

KONSEP WISATA BERBASIS MASYARAKAT

Asep Dadan Suganda

asep.dadan@uinbanten.ac.id

UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten

Abstract

Tourism in Indonesia is a sector that provides a large income to the country's economy. The experts are required to manage the existing tourism assets. One of the concepts of tourism asset management can be applied with the local communities known as the Community Based Tourism. The basic principle of Community Based Tourism is to make the community as the main actors through empowering various tourism activities, and the benefits of tourism as much as possible for the community. The socio-economic empowerment of the community become the main goal and put more values in tourism, especially to the tourists. Community Based Tourism will involve the community as decision-making process, also in the acquisition of the largest share of income from the tourists directly. With this Community Based Tourism concept will be able to create employment opportunities, reduce poverty and bring a positive impact on the preservation of local native environment and culture.

Keywords: CBT, Tourism, Empowering.

PENDAHULUAN

Banyak daerah-daerah yang tersebar di wilayah Republik Indonesia memperoleh pendapatan yang cukup fantastis dari sektor pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan industri pariwisata merupakan salah satu strategi yang digunakan oleh pemerintah daerah untuk mempromosikan wilayah tertentu sebagai daerah wisata, dengan harapan dapat meningkatkan pendapatan daerahnya. Menurut Undang-Undang No.10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

Pariwisata merupakan sektor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian. Untuk menjadikan sektor ini berhasil, maka diperlukan kepandaian dalam mengelola aset pariwisata yang ada, baik aset berbentuk kekayaan alam maupun budaya. Keberhasilan kepariwisataan tidak hanya menjadikan target utama menarik wisatawan asing untuk datang, tetapi lebih untuk mengembangkan peluang usaha-usaha masyarakat didalamnya agar berkembang dan maju. Sementara, usaha-usaha pengembangan pariwisata yang berorientasikan pada masyarakat lokal dinilai masih kurang. Secara sederhana,

partisipasi merupakan sebuah proses dimana masyarakat sebagai *stakeholders* terlibat mempengaruhi dan mengendalikan pembangunan di tempat mereka masing-masing. Masyarakat ikut serta secara aktif dalam memprakarsai kehidupan mereka, melalui proses pembuatan keputusan dan perolehan sumberdaya dan penggunaannya.

Selama ini pengembangan pariwisata berbasis masyarakat belum begitu dipandang dapat mendatangkan berbagai manfaat, dimana masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang pembangunan pariwisata. Dengan demikian keterlibatan pemerintah dan swasta hanya sebatas memfasilitasi dan memotivasi masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan desa wisata untuk dapat lebih memahami tentang fenomena alam dan budayanya, sekaligus menentukan kualitas produk wisata yang ada di desa wisatanya. Salah satu konsep wisata yang dapat diterapkan untuk memanfaatkan masyarakat lokal yang berada di daerah adalah dengan mengenalkan konsep wisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*). Dengan menggunakan konsep wisata berbasis masyarakat (*CBT*) tersebut, diharapkan masyarakat mampu untuk mewujudkan komunitas lokal yang terorganisasi dengan baik serta *kohesif* dengan segala mekanisme dan sistem pengelolaan ketika wisata tersebut berjalan. Pada pelaksanaannya, pengembangan konsep tersebut haruslah dapat difasilitasi dengan baik oleh pemerintah setempat (daerah) serta *stakeholder* terkait lainnya yang sekiranya memiliki kompetensi terhadap bidang tersebut. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Dinas Pariwisata Provinsi Banten bahwa masyarakat lokal memiliki kemampuan untuk berperan dalam pengelolaan wisata, serta memiliki organisasi yang baik dalam menghadapi mekanisme serta sistem pengelolaan wisata berbasis masyarakat. Masyarakat lokal diharapkan dapat merancang dan mengelola wisata sesuai dengan potensi wisata yang dimiliki oleh daerah dimana masyarakat tersebut tinggal (domisili).

KERANGKA TEORI

Pengertian *Community Based Tourism* (CBT)

Anstrand dalam Janianton Damanik (2006:84) mendefinisikan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan dan menempatkan keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya, diatur dan dimiliki oleh komunitas, untuk komunitas. Anstrand mencoba melihat *Community Based Tourism* (CBT) bukan dari aspek ekonomi terlebih dahulu melainkan aspek pengembangan kapasitas komunitas dan

lingkungan, sementara aspek ekonomi menjadi ‘*induced impact*’ dari aspek sosial, budaya dan lingkungan.

Suansri (2003:14) menguatkan definisi *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya dalam komunitas. *Community Based Tourism* (CBT) merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan.

Pantin dan Francis (2005:2) menyusun definisi *Community Based Tourism* (CBT) sebagai integrasi dan kolaborasi antara pendekatan dan alat (*tool*) untuk pemberdayaan ekonomi komunitas melalui *assessment*, pengembangan dan pemasaran sumber daya alam dan sumber daya budaya komunitas.

Demartoto dan Sugiarti (2009:19) mendefinisikan CBT sebagai pembangunan pariwisata “*dari masyarakat oleh masyarakat dan untuk masyarakat*”. Jadi dapat disimpulkan bahwa konsep pengembangan CBT adalah pengembangan pariwisata yang mensyaratkan adanya akses, partisipasi, control dan manfaat bagi komunitas dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, politik dan lingkungan.

Menurut Garrod (2001:4), terdapat dua pendekatan berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks pariwisata. Pendekatan pertama yang cenderung dikaitkan dengan sistem perencanaan formal sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata. Pendekatan ke dua, cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan yang partisipatif yang lebih *concern* dengan ketentuan dan pengaturan yang lebih seimbang antara pembangunan dan perencanaan terkendali. Pendekatan ini lebih menekankan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dalam dampak pembangunan ekowisata. Salah satu bentuk perencanaan yang partisipatif dalam pembangunan pariwisata adalah dengan menerapkan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendekatan pembangunan.

Oleh karena itu, CBT dapat didefinisikan kepada beberapa pengertian, yaitu:

1. Bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata,
2. Masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan,
3. Menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada *community* yang kurang beruntung di pedesaan.

Dengan demikian dalam pandangan Hausler, CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan akses dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal.

Hauler pun menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata.

Suansri (2003:14) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Dalam definisi yang disampaikan Suansri, gagasan untuk memunculkan *tools* berpadigma baru dalam pembangunan pariwisata adalah semata-mata untuk menjaga keberlangsungan pariwisata itu sendiri.

Prinsip Dasar *Community Based Tourism*(CBT)

Terdapat beberapa prinsip dasar CBT yang disampaikan WTO (2005) dan Suansri (2003:12) dalam gagasannya yaitu:

1. Mengakui, mendukung dan mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industri pariwisata,
2. Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek,
3. Mengembangkan kebanggaan komunitas,
4. Mengembangkan kualitas hidup komunitas,
5. Menjamin keberlanjutan lingkungan,
6. Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal,
7. Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas,
8. Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia,
9. Mendistribusikan keuntungan secara adil pada anggota komunitas,
10. Berperan dalam menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan) dalam proyek yang ada di komunitas.

Prinsip-prinsip CBT dari UNEP dan WTO dapat dikategorikan dalam prinsip sosial (poin 2, 3, dan 4) yang berkaitan dengan kualitas internal komunitas. Prinsip ekonomi (pada poin 1 dan 9) yang berkaitan dengan kepemilikan usaha pariwisata dan pendistribusian keuntungan/ pendapatan kepada anggota komunitas. Sedangkan prinsip budaya (terdapat pada poin 6, 7, dan 8) yang berkaitan dengan upaya mempertahankan dan toleransi budaya melalui kegiatan pariwisata. Prinsip lingkungan (pada poin 5) berkaitan dengan terjaganya kualitas lingkungan dan kegiatan pariwisata. Sementara untuk prinsip politik (pada poin 10) yang berkaitan dengan kekuasaan untuk ikut menentukan prosentase pendapatan (pendistribusian pendapatan).

Menurut Hatton (1999: 2) prinsip CBT dapat dikategorikan menjadi empat yaitu; sosial, ekonomi, budaya dan politik. Prinsip sosial menurut Hatton berkaitan otorisasi kepada komunitas untuk memberi ijin, mendukung, membangun dan mengoperasikan kegiatan wisata yang ada di wilayahnya. Prinsip ekonomi berkaitan dengan sistem pembagian keuntungan yang timbul dari pengembangan industry pariwisata. Berkaitan dengan prinsip ekonomi Hatton menterjemahkan dalam 3 bentuk yaitu (1) *joint venture* dalam usaha pariwisata dimana dari keuntungan yang diperoleh wajib

menyisihkan keuntungan bagi komunitas (berupa CSR atau dana bagi hasil); (2) asosiasi yang dibentuk komunitas untuk mengelola kegiatan wisata dimana keuntungannya juga dibagikan kepada komunitas; (3) usaha kecil/ menengah yang merekrut tenaga kerja dari komunitas. Hatton tidak merekomendasikan usaha individu dalam *Community Based Tourism* (CBT) karena dikhawatirkan keuntungan kegiatan pariwisata hanya dirasakan oleh anggota komunitas yang terlibat sedangkan yang tidak terlibat dalam usaha/ kegiatan pariwisata tidak mendapat keuntungan. Prinsip budaya mensyaratkan adanya upaya menghargai budaya lokal, *heritage* dan tradisi dalam kegiatan pariwisata. *Community Based Tourism* (CBT) harus dapat memperkuat dan melestarikan budaya lokal, *heritage* dan tradisi komunitas. Sedangkan prinsip politik berkaitan dengan peran pemerintah lokal dan regional diantaranya dalam membuat kebijakan sehingga prinsip sosial ekonomi, budaya dan dapat terlaksana.

Nederland Development Organisation (SNV) mengemukakan empat prinsip *Community Based Tourism* (CBT) yaitu;

1. Ekonomi yang berkelanjutan,
2. Keberlanjutan ekologi,
3. Kelembagaan yang bersatu,
4. Keadilan pada distribusi biaya dan keuntungan pada seluruh komunitas.

Dengan mengadopsi definisi tersebut SNV menetapkan empat prinsip dasar *Community Based Tourism* (CBT) yaitu berkaitan dengan keberlanjutan ekonomi, ekologi, penguatan kelembagaan dan pembagian keuntungan yang adil bagi semua anggota komunitas. Prinsip keberlanjutan ekonomi berkaitan dengan adanya jaminan bahwa *Community Based Tourism* (CBT) mampu menciptakan mekanisme yang dapat menjaga perekonomian tetap sehat dan berkesinambungan sehingga pariwisata dapat diandalkan untuk meningkatkan pendapatan/kesejahteraan komunitas. Prinsip keberlanjutan ekologi berkaitan dengan upaya untuk menjaga agar kualitas lingkungan dapat dipertahankan. Penguatan kelembagaan salah satu prinsip penting karena kelembagaan adalah *tool* bagi seluruh anggota komunitas untuk mendapatkan akses untuk menjadi pemegang keputusan.

A. Model Pengembangan *Community Based Tourism (CBT)*

Pertama kali yang mempopulerkan konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adalah Murphy (1985:16). 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. Karena, masyarakat lokal juga nantinya 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.

Getz dan Jamal (1994) mengkritik model Murphy, sebab tidak menawarkan *blueprint* untuk mengimplementasikannya dalam bentuk konkrit. Konsep Murphy dalam implementasinya masih terdapat berbagai masalah. Partisipasi publik dilihat sebagai alat untuk memelihara integritas dan otentisitas dan juga kemampuan kompetitif produk pariwisata (Gunn, 1994).

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).

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;

1. Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk lokal (*resident*)
2. Mempromosikan dan mendorong penduduk lokal
3. Pelibatan penduduk lokal dalam industry
4. Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan
5. Partisipasi penduduk dalam event-event dan kegiatan yang luas
6. Produk wisata untuk menggambarkan identitas lokal
7. 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.

Kemudian pada 1990-an, seiring dengan pengembangan interest dalam mengembangkan produk pariwisata yang berkesinambungan, kebutuhan untuk menggunakan bentuk partisipasi masyarakat menjadi sesuatu yang sangat urgen. Bentuk partisipasi masyarakat menjadi esensial bagi pencapaian pariwisata yang berkelanjutan dan bagi realisasi pariwisata yang berkualitas.

Getz dan Jamal (1994) mengembangkan pondasi teoritis pelibatan masyarakat dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata dan menganalisis watak dan tujuan dari model kolaborasi (*collaboration*) yang berbeda dari model kerjasama (*cooperation*). Mereka berdua mendefinisikan kolaborasi sebagai “sebuah proses pembuatan keputusan bersama diantara stakeholders otonom dari domain interorganisasi untuk memecahkan *problem-problem* atau *me-manage* isu yang berkaitan dengan pariwisata (Getz dan Jamal, 1994: 155). Proses kolaborasi meliputi;

1. *Problem Setting* dengan mengidentifikasi *stakeholders* kunci dan isu-isu.
2. *Direction Setting* dengan berbagi interpretasi kolaboratif, mengapresiasi tujuan umum.
3. Strukturisasi dan implementasi
4. Institusionalisasi.

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

1. Sumberdaya alam dan budaya,
2. Organisasi-organisasi masyarakat,
3. Manajemen,
4. Pembelajaran (*Learning*).

Pembelajaran disini bertujuan untuk membantu proses belajar antara tuan rumah (host Community) dan tamu (Guest), mendidik dan membangun pengertian antara cara hidup dan budaya yang beragam, meningkatkan kesadaran terhadap konservasi budaya dan sumberdaya diantara turis dan masyarakat luas (REST,1997).

Sementara itu Yaman & Mohd (2004: 584 -587) mengemukakan beberapa kunci pengaturan pembangunan pariwisata dengan pendekatan CBT yaitu: Pertama, adanya dukungan pemerintah. CBT membutuhkan dukungan struktur yang multi institusional agar sukses dan berkelanjutan. Pendekatan CBT berorientasi pada manusia yang mendukung pembagian keuntungan dan manfaat yang adil serta mendukung pengentasan kemiskinan dengan mendorong pemerintah dan masyarakat untuk tetap menjaga SDA dan budaya. Pemerintah akan berfungsi sebagai fasilitator, koordinator atau badan penasehat SDM dan penguatan kelembagaan.

Kedua, partisipasi dari stakeholder. CBT dideskripsikan sebagai variasi aktivitas yang meningkatkan dukungan yang lebih luas terhadap pembangunan ekonomi dan sosial masyarakat. Konservasi sumber daya juga dimaksudkan sebagai upaya melindungi dalam hal memperbaiki mata pencaharian/ penghidupan masyarakat. CBT secara umum bertujuan untuk penganekaragaman industri, peningkatan *scope* partisipasi yang lebih luas termasuk partisipasi dalam sektor informal, hak dan hubungan langsung/ tidak langsung dari sektor lainnya. Pariwisata berperan dalam pembangunan internal dan mendorong pembangunan aktivitas ekonomi yang lain seperti industri, jasa dan sebagainya. Anggota masyarakat dengan kemampuan kewirausahaan dapat menentukan/ membuat kontak bisnis dengan *tour operator, travel agent* untuk memulai bisnis baru misalnya.

Ketiga, pembagian keuntungan yang adil. Tidak hanya berkaitan dengan keuntungan langsung yang diterima masyarakat yang memiliki usaha di sektor pariwisata tetapi juga keuntungan secara tidak langsung yang dapat dinikmati masyarakat yang tidak memiliki usaha. Keuntungan tidak langsung yang diterima masyarakat dari kegiatan pariwisata ini jauh lebih luas antara lain berupa proyek pembangunan yang bisa dibiayai dari hasil penerimaan pariwisata.

Keempat, penggunaan sumber daya lokal secara berkesinambungan. Salah satu kekuatan pariwisata ini adalah ketergantungan yang besar pada sumber daya alam dan budaya setempat. Di mana aset tersebut dimiliki dan dikelola oleh seluruh anggota masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, termasuk yang tidak memiliki sumber daya keuangan. Hal itu bisa menumbuhkan kepedulian, penghargaan diri sendiri dan kebanggaan pada seluruh anggota masyarakat. Dengan demikian sumber daya yang ada menjadi lebih meningkat nilai, harga dan menjadi alasan mengapa pengunjung ingin datang ke desa andalan CBT.

Kelima, penguatan institusi lokal. Pada awalnya peluang usaha pariwisata di daerah pedesaan sulit diatur oleh lembaga yang ada. Penting untuk melibatkan komite dengan anggota berasal dari masyarakat. Tujuan utamanya adalah mengatur hubungan antara penduduk, sumber daya dan pengunjung. Hal ini jelas membutuhkan perkembangan kelembagaan yang ada di sana. Akan lebih baik lagi jika terbentuk lembaga dengan pimpinan yang dapat diterima semua anggota masyarakat. Penguatan kelembagaan bisa dilakukan melalui pelatihan dan pengembangan individu dengan keterampilan kerja yang diperlukan (teknik, managerial, komunikasi, pengalaman kewirausahaan, dan pengalaman organisasi. Penguatan kelembagaan dapat berbentuk forum, perwakilan, dan manajemen komite.

Keenam, keterkaitan antara level regional dan nasional. Komunitas lokal seringkali kurang mendapat *link* langsung dengan pasar nasional atau internasional, hal ini menjadi penyebab utama mengapa manfaat CBT tidak sampai dinikmati di level masyarakat. Hal ini sering terjadi manakala seorang perantara yaitu pihak yang menghubungkan antara aktifitas pariwisata dengan masyarakat dan turis justru memetik keuntungan lebih banyak dibandingkan masyarakat lokal.

Pengembangan kepariwisataan harus memperhatikan berbagai asas dan tujuan kepariwisataan. Menurut UU No. 10 Tahun 2009, kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas: manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Tujuan kepariwisataan adalah: meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumberdaya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, serta mempererat persahabatan antar bangsa. Dengan demikian pengembangan kepariwisataan mesti mengacu pada asas dan tujuan tersebut.

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 bagaimana cara pengembangan pariwisata berbasis masyarakat, yakni;

1. Mengidentifikasi prioritas pembangunan yang dilakukan penduduk lokal (resident)

2. Mempromosikan dan mendorong penduduk lokal
3. Pelibatan penduduk lokal dalam industri
4. Investasi modal lokal atau wirausaha sangat dibutuhkan
5. Partisipasi penduduk dalam *event-event* dan kegiatan yang luas
6. Produk wisata untuk menggambarkan identitas lokal
7. Mengatasi problem-problem yang muncul sebelum pengembangan yang lebih jauh.

Pada intinya, 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.

Suansri (2003:21-22) menyampaikan *point-point* yang merupakan aspek utama dalam pengembangan CBT melalui dimensi-dimensi berikut ini:

1. Dimensi ekonomi, dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata;
2. Dimensi sosial dengan indikator meningkatnya kualitas hidup, peningkatan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki-laki dan perempuan, generasi muda dan tua, membangun penguatan organisasi komunitas;
3. Dimensi budaya dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal;
4. Dimensi lingkungan, dengan indikator mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi;

Dimesi politik, dengan indikator: meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan sumber daya alam.

SIMPULAN

Secara konseptual prinsip dasar *Community Based Tourism* adalah menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama melalui pemberdayaan masyarakat dalam berbagai kegiatan kepariwisataan, sehingga manfaat kepariwisataan sebesar-besarnya diperuntukkan bagi masyarakat. Sasaran utama pengembangan kepariwisataan haruslah meningkatkan kesejahteraan masyarakat (setempat).

Konsep ini lazimnya digunakan oleh para perancang pembangunan pariwisata strategi untuk memobilisasi komunitas untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan sebagai *partner* industri pariwisata. Tujuan yang ingin diraih adalah pemberdayaan sosial ekonomi komunitas itu sendiri dan meletakkan nilai lebih dalam pariwisata, khususnya kepada para wisatawan.

Selain itu, *community based tourism* akan melibatkan pula masyarakat dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Sehingga dengan demikian *Community Based Tourism* 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, *Community Based Tourism* adalah konsep ekonomi kerakyatan yang riil, yang langsung dilaksanakan oleh masyarakat dan hasilnya pun langsung dinikmati oleh masyarakat.

Pustaka Acuan

- Adams, W. M., *Green Development Environment and Sustainability in the Third World* (London: Routledge, 1990).
- Agus Afandi, dkk. *Modul Participatory Action research (PAR)*. (Surabaya. LPPM. 2013).
- Anonim, *Agenda 21 Sektorial Agenda Pariwisata untuk Pengembangan Kualitas Hidup Secara Berkelanjutan* (Jakarta: Proyek Agenda 21 Sektorial Kerjasama Kantor Menteri Negara Lingkungan Hidup dan UNDP, 2000).
- Aronsson, Lars, *The Development of Sustainable Tourism* (London: Continuum, 2000)
- Baiquni, M, "Integrasi Ekonomi dan Ekologi dari Mimpi Menjadi Aksi," dalam *Wacana*, III, 12, 2002.

- Becker, Egon, & T. Jahn (eds.), *Sustain-ability and The Social Sciences* (New York: UNESCO dan ESOI, 1999).
- Dinas Pariwisata Provinsi Banten. <https://dispar.bantenprov.go.id>
- Fakih, Mansour, *Sesat Pikir Teori Pembangunan dan Globalisasi* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar dan Insist Press, 2001).
- Garrod, Brian, *Local Partisipation in the Planning and Management of Eco -tourism: A Revised Model Approach* (Bristol: University of the West of Eng -land, 2001).
- Mowforth, Martin, & I. Munt, *Tourism and Sustainability New Tourism in the World* (London: Routledge, 1998).
- Murphy, P.E., *Tourism: A Community Approach* (London:Methuen, 1985).
- Richard Sharpley, "Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divice," *Journal Of Sustainable Tourism*, VIII (1), 2000: 1-19.
- Suansri, Potjana, *Community Based Tourism Handbook* (Thailand: REST Project, 2003).
- Suhanadji & T.S. Waspodo, *Modernisasai dan Globalisasi* (Surabaya: Insan Cendekia, 2004)
- Timothy, D.J., "Participatory Planning a View of Tourism in Indonesia" dalam *Annuals Review of Tourism Research*, XXVI (2) 1999.
- Yaman, Amat Ramsa & A. Mohd, "Community -based Ecotourism: New Proposition for Sustainable Development and Environment Conservation in Malaysia," dalam *Journal of Applied Sciences IV* (4), 2004:583-589.