

Community Based Tourism sebagai Salah Satu Konsep Pengembangan Pariwisata (*Community Based Tourism as a Tourism Development Concept*)

I Kompiang Gede Utama^{1*}, Nyoman Diah Utari Dewi², Luh Riniti Rahayu³

Universitas Ngurah Rai Denpasar, Bali^{1,2,3}

kompiangutama72@gmail.com^{1*}, diah.utari@unr.ac.id²



Riwayat Artikel

Diterima pada 14 Mei 2024

Revisi 1 pada 25 Mei 2024

Revisi 2 pada 7 Juni 2024

Disetujui pada 16 Juli 2024

Abstract

Purpose: This article aims to investigate the concept and implementation of Community Based Tourism (CBT) as a tourism development strategy that involves the active participation of local communities.

Research Methodology: This research uses a descriptive analytical approach by collecting data from literature studies and case studies related to the implementation of CBT in various tourism destinations.

Results: The research results show that CBT is able to improve the economic and social welfare of local communities, increase cultural understanding, and maintain the natural environment. Implementing CBT also strengthens local identity and improves the quality of tourist experiences.

Limitations: This study is limited to an analysis of available literature and selected case studies, so generalization of findings needs to be done with caution depending on the specific context of each location.

Contribution: This article contributes to expanding understanding of the potential of CBT as a sustainable tourism development model that has a positive impact on local communities and the environment, and offers guidance for tourism practitioners and decision makers to implement CBT effectively.

Keywords: *Community Based Tourism, Community Empowerment, Policy, Tourism Village*

How to cite: Utama, I, K, G., Dewi, N, D, U., Rahayu, L, R. (2023). Community Based Tourism sebagai Salah Satu Konsep Pengembangan Pariwisata. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 2(1), 47-55.

1. Pendahuluan

Badan Pusat Statistik (BPS) Bali mencatat bahwa Bali menerima kunjungan wisatawan mancanegara 4,92 juta orang selama tahun 2016. Jumlah tersebut meningkat 23,14 persen dibanding tahun sebelumnya yang tercatat 4,001 juta orang. Kedatangan wisatawan tersebut langsung dari negaranya dengan menggunakan pesawat udara melalui Bandara Ngurah Rai sebanyak 4,85 juta orang dan sisanya 75.303 orang melalui pelabuhan laut (BPS Provinsi Bali 2017). Saat ini, sektor pariwisata Indonesia berkontribusi untuk kira-kira 4% dari total perekonomian. Pada tahun 2019, Pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka ini dua kali lipat menjadi 8% dari PDB, sebuah target yang ambisius (mungkin terlalu ambisius) yang mengimplikasikan bahwa dalam waktu empat tahun mendatang, jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Dalam rangka mencapai target ini, Pemerintah akan berfokus pada memperbaiki infrastruktur Indonesia (termasuk infrastruktur Pariwisata Budaya, Vol.3, Nomer 1, Tahun 2018 70 teknologi informasi dan komunikasi), akses, kesehatan & kebersihan dan juga meningkatkan kampanye promosi online (marketing) di luar negeri (indonesia-investments, 2018). Sejak pemerintah Indonesia menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan pembangunan nasional, dunia pariwisata Indonesia menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Bahkan, pariwisata menjadi core

economy Indonesia ke depan. Pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level bawah masyarakat. Melalui pengembangan CBT diharapkan industri pariwisata dapat menjadi instrumen pembangunan yang lebih mensejahterakan masyarakat. Secara global CBT tidak sekedar pengembangan pariwisata melainkan juga dikembangkan sebagai bagian dari program penanggulangan masalah kemiskinan (Wiwin, 2018). Adapun definisi 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). Dengan demikian, CBT sangat berbeda dengan pariwisata massa (mass tourism). CBT merupakan model pengembangan pariwisata yang berasumsi bahwa pariwisata harus berangkat dari kesadaran nilai-nilai kebutuhan masyarakat sebagai upaya membangun pariwisata yang lebih bermanfaat bagi kebutuhan, inisiatif dan peluang masyarakat lokal (Pinel: 277) CBT bukanlah bisnis wisata yang bertujuan untuk memaksimalkan profil bagi para investor. CBT lebih terkait dengan dampak pariwisata bagi masyarakat dan sumber daya lingkungan (environmental resources). CBT lahir dari strategi pengembangan masyarakat dengan menggunakan pariwisata sebagai alat untuk memperkuat kemampuan organisasi masyarakat rural/lokal.

2. Kajian Pustaka

Dalam khasanah ilmu kepariwisataan, strategi tersebut dikenal dengan istilah *community based tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Konstruksi CBT ini pada prinsipnya merupakan salah satu gagasan yang penting dan kritis dalam perkembangan teori pembangunan kepariwisataan konvensional (growth oriented model) yang seringkali mendapatkan banyak kritik telah mengabaikan hak dan meminggirkan masyarakat lokal dari kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi. Kritik tersebut muncul karena di tingkat global, aktivitas wisata secara massif yang berjalan selama ini dipercaya memunculkan dampak negatif, ditandai dengan berlangsungnya penurunan kualitas lingkungan yang sering dijamah wisatawan (Permatasari, 2022). *Community Based Tourism* (CBT), biasa juga disebut sebagai pariwisata berbasis masyarakat. Secara konseptual, prinsip dasar CBT adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan. Menurut Anggriani, Febriana, Prasetyo, and Komala (2023) Konsep *Community Based Tourism* memiliki beberapa prinsip-prinsip dasar yang dapat digunakan sebagai *Tool Community Development* bagi masyarakat lokal. Konsep CBT digunakan oleh para perancang, pegiat pembangunan pariwisata, strategi untuk memobilisasi komunitas untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan pariwisata. Tujuan yang ingin diraih adalah pemberdayaan sosial ekonomi komunitas dan meletakkan nilai lebih dalam pariwisata, khususnya kepada para wisatawan. Kemudian yang pertama kali mempopulerkan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah Kriska, Andiani, and Simbolon (2019) Dia berpendapat, bahwa produk pariwisata secara lokal diartikulasikan dan dikonsumsi, produk wisata dan konsumennya harus visible bagi penduduk lokal yang seringkali sangat sadar terhadap dampak turisme. Untuk itu, pariwisata harus melibatkan masyarakat lokal, sebagai bagian dari produk turisme, lalu kalangan industri juga harus melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan. Sebab, masyarakat lokal lah yang harus menanggung dampak kumulatif dari perkembangan wisata dan mereka butuh untuk memiliki input yang lebih besar, bagaimana masyarakat dikemas dan dijual sebagai produk pariwisata (Permatasari, 2022). Konsep Murphy dalam implementasinya masih terdapat berbagai masalah. Partisipasi publik dilihat sebagai alat untuk memelihara integritas dan otentisitas dan juga kemampuan kompetitif produk pariwisata (Klau, Fanggidae, Salean, & Fanggidae, 2023). Tetapi, ketika partisipasi publik muncul, perencanaan tujuan pariwisata tetap terpusat pada inters-inters komersial dan pelibatan masyarakat sangat kecil.

Dan tujuan dari perencanaan pariwisata model ini lebih terfokus pada upaya melestarikan keunikan dan daya tarik wisata, dan pada faktanya lebih top-down, bersifat bisnis, dan dengan pendekatan yang berorientasi ekonomi (bahaire and Elliott-White, 1999: 248). Tujuan kegiatan *Community Based Tourism* (CBT) adalah untuk mengurangi kesenjangan sosial yang disebabkan oleh perbedaan kondisi tersebut, maka tidak dipungkiri akan terjadi kesenjangan sosial antara lembaga dan komunitas (Yulianita, 2003). Saat ini peran komunitas masyarakat mempunyai peranan yang signifikan dalam meningkatkan citra pariwisata. Peneliti akan membahas aktivitas berkelanjutan dari masyarakat

sebagai pelaku utama kegiatan kepariwisataan. Sasaran utama dari konsep CBT adalah pengembangan kepariwisataan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Nurhayati, 2012). Selain itu, CBT akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Dengan demikian akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli desa. Dan pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Dapat dikatakan bahwa CBT merupakan konsep ekonomi kerakyatan yang riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan hasilnya langsung dinikmati oleh masyarakat. Konsep ini lebih mementingkan dampak pariwisata terhadap masyarakat dan sumber daya lingkungan. CBT muncul dari strategi pengembangan masyarakat, dengan menggunakan pariwisata sebagai alat untuk memperkuat kemampuan organisasi masyarakat pedesaan yang mengelola sumber daya pariwisata dengan partisipasi masyarakat setempat. Meski muncul dari masyarakat, CBT tidak seutuhnya menjadi solusi yang sempurna untuk masalah masyarakat. Jika sembarangan diterapkan, CBT bisa menimbulkan masalah dan membawa bencana. Oleh karena itu, komunitas harus pandai-pandai dalam memilih dan berhati-hati. Selain itu, harus dipersiapkan semuanya secara memadai sebelum mengoperasikan CBT agar sesuai untuk pengembangan CBT. Yang lebih penting lagi, masyarakat harus memiliki kekuatan untuk memodifikasi atau menanggukkan CBT agar tidak melampaui kapasitas pengelolaan masyarakat atau membawa dampak negatif yang tidak terkendali (Very Yuda, 2019).

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata dunia, terus berbenah untuk menangkap peluang tersebut. Sebagai bagian dari kepulauan nusantara, Pulau Bali memiliki kekhasan sumber daya alam dan budaya, yang membuatnya terkenal ke mancanegara, bahkan namanya jauh lebih terkenal dibandingkan Indonesia dengan predikat “The Paradise Island” atau sebutan “The Island of God”. Hal ini terlihat dari semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang datang ke Bali, bahkan pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Bali mencapai 5,3 juta orang. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan tersebut, sepadan dengan berbagai penghargaan internasional di bidang pariwisata yang pernah diraih oleh Bali, yang terbaru yaitu pada tahun 2017 Pulau Bali kembali dinobatkan sebagai Destinasi Terbaik Dunia versi TripAdvisor yang setiap tahunnya mengeluarkan daftar tempat wisata terbaik di dunia, regional maupun tiap negara. Daftar “The World’s Best Destination with Travellers Choice” tersebut berdasarkan ulasan para pengguna TripAdvisor dimana Bali menempati ranking pertama dalam kategori Destinasi Wisata Dunia tahun 2017. (Pesona Travel, 2017). Peluang tersebut merangsang semua stakeholders yang terkait untuk terus berupaya mengembangkan segala potensi sumber daya yang dimiliki, tidak terkecuali masyarakat Bali sendiri yang secara swadaya maupun kerjasama dengan stakeholders terkait terus berinovasi menciptakan daya tarik dan atraksi wisata baru untuk mendatangkan wisatawan sehingga cita-cita pengembangan pariwisata untuk meningkatkan perekonomian daerah dan taraf hidup masyarakat dapat terwujud. Hasil pariwisata jangan sampai hanya dinikmati oleh sebagian kalangan saja, tetapi harus benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat lokal sebagai objek sekaligus subjek dari aktivitas pariwisata itu sendiri. Oleh karenanya dewasa ini mulai muncul gerakan-gerakan swadaya masyarakat untuk membangun dan mengembangkan potensi wisata di daerahnya masing-masing, mulai dari kepemilikan (ownership) sumber daya pariwisata, pengelolaan (management), dan kontrol (control). Gerakan ini sesuai dengan konsep pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat atau dikenal dengan istilah Community Based Tourism (CBT).

Bali sendiri yang secara swadaya maupun kerjasama dengan stakeholders terkait terus berinovasi menciptakan daya tarik dan atraksi wisata baru untuk mendatangkan wisatawan sehingga cita-cita pengembangan pariwisata untuk meningkatkan perekonomian daerah dan taraf hidup masyarakat dapat terwujud. Hasil pariwisata jangan sampai hanya dinikmati oleh sebagian kalangan saja, tetapi harus benar-benar dirasakan manfaatnya oleh masyarakat lokal sebagai objek sekaligus subjek dari aktivitas pariwisata itu sendiri. Oleh karenanya dewasa ini mulai muncul gerakan-gerakan swadaya masyarakat untuk membangun dan mengembangkan potensi wisata di daerahnya masing-masing, mulai dari kepemilikan (ownership) sumber daya pariwisata, pengelolaan (management), dan kontrol (control). Gerakan ini sesuai dengan konsep pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat atau

dikenal dengan istilah Community Based Tourism (CBT). Melalui pengembangan CBT diharapkan industri pariwisata dapat menjadi instrumen pembangunan yang lebih mensejahterakan masyarakat. Secara global CBT tidak sekedar pengembangan pariwisata melainkan juga dikembangkan sebagai bagian dari program penanggulangan masalah kemiskinan Bali merupakan sebuah contoh bagaimana komunitas lokal dalam skala yang besar mendapatkan manfaat dari kepariwisataan. Komunitas lokal Bali kemudian berangsur – angsur secara kolektif menyadari pariwisata merupakan sumber utama perekonomian. Selain Bali, belum ada tempat lain di Indonesia yang masyarakat lokalnya memiliki kolektifitas yang kuat dalam memanfaatkan kepariwisataan sebagai roda perekonomian. Pada umumnya destinasi di Indonesia daya tarik berbasis komunitas dimulai pada lingkungan yang sangat kecil mulai keluarga atau klan dan juga lokasi yang memiliki keunikan tertentu kemudian menarik wisatawan untuk datang. *Community Based Tourism* (CBT) di Bali yang sudah berkembang saat ini diantaranya Wisata Desa Trunyan, Wisata Desa Tenganan, Wisata Desa Tua Marga, Wisata Desa Penglipuran, Wisata Desa Jatiluwih, Wisata Desa Ubud.

Menciptakan sebuah masyarakat wisata, Rocharungsat (2008) menyebutkan hal yang sangat mendasar perlu dimiliki oleh komunitas adalah pemahaman sumber daya utama apa yang dapat ditawarkan oleh komunitas lokal terhadap wisatawan dan seberapa besar keterlibatan komunitas lokal dalam industri kepariwisataan. Destinasi wisata berbasis komunitas bisa jadi gagal dalam menawarkan sumber daya tarik wisata (*tourist attraction resources*), komunitas justru menjadi objek daya tarik wisata atau menjadi daya tarik wisata itu sendiri dalam hal ini menjadi tidak jelas siapa yang mendapatkan manfaat dari kepariwisataan.

Menurut Bank Dunia konsep CBT akan melibatkan masyarakat dalam proses pembuatan keputusan khususnya terkait dengan perolehan pendapatan, kesempatan kerja, serta pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Konsep CBT juga merupakan implementasi ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan dan dinikmati oleh masyarakat sendiri.

Meski muncul dari masyarakat, CBT tidak sepenuhnya menjadi solusi yang sempurna untuk masalah masyarakat. Jika sembarangan diterapkan, CBT bisa menimbulkan masalah dan membawa bencana. Komunitas harus pandai dalam memilih dan berhati – hati, harus dipersiapkan semuanya secara memadai sebelum mengoperasikan CBT agar sesuai untuk pengembangan CBT. Masyarakat harus memiliki kekuatan untuk memodifikasi atau menanggulangi CBT agar tidak melampaui kapasitas pengelolaan masyarakat atau membawa dampak negatif yang tidak terkendali. Dari latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut konsep pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

3. Bahan dan Metode

Konsep CBT muncul pertama kali sekitar tahun 1970-an akibat adanya kritikan atas dampak negatif yang ditimbulkan oleh mass tourism. Kemudian mendapatkan perhatian lebih pada tahun 2000, dimana Bank Dunia (World Bank) mulai memikirkan bagaimana caranya menanggulangi masalah kemiskinan melalui sektor pariwisata yang kemudian dikenal dengan “community-based tourism” (CBT). Selanjutnya diidentifikasi adanya tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT yakni adventure travel, cultural travel dan ecotourism. Dibahas pula kaitannya dengan akomodasi yang dimiliki oleh masyarakat atau disebut small family-owned hotels yang biasanya berkaitan erat dengan tiga jenis kegiatan tersebut. Bank Dunia yakin bahwa peningkatan wisata adventure, ecology dan budaya akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat setempat dan sekitarnya sekaligus memelihara budaya, kesenian dan cara hidup masyarakat di sekitarnya. CBT melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan, sehingga dengan demikian CBT akan dapat menciptakan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan pariwisata. Jadi sesungguhnya CBT adalah konsep ekonomi kerakyatan di sektor riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan hasilnya pun langsung dinikmati oleh

mereka. Aulia and Sunan (2023) dalam bukunya menyebutkan bahwa CBT adalah wisata yang menengahkan lingkungan, sosial masyarakat, dan kesinambungan budaya dalam satu fokus pengembangan. CBT dikelola dan dimiliki dari dan oleh masyarakat, dengan tujuan memberikan pengetahuan kepada para wisatawan tentang bagaimana kearifan lokal dan kehidupan yang dilakukan sehari-hari di komunitas tersebut. Rest, selanjutnya menyatakan : "CBT is tourism that takes environmental, social, and cultural sustainability into account. It is managed and owned by the community, for the community, with the purpose of enabling visitors to increase their awareness and learn about the community and lokal ways of life". Diana and Setiawan (2021) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Ciri-ciri khusus dari Community Based Tourism Sari (2020) adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta lain kelompok memiliki ketertarikan/minat, yang memberi control lebih besar dalam proses sosial untuk mewujudkan kesejahteraan. Sawu and Sugiarti (2020) menekankan strategi yang terfokus pada identifikasi tujuan masyarakat tuan rumah dan keinginan serta kemampuan mereka menyerap manfaat pariwisata. Menurut Murphy setiap masyarakat harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pariwisata untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat lokal.

Bahan dan metode yang digunakan dalam penulisan jurnal ini adalah studi dokumentasi atau literature review dengan mengambil objek permasalahan dan pembahasan beberapa jurnal lainnya untuk dibahasakan secara lebih fokus dalam *Community Based Tourism* (CBT) masyarakat Bali. Adapun *literature* yang digunakan dalam penulisan jurnal ini dan dianggap mewakili kajian pustaka yang memenuhi kriteria penulisan adalah sebagai berikut :

- 1) Kasih Cakraputra Komsary, *Tourism Department Bina Nusantara University*, 2018, Artikel nya yang berjudul : *Community Based Tourism*
- 2) Anindya Putri Raflesia Arifin, *Jurnal Visi Komunikasi Vol 16*, 2017, Artikelnya berjudul : Pendekatan Community Based Tourism dalam membina Hubungan Komunitas di Kawasan Kota Tua Jakarta.
- 3) Very Yuda, Artikel , 2019. Artikelnya berjudul : Mengenal Konsep *Community Based Tourism*.

4. Hasil dan Pembahasan

Pemberdayaan masyarakat sebagai suatu proses yang tidak saja hanya mengembangkan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berdaya, namun demikian juga harus berupaya dapat meningkatkan harkat dan martabat, rasa percaya diri dan harga dirinya serta terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat. Pemberdayaan masyarakat dimaknai sebagai suatu upaya untuk menguatkan power (daya) atau empowering dari golongan masyarakat yang powerless (tidak berdaya), biasanya mereka yang sedang tergolong kedalam masyarakat yang marjinal. Dalam kegiatan kepariwisataan ada beberapa pihak yang memiliki peran dan terlibat langsung dalam kegiatan kepariwisataan. Pelaksanaan kepariwisataan sangatlah besar dan perlu diseimbangkan dengan peran pemerintah maupun swasta. Tetapi dalam kenyataannya yang terjadi peran masyarakat masih sangat kecil bila dibandingkan dengan kedua stakeholder lainnya. Penyebabnya adalah tidak adanya atau lemahnya akses yang mereka miliki kepada sumberdaya (resource) pariwisata yang ada dan rendahnya pelibatan mereka dalam proses pengambilan keputusan. Sunaryo (2013) menyatakan bahwa untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berjalan dengan baik dan dikelola dengan baik maka hal yang paling mendasar dilakukan adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat. Masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama pentingnya sebagai salah satu pemangku kepentingan (stakeholder) dalam pembangunan kepariwisataan, selain pihak pemerintah dan industri swasta. Menurut Dye dalam Dunn (2000) terdapat tiga elemen kebijakan yang membentuk sistem kebijakan. Dye menggambarkan ketiga elemen kebijakan tersebut sebagai kebijakan publik/public policy, pelaku kebijakan/policy stakeholders, dan lingkungan kebijakan/policy environment.

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini dinilai sebagai salah satu sektor yang bisa menambah cukup banyak devisa negara. Hal tersebut tidak terlepas dari perkembangan kebutuhan pariwisata, tidak hanya di Indonesia, namun di seluruh dunia. Pertumbuhan kebutuhan manusia akan pariwisata menyebabkan sektor ini dinilai mempunyai prospek yang besar di masa yang akan datang. Sektor pariwisata mampu menghidupkan ekonomi masyarakat di sekitarnya, pariwisata juga diposisikan sebagai sarana penting dalam rangka memperkenalkan budaya dan keindahan alam daerah terkait. Orientasi pembangunan kepariwisataan perlu menempatkan fakta di atas sebagai pertimbangan pokok dalam menumbuhkembangkan kapasitas dan kapabilitas pada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan pelayanan sekaligus merealisasikan peran sentral masyarakat dalam aktivitas pembangunan kepariwisataan sesuai dengan harapan dan kemampuan yang dimiliki. Partisipasi masyarakat penting untuk mengambil keputusan dalam pembangunan kepariwisataan maupun manfaat yang akan diterima sebagai implikasi berlangsungnya aktivitas wisata di kawasan pedesaan. Community Based Tourism atau pariwisata berbasis masyarakat (Prabawati:2013) adalah pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat guna membantu wisatawan meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang tata cara hidup masyarakat lokal.

Community Based Tourism (CBT) merupakan konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya. Ada tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT, yaitu penjelajahan (adventure travel), wisata budaya (cultural tourism), dan ekowisata (ecotourism). Dalam khasanah ilmu kepariwisataan, strategi tersebut dikenal dengan istilah Community Based Tourism (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Konstruksi pariwisata berbasis masyarakat (Community Based Tourism) ini pada prinsipnya merupakan salah satu gagasan yang penting dan kritis dalam perkembangan teori pembangunan kepariwisataan konvensional (growth oriented model) yang seringkali mendapatkan banyak kritik telah mengabaikan hak dan meminggirkan masyarakat lokal dari kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi. Sedangkan menurut Hudson dan Timothy (1999) dalam Sunaryo (2013) pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism merupakan pemahaman yang berkaitan dengan kepastian manfaat yang diperoleh oleh masyarakat dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta kelompok lain yang memiliki ketertarikan atau minat kepada kepariwisataan setempat, dan tata kelola kepariwisataan yang memberi ruang kontrol yang lebih besar untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pariwisata berbasis masyarakat atau Community Based Tourism berkaitan erat dengan adanya kepastian partisipasi aktif dari masyarakat setempat dalam pembangunan kepariwisataan yang ada. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri dari atas dua perspektif, yaitu partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi yang berkaitan dengan distribusi keuntungan yang diterima oleh masyarakat dari pembangunan pariwisata.

Menurut Isnaini Mualissin (2007) Konsep *Community Based Tourism* memiliki beberapa prinsip-prinsip dasar yang dapat digunakan sebagai *Tool Community Development* bagi masyarakat lokal, yakni:

- 1) Mengakui, mendukung dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki Masyarakat
- 2) Melibatkan anggota masyarakat sejak awal dalam setiap aspek
- 3) Mempromosikan kebanggaan Masyarakat
- 4) Meningkatkan kualitas hidup Masyarakat
- 5) Memastikan kelestarian lingkungan dan sumber daya alam
- 6) Mempertahankan karakter dan budaya unik
- 7) Meningkatkan pembelajaran lintas budaya
- 8) Menghormati perbedaan-perbedaan kultural budaya dan martabat sebagai manusia
- 9) Membagikan manfaat keuntungan secara adil diantara anggota Masyarakat
- 10) Memberikan kontribusi persentase pendapatan yang tetap terhadap proyek masyarakat

Terdapat 5 kriteria yang dikembangkan oleh para ahli sebagai tolok ukur kesuksesan pembangunan kepariwisataan:

- Manfaat yang diperoleh dari CBT harus terdistribusikan secara merata ke seluruh masyarakat di destinasi
- Manajemen kepariwisataan yang baik dan dan berhati-hati.
- CBT harus memiliki kemitraan yang kuat dan dukungan baik dari dalam dan luar komunitas
- Keunikan daya tarik harus dipertimbangkan untuk mempertahankan keberlanjutan destinasi
- Pelestarian lingkungan tidak boleh diabaikan.

Kini pendekatan dalam kegiatan community relations dituntut untuk lebih bersifat “strategis“. Program atau kegiatan ini bukan lagi sekedar penyangga antara organisasi dan lingkungannya melainkan menjalankan fungsi yang mesti mengintegrasikan kepentingan – kepentingan stakeholder, khususnya karyawan dan komunitas ke dalam kepentingan organisasi. Model pendekatan masyarakat (community approach) menjadi standar baku bagi proses pengembangan pariwisata di daerah pinggiran, dimana melibatkan masyarakat didalamnya adalah faktor yang sangat penting bagi kesuksesan produk wisata. D’amore memberikan guidelines model bagi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, yakni;

- Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk lokal (resident)
- Mempromosikan dan mendorong penduduk lokal
- Pelibatan penduduk lokal dalam industri
- Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan
- Partisipasi penduduk dalam event-event dan kegiatan yang luas
- Produk wisata untuk menggambarkan identitas lokal
- Mengatasi problem-problem yang muncul sebelum pengembangan yang lebih jauh

Poin-poin diatas merupakan ringkasan dari community approach. Masyarakat lokal harus “dilibatkan”, sehingga mereka tidak hanya dapat menikmati keuntungan pariwisata dan selanjutnya mendukung pengembangan pariwisata yang mana masyarakat dapat memberikan pelajaran dan menjelaskan secara lebih rinci mengenai sejarah dan keunikan yang dimiliki. *Community Based Tourism* merupakan konsep pengembangan suatu destinasi wisata lokal dimana masyarakat turut andil mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha – usaha pariwisata juga mendapatkan keuntungan. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratis dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung. *Community Based Tourism* dalam pandangan Hausler merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak. *Community Based Tourism* bukan hanya sebagai sebuah harapan bagi Negara – Negara di dunia melainkan juga sebagai peluang, terdapat ciri – ciri unik yaitu : karakternya lebih mudah dalam skala kecil dan secara ekologis aman dan tidak menimbulkan banyak dampak negatif. Pariwisata berbasis komunitas menimbulkan dampak sosial cultural yang minimal dan memiliki peluang yang lebih besar untuk diterima oleh masyarakat.\

Untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berjalan dengan baik dan dikelola dengan baik maka hal yang paling mendasar dilakukan adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat. Masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama pentingnya sebagai salah satu pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam pembangunan kepariwisataan, selain pihak pemerintah dan industri swasta. Proses pembuatan keputusan bersama diantara stakeholders otonom dari domain interorganisasi untuk memecahkan problem-problem atau me-manage isu yang berkaitan dengan pariwisata (Suprayogi, 2021). Proses kolaborasi meliputi:

- 1) Problem Setting dengan mengidentifikasi stakeholders kunci dan isu-isu.
- 2) Direction Setting dengan berbagi interpretasi kolaboratif, mengapresiasi tujuan umum.
- 3) strukturalisasi dan implementasikan,
- 4) institusionalisasi.

Supaya pelaksanaan CBT dapat berhasil dengan baik, ada elemen-elemen CBT yang musti diperhatikan, yakni:

- Sumberdaya alam dan budaya,
- Organisasi-organisasi masyarakat,
- Manajemen,
- Pembelajaran (Learning).

Pada intinya, hakikat dari partisipasi masyarakat merupakan bentuk peningkatan daya tawar bagi masyarakat itu sendiri, sehingga posisinya menjadi seimbang dengan pemerintah ataupun investor. Dengan kata lain sebagai kekuatan untuk mengontrol kebijakan yang diambil pemerintah agar terjadi sinergi antara sumber daya lokal, kekuatan politik pemerintah, dan sumber daya dari luar atau investor. Masyarakat berperan penting dalam menunjang pembangunan pariwisata. Sedangkan keterlibatan pemerintah dan swasta sebatas memfasilitasi masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan desa wisata.

5. Kesimpulan

Pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) merupakan solusi dalam menjawab berbagai isu negatif tentang pengelolaan industri pariwisata selama ini, pariwisata pada awalnya oleh sebagian kalangan dianggap sebagai “perusak” sumber daya alam dan budaya, namun di beberapa objek daya tarik wisata di Bali telah terbukti mampu memberikan manfaat ekonomi bagi kehidupan masyarakat lokal, memberikan manfaat bagi pelestarian budaya lokal, maupun bermanfaat bagi kelestarian lingkungan alam, dimana masyarakat lokal mulai menyadari akan pentingnya kebersihan, keindahan dan kelestarian sumber daya alam dan budaya sebagai bagian dari suguhan atraksi wisata. CBT menawarkan konsep agar ownership (kepemilikan) sumber daya, management (pengelolaan), dan control (pengawasan) secara substansial benar-benar berada di tangan masyarakat lokal melalui komunitas lokal seperti lembaga adat/desa pakraman, sehingga masyarakat lokal tidak hanya sebagai penonton semata, namun serta-merta menjadi pelaku dan penikmat hasil dari industri pariwisata.

Dari hasil dan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa *Community Based Tourism* dapat dikelola dengan rekomendasi sebagai berikut :

- 1) Pengelola desa wisata diharapkan mampu menyalurkan bantuan stimulant secara merata sesuai dengan prioritas kebutuhan desa wisata.
- 2) Pengelola desa wisata diharapkan mampu merangkul semua elemen masyarakat sehingga kegiatan desa wisata dapat merata.
- 3) Membangun jalinan hubungan yang terintegrasi antara masyarakat dengan pengelola desa wisata sehingga terbina komunikasi efektif.
- 4) Perlunya adanya pertemuan berkelanjutan yang dilakukan pengelola desa wisata dengan masyarakat sehingga aspirasi masyarakat tersalurkan dalam peneglolaan wisata desa.

Referensi

- Anggriani, R., Febriana, W., Prasetyo, R., & Komala, R. (2023). Ekowisata Melalui Konsep Community Based Tourism. *JCOMENT (Journal of Community Empowerment)*, 4(3), 137-151.
- Aulia, D. E., & Sunan, M. I. N. (2023). Strategi Pengembangan Wisata Melalui Pendekatan Community Based Tourism (Cbt) di Desa Wisata Kemiri. *Jurnal Intervensi Sosial*, 2(1), 54-62.
- Diana, D., & Setiawan, A. B. (2021). Evaluasi Penerapan Community Based Tourism (CBT). *Efficient: Indonesian Journal of Development Economics*, 4(1), 1044-1065.
- Klau, W. W., Fanggidae, A. H. J., Salean, D. Y., & Fanggidae, R. P. C. (2023). Strategi Pengembangan Objek Wisata dalam Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan : Studi Pada Objek Wisata Fulan Fehan. *Jurnal Studi Perhotelan dan Pariwisata*, 1(2), 53-61.
- Kriska, M., Andiani, R., & Simbolon, T. G. Y. (2019). Partisipasi masyarakat dalam community based tourism di desa wisata puton watu ngelak kabupaten bantul. *JSEP (Journal of Social and Agricultural Economics)*, 12(1), 11-18.
- Permatasari, I. (2022). Peran model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (Community based tourism) dalam mewujudkan pariwisata berkelanjutan (Sustainable tourism) di Bali. *Kertha Wicaksana*, 16(2), 164-171.
- Sari, I. G. A. M. P. (2020). Pengembangan desa wisata dalam perspektif Community Based Tourism (CBT). *Aplikasi Administrasi: Media Analisa Masalah Administrasi*, 26-32.
- Sawu, M. R., & Sugiarti, D. P. (2020). Partisipasi Masyarakat Dalam Pengelolaan Community Based Tourism Di Desa Wisata Waturaka, Kabupaten Ende. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 8(1).
- Suprayogi, B. (2021). *Community Based Tourism (CBT) Sebagai Konsep Pengembangan Pariwisata Di Desa Tanjung Belit, kecamatan Kampar Kiri Hulu, Kabupaten Kampar*. Universitas Islam Riau.
- Wiwin, I. W. (2018). Community based tourism dalam pengembangan pariwisata Bali. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 3(1), 69-75.