda. Dengan peringkat pertama pada murid dan kedua pada guru, memberikan interpretasi bahwa Munduk menjadi daya tarik bagi pembelajaran budaya dan alam di luar sekolah. Beberapa turis juga mengaku mendapat paket wisata yang merupakan salah satu program sekolah. Adapula guru dan murid dengan tujuan spesifik seperti belajar yoga. Prosentase yang cukup terlihat juga dari pekerjaan pensiunan dengan 8% yang menandakan bahwa Munduk memberikan daya tarik berupa ketenangan alam.



Gambar 3.3. Pekerjaan Responden

Sumber: Tabulasi Data, 2018

Atraksi merupakan daya tarik utama yang harus dimiliki destinasi dan menjadi magnet dalam menarik wisatawan. Munduk, berdasarkan penelitian ini, dapat diambil simpulan bahwa sebagian besar turis mengunjungi Munduk disebabkan oleh air terjunnya dengan prosentase 22% sama dengan preferensinya untuk melihat panorama (lihat gambar 3.4). Panorama yang ditawarkan desa Munduk berupa pegunungan dan perbukitan yang berpunduk-punduk, hal ini pulalah yang mendasari nama desa ini menjadi “Munduk”. Selain perbukitan Munduk juga memiliki atraksi wisata lainnya seperti perkebunan cengkeh, kopi, vanila dan persawahannya. Selain itu, autentisitas yang mereka rasakan selama berada di Desa Munduk, dengan prosentase 16%. Wisatawan juga memiliki minat yang besar untuk mengunjungi Munduk yang didasari oleh budaya dengan prosentase 14%, entah mengenal maupun mempelajari budaya Bali, sebab Munduk juga memberikan beberapa atraksi wisata seperti *dance class*, *cooking class*, *language class* dan kegiatan pembelajaran budaya lainnya. Disamping itu, minat wisatawan lainnya adalah melihat aktivitas sehari-hari masyarakat lokal, dengan prosentase 11%. Kegiatan inilah yang juga menjual potensi Munduk sebagai desa wisata karena kegiatan sehari-hari di Desa Munduk masih sangat tradisional. Selain budaya dan aktivitas masyarakat lokal, wisatawan juga mengaku senang mengunjungi Munduk dikarenakan oleh aktivitas menantang dan berpetualang, terlihat dari 9% atraksi utama yang dipilih sebagai petualangan. Munduk menawarkan atraksi seperti *trekking* dan *cycling*, begitu pula sesungguhnya akses menuju Munduk dengan jalan yang berkelok dan berbukit sudah memberikan tantangan tersendiri bagi wisatawan.

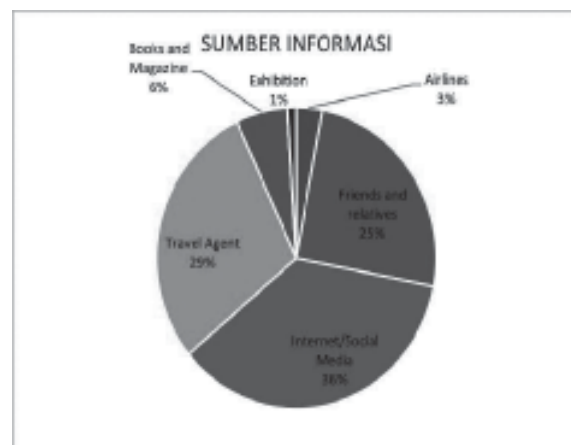


Gambar 3.4 Atraksi Utama yang Diminati Wisatawan

Sumber: Tabulasi Data, 2018

Sumber informasi merupakan cara utama wisatawan dalam mengakses dan mengetahui destinasi sebelum akhirnya memutuskan untuk berkunjung. Kemudahan informasi yang didapat juga dapat mempengaruhi preferensi dan pemilihan destinasi. Seiring dengan perkembangan teknologi, sumber informasi yang didapat wisatawan juga berkembang dari waktu ke waktu. Dahulu, wisatawan mendapatkan informasi melalui media cetak, kemudian berubah menjadi audio visual dan hingga kini, yang terbaru serta lebih cepat dan efisien menggunakan media sosial. Perubahan ini juga mendasari sumber informasi wisatawan untuk mengunjungi Desa Munduk. Berdasarkan Gambar 3.5 terlihat bahwa sumber informasi yang paling sering diakses adalah internet/sosial media dengan prosentase 36%. Menyusul kemudian ditempati oleh media konvensional yakni *travel agent* sebesar 29%. Trend ini tentunya berkaitan dengan *word of mouth*. Wisatawan yang sudah berkunjung akan menyebarkan informasi berdasarkan pengalaman baik dan buruk mereka selama berwisata dengan prosentase 25%. Selain itu, beberapa media lainnya yang masih berdampak dalam menyebarkan informasi adalah Buku dan Majalah (6%), maskapai penerbangan (3%) dan pameran (1%).

Sumber informasi merupakan cara utama wisatawan dalam mengakses dan mengetahui destinasi sebelum akhirnya memutuskan untuk berkunjung. Kemudahan informasi yang didapat juga dapat mempengaruhi preferensi dan pemilihan destinasi. Seiring dengan perkembangan teknologi, sumber informasi yang didapat wisatawan juga berkembang dari waktu ke waktu. Dahulu, wisatawan mendapatkan informasi melalui media cetak, kemudian berubah menjadi audio visual dan hingga kini, yang terbaru serta lebih cepat dan efisien menggunakan media sosial. Perubahan ini juga mendasari sumber informasi wisatawan untuk mengunjungi Desa Munduk. Berdasarkan Gambar 3.5 terlihat bahwa sumber informasi yang paling sering diakses adalah internet/sosial media dengan prosentase 36%. Menyusul kemudian ditempati oleh media konvensional yakni *travel agent* sebesar 29%. Trend ini tentunya berkaitan dengan *word of mouth*. Wisatawan yang sudah berkunjung akan menyebarkan informasi berdasarkan pengalaman baik dan buruk mereka selama berwisata dengan prosentase 25%. Selain itu, beberapa media lainnya yang masih berdampak dalam menyebarkan informasi adalah Buku dan Majalah (6%), maskapai penerbangan (3%) dan pameran (1%).



Gambar 3.5. Sumber Informasi Wisatawan

Sumber: Tabulasi Data, 2018

Berdasarkan hasil Gambar 3.5 berhubungan pula dengan strategi promosi yang harus lebih dioptimalkan Desa Munduk. Dengan internet menduduki peringkat pertama, maka pemugaran masing-masing website dari *homestay* dan restoran harus dilakukan, termasuk *update* yang sebaiknya selalu dilakukan di masing-masing sosial media mereka. Disamping itu, keberterimaan dan peningkatan kualitas harus dilakukan untuk menjaga citra desa Munduk, sehingga kesan positif dalam penyebaran *word of mouth* lebih maksimal dilakukan. Pada akhirnya, media konvensional dengan travel agent harus semakin digencarkan dengan memperbanyak kerjasama dengan salah satunya pemberian kompensasi. Sedangkan, tidak terlalu memfokuskan pada media dengan prosentase kecil.

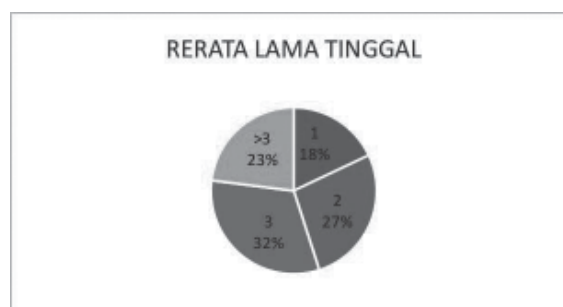
Wisatawan Eropa yang berkunjung ke Munduk tidak hanya *first timer* atau pengunjung yang baru pertama kali datang, namun ada pula yang pengalaman kedua bahkan ketiga. Berdasarkan Gambar 3.6, menunjukkan bahwa *first timer* berada pada peringkat pertama dengan jumlah setengahnya, yakni prosentase 50%. Adapun Munduk ternyata mampu menjaring wisatawan yang loyal, terbukti dengan 44% dari wisatawan yang sudah datang ketiga kalinya. Adapula wisatawan yang datang untuk kedua kalinya sebanyak 2%, sedangkan lebih dari tiga kali sebanyak 4%.



Gambar 3.6. Jumlah Kunjungan Wisatawan
Sumber: Tabulasi Data, 2018

Dengan mengetahui partner berwisata maka dapat dianalisis mengenai apakah wisatawan tersebut berkunjung dalam grup, berpasangan atau sendiri. Hal ini dapat memberikan prediksi terhadap bagaimana karakteristik wisatawan dimaksud. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa sekitar setengahnya, yakni sebesar 50% wisatawan berkunjung dengan keluarga, kemudian memiliki selisih tipis, terdapat 37% wisatawan yang datang dengan teman, sedangkan hanya 13% yang merupakan *solo traveller*.

Rata-rata lama tinggal di desa Munduk yang berada pada posisi teratas adalah 2 malam, dengan prosentase 27% (lihat Gambar 3.7). Bahkan, berdasarkan wawancara yang dilaksanakan, beberapa wisatawan melakukan perpanjangan lama tinggalnya yang semula hanya 1 malam menjadi lebih dari 3 malam. Selain itu, berdasarkan kuesioner, terdapat pula wisatawan yang menginap sampai 10 hingga 14 malam. Gambar 5.8 juga menunjukkan bahwa, wisatawan menginap selama 3 malam, yakni sebesar 32%, diikuti kemudian dengan 2 malam sebesar 27% dan semalam yang hanya 18%. Sehingga rata-rata lama tinggal wisatawan adalah 2.6 malam.



Gambar 3.7. Rata-rata Lama Tinggal Wisatawan
Sumber: Tabulasi Data, 2018

3.4 Strategi Pengembangan Pariwisata Kerakyatan

Strategi pengembangan pariwisata kerakyatan di Desa Munduk didapat berdasarkan hasil wawancara mendalam. Disebutkan bahwa harapan wisatawan dalam pengembangan pariwisata kerakyatan adalah dengan meningkatkan keterlibatan masyarakat lokal. Penduduk lokal dianggap memiliki peranan yang sangat penting dalam memajukan kepariwisataan di Desa Munduk. Kehadiran investor haruslah diminimalisir, sehingga pemasukan yang didapat mampu berkontribusi langsung bagi perkembangan Desa. Adapun, berdasarkan hasil wawancara, jika hal ini tidak dijaga dengan baik oleh Desa Munduk maka akan mengakibatkan dampak negatif serupa yang akan dialami seperti Ubud dan Kuta yang terlalu turistik. Berdasarkan persepsi wisatawan asing tersebut, hal yang menjual dari Munduk adalah ketenangan alam dan autentisitasnya sehingga mampu memberikan pengalaman menginap yang menyenangkan:

I hope that Munduk won't be as touristic as places like Ubud and Kuta because this is why I enjoyed so much my stay here. A place calm surrounded by nature and authentic. Our hostel was wonderful to stay and experience Munduk's panorama.

Begitu pula persepsi lainnya dari wisatawan asing yang mengatakan bahwa Munduk memiliki keunikan, ketenangan dan keindahan alam yang sangat berbeda dibandingkan dengan Bali selatan yang sudah terlalu masal:

Compared to the south of Bali, this is a very quiet place with a beautiful scenery. But looking at a place as lombok, make sure it stays like this. Leave mass tourism to the south of Bali

Tidak hanya dari segi atraksi alam, atraksi budaya juga menjadi sorotan bagi wisatawan Eropa. Tantangan lainnya yang dihadapi adalah konsistensi untuk menjaga budaya agar dapat terintegrasi dengan pariwisata. Persepsi

wisatawan asing adalah daya tarik wisata menjadi atraktif ketika dikemas dengan pagelaran budaya sehingga wisatawan mampu mengenal dan mempelajari budaya lokal. Saran dan rekomendasi yang diberikan wisatawan adalah bagaimana agar sistem edukasi dapat beriringan dengan pelajaran budaya sehingga mulai dari dini, seperti anak-anak dapat meneruskan dan memperkenalkan budaya mereka. Sesungguhnya hal ini sudah semakin digencarkan oleh salah satu Homestay, yakni Puri Lumbung, yang kemudian diikuti pula oleh Homestay lainnya, yaitu dengan melatih kemudian mengajak anak-anak Desa Munduk pentas di depan wisatawan. Hal ini mendapat sambutan yang sangat baik dari wisatawan, sehingga terjadi banyak permintaan. Di sisi lain, selain baik bagi Munduk untuk menjaga budaya lokalnya, juga mampu membangkitkan rasa bangga bagi anak-anak Desa Munduk untuk tampil di depan wisatawan asing dan bangga dengan kemampuan dan keahlian menarinya.

Can cultural education be integrated into the education system so that children can maintain their culture? Also, it would be good if children would also learn to teach their culture within the tourism industry. We came for the waterfalls but are happy to leave a bit more knowledge of the culture and life of people in Munduk

Para wisatawan Eropa berargumen bahwa tidak hanya tentang bagaimana mereka merasa *entertained* atau menikmati atraksi tersebut, tetapi juga *immersed* atau terlibat langsung. Maka dari itu, salah satu wisatawan menginginkan adanya pembelajaran budaya, seperti mempelajari bahasa Indonesia atau bahasa lokal. Hal ini yang juga akan memperpanjang masa tinggalnya di Munduk:

Another suggestion is creating a program to teach Bahasa Indonesia to travelers. I think such an opportunity would attract the right kind of tourists to your area

Disamping itu, tantangan dan kendala lainnya yang menjadi perhatian wisatawan asing adalah terkait lingkungan, dikarenakan banyaknya sampah dan pengelolaan sampah yang kurang maksimal. Hal ini yang belum diupayakan secara maksimal oleh masyarakat lokal. Sampah dengan mudah dapat terlihat di parit dan pinggir jalan raya. Seringkali sampah organik bercampur dengan sampah plastik. Padahal dengan pengelolaan sampah plastik yang baik dapat menuju pariwisata yang berkelanjutan.

I feel that cleaning up this problem is an important part of sustainable tourism

Salah satu persepsi dari wisatawan adalah melalui pembenahan sistem pengelolaan sampah yang baik, yakni dengan pengklasifikasian sampah, mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang (*reduce, reuse, recycle*). Pengelolaan sampah yang baik juga dapat membentuk citra yang baik bagi Desa Munduk, namun perlu melibatkan seluruh pemangku kebijakan sehingga dapat terkelola secara lebih berkelanjutan. Pengelolaan sampah juga tidak hanya melibatkan pemilik restoran atau homestay tetapi juga warga secara keseluruhan yang ikut tertib dan menjaga kebersihan lingkungan sekitar, seperti yang diungkapkan salah satu wisatawan berikut ini:

Walking along the little paths, there was places where there was a lot of garbage, maybe even ban plastic or recycle more, create solid recycling system to improve the garbage processing system

SIMPULAN DAN SARAN

Secara umum, tantangan dan kendala yang dihadapi pengelolaan kepariwisataan di Desa Munduk terkait dengan kebudayaan, keterlibatan masyarakat lokal dalam atraksi budaya, pengayaan atraksi budaya untuk menarik minat wisatawan, serta pengelolaan

sampah yang baik. Hal inilah yang harus menjadi fokus perhatian dan perbaikan bagi masyarakat Desa Munduk untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan, yang tentunya bermuara pula bagi kontribusi positif masyarakat Desa. Semakin baiknya pengelolaan suatu destinasi maka dapat menunjukkan pariwisata kerakyaatan yang berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, sebagian besar saran yang didapat adalah agar Munduk tetap menjaga autentisitas budaya lokalnya, sebab budaya asli itulah yang menjadi magnet bagi wisatawan. Kekhawatiran wisatawan muncul jika Munduk mengikuti jejak yang sama dengan destinasi wisata lainnya di Bali yang sudah populer. Oleh karena itu, saran yang diberikan adalah bagi pelaku wisata, pengelola, operator Hotel dan Masyarakat Lokal untuk mengemas budaya sebagai atraksi yang tidak mengubah esensi kebudayaan Bali, sehingga pariwisata juga dapat dijadikan sarana dalam memantapkan, menjaga dan melestarikan kebudayaan lokal. Pariwisata untuk budaya, bukan budaya untuk pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Arieta, Siti. 2010. *Community Based Tourism Pada Masyarakat Pesisir: Dampaknya Terhadap Lingkungan dan Pemberdayaan Ekonomi*. Jurnal Dinamika Maritim, Vol.2, No.1. Tersedia di <http://riset.umrah.ac.id/>
- Budarma, I Ketut. 2011. "Syncretism Between Tourists' and Local Culture: the Impact of Tourism on Balinese Culture, Economy and Environment". Thesis. Angers: Université d' Angers
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2013. *Statistik Pariwisata Bali*. Denpasar: Dinas Pariwisata Provinsi Bali

- Kamenidou, I., Mamalis, S. & Priporas, C. (2009). Measuring Destination Image and Consumer Choice Criteria: The Case Of Mykonos Island. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 4, No.3, pp.67-79.
- Giampiccoli, Andrea. 2015. "Community-based tourism in rich and poor countries: Towards a framework for comparison". *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance (AJPHERD)*, Vol. 21, No.4, pp. 1200-1216.
- Kotler, Phillip. 2001. *Marketing Management*. Millenium Edition. New Jersey: Prentice-Hall
- Leslie, David. 2012. *Responsible Tourism: Concept, Theory and Practice*. Massachusetts: CABI
- MacKay, K.J. & Fesenmaier, D.R. (2000). An Exploration of Cross-Cultural Destination Image Assessment. *Journal of Travel Research*, Vol. 38, pp.417-423.
- Meliou, E. & Maroudas, L. (2010). Understanding Tourism Development: A Representational Approach. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, Vol. 5, No.2, pp.115-127.
- Parmita, I Ketut Gede. 2012. *Persepsi Biro Perjalanan Wisata di Bali Terhadap Produk Nusa Dua Beach Hotel & Spa*. Denpasar: Universitas Udayana
- Picard, Michel. 2006. *Bali: Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Denpasar: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Pitana, I Gde. 2002. *Apresiasi Kritis Terhadap Kepariwisata Bali*. Denpasar: PT The Works
- _____. 2006. *Kepariwisata Bali dalam Wacana Otonomi Daerah*. Jakarta: Puslitbang Kepariwisata
- Rangkuti, Freddy. 2005. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Rukendi, Cecep dkk. 2008. Menanggulangi Kemiskinan Melalui Agrowisata dan Wisata Perdesaan yang Berkelanjutan. *Jurnal Kepariwisata Indonesia*, Vo.3, No.4, hal. 503-510. Jakarta: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata
-