

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi yang semakin terus berkembang pentingnya peranan pemerintah, swasta maupun masyarakat dalam mendorong pembangunan ekonomi sebuah masyarakat. Dengan memperdayakan masyarakat dapat mendorong pembangunan ekonomi sehingga meningkatkan pertumbuhan ekonomi setinggi-tingginya bagi masyarakat.

Pariwisata merupakan sektor yang dapat mendorong peningkatan pertumbuhan ekonomi dan dapat memberikan pembangunan ekonomi berkelanjutan untuk masyarakat desa. Kawasan Borobudur mempunyai potensi-potensi dan kearifan-kearifan lokal yang dapat dikembangkan menjadi pariwisata. Kawasan Borobudur potensial untuk mengembangkan pariwisata dari kearifan-kearifan lokal maupun potensi yang dimiliki. Jika semua aset yang ada di kawasan Borobudur dikelola dengan baik maka akan mengundang antusias wisatawan untuk datang ke candi Borobudur sehingga wisatawan tidak hanya berkunjung ke Candi Borobudur saja. Dengan mengembangkan pariwisata dari aset-aset yang dimiliki masyarakat desa di kawasan Borobudur maka masyarakat akan terberdayakan dari adanya kegiatan pariwisata yang akan berdampak pada peningkatan ekonomi masyarakat.

Dalam pengembangan pariwisata di kawasan Borobudur adanya keterlibatan partisipasi dari *stakeholder* yaitu pemerintah, swasta, maupun masyarakat yang bersama-sama sepakat untuk pengembangan pariwisata di kawasan Borobudur. Di kawasan Borobudur dalam pengembangan pariwisatanya *stakeholder* yang terlibat adalah Pemerintah Desa, BUMN sponsor, BUMN pendamping yang terdiri dari (PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, & Ratu Boko, PT. Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), PT.

Patra Jasa), dan Dinas Pariwisata, Pemuda & Olahraga serta masyarakat. Dengan keterlibatan antar *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata diharapkan dapat memberikan dampak bagi pertumbuhan ekonomi bagi masyarakat di kawasan Borobudur dengan memberdayakan masyarakat dari adanya kegiatan pariwisata dalam desa wisata.

Pemberdayaan masyarakat tidak lagi menempatkan posisi masyarakat sebagai obyek penerima manfaat yang bergantung pada bantuan dari pihak luar seperti pemerintah, melainkan dalam posisi sebagai subyek (agen atau partisipan yang bertindak) yang berbuat secara mandiri. Masyarakat yang mandiri dapat membuka ruang dan kapasitas dalam mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki, mengontrol lingkungan, mengelola sumberdaya yang ada secara optimal, mampu menyelesaikan masalah secara mandiri, dan ikut berpartisipasi dalam proses pengambilan kebijakan (Eko, 2004).

Dalam penelitian ini akan membahas tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN di kawasan Borobudur. Pengembangan pariwisata berbasis komunitas merupakan upaya dari pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dengan memberdayakan masyarakat desa dalam bentuk desa wisata. Pemerintah sebagai pemangku kebijakan, berusaha memberdayakan masyarakat desa dalam mengelola pariwisata berbasis komunitas dalam bentuk desa wisata. Dengan konsep desa wisata yang berbeda-beda pada setiap desanya yang disesuaikan dengan potensi dan kearifan - kearifan lokalnya. Dengan membuat konsep desa wisata yang berbeda-beda diharapkan dapat menarik wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung ke masing-masing desa wisata di kawasan Borobudur. Wisatawan asing maupun lokal diharapkan tidak hanya berkunjung di Candi Borobudur saja akan tetapi dapat berkunjung ke desa-desa wisata yang ada di kawasan Borobudur. Dengan adanya pengembangan pariwisata berbasis komunitas dalam bentuk desa wisata di kawasan Borobudur diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat desa.

Kawasan Candi Borobudur mempunyai potensi yang sangat bagus untuk dikembangkan pariwisata dalam bentuk desa wisata. Di kawasan Candi Borobudur banyak masyarakat setempat yang mengandalkan perekonomian dari adanya Candi Borobudur. Dalam mengandalkan perekonomian dari kegiatan pariwisata di Candi Borobudur, banyak masyarakat yang berinisiatif mengembangkan potensi-potensi yang ada di kawasan Candi Borobudur dalam rangka menarik wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung supaya dapat memberi manfaat ekonomi dari kegiatan pariwisata di kawasan Candi Borobudur. Sehingga banyak bermunculan tempat wisata-wisata baru yang dikelola masyarakat secara mandiri di kawasan Candi Borobudur, akan tetapi tidak dibarengi dengan pembangunan sarana dan prasarana yang memadai. Sehingga tempat wisata-wisata baru yang dikelola masyarakat kurang diminati oleh wisatawan. Adanya pengembangan *community based tourism* oleh BUMN dalam bentuk desa wisata di kawasan Candi Borobudur dapat mendorong masyarakat untuk dapat lebih mengoptimalkan potensi-potensi yang di miliki pada desa-desa di kawasan Candi Borobudur yang akan dijadikan desa wisata.

Pemerintah melalui BUMN mengandeng sejumlah sponsorhip dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) dengan merangkul PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, & Ratu Boko, PT. Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), dan PT. Patra Jasa sebagai BUMN pendamping untuk pengembangan balkondes yang nantinya akan menjadi desa wisata di kawasan Borobudur. Balkondes merupakan pariwisata berbasis masyarakat yang diinisiatif atau dilakukan oleh BUMN melalui aktivasi potensi desa guna meningkatkan pertumbuhan ekonomi desa. Adanya pengembangan balkondes untuk meningkatkan kunjungan wisatawan tambahan ke daerah Jogja, Solo, Semarang (Joglosemar). Pengembangan balkondes dapat mendorong pertumbuhan ekonomi pedesaan, memberdayakan masyarakat dan melestarikan budaya serta lingkungan. Dengan adanya pengembangan balkondes ditargetkan kunjungan tambahan sekitar 2 juta wisatawan asing di wilayah Joglosemar. Tujuan dari pengembangan balkondes adalah peningkatan pertumbuhan ekonomi

masyarakat dari kegiatan pariwisata dengan memberdayakan masyarakat dengan berdasar kearifan-kearifan lokal dan potensi-potensi yang dimiliki. Pengembangan balkondes merupakan sinergi BUMN terhadap sektor pariwisata yang akan dikembangkan di 100 desa di Indonesia. Melalui program balkondes diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat desa yang ada di kawasan Borobudur. Pengembangan balkondes direalisasikan di 20 desa yang berada di kawasan Borobudur. Pengembangan balkondes yang menggunakan dana CSR yang berasal dari BUMN, konsepnya adalah setiap satu BUMN memberikan kontribusinya dengan membina satu desa binaan dari 20 desa yang ada di kawasan Borobudur. Dengan membina desa-desa yang ada di sekitar Candi Borobudur menjadi desa wisata diharapkan dapat menumbuhkan ekonomi masyarakat desa di kawasan Borobudur.

Upaya untuk menyiapkan pengembangan pariwisata dalam bentuk desa wisata, pada tahun 2017 pemerintah melalui BUMN mengalokasikan 100 miliar untuk pembangunan Balai Ekonomi Desa (Balkondes). Pembangunan Balai Ekonomi Desa bertujuan untuk menyiapkan masyarakat desa yang ada di kawasan Borobudur dalam pengembangan desa wisata. Pembangunan Balai Ekonomi Desa yang menjadi prioritas pembangunan pertama dilakukan di kawasan Borobudur dari pembangunan Balai Ekonomi Desa yang akan dibangun di beberapa wilayah pariwisata Indonesia, seperti di Danau Toba, Dataran Tinggi Dieng, Mandalika, Bali, dan Labuan Bajo. Pembangunan Balai Ekonomi Desa di kawasan Borobudur dianggarkan 1 miliar untuk 1 balkondes di setiap desanya dari 20 desa. PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, & Ratu Boko, PT. Indonesia Tourism Development Corporation (ITDC), dan PT. Patra Jasa sebagai BUMN pendamping akan mendampingi dari 20 desa yang dibangun balkondes selama 3-5 tahun dalam mengelola desa wisata. Jika dalam waktu 3-5 tahun desa sudah mampu mengelola desa wisatanya maka akan diserahkan kepada desanya untuk dapat dikelola secara mandiri oleh masyarakat setempat.

Kecamatan Borobudur memiliki 20 desa, sehingga pengembangan desa wisata dilakukan di 20 desa yang berada pada kawasan Borobudur. Sampai saat ini sudah dibangun 19 Balai Ekonomi Desa di 19 desa yang sudah dioperasikan. Adapun Balai Ekonomi Desa di kawasan Borobudur adalah sebagai berikut :

Tabel 1.1

Persebaran Balai Ekonomi Desa dan BUMN Sponsorship

No.	Nama Desa	BUMN Sponsorship
1.	Desa Bigaran	PT. Angkasa Pura I
2.	Desa Bumiharjo	PT. Pembangunan Perumahan
3.	Desa Borobudur	PT. Taman Wisata Candi Borobudur, Prambanan, dan Ratu Boko
4.	Desa Candirejo	PT. Semen Indonesia
5.	Desa Giripurno	-
6.	Desa Giri Tengah	PT. Jasa Raharja
7.	Desa Karanganyar	PT. Bank Tabungan Negara
8.	Desa Karangrejo	PT. Perusahaan Gas Negara
9.	Desa Kebonsari	PT. Hutama Karya
10.	Desa Kembanglimus	PT. Patra Jasa
11.	Desa Kenalan	PT. Bank Mandiri
12.	Desa Majaksingi	PT. Jasa Marga
13.	Desa Ngadiharjo	PT. Perusahaan Listrik Negara
14.	Desa Ngargogondo	PT. Pengadaian
15.	Desa Sambeng	PT. Perkebunan Nusantara Holding
16.	Desa Tanjungsari	PT. Bank Rakyat Indonesia
17.	Desa Tegalarum	PT. Angkasa Pura II
18.	Desa Teksongo	PT. Telekomunikasi Indonesia
19.	Desa Wanurejo	PT. Bank Negara Indonesia
20.	Desa Wringinputih	PT. Pertamina

Sumber : Balkondes Borobudur

Dari 20 balkondes di 20 desa, penelitian ini fokus pada 3 balkondes di 3 desa yaitu Desa Karangrejo (Balkondes Karangrejo), Desa Wanurejo (Balkondes Wanurejo), dan Desa Tegalarum (Balkondes Tegalarum), 3 balkondes tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Objek Penelitian Balkondes

No.	Nama Balkondes	Produk Unggulan	Wisata	Lokasi
1.	Balkondes Karangrejo	1. Kerajinan Cetak Batu, Relief, dan Patung	1. Punthuk Setumbu 2. Punthuk Barede	Desa Karangrejo, Borobudur, Magelang, Jawa Tengah
2.	Balkondes Wanurejo	1. Kerajinan Ornament 2. Batik Tulis	1. Safari Gajah 2. Mata Air Umbul Tirta 3. Petilasan BPH Tejokusuma (Mbah Wanu)	Wanurejo, Magelang, Jawa Tengah
3.	Balkondes Tegalarum	1. Jamur Tiram	-	Tegalarum, Kabupaten Magelang, Jawa Tengah

Sumber : Balkondes Borobudur

Objek penelitian mengambil 3 lokasi balkondes yaitu Balkondes Karangrejo, Balkondes Wanurejo, dan Balkondes Tegalarum. Balkondes Karangrejo dan Balkondes Wanurejo sangat berpotensi untuk dikembangkan pariwisata dalam bentuk desa wisata karena mempunyai potensi alam maupun produk-produk unggulan yang dapat menarik wisatawan untuk datang. Produk-produk unggulan dari Desa Karangrejo dan Desa Wanurejo yang menyokong sebagian besar kegiatan pariwisata di kawasan Candi Borobudur. Sedangkan Balkondes Tegalarum yang minim dengan potensi alam dan produk-produk unggulan yang dimiliki untuk dikembangkan pariwisata dalam bentuk desa wisata.

Pengembangan Balai Ekonomi Desa (Balkondes) dengan dana CSR dari BUMN di 20 desa kawasan Borobudur dengan konsep pengembangan desa wisata yang berbeda-beda pada tiap desanya yang disesuaikan dengan potensi dan kearifan-kearifan lokal diharapkan dapat meningkatkan ekonomi masyarakat desa dengan memberdayakan masyarakatnya dan untuk kesiapannya dalam *community based tourism* dalam bentuk desa wisata.

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN tahun 2018 di Balai Ekonomi Desa kawasan Borobudur Kabupaten Magelang?
2. Bagaimana kendala-kendala dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN tahun 2018 di Balai Ekonomi Desa kawasan Borobudur Kabupaten Magelang?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN tahun 2018 di Balai Ekonomi Desa kawasan Borobudur Kabupaten Magelang.
2. Mengetahui kendala-kendala dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN Tahun 2018 di Balai Ekonomi Desa kawasan Borobudur Kabupaten Magelang.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dari segi teoritis yang mana sekurang-kurangnya dapat memberikan sumbangan pemikiran mengenai pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism*.

1.4.2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis :

Menambah wawasan secara lebih mendalam terkait pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN di Balkondes kawasan Borobudur.

b. Bagi PT. Taman Wisata Candi Borobudur, PT. Patra Jasa dan Dinas Pariwisata Pemuda & Olahraga :

Memberikan masukan maupun kritik terkait pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN di Balkondes kawasan Borobudur.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya :

Dapat menjadi bahan pertimbangan untuk dapat dikembangkan serta dapat menjadi referensi terkait penelitian pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism* binaan BUMN di Balkondes kawasan Borobudur.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Pustaka

Creswell (2012), mengatakan kajian Pustaka merupakan suatu ringkasan tertulis terkait artikel dari jurnal, buku, atau dokumen lain yang mendeskripsikan teori serta informasi dari masa lalu maupun masa yang sekarang, mengorganisasikan pustaka ke dalam topik dan dokumen yang dibutuhkan untuk penelitian.

Dalam mencapai tujuan penelitian, kajian pustaka membantu dalam pemilihan konsep-konsep yang tepat. Penelitian terdahulu menjadi sangat penting dalam penelitian baik dari landasan teori yang berasal dari penelitian terdahulu maupun hasil kajian dari penelitian sebelumnya. Beberapa penelitian sebelumnya yang meneliti tentang pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui *community based tourism*. Terdapat penelitian yang relevan, antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Anak Agung Istri Andriyani (2017) yang berjudul “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi di Desa Wisata Panglipuran Bali)*”, hasil dari penelitian ini adalah pemberdayaan masyarakat di desa wisata Panglipuran dicapai melalui tiga tahap, antara lain : tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, dan tahap pemberian daya. Dalam pemberdayaan masyarakat melibatkan partisipasi pihak masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adanya kendala-kendala dalam pemberdayaan masyarakat yang berkaitan dengan usaha mempertahankan budaya dan adat-istiadat dari arus modernisasi, sikap masyarakat, terbatasnya sumber daya manusia, ketersediaan akomodasi pariwisata, dan kurangnya promosi dalam pariwisata. Adanya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan desa wisata

memberikan dampak bagi ketahanan sosial budaya wilayah berupa penguatan tata nilai sosial, budaya, dan lingkungan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mustangin (2017) yang berjudul *“Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Lokal Melalui Program Desa Wisata Bumiaji”*, bahwa hasil dari penelitian ini adalah adanya program desa wisata dapat menjadi penggerak dalam memaksimalkan potensi-potensi yang dimilikinya melalui pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi masyarakatnya. Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan pengoptimalan program desa wisata berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki untuk dapat dijadikan komoditas pariwisata berbasis potensi lokal. Program desa wisata juga membawa pengaruh perubahan masyarakat dalam bidang pengetahuan dan perekonomian masyarakat.

Penelitian yang dilakukan oleh Farhan (2017) yang berjudul *“Analisis Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Candirejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang”*, hasil dari penelitian ini adalah dari adanya potensi-potensi dan kearifan lokal dari Desa Wisata Candirejo dikelola dalam bentuk pemberdayaan masyarakat melalui Koperasi Desa Wisata Candirejo untuk dijadikan komoditi dalam kegiatan pariwisata. Adanya program pemetaan potensi-potensi yang dimiliki, program promosi, program kerjasama, dan program pelatihan kepada masyarakat agar potensi-potensi yang dimiliki dapat dioptimalkan dan dapat terus dikembangkan agar dikenal luas. Desa Candirejo memiliki faktor pendukung yang antara lain meliputi : potensi-potensi yang masih memadai untuk dikembangkan, dekat dengan wilayah pemerintahan, adanya fasilitas-fasilitas penunjang pariwisata, dan adanya partisipasi yang aktif dari masyarakat. Desa Candirejo juga memiliki faktor penghambat dalam pemberdayaan masyarakatnya, antara lain meliputi : keterbatasan alokasi dana, terbatasnya sumber daya manusia, dan terkendala dalam bahasa komunikasi (asing). Pemberdayaan masyarakat di Desa Candirejo memberi dampak ekonomi bagi masyarakatnya dan membuka lapangan pekerjaan dalam kegiatan pariwisata.

Penelitian yang dilakukan oleh Pratiwi (2017) yang berjudul “*Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Mandiri di Desa Wanurejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang*”, hasil dari penelitian ini adalah strategi pemberdayaan yang dilakukan di Desa Wanurejo melalui tiga tahapan, meliputi : pelatihan, promosi, dan kerjasama yang tujuannya adalah mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki, seperti : sumber daya manusianya dan sumber daya alamnya yang disesuaikan dengan kearifan-kearifan lokal. Faktor pendorong dalam strategi pemberdayaan masyarakat yaitu lokasi Desa yang berada dekat dengan Candi Borobudur yang terletak kawasan wisata Borobudur, komunitas seni yang masih aktif dalam kegiatan budaya, dan tingkat kesadaran masyarakat yang tinggi akan pentingnya kemajuan pembangunan. Sedangkan faktor penghambatnya ialah mafia dalam kegiatan pariwisata yang semakin tinggi, munculnya sifat egosentris atau individualis, fasilitas bagi pelaku-pelaku kegiatan pariwisata yang terbatas.

Penelitian yang dilakukan oleh Sugi Rahayu (2016) yang berjudul “*Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Kulonprogo, Daerah Istimewa Yogyakarta*”, bahwa hasil dari penelitian ini yaitu Pemerintah Kulonprogo dalam mengembangkan *community based tourism* sebagai strategi pemberdayaan perekonomian masyarakat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain : program pengembangan destinasi wisata, program pengembangan pemasaran pariwisata, dan program pengembangan kemitraan. Jenis pariwisata di Kulonprogo yang potensial untuk dikembangkan sebagai *community based tourism* adalah wisata alam, wisata religi, wisata pendidikan, budaya, kuliner serta kerajinan-kerajinan. Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Kulonprogo muncul adanya hambatan yang antara lain : sarana infrastruktur yang belum mendukung. Minimnya partisipasi dari masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, dan kemitraan belum terjalin secara optimal.

Penelitian yang dilakukan oleh Siti Arieta (2010) yang berjudul “*Community Based Tourism Pada Masyarakat Pesisir : Dampaknya Terhadap Lingkungan dan Pemberdayaan Ekonomi*”, hasil penelitian ini adalah adanya penerapan *community based tourism* di masyarakat pesisir membuat masyarakat mampu secara mandiri dalam mengelola segala aktivitas pariwisatanya dengan potensi-potensi yang dimiliki melalui manajemen kelompok dan pemberdayaan masyarakat. Penerapan *community based tourism* dapat menjadi kekuatan dalam membangun ekonomi masyarakat pesisir tanpa menghilangkan kearifan-kearifan lokal yang dimiliki, sehingga masyarakat menjadi mandiri dengan tidak lagi tergantung pada bantuan dari pemerintah.

Penelitian yang dilakukan oleh Muslim (2016) yang berjudul “*Economic Community Empowerment Through Tourist Village Development*” hasil dari penelitian ini adalah potensi-potensi dan aset-aset desa dapat dikembangkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemerintah desa dengan pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pengembangan desa wisata. Pengembangan desa wisata Plempoh dilakukan dengan tahap eksplorasi desa atau potensi-potensi yang dimiliki, membangun visi, membentuk strategi, dan pengambilan keputusan. Sedangkan pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan melalui kesadaran, penyediaan fasilitas, dan pelatihan keterampilan. Dengan adanya pengembangan desa wisata memberikan dampak kepada masyarakat berupa kesempatan kerja, peningkatan pendapatan, dan pertumbuhan investasi pada bidang pariwisata pada masyarakat setempat.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyaningrum (2017) yang berjudul “*Community Empowerment Based Local Wisdom In Tourism of Bajo Community, Wakatobi*”, hasil dari penelitian ini adalah kegiatan pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan melibatkan masyarakat lokal untuk memberdayakan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Kearifan-kearifan lokal yang sudah ada sejak dulu di Bajo berfungsi sebagai objek wisata yang bernilai ekonomi tinggi agar meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Kearifan-kearifan lokal yang ada menjadi aset sosial orang Bajo untuk memberdayakan masyarakat berbaur dalam

kegiatan pariwisata. Masyarakat Bajo mendapatkan manfaat ekonomi dan kesejahteraan dengan adanya pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal atau kearifan-kearifan lokal untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata.

Tabel 2.1

Rangkuman Penelitian Terdahulu

Penulis	Judul	Hasil / Temuan
Anak Agung Istri Andriyani, E. M. (2017)	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata Dan Implikasinya Terhadap Ketahanan Sosial Budaya Wilayah (Studi di Wilayah Desa Wisata Panglipuran Bali).	Pemberdayaan masyarakat dicapai melalui tiga tahap, antara lain : tahap penyadaran, tahap pengkapasitasan, dan tahap pemberian daya. Dalam pemberdayaan masyarakat melibatkan partisipasi pihak masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Adanya kendala pemberdayaan masyarakat yang berkaitan dengan usaha mempertahankan budaya dan adat-istiadat dari arus modernisasi, sikap masyarakat, terbatasnya sumber daya manusia, ketersediaan akomodasi pariwisata, dan kurangnya promosi dalam pariwisata.
Mustangin, D. K. (2017)	Pemberdayaan Masyarakat Berbasis Potensi Lokal Melalui Program Desa Wisata di Desa Bumiaji.	Adanya program desa wisata dapat menjadi penggerak dalam memaksimalkan potensi-potensi yang dimilikinya melalui pemberdayaan masyarakat untuk meningkatkan ekonomi masyarakatnya. Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan pengoptimalan program desa wisata berdasarkan potensi-potensi yang dimiliki untuk dapat dijadikan komoditas pariwisata berbasis potensi lokal. Program desa wisata juga membawa pengaruh perubahan masyarakat dalam bidang pengetahuan dan perekonomian masyarakat.

<p>Farhan, A. (2017)</p>	<p>Analisis Pemberdayaan Masyarakat Desa Wisata Candirejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang.</p>	<p>Adanya potensi dan kearifan lokal dikelola dalam bentuk pemberdayaan masyarakat melalui Koperasi Desa Wisata Candirejo untuk dijadikan komoditi dalam kegiatan pariwisata. Adanya program pemetaan potensi yang dimiliki, program promosi, program kerjasama, dan program pelatihan kepada masyarakat. Faktor penghambat dalam pemberdayaan masyarakatnya, antara lain meliputi : keterbatasan alokasi dana, terbatasnya sumber daya manusia, dan terkendala dalam bahasa komunikasi (asing). Pemberdayaan masyarakat memberi dampak ekonomi bagi masyarakatnya dan membuka lapangan pekerjaan dalam kegiatan pariwisata.</p>
<p>Pratiwi, H. (2017)</p>	<p>Strategi Pemberdayaan Masyarakat Melalui Desa Wisata Mandiri di Desa Wanurejo Kecamatan Borobudur Kabupaten Magelang.</p>	<p>Strategi pemberdayaan yang dilakukan melalui tiga tahapan, meliputi : pelatihan, promosi, dan kerjasama yang tujuannya adalah mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki, seperti : sumber daya manusianya dan sumber daya alamnya yang disesuaikan dengan kearifan-kearifan lokal. Faktor pendorong dalam yaitu lokasi Desa yang berada dekat dengan Candi Borobudur yang terletak kawasan wisata Borobudur, komunitas seni yang masih aktif dalam kegiatan budaya, dan tingkat kesadaran masyarakat yang tinggi. Faktor penghambatnya ialah mafia dalam kegiatan pariwisata yang semakin tinggi, munculnya sifat egosentris atau individualis, fasilitas bagi pelaku-pelaku kegiatan pariwisata yang terbatas.</p>

Sugi Rahayu, U. D. (2016)	Pengembangan <i>Community Based Tourism</i> Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.	Adanya <i>community based tourism</i> sebagai strategi pemberdayaan perekonomian masyarakat dilakukan dengan berbagai cara, antara lain : program pengembangan destinasi wisata, program pengembangan pemasaran pariwisata, dan program pengembangan kemitraan. Faktor penghambatan antara lain : sarana infrastruktur yang belum mendukung. Minimnya partisipasi dari masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, dan kemitraan belum terjalin secara optimal.
Siti Arieta (2010)	<i>Community Based Tourism</i> Pada Masyarakat Pesisir : Dampaknya Terhadap Lingkungan dan Pemberdayaan Ekonomi.	Adanya penerapan <i>community based tourism</i> di masyarakat pesisir membuat masyarakat mampu secara mandiri dalam mengelola segala aktivitas pariwisatanya dengan potensi yang dimiliki melalui manajemen kelompok dan pemberdayaan masyarakat. Penerapan <i>community based tourism</i> dapat menjadi kekuatan dalam membangun ekonomi masyarakat pesisir tanpa menghilangkan kearifan-kearifan lokal yang dimiliki, sehingga masyarakat menjadi mandiri dengan tidak lagi tergantung pada bantuan dari pemerintah.
Muslim, A. (2016)	<i>Economic Community Empowerment Through Tourist Village Development.</i>	Pengembangan desa wisata dilakukan dengan tahap eksplorasi desa atau potensi-potensi yang dimiliki, membangun visi, membentuk strategi, dan pengambilan keputusan. Sedangkan pemberdayaan ekonomi masyarakat dilakukan melalui kesadaran, penyediaan fasilitas, dan pelatihan keterampilan. Pengembangan desa wisata memberikan dampak kepada masyarakat berupa kesempatan

		kerja, peningkatan pendapatan, dan pertumbuhan investasi pada bidang pariwisata pada masyarakat setempat.
Cahyaningrum, D. (2017)	<i>Community Empowerment Based Local Wisdom In Tourism of Bajo Community, Wakatobi.</i>	Pemberdayaan masyarakat dilakukan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan pariwisata. Kearifan-kearifan lokal yang sudah ada sejak dulu di Bajo berfungsi sebagai objek wisata yang bernilai ekonomi tinggi agar meningkatkan ekonomi masyarakat lokal. Kearifan-kearifan lokal yang ada menjadi aset sosial orang Bajo untuk memberdayakan masyarakat berbaur dalam kegiatan pariwisata. Masyarakat Bajo mendapatkan manfaat ekonomi dan kesejahteraan dengan adanya pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal atau kearifan-kearifan lokal untuk terlibat dalam kegiatan pariwisata.

2.2. Kerangka Teori

2.2.1. Pariwisata

2.2.1.1. Definisi Pariwisata

Wahab (1975) dalam (Pendit, 1999), pariwisata adalah industri jenis baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam penyediaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktivitas lainnya.

Suwantoro (2004) dalam (Anastasia Murdiastuti, 2014) menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu perubahan tempat tinggal seseorang diluar tempat tinggalnya karena satu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah yang mana perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kesenangan dan keinginan untuk mengetahui.

Sedangkan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan, mengatakan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan dukungan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Sementara Kodhyat (1983) dalam (Spillane, 1987), menyatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain yang dimana bersifat sementara yang dilakukan seseorang maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.

Kemudian Hunziker dan Kraff dalam (Spillane, 1987), meyakini bahwa *“Tourism is the total relationship and phenomena linked with the stay a foreigner at a locality, provided that they do not settle there to exercise a major, permanent or temporary remunerated activity”*.

2.2.1.2. Jenis-Jenis Pariwisata

Spillane (1987), mengemukakan jenis-jenis pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*Pleasure Tourism*).

Biasanya jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya yang tujuannya untuk berlibur, mencari suasana baru, untuk memenuhi rasa keingintahuannya ataupun menikmati suasana yang baru seperti keindahan alam ataupun menikmati keramaian kota-kota besar.

2. Pariwisata untuk rekreasi (*Recreation Tourism*).

Biasanya jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang ingin memanfaatkan hari liburnya untuk memulihkan rohaninya dengan mengunjungi ke tempat-tempat yang dirasa bisa menjamin tujuan-tujuan rekreasi.

3. Pariwisata untuk kebudayaan (*Cultural Tourism*).

Biasanya jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang mempunyai motivasi, seperti motivasi untuk belajar di pusat-pusat pengajaran ataupun riset, untuk mempelajari kultur, kelembagaan, cara hidup masyarakat di suatu wilayah tertentu atau yang lainnya.

4. Pariwisata untuk olah raga (*Sports Tourism*).

Biasanya jenis pariwisata ini di dalamnya tercakup 2 kategori yaitu :

a. *Big Sports Events*, biasanya ada pertandingan-pertandingan besar olah raga yang dapat menarik seseorang ingin berkunjung melihatnya.

b. *Sporting Tourism of the Practitioners*, biasanya jenis ini dilakukan oleh seseorang yang ingin mencoba langsung olah raga yang menjadi daya tariknya.

5. Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*Business Tourism*).

Biasanya jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang yang melakukan perjalanan atau wisata sekaligus untuk keperluan usaha.

6. Pariwisata untuk berkonvensi (*Convention Tourism*).

Banyaknya acara konvensi setiap tahunnya di berbagai negara mendorong daerah-daerah berbondong-bondong menawarkan diri untuk dijadikan tempatnya konvensi.

2.2.1.3. Bentuk-Bentuk Pariwisata

Spillane (1987), mengatakan bahwa bentuk-bentuk pariwisata adalah sebagai berikut :

1. Pariwisata individu dan kolektif

Dimana *individual tourism* atau pariwisata individu berarti seseorang atau kelompok yang mengadakan perjalanan wisata dengan memilih daerah tujuan wisata sendiri sehingga bebas jika ingin melakukan perubahan-perubahan dalam perjalanannya. Sedangkan *organized collective tourism* atau pariwisata kolektif yang diorganisasikan dengan baik merupakan sebuah biro perjalanan yang menjual suatu perjalanan wisata dengan program dan jadwal yang sudah ditentukan.

2. Pariwisata jangka panjang, pariwisata jangka pendek, dan pariwisata eksekursi

Dimana pariwisata jangka panjang dalam melakukan perjalanan wisata lama waktunya berminggu-minggu bahkan berbulan-bulan. Sedangkan pariwisata jangka pendek dalam melakukan perjalanan wisata berlangsung antara satu minggu hingga sepuluh hari. Serta pariwisata eksekursi lama waktu perjalanan wisata tidak lebih dari 24 jam.

3. Pariwisata dengan alat angkutan

Dalam melakukan perjalanan wisata alat angkutan yang digunakan bisa menggunakan : kereta api, kapal laut, pesawat, atau yang lainnya. Akan tetapi wisatawan pejalan kaki masih banyak yang melakukannya.

4. Pariwisata aktif dan pasif

Pariwisata aktif berarti wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu negara. Sedangkan pariwisata pasif berarti wisatawan suatu negara yang pergi ke luar negeri dan membawa uang ke luar negeri akan tetapi membawa pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran.

2.2.1.4. Konsep Desa Wisata

Oka Yoeti (1996) dalam (Suprihardjo, 2014), mengatakan bahwa desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang mana memiliki karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata.

Nuryanti dalam (Soemarno, 2010), mengemukakan bahwa desa wisata merupakan suatu bentuk dari adanya integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu yang mana melalui tata cara dan tradisi yang berlaku.

Inskeep (1991) dalam (Made H. U. Dewi, 2013), mengatakan desa wisata merupakan bentuk pariwisata yang mana kelompok kecil wisatawan tinggal di dalam ataupun di dekat kehidupan tradisional atau di desa-desa yang terpencil dan mempelajari kehidupan dari kearifan-kearifan lokal yang ada.

Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) dalam (Ummudiyah, 2016), Desa Wisata kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang ada sehingga mencerminkan keaslian desa baik dari kehidupan sosial, ekonomi, budaya, maupun kearifan-kearifan lokal yang dapat menjadi daya tarik untuk wisatawan.

Mustabsirah (2015) dalam (Ummudiyah, 2016), mengemukakan bahwa desa wisata merupakan salah satu wujud pembangunan yang berkelanjutan melalui promosi produktivitas pedesaan yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan, distribusi pendapatan, pelestarian lingkungan dan budaya lokal, meningkatkan partisipasi masyarakat, dan menghargai nilai-nilai kearifan-kearifan lokal.

Sedangkan Subagyo (1991) dalam (Jamalina, 2017), desa wisata adalah suatu bentuk desa yang unik bagi dari segi budaya, alam maupun yang lainnya yang mana menjadi potensi untuk menjadi daya tarik dari wisatawan. Dimana desa itu sendiri menjadi objeknya yang menjadi tempat yang dituju untuk melakukan pariwisata sedangkan subjeknya adalah kegiatan pariwisata yang mana masyarakat sebagai pihak penyelenggara menjadi faktor penting dalam keberlangsungan desa wisata tersebut.

2.2.1.5. Komponen Desa Wisata

Arjana (2016), mengemukakan komponen dalam pariwisata antara lain :

1. Wisatawan

Dimana orang atau sekelompok orang yang melakukan perjalanan wisata yang memiliki tujuan tertentu dalam melakukan perjalanan yang dilakukannya. Biasanya wisatawan melakukan perjalanan wisatanya hanya untuk mendapatkan kesenangan.

2. Sarana wisata

Sarana wisata pada hakikatnya merupakan suatu alat atau media yang dapat menjadi penunjang wisata.

3. Daya tarik wisata

Biasanya daya tarik wisata di suatu daerah atau negara timbul oleh adanya unsur-unsur geografi yang dimana di dalamnya terdapat proses alami maupun budayawi, sehingga menimbulkan daya tarik wisatawan.

4. Jasa wisata

Jasa wisata merupakan penggerak ekonomi masyarakat baik dilakukan langsung maupun tidak langsung yang berhubungan dengan kegiatan wisata. Masyarakat pelaku ekonomi biasanya dapat menjual jasa untuk memperlancar perjalanan wisatawan, memenuhi kebutuhan wisatawan, menjelaskan tentang obyek wisata maupun yang lainnya.

Kemudian Ascholani (2010), mengemukakan konsep penting dalam komponen desa wisata dalam adalah sebagai berikut :

1. Akomodasi : dimana sebagian tempat tinggal masyarakat setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal masyarakat lokal.
2. Atraksi : keseluruhan aktivitas dari masyarakat lokal yang memungkinkan terjadinya integrasi wisatawan sebagai partisipasi aktif.

Sedangkan Gumelar (2010) dalam (Suprihardjo, 2014), mengemukakan komponen desa wisata antara lain :

1. Keunikan, keaslian, dan sifat khas yang dimiliki.
2. Letaknya berdekatan dengan alam yang mempunyai daya tarik.
3. Berkaitan dengan masyarakat yang berbudaya yang mempunyai daya tarik.
4. Memiliki potensi untuk dapat dikembangkan.

Karyono (1997) dalam (Atmoko, 2014), komponen desa wisata adalah sebagai berikut :

1. Adanya atraksi dan kegiatan wisata yang dapat menjadi daya tarik.
2. Adanya akomodasi yang mana sebagian dari tempat tinggal penduduk atau unit-unit berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk.
3. Unsur yang institusi atau kelembagaan harus mempunyai sumber daya manusia yang baik dalam mengelola.

4. Adanya fasilitas-fasilitas pendukung dalam kegiatan pariwisata.
5. Tersedianya infrastruktur.
6. Tersedianya transportasi.
7. Adanya sumber daya alam dan sosial budaya.
8. Adanya dukungan dari masyarakat.
9. Mencakup pasar domestik dan mancanegara.

2.2.1.6. Kriteria Desa Wisata

Adapun kriteria sebagai desa wisata dalam (Ascholani, 2010) adalah sebagai berikut :

1. Atraksi wisata, dimana keseluruhan yang mencakup alam, budaya, dan hasil ciptaan manusia yang mana atraksi yang dipilih adalah yang dapat menjadi daya tarik dari masyarakat lokal.
2. Jarak tempuh, menggambarkan jarak tempuh dalam mencapai objek wisata dapat mudah diakses.
3. Besaran desa, menyangkut jumlah penduduk, besaran wilayah dan dan karakteristik desa.
4. Sistem kepercayaan dan kemasyarakatan, didalamnya terdapat aturan-aturan yang ada di masyarakat lokal ataupun komunitas.
5. Ketersediaan infrastruktur, meliputi fasilitas-fasilitas sebagai penunjang.

Sedangkan Muliawan (2008) dalam (Atmoko, 2014), mengatakan kriteria desa wisata antara lain :

1. Memiliki potensi yang dapat menjadi daya tarik, baik dari karakter lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan budaya sosial di masyarakat lokal.
2. Memiliki dukungan dalam menyiapkan fasilitas kegiatan pariwisata.

3. Memiliki interaksi dengan wisatawan.
4. Adanya dukungan dari masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan desa wisata.

Hadiwiyoto (2012) dalam (Jamalina, 2017) mengatakan bahwa syarat-syarat untuk menjadi desa wisata adalah sebagai berikut :

1. Akses dalam menuju lokasi mendukung dimana dapat diakses dengan moda transportasi apapun.
2. Mempunyai potensi daya tarik wisata yang dapat dikembangkan.
3. Adanya dukungan dari masyarakat dengan adanya desa wisata.
4. Terciptanya suasana desa yang aman, sejuk dan nyaman.
5. Terintegrasi dengan obyek yang sudah dikenal oleh masyarakat.

2.2.2. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan, yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat (UU No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa).

Sedangkan Zimmerman (1996) dalam (Rangga, 2015), pemberdayaan masyarakat merupakan upaya dalam membantu masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya sendiri sehingga bebas dan mampu untuk mengatasi masalah dan mengambil keputusannya secara mandiri yang dilakukan dengan memberikan kewenangan (*power*), aksesibilitas terhadap sumber daya dan lingkungan yang akomodatif.

Karl Marx mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah proses kaum *powerless* untuk memperoleh *surplus value* sebagai hak normatifnya dengan memperjuangkan *surplus value* dilakukan melalui distribusi penguasaan faktor-faktor produksi dan perjuangan mendistribusikan faktor-faktor produksi dilakukan dengan melalui perjuangan politik (Guntur, 2009).

Djohani (2003) dalam (Anwas, 2014), mengemukakan bahwa pemberdayaan adalah proses untuk memberikan daya kekuasaan (*power*) kepada pihak yang lemah (*powerless*), dan mengurangi kekuasaan (*disempowered*) kepada pihak yang terlalu berkuasa (*powerful*) sehingga terjadi keseimbangan.

Sedangkan Slamet (2003) dalam (Anwas, 2014) mengemukakan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah bagaimana masyarakat mampu membangun dirinya dan memperbaiki kehidupannya sendiri.

2.2.2.1. Prinsip-Prinsip Pemberdayaan Masyarakat

Anwas (2014), mengemukakan prinsip-prinsip pemberdayaan masyarakat antara lain :

- a. Pemberdayaan dilakukan dengan cara yang demokratis dan menghindari unsur paksaan yang dimana setiap individu mempunyai hak yang sama untuk berdaya.
- b. Kegiatan pemberdayaan didasarkan pada kebutuhan, masalah, dan potensi klien atau sasaran yang mana setiap manusia mempunyai kebutuhan dan potensi dalam dirinya.
- c. Sasaran pemberdayaan adalah subjek atau pelaku yang dalam kegiatan pemberdayaan yang mana sasaran harus menjadi pertimbangan dalam menentukan tujuan, pendekatan, dan bentuk aktivitas pemberdayaan.
- d. Pemberdayaan mempunyai makna menumbuhkan kembali nilai-nilai, budaya, dan kearifan-kearifan lokal yang memiliki nilai luhur dalam masyarakat. Seperti menghormati orang yang lebih tua, gotong royong dan yang lainnya.

- e. Pemberdayaan merupakan sebuah proses yang memerlukan waktu yang relatif, sehingga dilakukan secara bertahap dan berkesinambungan.
- f. Kegiatan pendampingan atau pembinaan perlu dilakukan secara bijaksana, bertahap, dan berkesinambungan.
- g. Pemberdayaan tidak bisa dilakukan hanya dari satu aspek saja melainkan perlu dilakukan secara holistik terhadap semua aspek kehidupan yang ada di dalam masyarakat.
- h. Pemberdayaan perlu dilakukan kepada kaum perempuan karena menjadi potensi yang besar dalam menopang kualitas kehidupan berkeluarga dan pengentasan kemiskinan.
- i. Pemberdayaan dilakukan agar masyarakat memiliki kebiasaan untuk terus belajar yang mana individu ataupun masyarakat perlu dibiasakan belajar menggunakan sumber daya yang tersedia.
- j. Pemberdayaan perlu memperhatikan adanya keragaman budaya yang mana diperlukan berbagai metode dan pendekatan pemberdayaan sesuai dengan kondisi masyarakat setempat.
- k. Pemberdayaan diarahkan untuk mengerakkan partisipasi aktif individu dan masyarakat seluas-luasnya yang mana partisipasi ini dimulai dengan tahap perencanaan, pengembangan, pelaksanaan, evaluasi, termasuk partisipasi dalam menikmati hasil dan aktivitas pemberdayaan.
- l. Sasaran pemberdayaan perlu ditumbuhkan jiwa kewirausahaan sebagai bekal menuju kemandirian masyarakat.
- m. Petugas pemberdayaan yang melaksanakan pemberdayaan harus memiliki kompetensi yang memadai dan dapat mengikuti perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat.

n. Pemberdayaan perlu melibatkan berbagai pihak yang ada terkait dalam masyarakat yang mana meliputi : unsur pemerintah, tokoh-tokoh setempat, pengusaha, relawan, masyarakat setempat dan yang lainnya.

2.2.2.2. Strategi Pemberdayaan Masyarakat

Kemudian aspek-aspek yang ada dalam strategi pemberdayaan masyarakat dalam (Anwas, 2014) antara lain :

1. Kemiskinan

Upaya pengentasan kemiskinan telah dilakukan pemerintah dengan melalui berbagai pendekatan, salah satunya dengan pendekatan *charity*, membangikan uang kepada kaum dhuafa dalam bentuk bantuan langsung tunai, akan tetapi solusi untuk menanggulangi kemiskinan belum ditemukan. Kemiskinan dapat digolongkan menjadi 4 jenis yaitu

- a. Kemiskinan absolut, yang merupakan ketidakberdayaan individu atau masyarakat dalam kebutuhan dasarnya mulai dari papan, sandang, pangan, kesehatan, dan pendidikan yang diperlukan untuk bisa hidup dan bekerja.
- b. Kemiskinan relatif, terkait dengan adanya kesenjangan distribusi pendapatan dengan rata-rata distribusi, dimana pendapatannya berada di bawah garis kemiskinan, namun relatif rendah jika dibandingkan pendapatan dengan masyarakat sekitarnya.
- c. Kemiskinan struktural, kondisi atau situasi miskin karena pengaruh kebijakan pemerintah dalam pembangunan yang belum menjangkau seluruh masyarakat sehingga menyebabkan ketimpangan atau kesenjangan pada pendapatan.
- d. Kemiskinan kultural, terkait dengan dengan faktor sikap individu atau masyarakat yang disebabkan oleh faktor budaya, seperti malas, boros, tidak kreatif yang menyebabkan miskin.

Kemiskinan tidak hanya mengenai aspek ekonomi akan tetapi banyak aspek lain yang mempengaruhinya yang mana kemiskinan dapat disebabkan lemahnya aspek moral, sosial, dan budaya, serta kebijakan pembangunan yang belum merata. Orang miskin dengan pendapatan kecil dan tidak menentu disebabkan oleh kemampuan sumber daya manusia yang rendah, tidak memiliki modal usaha, atau tidak memiliki *networking* dalam berwirausaha.

2. Pemberdayaan dalam pengetasan kemiskinan

Pengentasan kemiskinan dapat dilakukan melalui penguatan untuk memberdayakan masyarakat dan kegiatan pemberdayaan. Masyarakat diberikan program-program pelayanan yang dapat meningkatkan kemampuan. Masalah kemiskinan sangat erat dengan peningkatan kualitas sumber daya manusia, oleh karena itu pengentasan kemiskinan adalah bagaimana meningkatkan kualitas sumberdaya manusia, sehingga mereka mampu berdaya, berdiri di atas kaki sendiri, memiliki daya tawar dan daya saing untuk mampu hidup mandiri.

Pemberdayaan dalam menentaskan kemiskinan dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan cara mengubah *mind set* individu dan masyarakat untuk berdaya dan mandiri. Selain itu pemberdayaan juga dapat dilakukan dengan aktivitas yang dapat meningkatkan partisipasi individu dan masyarakat. Bentuk dari aktivitas pemberdayaan dapat berupa : kegiatan pendidikan dan pelatihan yang dapat mendorong kemampuan yang sesuai dengan potensi dan kebutuhan masyarakat, pendampingan yang dilakukan secara berkelanjutan, menumbuhkan lembaga-lembaga swadaya masyarakat, menciptakan berbagai kesempatan kerja, menghidupkan kembali budaya dan kearifan-kearifan lokal sebagai modal sosial dan bentuk aktivitas lainnya.

3. Strategi pemberdayaan

Keberhasilan suatu pemberdayaan masyarakat tidak sekedar menekankan pada hasil, tetapi juga pada prosesnya, melalui tingkat partisipasi yang tinggi berbasis kebutuhan dan potensi masyarakat. Untuk mencapai keberhasilan dalam pemberdayaan agen pemberdayaan dapat melakukan pendekatan dengan *bottom-*

up, dengan cara menggali potensi-potensi yang dimiliki masyarakat, masalah dan kebutuhan masyarakat. Potensi-potensi atau kebutuhan dalam suatu komunitas sangat beragam sehingga agen pemberdaya harus menentukan skala prioritas yang sangat perlu untuk dikembangkan. Kondisi inilah yang menjadi acuan agen pemberdaya dalam menentukan perencanaan pemberdayaan seperti tujuan, materi, metode, alat, dan evaluasi yang bersama-sama dirumuskan dengan masyarakat. Dengan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, merupakan salah satu cara untuk mengajak mereka aktif dalam proses pemberdayaan.

Suharto (2005) dalam (Anwas, 2014) mengatakan bahwa dalam pemberdayaan masyarakat perlu dilakukan dengan berbagai pendekatan, antara lain :

a. Pemungkinan

Menciptakan suasana yang memungkinkan potensi masyarakat berkembang secara optimal.

b. Penguatan

Memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan-kebutuhannya.

c. Perlindungan

Melindungi masyarakat maupun kelompok-kelompok lemah agar tidak tertindas oleh kelompok kuat serta menghindari persaingan yang tidak seimbang antara yang kuat dan lemah dan mencegah eksploitasi terhadap kelompok yang lemah.

d. Penyokongan

Memberikan bimbingan dan dukungan agar masyarakat mampu menjalankan perannya dan tugas-tugas dalam kehidupannya.

e. Pemeliharaan

Memelihara kondisi yang kondusif agar tetap terjadi keseimbangan distribusi kekuasaan antara berbagai golongan kelompok dalam masyarakat.

4. Pendekatan holistik

Pemberdayaan masyarakat tidak cukup dengan hanya mengunakan satu pendekatan saja, tetapi harus dilakukan secara holistik menyangkut berbagai aspek, seperti ekonomi, sosial, budaya, dan lain-lain. Pemberdayaan masyarakat tidak akan berhasil jika ditangani oleh satu organisasi atau lembaga. Organisasi atau lembaga yang ada harus saling berkoordinasi dan kerjasama.

Dalam pemberdayaan masyarakat di tingkat desa atau kelompok masyarakat terkecil seharusnya dilakukan dengan pendekatan secara holistik yang mana dalam menangani masalah perlu dilakukan melalui aspek-aspek yang terkait, serta diperlukan keterlibatan tidak hanya sasaran, akan tetapi melibatkan semua komponen masyarakat yang ada, dan memanfaatkan berbagai potensi dan sumber daya yang dimiliki.

5. Meningkatkan partisipasi masyarakat

Tingkat partisipasi masyarakat menjadi penting dalam pemberdayaan masyarakat yang mana partisipasi masyarakat bukan hanya sekedar keterlibatan masyarakat dalam pembangunan dan alat atau mobilisasi tertentu untuk mencapai tujuan individu atau kelompok, malainkan partisipasi masyarakat merupakan proses dan tujuan untuk mencapai tujuan pembangunan. Partisipasi masyarakat dapat berupa keterlibatan secara aktif baik fisik maupun psikis. Dengan partisipasi masyarakat terlibat langsung baik secara fisik maupun psikis dalam kegiatan pemberdayaan, maka partisipasi akan meningkatkan motivasi masyarakat untuk mencapai tujuan pemberdayaan, sehingga partisipasi akan memberikan makna dan manfaat bagi masyarakat. Adanya partisipasi dalam pemberdayaan mampu memberikan kesadaran dan sekaligus menggerakkan masyarakat untuk mau aktif

atas kesadarannya untuk mau berubah, memperbaiki kemampuannya dalam meningkatkan kualitas hidupnya.

Salah satu cara meningkatkan partisipasi masyarakat adalah dengan perlu menumbuhkan berbagai lembaga-lembaga non formal yang ada di masyarakat, seperti : karang taruna, pos pemberdayaan masyarakat, organisasi sosial kemasyarakatan dan lain-lain.

Sedangkan Asngari (2006) dalam (Anwas, 2014), mengatakan bahwa makna partisipasi dalam pemberdayaan masyarakat adalah sebagai berikut :

- a. Keterlibatan dalam mengambil keputusan.
- b. Keterlibatan dalam pengawasan.
- c. Keterlibatan dimana masyarakat mendapatkan manfaat dan penghargaan.
- d. Partisipasi sebagai proses pemberdayaan.
- e. Partisipasi sebagai kerja kemitraan.
- f. Partisipasi sebagai akibat dari pengaruh *stakeholder* yang mana menyangkut pengambilan keputusan, pengawasan, dan penggunaan *resource* yang bermanfaat bagi mereka.

Kemudian Ife dan Tesoriero (2008) dalam (Anwas, 2014) mengatakan bahwa indikator dalam mengukur partisipasi masyarakat, mencakup :

- a. Kapasitas masyarakat yang tumbuh untuk mengorganisasi aksi.
- b. Dukungan yang berkembang dari dalam masyarakat dan jaringan yang bertambah kuat.
- c. Peningkatan pengetahuan masyarakat.
- d. Keinginan masyarakat terlibat dalam proses pengambilan keputusan.

- e. Peningkatan kemampuan mereka yang berpartisipasi dalam mengubah keputusan menjadi aksi.
- f. Meningkatnya jangkauan partisipasi masyarakat.
- g. Banyak pemimpin-pemimpin yang muncul dari masyarakat.
- h. Mulai bisa memperngaruhi kebijakan.

6. Pendampingan

Dalam pemberdayaan masyarakat membutuhkan proses yang tidak sebentar dan tindakan nyata secara bertahap dan berkesinambungan, maka dalam proses pemberdayaan masyarakat perlu dilakukannya pendampingan yang mana pendampingan ini berperan sebagai fasilitator, komunikator, dinamisator, dan pembimbing masyarakat.

Menurut Sumodiningrat (2009) dalam (Anwas, 2014), mengatakan bahwa ada lima kegiatan penting dalam pendampingan dalam pemberdayaan masyarakat, antara lain :

a. Memberikan motivasi

Memotivasi masyarakat untuk mendorong membentuk kelompok agar mempermudah dalam pengorganisasian dan melaksanakan pengembangan masyarakat.

b. Peningkatan kesadaran dan pelatihan kemampuan

Peningkatan kesadaran masyarakat dapat dicapai dengan melalui pendidikan dasar, sedangkan masalah kemampuan dan ketrampilan dapat dikembangkan melalui cara-cara partisipatif yang mana pengetahuan lokal yang dimiliki masyarakat melalui pengalamannya dikombinasikan dengan pengetahuan yang ada di luar masyarakat.

c. Manajemen diri

Setiap kelompok harus mampu memilih atau memiliki pemimpin yang nantinya dapat mengatur kegiatan mereka sendiri seperti kegiatan melaksanakan pertemuan-pertemuan atau melakukan pencatatan dan pelaporan.

d. Mobilisasi sumber

Menghimpun setiap sumber-sumber yang dimiliki oleh individu yang ada dalam masyarakat melalui tabungan dan sumbangan sukarela dengan tujuan untuk menciptakan modal sosial.

e. Pembangunan dan pengembangan jaringan

Mengorganisasikan kelompok-kelompok swadaya masyarakat perlu disertai dengan peningkatan kemampuan para anggota membangun dan mempertahankan jaringan dengan berbagai sistem sosial di lingkungan sekitarnya yang mana jaringan ini penting untuk menyediakan dan mengembangkan akses terhadap sumber dan kesempatan bagi pemberdayaan masyarakat.

Pendampingan dalam konteks pemberdayaan masyarakat memiliki tugas utama untuk mengembangkan kemampuan atau kapasitas masyarakat sehingga mampu mengorganisir dan menentukan sendiri upaya-upaya yang diperlukan dalam meningkatkan kehidupannya sesuai dengan potensi dan cara mereka. Upaya ini dilakukan mulai dari membangun kepercayaan masyarakat dan kesadaran akan potensi yang dimiliki serta kebutuhan yang perlu dikembangkan masyarakat.

7. *Top down vs bottom up*

Pemberdayaan masyarakat pada hakikatnya mendorong masyarakat untuk diberdayakan akan tetapi sebagai agen pemberdaya juga memiliki tugas dalam mensukseskan program pemerintah yang mana biasanya program ini disebut dengan *top down*. Begitu pula pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh BUMN, biasanya memiliki agenda tersendiri dalam membangun citra dan image lembaga. Pemberdayaan dituntut untuk melakukan *joint planning* antara

kebutuhan atau potensi dengan agenda atau program lembaga melalui kegiatan pemberdayaan yang saling menguntungkan. Biasanya pemerintah mempunyai bentuk program yang berupa inovasi dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kehidupan masyarakat. Begitupun inovasi yang dihasilkan oleh BUMN yang bertujuan agar bermanfaat bagi masyarakat sebagai bentuk kepedulian terhadap masyarakat. Walaupun inovasi sudah dilakukan, namun realitas keragaman masyarakat yang sangat variatif, menjadi faktor kendala dalam memberikan inovasi kepada masyarakat. Seharusnya program atau agenda *top down* perlu diselaraskan dengan potensi kebutuhan masyarakat lokal (*bottom up*).

Rogers (1995) dalam (Anwas, 2014), mengatakan kaitanya dengan teori, teori difusi menjelaskan bahwa teori difusi merupakan suatu proses dimana suatu inovasi dikomunikasikan melalui suatu saluran kepada anggota suatu sistem sosial pada suatu waktu tertentu. Terdapat 4 elemen kunci di dalamnya adalah sebagai berikut :

- a. Adanya suatu inovasi.
- b. Yang dikomunikasikan melalui saluran tertentu.
- c. Berjalan dalam rentan waktu tertentu.
- d. Terjadi antara anggota dalam suatu tataran suatu sistem sosial.

Freire (1973) dalam (Anwas, 2014), mengatakan teori-teori difusi inovasi seringkali menjadi acuan dalam membuat dan menyebarluaskan berbagai inovasi di masyarakat, akan tetapi teori ini cenderung *top down*, oleh karena itu diperlukan teori lain yang mampu mengakomodir kepentingan penyebarluasan inovasi serta kesesuaian dengan kebutuhan, potensi, dan budaya masyarakat setempat. Adanya teori penyadaran yang cenderung bersifat *bottom up*. yang mana penyadaran merupakan proses berkesinambungan dimana orang menuju kesadaran kritisnya. Oleh karena itu diperlukan penyadaran diri, mengenal, dan memahami kemampuan dan potensi dirinya untuk berubah ke kehidupan yang lebih baik.

Agar program yang dari pemerintah agar selaras dengan kebutuhan dan potensi-potensi yang dimiliki masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan, maka agen pemberdayaan dapat melakukan dua hal penting sebagai bentuk program *joint planning*, yaitu dengan memilih prioritas program pemerintah yang sesuai dengan kebutuhan masyarakat dan memodifikasi program yang disesuaikan dengan kebutuhan, potensi dan budaya masyarakat.

8. Agen pemberdayaan dan media massa

Media massa mempunyai pengaruh yang besar dalam mempengaruhi perilaku masyarakat dan pemberdayaan masyarakat. Sebagai agen pemberdayaan penting untuk mempertimbangkan pengaruh media massa terhadap kegiatan pemberdayaan masyarakat. Pengaruh media massa dapat berpengaruh secara langsung maupun tidak langsung atau melalui berbagai saluran komunikasi lainnya. Informasi media massa seringkali mengalir kepada pemuka pendapat, kemudian pemuka pendapat tersebut diteruskan langsung kepada individu yang kurang aktif dalam masyarakat, sehingga dalam masyarakat terdapat adanya interaksi dan struktur sosial. Adanya interaksi dan struktur sosial dalam masyarakat dapat mempengaruhi individu dalam merespon informasi dari media massa. Keberadaan pemuka masyarakat memiliki peran penting dalam mengadopsi informasi dari media massa. Pemuka pendapat bisa digantikan oleh agen pemberdayaan yang mana dapat mencari, menerima, menyaring, dan sekaligus mengkomunikasikan kembali kepada masyarakat sesuai dengan kebutuhan dan tujuan pemberdayaan.

Adapun upaya-upaya yang dapat dilakukan agen pemberdayaan untuk mempengaruhi media massa dalam pemberdayaan masyarakat, antara lain :

- a. Agen pemberdayaan mengundang media massa dalam berbagai *event* pemberdayaan masyarakat.
- b. Membuat dokumentasi yang baik dalam bentuk data, informasi, foto-foto, laporan atau bentuk *press release* untuk disampaikan ke media massa baik media lokal maupun nasional.

- c. Mengajak media massa untuk terlibat aktif dalam kegiatan pemberdayaan.
- d. Agen pembicara dapat menjadi pembicara atau memberikan sebuah presentasi dalam berbagai pertemuan yang ada di masyarakat.
- e. Agen pemberdayaan dapat memanfaatkan pejabat atau tokoh setempat untuk menjadi juru bicara kegiatan pemberdayaan masyarakat.

9. Komunikasi dalam pemberdayaan

Komunikasi merupakan bagian dalam interaksi setiap anggota masyarakat dalam suatu sistem sosial. Komunikasi menjadi kebutuhan bagi setiap lapisan dalam masyarakat untuk berinteraksi dan membangun *networking* dengan sesama komunitas ataupun di luar komunitas. Komunikasi mempunyai arti bahwa sebuah proses penyampaian pesan kepada pelaku pemberdayaan untuk berpartisipasi aktif sehingga perubahan yang direncanakan dapat dicapai.

Schramm (1976) dalam (Anwas, 2014) mengatakan bahwa komunikasi dalam pemberdayaan masyarakat akan efektif jika dilakukan secara dialogis, komunikasi secara interaktif dalam suasana yang harmonis dan kekeluargaan.

Adapun proses komunikasi yang dialogis dalam pemberdayaan masyarakat, berfungsi :

- a. Media dalam menyampaikan pesan atau informasi kepada masyarakat terkait kegiatan pemberdayaan masyarakat.
- b. Sebagai wadah mengajak masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam pemberdayaan masyarakat.
- c. Media untuk memahami masyarakat dengan berbagai karakteristiknya.
- d. Membangun kesadaran pada individu memiliki potensi dan kemampuan untuk bangkit dan untuk mengubah kehidupan untuk lebih baik.

- e. Sarana wadah untuk aktif bersama-sama melakukan berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat yang dilakukan secara dialogis, demokratis, dan partisipatif.
- f. Segai wadah pendidikan untuk masyarakat dalam membiasakan diri dalam hidup mandiri yang didasarkan pada potensi dan kebutuhannya.
- g. Sebagai sarana memelihara budaya dan kearifan lokal sebagai identitas diri.

Melalui proses dialogis semua lapisan masyarakat dapat berbicara secara aktif sesuai dengan pendapat masing-masing. Setiap individu masyarakat dapat menyampaikan masalah dan kebutuhan. Masyarakat juga dapat mencari pemecahan masalah sesuai dengan caranya. Masyarakat dapat berkomunikasi secara terbuka, saling menghormati dan saling percaya. Dengan demikian masyarakat akan memiliki kesadaran untuk mau mengubah perilakunya, memperbaiki kualitas kehidupannya dengan sesuai potensi-potensi yang dimiliki, kebutuhan, dan kearifan-kearifan lokal.

10. Mencari sponsorship pemberdayaan

Dalam pemberdayaan masyarakat diperlukan dukungan dari berbagai pihak yang mana dukungan terdapat berupa : tenaga, pemikiran, kerjasama, dan dukungan dalam bentuk finansial. Dukungan dana atau dukungan sponsorship dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat dapat diperoleh melalui organisasi pemerintah, Badan Usaha Milik Negara (BUMN), dunia usaha, yayasan, lembaga-lembaga donor atau perorangan. BUMN dan perusahaan swasta dituntut untuk memiliki kepedulian dalam pembangunan dan kesejahteraan masyarakat dalam bentuk *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau bentuk-bentuk lainnya yang mana pemberdayaan masyarakat merupakan bentuk kepedulian/CSR yang banyak disukai pihak perusahaan. Dengan terlibat dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat, citra dan reputasinya akan meningkat, akan tetapi tidak sedikit perusahaan yang menyalurkan dana CSR harus terkait program mereka.

Dalam memperoleh dukungan sponsorship, agen pemberdayaan perlu membuat program pemberdayaan yang menarik dan terukur agar mendapatkan dukungan. Prinsip dalam pemberdayaan oleh agen pemberdayaan adalah dalam mencari dukungan dana hakikatnya bukan meminta-minta, melainkan bagaimana menjual ide atau konsep agar mendapat dukungan dari banyak pihak. Agen pemberdayaan membuat sebuah program yang terbuka bagi siapapun untuk berpartisipasi dalam kegiatan pemberdayaan masyarakat yang tujuannya menciptakan kesejahteraan.

Selanjutnya agen pemberdayaan masyarakat dituntut perlu berkerja keras, memiliki kemampuan dalam berkomunikasi atau melakukan berbagai pendekatan dengan lembaga donor yang mana kemampuan agen pemberdayaan masyarakat dalam mencari dukungan sponsorship dapat dibaca dalam bagian kompetensi pemberdayaan pada aspek kemampuan mencari dukungan sponsorship.

2.2.2.3. Tinjauan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan kepemilikan faktor-faktor produksi, penguatan kekuasaan distribusi, pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji ataupun upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk mendapatkan akses informasi, pengetahuan serta keterampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari segi aspek masyarakatnya maupun aspek kebijakannya (Guntur, 2009).

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah usaha untuk menjadikan ekonomi yang kuat, besar dan modern, dan berdaya saing tinggi dalam mekanisme pasar yang benar. Karena kendala dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah kendala struktural, maka pemberdayaan ekonomi masyarakat seharusnya dilakukan melalui perubahan struktural, seperti : perubahan ekonomi tradisional ke ekonomi modern, dari ekonomi lemah ke ekonomi kuat, dan dari ekonomi subsistem ke ekonomi pasar, dari ketergantungan ke kemandirian. Perubahan struktur dapat dilakukan dengan pengalokasian sumber pemberdayaan sumber daya yang dimiliki, penguatan kelembagaan, penguasaan teknologi, dan

pemberdayaan sumber daya manusia. Pemberdayaan ekonomi masyarakat tidak hanya cukup dengan peningkatan pada produktivitas, memberikan kesempatan berusaha yang sama pada masyarakat, dan hanya memberikan suntikan modal sebagai stimulan, tetapi harus dijamin adanya kerjasama dan kemitraan yang erat antara yang telah maju dengan yang masih lemah atau yang belum beruntung. Kebijakan dalam pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat meliputi : pemberian atau akses yang lebih besar kepada aset produksi (khususnya modal), memperkuat posisi transaksi dan kemitraan usaha ekonomi rakyat, agar pelaku ekonomi rakyat bukan sekedar *price taker*, pelayanan pendidikan dan kesehatan, penguatan industri kecil, mendorong wirausaha baru, dan pemerataan spasial. Kemudian kegiatan pemberdayaan ekonomi masyarakat dapat mencakup : peningkatan akses bantuan modal usaha, peningkatan akses pengembangan sumber daya manusia, peningkatan akses ke sarana dan prasarana yang mendorong langsung terhadap nilai sosial ekonomi masyarakat lokal (Guntur, 2009).

2.2.3. *Community Based Tourism (CBT)*

Suansari (2003) dalam (Jamalina, 2017), mengatakan bahwa *community based tourism (CBT)* merupakan suatu pengembangan pariwisata yang mengacu pada pengembangan lingkungan, sosial, budaya secara berkelanjutan yang mana masyarakat yang mengelola, dari masyarakat dan untuk masyarakat.

Menurut Mardikanto (2013) dalam (Rangga, 2015), pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ialah sebagai pembangunan yang mengacu kepada kebutuhan masyarakat, direncanakan, dilaksanakan oleh masyarakat dengan sebesar-besarnya, memanfaatkan potensi sumber daya (alam, manusia, kelembagaan, nilai-nilai sosial budaya, dan lain-lain) yang ada, dan dapat diakses oleh masyarakat setempat. Karena itu pengembangan berbasis masyarakat seharusnya berangkat dari kebutuhan masyarakat dan bukan dirumuskan oleh pihak luar karena masyarakat sendirilah yang mengetahui untuk merumuskan pengembangan yang cocok dengan masyarakatnya.

Nurhayati (2012) dalam (Arifin, 2017), *community based tourism* merupakan pembangunan berkelanjutan dengan merangkul masyarakat atau komunitas sebagai pelaku utama yang mana diperdayakan melalui kegiatan pariwisata yang manfaat dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat.

2.2.3.1. Prinsip-Prinsip Dasar *Community Based Tourism*

Suansri (2003) dalam (Nurhidayati, 2017), menyatakan prinsip-prinsip dasar dalam *community based tourism* adalah sebagai berikut:

1. Mengakui, mendukung, dan mengembangkan komunitas dalam kegiatan industri pariwisata.
2. Mendorong keterlibatan komunitas dalam setiap aspek kegiatan pariwisata.
3. Mengembangkan kebanggaan dari komunitas itu sendiri.
4. Mengembangkan kualitas hidup dari komunitas itu sendiri.
5. Menjamin adanya keberlanjutan lingkungan.
6. Mempertahankan kearifan-kearifan lokal yang ada di masyarakat lokal.
7. Mendorong berkembangnya pembelajaran pertukaran budaya pada komunitas.
8. Menghargai perbedaan budaya dan martabat sebagai manusia.
9. Mendistribusikan keuntungan secara merata pada anggota komunitas.
10. Ikut berperan dalam menentukan prosentase pendapatan dalam proyek dalam anggota komunitas.

2.2.3.2. Aspek Dalam Pengembangan *Community Based Tourism*

Rest (1997) dalam (Jamalina, 2017), mengatakan bahwa aspek-aspek dalam pengembangan *community based tourism*, adalah sebagai berikut :

Tabel 2.2

Aspek Dalam Pengembangan *Community Based Tourism*

	Dimensi	Indikator
<i>Community</i>	Sosial	1. Meningkatkan kualitas hidup. 2. Menanamkan rasa bangga terhadap desanya. 3. Adanya pembagian tugas-tugas antara laki-laki dan perempuan. 4. Generasi muda dan tua. 5. Membangun organisasi dalam komunitas.
	Budaya	1. Mendorong adanya tumbuh kembangnya pertukaran budaya. 2. Mendorong menghormati kebudayaan-kebudayaan yang sudah ada. 3. Membangun budaya berdasarkan budaya lokal.
	Ekonomi	1. Terciptanya lapangan pekerjaan baru. 2. Adanya dana pengembangan komunitas yang menopang. 3. Adanya pendapatan dari sektor pariwisata.
	Politik	1. Meningkatkan partisipasi dari masyarakat lokal. 2. Adanya jaminan hak-hak sebagai pengelola sumber daya alam. 3. Peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas.
	Lingkungan	1. Meningkatkan kepedulian akan pentingnya konservasi. 2. Adanya pengelolaan sampah.

Selanjutnya Mardikanto (2013) dalam (Rangga, 2015) pengembangan berbasis masyarakat harus mencakup, antara lain :

1. Pengembangan masyarakat berbasis sumber daya lokal.

Sebagaimana kita ketahui dalam proses pengembangan masyarakat dapat melalui intervensi dari pihak luar atau eksternal (pemerintah maupun lembaga

swadaya lainnya) maupun didasarkan pada inisiatif masyarakat. Jika pengembangan berbasis masyarakat diinisiasi oleh pihak luar, maka dalam melakukan perubahan masyarakat harus memperhatikan potensi internal masyarakat setempat, seperti sumber daya lokal, baik sumber daya manusia maupun nilai-nilai budaya yang ada di masyarakat setempat.

Sumber daya lokal merupakan sesuatu yang tersedia atau berasal dari lokal atau masyarakat setempat yang diperlukan dalam proses kegiatan, baik proses produksi komoditas tertentu, proses pengolahan atau perbaikan nilai tambah, maupun proses pemberdayaan masyarakat yang bertujuan memperbaiki kesejahteraan atau mutu hidupnya lahir dan batin, material, dan spiritual.

Sumber daya lokal sangat diperlukan dalam pengembangan berbasis masyarakat, antara lain untuk :

- a. Menghindarkan masyarakat lokal untuk bergantung kepada pihak dari luar karena dapat berdampak membentuk mental pengemis yang mana agar terbangun sikap keswadayaan dan kemandirian.
- b. Menjamin keberlanjutan dari program atau kegiatan pemberdayaan itu sendiri untuk jangka waktu panjang.

Sedangkan menurut Wibowo (2013) dalam (Rangga, 2015) pengembangan masyarakat berbasis sumber daya lokal merupakan pemberdayaan yang berbasis pada inisiatif masyarakat yang mana pengelolaan sumber daya yang bertumpu pada komunitas. Adapun ciri-cirinya :

- a. Prakarsa dan proses pengambilan keputusan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tahap demi tahap harus diletakkan pada masyarakat sendiri.
- b. Fokus utama adalah untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengelola dan memobilisasi sumber-sumber yang terdapat di komunitas untuk memenuhi kebutuhannya.

- c. Dimana menolenransi variasi lokal, sehingga sifatnya fleksibel.
- d. Dimana menekankan proses belajar sosial yang terdapat interaksi kolaboratif antara birokrasi dan komunitas dari mulai tahap perencanaan sampai evaluasi dengan mendasarkan diri pada sama-sama saling belajar.
- e. Proses pembentukan jaringan antara birokrat dan lembaga swadaya masyarakat, serta satuan organisasi masyarakat setempat yang mandiri bagian dari integral.

2. Pengembangan masyarakat berbasis modal sosial

Dimana pengembangan masyarakat bebarbasis modal sosial merupakan sumber daya yang dipandang sebagai investigasi untuk mendapatkan sumber daya baru yang mana modal sosial menekankan potensi kelompok dan pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar kelompok yang menitikberatkan pada jaringan sosial, norma, nilai dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok.

Menurut Mardikanto (2013) dalam (Rangga, 2015), pokok-pokok modal sosial adalah sebagai berikut :

- a. Jejaring sosial dan jejaring pribadi yang bersifat sukarela.
- b. Keterlibatan dan partisipasi kewargaan dan pengguna jejaring sipil.
- c. Identitas kewargaan lokal, rasa memiliki, solidaritas dan kesetaraan engan anggota kelompok masyarakat.
- d. Prinsip timbal balik dan nilai kooperasi, rasa kewajiban untuk menolong orang lain dan percaya diri kala mendampingi.
- e. Kepercayaan dalam komunitas.

3. Pengembangan masyarakat berbasis budaya lokal.

Menurut Legawa (1999) dalam (Rangga, 2015), pada dasarnya budaya merupakan keseluruhan nilai-nilai, norma, sikap, harapan-harapan, dan tujuan yang mana budaya menjadi seperangkat makna bersama dan abadi, nilai, keyakinan yang menjadi ciri nasional, etnis, dan kelompok lain serta mengarahkan perilaku mereka. Dengan demikian budaya menjadi pengatur perilaku individu dalam sistem sosial dengan lingkungannya.

Adapun Mardikanto (2013) dalam (Rangga, 2015) menyatakan bahwa budaya lokal mencakup beberapa unsur, antara lain :

- a. Bahasa.
- b. Sistem pengetahuan.
- c. Organisasi sosial.
- d. Sistem peralatan hidup dan teknologi.
- e. Sistem mata pencaharian.
- f. Sistem religi.
- g. Kesenian.

4. Pengembangan masyarakat berbasis kearifan lokal.

Mardikanto dalam (Rangga, 2015) mengatakan kearifan lokal merupakan modal utama untuk dibangun dari nilai-nilai sosial yang dijunjung dalam struktur sosial masyarakat sendiri dan memiliki fungsi sebagai : pedoman, pengontrol, dan rambu-rambu untuk berperilaku. Adapun ciri-ciri kearifan lokal, antara lain :

- a. Semangat kemandirian dan keswadayaan.
- b. Memperkuat partisipasi masyarakat dalam proses pemberdayaan.
- c. Menjamin daya hidup dan keberlanjutan.

d. Mendorong teknologi tepat guna yang efektif dari segi biaya dan memberikan kesempatan untuk memahami dan memfasilitasi perancangan program yang sesuai.

5. Pengembangan masyarakat berbasis modal spiritual.

Modal spiritual merupakan modal yang dibuat oleh seseorang yang dapat berupa kekuatan, pengaruh, dan disposisi atau berupa keyakinan spiritual organisasi, pengetahuan dan praktik yang mana modal spiritual merupakan efek dari adanya kegiatan spiritual, keagamaan, kepercayaan yang berdampak pada individu, kelompok maupun masyarakat maupun komunitas.

Menurut Zohar (2010) dalam (Rangga, 2015), mengemukakan prinsip-prinsip dalam modal spiritual, antara lain :

a. *Self-organizing*, dimana sistem ini memiliki urutan yang mendalam dalam kondisi tertentu, tetapi perintahnya ialah potensi yang mengambil bentuk yang akan di adopsi sebagai sistem yang mengorganisasikan sendiri dalam dialog dengan lingkungan.

b. *Bounded unstability*, yang mana sistem ini hanya menimbulkan kekacauan pada zona ketidakstabilan.

c. *Emergent*, yang mana sistem memiliki kualitas dan sifat yang dimiliki individu atau anggota dan keseluruhan muncul hanya sebagai sistem yang menyesuaikan dengan berkembangnya sebuah lingkungan.

d. *Holistic*, yang mana sistem ini tidak memiliki batas internal dan tidak ada bagian yang terpisah.

e. *Adaptive*, yang mana sistem ini terus menerus belajar, mereka membentuk karena bertindak untuk mengeksplorasi masa depan mereka.

f. *Evolutionary*, yang mana mutasi menjadi peran yang vital kegiatan kreatif dan struktur yang terus berkembang hingga akhir masa depan sistem ini.

g. *Destroyed by outside control*, yang mana keseimbangan sistem ini akan hancur jika mencoba untuk memaksakan kontrol dari luar.

h. *Eksploration*, yang mana sistem ini memungkinkan untuk mengeksplorasi masa depan mereka sendiri dan menciptakan diri mereka saat mereka berproses.

i. *Recontextualizing*, yang mana sistem ini mengubah kerangka pengembangan batin mereka sendiri karena mereka mempelajari kembali batasa-batasan dan kualitas lingkungan mereka.

j. *Order out chaos*, yang mana sistem ini menciptakan sebuah ketertiban dan kekacauan, sistem ini membawa bentuk baru menjadi arena yang berbentuk atau tidak terstruktur.

2.3. Definisi Konsepsional

Definisi konsepsional yaitu suatu tahap yang mana seorang peneliti dapat menjelaskan terkait batasan-batasan pengertian suatu konsep dengan konsep yang lainnya yang merupakan abstraksi dari hal-hal yang diamati agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penelitian. Maka definisi konsepsional adalah definisi yang mana menggambarkan suatu abstraksi dari hal-hal yang diamati.

Berdasarkan kerangka teori yang ada didepan, maka dikemukakan beberapa konsep yang berhubungan dengan peneliti, adalah sebagai berikut :

2.3.1. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan masyarakat adalah upaya mengembangkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat dalam meningkatkan pengetahuan, sikap, keterampilan, perilaku, kemampuan, kesadaran, serta memanfaatkan sumber daya melalui penetapan kebijakan, program, kegiatan, dan pendampingan, yang sesuai dengan esensi masalah dan prioritas kebutuhan masyarakat (UU No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa).

2.3.2. Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat

Pemberdayaan ekonomi masyarakat adalah penguatan kepemilikan faktor-faktor produksi, penguatan kekuasaan distribusi, pemasaran, penguatan masyarakat untuk mendapatkan gaji ataupun upah yang memadai, dan penguatan masyarakat untuk mendapatkan akses informasi, pengetahuan serta keterampilan, yang harus dilakukan secara multi aspek, baik dari segi aspek masyarakatnya maupun aspek kebijakannya (Guntur, 2009).

2.3.3. *Community Based Tourism (CBT)*

Suansari (2003) dalam (Jamalina, 2017), *community based tourism* merupakan suatu pengembangan pariwisata yang mengacu pada pengembangan lingkungan, sosial, budaya secara berkelanjutan yang mana masyarakat yang mengelola, dari masyarakat dan untuk masyarakat.

2.4. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan unsur dalam penelitian yang digunakan untuk mengetahui cara mengukur suatu variabel dengan menentukan batasan-batasan penelitian dengan batasan-batasan suatu indikator. Dalam memudahkan dalam menganalisis data yang akan diteliti maka diperlukan batasan-batasan dan gejala-gejala yang diidentifikasi dengan tujuan untuk menjawab masalah penelitian. Variabel strategi pemberdayaan masyarakat merujuk pada teori Anwas (2014) tentang aspek-aspek yang ada dalam strategi pemberdayaan masyarakat, indikator dari definisi operasional ini adalah sebagai berikut:

Tabel 2.3

Definisi Operasional

No.	Indikator	Tolak ukur
1.	Pemberdayaan dalam pengetasan kemiskinan	<ul style="list-style-type: none">- Adanya pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat.- Adanya pendampingan kepada masyarakat secara berkelanjutan.- Adanya lembaga-lembaga swadaya masyarakat.
2.	Strategi pemberdayaan	<ul style="list-style-type: none">- Memungkinkan untuk mengembangkan potensi masyarakat.- Memperkuat pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki masyarakat.- Memberikan bimbingan kepada masyarakat.
3.	Pendekatan holistik	<ul style="list-style-type: none">- Adanya koordinasi antar lembaga dengan masyarakat.- Adanya kerjasama antar lembaga dengan masyarakat.- Adanya keterlibatan semua komponen masyarakat.
4.	Meningkatkan partisipasi masyarakat	<ul style="list-style-type: none">- Keterlibatan dalam mengambil keputusan.- Keterlibatan dalam pengawasan.- Keterlibatan dalam proses pemberdayaan.
5.	<i>Buttom up</i>	<ul style="list-style-type: none">- Adanya program atau agenda dari pemerintah yang diselaraskan dengan kebutuhan atau potensi masyarakat.- Adanya kesadaran dari masyarakat memahami kemampuan dan potensi yang dimiliki.

6.	Agen pemberdayaan dan media massa	<ul style="list-style-type: none"> - Mengundang media massa dalam berbagai <i>event</i> pemberdayaan masyarakat. - Pembuatan dokumentasi untuk disampaikan kepada media massa. - Mengajak media massa terlibat dalam kegiatan pemberdayaan.
7.	Komunikasi dalam pemberdayaan	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya <i>networking</i> dengan sesama komunitas atau di luar komunitas. - Adanya media untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. - Menjadi wadah untuk mengajak masyarakat berpartisipasi. - Menjadi wadah untuk membangunkan kesadaran masyarakat akan potensi dan kemampuan yang dimiliki.

2.5. Kerangka Berfikir

Community Based Tourism Binaan BUMN



Pemberdayaan Masyarakat

1. Pemberdayaan dalam Pengentasan Kemiskinan
2. Strategi Pemberdayaan
3. Pendekatan Holistik
4. Meningkatkan Partisipasi Masyarakat
5. *Buttom Up*
6. Agen Pemberdayaan dan Media Massa
7. Komunikasi dalam Pemberdayaan