

Evaluasi *Community-Based Tourism* Terhadap Perkembangan Sosial Ekonomi Masyarakat Lokal Pantai Pandawa, Bali

I Made Sindhu Yoga
Atabuy Frit Elisa Yonce
Widhi Adnyana Eka Putra
Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar
email: madesindhu@undiknas.ac.id

Abstrak

Pantai Pandawa adalah salah satu destinasi wisata di Bali yang juga memiliki potensi ekonomi berupa rumput laut. Tujuan penelitian ini adalah menganalisis integrasi dan dampak penerapan *community-based tourism* dari pihak pengelola desa, investor, pelaku usaha, dan masyarakat lokal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui wawancara terstruktur dengan beberapa narasumber berdasarkan *purposive sampling* dan observasi pasif di lapangan. Hasil kajian memperlihatkan bahwa implementasi CBT yang efektif di lingkungan Pantai Pandawa memiliki dampak penting pada tiga pilar keberlanjutan yang menghasilkan perluasan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perubahan pendapatan menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat. Meskipun terdapat perubahan dalam hal sosial ekonomi, masyarakat masih memiliki kesadaran untuk tetap menjaga kebudayaan sebagai nilai hidup dengan menjaga budaya dan lingkungan sebagai salah satu nilai jual pariwisata di Bali selain kondisi alamnya.

Kata Kunci: *community-based tourism*, dampak sosial ekonomi, Pantai Pandawa

Evaluation of Community-Based Tourism in Social and Economic Development of Coastal Society in Pandawa Beach, Bali

Abstract

Pandawa Beach is one of Bali's tourist destinations, which also has the seaweed economic potential. The goal of this research is to analyze the integration and impact of community-based tourism implementation from village managers, investors, business actors, and local communities. This research utilizes qualitative approach through structured interview with several sources based on purposive sampling and passive observation in the field. The outcomes of the research exhibit that effective implementation of CBT on Pandawa Beach environment has an important influence on the three pillars of sustainability that resulted in an expansion of economic, social and environmental welfares. Changes in income lead to changes in people's lifestyles. Although there is an alteration in socio-economic terms, people still have the common sense to preserve the culture as a value of life by maintaining custom and environment as one of the selling points of tourism in Bali aside from its natural condition.

Keywords: community-based tourism, social and economic impact, Pandawa Beach

Pendahuluan

Bali sebagai salah satu destinasi pariwisata telah memiliki merek yang kuat di benak wisatawan nasional maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan kembali diraihnya predikat Bali untuk kesekian kalinya sebagai destinasi wisata terbaik di dunia tahun 2017 versi *Travellers Choice Award* yang dilakukan Tripadvisor

(travel.kompas.com, 2017). Kepercayaan wisatawan untuk berkunjung ke Bali ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan setiap tahunnya. Persentase wisatawan yang berkunjung ke Bali terus mengalami pertumbuhan yang positif, yaitu 4,43 persen di tahun 2012, 11,16 persen di tahun 2013, 14,89 persen di tahun 2014, 6,24 persen di tahun 2015, dan bertumbuh signifikan sebesar 23,14 persen di tahun 2016. Sektor pariwisata pun masih menjadi sektor terbesar yang menumpu perekonomian di Bali. Berdasarkan data PDRB Provinsi Bali, sebesar 22 persen perekonomian di Bali ditopang oleh sektor akomodasi dan makan minum sebagai perwujudan dari aktivitas pariwisata (Provinsi Bali dalam Angka, 2017).

Meskipun pariwisata masih menjadi primadona di Bali, hal ini juga diiringi dengan besarnya pengeluaran untuk melakukan pembelian produk serta operasional yang berstandar internasional yang menyebabkan terjadinya kebocoran ekonomi atau *leakage*. Utama (2016) menyebutkan bahwa pariwisata Indonesia menciptakan kebocoran antara 50% hingga 80%. Kebocoran ekonomi dapat juga disamakan dengan terjadinya kebocoran pendapatan dari aktivitas pariwisata yang menyebabkan masyarakat lokal tidak mampu menikmatinya. Salah satu strategi untuk mengantisipasi kebocoran tersebut adalah dengan mengembangkan pariwisata yang berbasis komunitas lokal (*Community-based Tourism*). Pemberdayaan komunitas lokal diharapkan mampu membangun sebuah integrasi antara pemangku kebijakan, pelaku usaha, dan penduduk lokal untuk mengelola daerahnya sendiri.

Menurut Asker (2010) *Community-Based Tourism* (CBT) dikembangkan pada tahun 1990an dengan tujuan untuk memperkenalkan pendekatan *bottom-up* yang akan memberikan partisipasi masyarakat yang nyata dan menyeluruh kepada semua tingkat pengembangan pariwisata. Salazar (2011) berpendapat, bahwa CBT adalah upaya untuk menciptakan industri pariwisata berkelanjutan dengan memprioritaskan masyarakat lokal dalam merencanakan pengembangan pariwisata. Senada dengan hal tersebut, Kibicho (2010) menyebutkan bahwa CBT melibatkan pengembangan keterampilan dan peningkatan pendapatan di antara masyarakat lokal sehingga memberdayakan mereka melalui penciptaan kesempatan kerja. Meskipun CBT mirip dengan model pengembangan pariwisata berkelanjutan lainnya dalam rangka melestarikan alam dan warisan budaya, namun prioritas dari konsep CBT menitik beratkan pada peran masyarakat lokal untuk memiliki kendali dalam mengarahkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan di daerahnya sendiri. Lebih lanjut, Goodwin & Santili (2009) menjabarkan beberapa indikator yang dapat digunakan dalam melakukan pengukuran atas kesuksesan praktek CBT yang terdiri dari (1) peningkatan mata pencaharian atau peningkatan taraf hidup, (2) pembangunan ekonomi lokal, (3) viabilitas komersil, (4) manfaat kolektif, (5) modal sosial dan pemberdayaan, (6) rasa memiliki tempat, (7) pendidikan, (8) konservasi dan lingkungan, (9) pariwisata, (10) faktor lainnya.

Penelitian ini berupaya membahas proses keterlibatan masyarakat untuk menerapkan pendekatan *bottom-up* dalam pengembangan tujuan wisata di Pantai Pandawa sebagai destinasi wisata yang baru dan masih berkembang yang terletak di sebelah selatan Bali. Fokusnya adalah tentang integrasi atas penerapan CBT dari pihak pengelola desa, investor, pelaku usaha, dan masyarakat lokal.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif dengan pertimbangan bahwa masalah yang diangkat masih bersifat sementara diawal penelitian dan akan berkembang setelah peneliti memasuki lapangan. Narasumber atau informan yang

dipilih dilakukan secara *purposive sampling*, yaitu dipilih melalui pertimbangan tertentu dan dianggap sebagai perwakilan pihak yang paling mengetahui tentang informasi dan data yang diharapkan. Lokasi penelitian ditetapkan secara *purposive* di lingkungan Pantai Pandawa, Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung. Lokasi ini dipilih karena merupakan daerah yang tanpa disadari telah menerapkan *Community-based Tourism* mulai dari awal hingga selama 12 tahun perkembangannya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur dan observasi partisipasi pasif. Esterberg (2002) menyebutkan bahwa wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik. Penelitian ini menggunakan wawancara terstruktur, yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara melalui instrumen tertulis sebagai pedoman. Marshall (1995), berpendapat bahwa melalui observasi, peneliti akan mempelajari tentang perilaku dan makna yang melekat dalam perilaku tersebut. Lebih lanjut, Sugiyono (2014) menyebutkan bahwa observasi partisipasi pasif merupakan proses peneliti datang ke lokasi penelitian untuk melakukan pengamatan terhadap kegiatan, namun tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Seiring dengan perkembangan konsep CBT yang telah berkembang dalam bidang pariwisata, masih ada keraguan bahwa konsep ini mampu untuk menjadi solusi atas permasalahan pariwisata yang melibatkan masyarakat setempat dalam kebijakan dan perencanaan tujuan. Okazaki (2008) menyebutkan bahwa banyak peneliti, juga praktisi, masih mempertanyakan nilai dan penerapan teori partisipasi masyarakat yang mengklaim bahwa hal itu terlalu naif dan mahal untuk diterapkan. Selain itu, kurangnya tindakan praktis untuk mempromosikan dan menguji strategi keterlibatan masyarakat dianggap sebagai kelemahan. Menurut Suansri (2003), CBT, tidak berusaha menjawab pertanyaan: "bagaimana masyarakat bisa mendapatkan keuntungan dari pariwisata?", namun lebih kepada usaha untuk menjawab pertanyaan: "bagaimana pariwisata dapat berkontribusi pada proses pengembangan masyarakat?". CBT bukan sekadar bisnis pariwisata yang bertujuan memaksimalkan keuntungan bagi investor, namun lebih mementingkan dampak pariwisata terhadap masyarakat dan sumber daya lingkungan. CBT muncul dari strategi pengembangan masyarakat dengan menggunakan pariwisata sebagai alat untuk memperkuat kemampuan organisasi masyarakat yang mengelola sumber daya pariwisata dengan partisipasi masyarakat setempat.

Pantai Pandawa yang terletak di Desa Kutuh, Kecamatan Kuta Selatan, Kabupaten Badung, Provinsi Bali merupakan destinasi wisata yang masih termasuk baru jika dibandingkan dengan destinasi lainnya di daerah Bali Selatan, semisal Nusa Dua, Pantai Kuta, Tanjung Benoa, GWK, dan lainnya. Keterlibatan Pemerintah Daerah Kabupaten Badung sendiri baru mulai ada setelah tahun 2012, lebih dari 12 tahun dari dimulainya perjuangan warga Desa Kutuh untuk membuka Pantai Pandawa menjadi sebuah destinasi wisata layak jual. Pada awalnya warga Desa Kutuh melalui Prajuru Adat dalam musyawarah desa tahun 1999 menggagas membuka jalan menuju pantai agar mempermudah akses warga desa yang 50 persen berprofesi sebagai petani rumput laut. Wilayah tebing yang mengandung batu galian dikeruk dalam area tertentu, kemudian dijual dengan porsi yang telah ditakar agar tidak merusak lingkungan. Pada periode tersebut, masyarakat Kutuh berjuang membuka akses dan meningkatkan perekonomian sehingga angka kemiskinan menjadi 0 persen pada tahun 2011. Perjuangan selama 12

tahun inilah yang kemudian dianalogikan seperti kisah Panca Pandawa yang berjuang di tengah hutan setelah kalah dalam permainan dadu oleh Kurawa.

Menggunakan metode pengukuran atas kesuksesan praktek CBT oleh Goodwin & Santili (2009), berikut adalah penjabaran dari strategi CBT yang telah diterapkan oleh warga Desa Kutuh dalam rangka mengelola dan mempromosikan Pantai Pandawa dengan gambaran besar yang terdiri dari kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan.

(1) Peningkatan mata pencaharian atau peningkatan taraf hidup. Pada awalnya 50 persen dari populasi masyarakat Desa Kutuh adalah petani rumput laut dengan penghasilan sebesar Rp 7.000.000,- per dua bulan setiap kali panen dengan asumsi tidak terjadi gagal panen. Setelah akses menuju Pantai Pandawa dibuka, banyak masyarakat yang beralih profesi terjun di bidang pariwisata yang menyebabkan terjadi perubahan orientasi pekerjaan menjadi pelaku pariwisata, Pendapatan masyarakat perlahan meningkat. Rata-rata pendapatan saat ini adalah sebesar Rp 1.000.000,- sampai dengan Rp 2.000.000,- per hari pada saat *peak season* dan rata-rata Rp 400.000,- per hari saat *low season*. Gaya hidup pun telah berubah, yang dulunya mencari bahan makanan ke ladang dan mengumpulkan kayu bakar untuk memasak, kini warga lebih memilih membeli lauk pauk serta menggunakan kompor gas untuk memasak. Selain itu, keseluruhan masyarakat lokal telah mampu menyekolahkan anaknya ke jenjang pendidikan yang lebih tinggi, dan mengarahkan mereka ke bidang pariwisata.

(2) Pembangunan ekonomi lokal. Desa Adat Kutuh mendirikan Badan Usaha Miliki Desa (BUMDA) sebagai payung besar manajemen aktivitas bisnis desa dengan membawahi beberapa unit bisnis, seperti Lembaga Perkreditan Desa (LPD), Manajemen Pantai Pandawa, Unit Barang dan Jasa, Unit Transportasi, Piranti Yadnya, Pengamanan Terpadu, Pelayanan Kesehatan, dan lainnya. Unit-unit bisnis ini merupakan strategi integrasi yang saling berkoordinasi atas segala aktivitas perekonomian dalam rangka menekan angka kebocoran akibat aktivitas pariwisata di Pantai Pandawa. Unit-unit bisnis inipun menjadi sebuah serapan tenaga kerja untuk menempati pos-pos kolaborasi unit bisnis tersebut. Hal ini senada dengan pernyataan Mitchell dan Muckosy (2008) yang menyebutkan bahwa adanya integrasi praktek CBT dengan arus aktivitas pariwisata diyakini memiliki dampak lebih besar pada masyarakat lokal.

(3) Viabilitas komersil. Harrison & Schipani (2007) menyebutkan bahwa viabilitas komersial sering ditingkatkan melalui praktik kemitraan antara perusahaan CBT dan sektor swasta yang menguntungkan kedua belah pihak. Kerjasama dengan beberapa pihak swasta telah dilakukan dalam bentuk penyewaan lahan untuk pembangunan hotel dan fasilitas wisata lainnya di lingkungan Pantai Pandawa. Manajemen Pantai Pandawa menekankan kepada pihak swasta yang berkolaborasi agar segala aktivitas pembangunan fasilitas wisata harus sesuai dengan rencana tata ruang atau *awig-awig* (peraturan) desa adat yang berlaku di Desa Adat Kutuh.

(4) Manfaat kolektif. Segala pendapatan yang diterima sebagai hasil dalam aktivitas pariwisata dimanfaatkan untuk kesejahteraan masyarakat Desa Adat Kutuh, baik untuk pembangunan fasilitas umum, pembangunan pura, upacara adat, upacara agama, serta keperluan lainnya. Pada akhirnya, masyarakat Desa Kutuh secara keseluruhan tidak lagi dikenakan sumbangan dan iuran apabila ada kegiatan yang bersifat kolektif karena keseluruhan pendanaan ditanggung oleh desa adat melalui pengeloan dana unit-unit bisnisnya.

(5) Modal sosial dan pemberdayaan masyarakat. Graci dan Doods (2010), menyatakan bahwa proses keterlibatan masyarakat CBT memberdayakan anggota masyarakat setempat dengan membangun keterampilan, pengetahuan dan kepastian yang dibutuhkan untuk bertanggung jawab atas tanah dan sumber daya mereka, untuk mempromosikan potensi mereka dan mengarahkan pengembangan pariwisata di masyarakat mereka. Manajemen Pantai Pandawa sedari awal telah menetapkan regulasi terkait sumber daya lokal sebagai pengelola dan pelaku usaha di daerahnya sendiri. Hal ini terbukti dengan tidak adanya orang diluar masyarakat lokal Desa Kutuh yang boleh memiliki usaha di lingkungan Pantai Pandawa.

(6) Rasa memiliki tempat. Masyarakat masih menjaga adat dan budaya yang menjadi nilai kehidupan mereka. Praktek nyatanya adalah dengan menjaga lingkungan Pura Segara yang masih disakralkan di lingkungan Pantai Pandawa. Selain itu, kebudayaan juga masih dilestarikan dengan pertunjukan atraksi wisata berupa kecak dan 2 barong yang dipentaskan setiap hari secara bergiliran oleh masyarakat lokal.

(7) Pendidikan. Desa Adat Kutuh melalui Manajemen Pantai Pandawa memberikan 100 beasiswa bagi warganya yang ingin melanjutkan pendidikan ke perguruan tinggi, khususnya yang terkait dengan kepariwisataan. Selain itu, pelatihan bahasa asing juga kerap kali diberikan kepada para pedagang di lingkungan Pantai Pandawa.

(8) Konservasi dan lingkungan. Meskipun terjadi pengerukan tebing sebagai upaya untuk membuka akses menuju pantai, namun area pengerukan telah ditetapkan dan ditakar agar tidak merusak lingkungan. Selain itu, permasalahan sampah yang diakibatkan oleh aktivitas perdagangan, telah ditanggulangi dengan memasang tempat sampah, himbauan untuk tidak membuang sampah dan juga menyiapkan staff kebersihan di lingkungan Pantai Pandawa.

(9) Pariwisata. Pemberian nama Pantai Pandawa menciptakan sebuah *positioning* tersendiri terutama dengan diferensiasi filosofi Panca Pandawa sesuai dengan perjuangan masyarakat Desa Kutuh dalam membuka akses dan mengenalkan Pantai Pandawa. Areal tebing dengan hiasan patung Panca Pandawa juga menjadi sebuah nilai jual tempat ini. Pengelolaan unit bisnis yang terintegrasi pada akhirnya menghasilkan prestasi bagi Desa Kutuh sebagai Juara I Lomba Desa Tingkat Nasional untuk Regional II (Jawa-Bali) Tahun 2017 (bali.antaranews.com).

Hal menarik yang menjadi temuan dalam proses penelitian ini adalah adanya BUMDA sebagai motor penggerak dari keseluruhan integrasi unit bisnis CBT di lingkungan Desa Kutuh. Hanya saja dalam penelitian ini membatasi fokus pada pengelolaan CBT melalui Manajemen Pantai Pandawa. Penelitian ini masih dapat dilanjutkan dikemudian hari untuk mendapatkan pemahaman lebih mendalam tentang peran BUMDA di Desa Kutuh dalam mengkolaborasikan unit-unit bisnis sebagai sebuah praktek CBT untuk memberdayakan komunitas masyarakat lokal secara optimal.

Simpulan

Implementasi CBT yang efektif di lingkungan Pantai Pandawa memiliki dampak penting pada tiga pilar keberlanjutan yang menghasilkan perluasan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan. Perubahan pendapatan menyebabkan perubahan gaya hidup masyarakat. Manfaat kolektif dari praktek CBT juga dirasakan oleh masyarakat

sehingga pembangunan fasilitas dan kepentingan di Desa Kutuh telah dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Namun, meskipun seiring dengan perubahan ekonomi dan sosial, masyarakat masih memiliki kesadaran untuk tetap menjaga kebudayaan sebagai nilai hidup dengan menjaga budaya dan lingkungan sebagai salah satu nilai jual pariwisata di Bali selain kondisi alamnya.

Ucapan terima kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Manajemen Pantai Pandawa dan Perwakilan BUMDA (Badan Usaha Milik Desa) Desa Kutuh, Kuta Selatan, Badung. Penulis juga berterima kasih kepada komunitas pedagang, pecalang, dan anggota masyarakat yang turut terlibat dalam aktivitas perekonomian di lingkungan Pantai Pandawa atas diskusinya yang bermanfaat.

Daftar Pustaka

- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective community based tourism: a best practice manual*. Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, Gold Coast. Australia.
- BPS Provinsi Bali. (2017). *Provinsi Bali dalam angka 2017*. BPS Provinsi Bali.
- Esterberg, K. G. (2002). *Qualitative methods in social research*. New York: Mc Graw Hill.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success?.* ICRT Occasional Paper 11.
- Graci, S. & Doods, R. (2010). *Sustainable tourism in island destinations*. London: Earthscan.
- Harrison, D., & Schipani, S. (2007). *Lao tourism and poverty alleviation: community-based tourism and the private sector*. M. Hall, ed (s). Clevedon: Channel View Publication.
- Kibicho, W. (2008). *Community - based tourism: A factor - cluster segmentation approach*. Journal of Sustainable Tourism, 16(2): 211-231.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (1995). *Designing qualitative research*. London: Sage Publications.
- Mitchell, J., & Muckosy, P. (2008). *A misguided quest: Community-based tourism in Latin America*. London: Overseas Development Institute.
- Nursastri, S. A. (2017). *Bali dinobatkan sebagai destinasi wisata terbaik dunia*. online. <http://travel.kompas.com/read/2017/04/14/200540027/bali.dinobatkan.sebagai.destinasi.wisata.terbaik.di.dunia>

- Okazaki, E. (2008). *A community - based tourism model: It's conception and use*. Journal of Sustainable Tourism, 16(5): 511-529.
- Salazar, N. (2012). *Community - based cultural tourism: Issues, threats and opportunities*. Journal of Sustainable Tourism, 20(1): 9-22.
- Suansri, P. (2003). *Community based tourism handbook*. Thailand: REST Project.
- Sugiyono (2014). *Metode penelitian bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Surya, I M. (2017). *Desa Kutuh-Badung juara lomba desa tingkat nasional*. online. http://bali.antaraneews.com/en/berita/109760/desa-kutuh-badung-juara-lomba-desa-tingkat-nasional?utm_source=related_news&utm_medium=related&utm_campaign=news
- Utama, R. (2016). *MEA dan pariwisata*. Online. <https://www.posbali.id/mea-dan-pariwisata/>.