

Pengembangan *Community Based Tourism* Sebagai Strategi Pemberdayaan Masyarakat Dan Pemasaran Pariwisata Di Wonosalam Kabupaten Jombang

Rachmawati Novaria
Afifatur Rohimah

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tujuh Belas Agustus 1945, Surabaya
e-mail: nova@untag-sby.ac.id, afiefatur94@gmail.com

Abstrak

Pengembangan potensi wisata yang memiliki nilai jual tinggi bila dikelola dan dipromosikan secara tepat dapat menjadi wisata unggulan. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi dan karakteristik wisata potensial, merumuskan model pemasaran destinasi wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang, dan menganalisis kesiapan masyarakat serta program-program yang sudah dilakukan Pemerintah Kabupaten Jombang dalam mengembangkan *Community Based Tourism*. Melalui pendekatan kualitatif, perolehan data penelitian ini dilakukan dengan wawancara kepada beberapa informan. Temuan penelitian ini adalah pemberdayaan masyarakat dilakukan dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata, selain itu memerlukan strategi yang spesifik dan berkesinambungan. Strategi pengembangan *Community Based Tourism* dijabarkan dalam aspek manajemen pengelolaan destinasi wisata, aspek sosial ekonomi, dan aspek budaya yang dilakukan melalui penilaian dan kesiapan baik persepsi, partisipasi masyarakat dan keinginan masyarakat terhadap pengembangan destinasi wisata yang ada di daerahnya dan diperlukan strategi pemasaran pariwisata yang sesuai dengan kondisi destinasi wisatanya.

Kata kunci: *community based tourism*, strategi pemasaran pariwisata, pemberdayaan masyarakat

Community Based Tourism Development As A Strategy Of Community Empowering And Tourism Marketing In Wonosalam District, Jombang

Abstract

Development of tourism potency that has a high selling value when managed and promoted appropriately could turn into a prominent tourism. The aim of this research is to identify potential and tourism characteristic, to formulate the marketing model of existing tourist destinations in Wonosalam district, Jombang regency, and to analyze community readiness as well as the programs that have been done by Government of Jombang regency in evolving Community Based Tourism. By qualitative approach, data acquisition of this research is done by interview to several informants. The findings of this research are community empowerment conducted in the management and promotion of tourism destinations, in addition to demanding specific and sustainable strategies. Community Based Tourism development strategy is described in the management aspect of tourism destination, socioeconomic, and cultural which is done through the assessment and readiness of perception, public participation and public's desire to the development of tourism destinations in their area respectively, and the required tourism marketing strategy condition of the tourism destination.

Keywords: community based tourism, community empowerment, tourism marketing Strategy

Pendahuluan

Pariwisata pada dasarnya adalah suatu kegiatan yang dilakukan oleh manusia dan berbagai persyaratan minimum yang diperlukan agar bisa dikatakan telah terjadi perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, satu perangkat motif untuk terlibat dalam perjalanan yang (tidak termasuk komuter untuk bekerja), dan keterlibatan dalam kegiatan di tempat tujuan (Tribe: 2007). Pariwisata Indonesia mulai mampu menggantikan pemasukan negara dari sektor pertambangan. Hal tersebut dikarenakan pariwisata merupakan salah satu jenis industri padat karya yang mampu mendorong segala aspek yang menjadi permasalahan masyarakat, mulai aspek ekonomi, sosial, budaya, dan aspek lain yang berpengaruh kepada masyarakat. Oleh karena itu, pemerintah memberikan kebebasan pengelolaan terkait potensi wisata pada setiap daerah, seperti yang tertulis di UU Nomor 32 Tahun 2004 Tentang Pemerintah Daerah dan UU Nomor 33 Tahun 2004 Tentang Perimbangan Keuangan Pusat dan Daerah, memberi kesempatan yang besar bagi daerah untuk mengelola sumber daya alam yang dimiliki agar dapat memberikan hasil yang optimal. Akibatnya setiap pemerintah daerah berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan perekonomian daerahnya melalui pengelolaan objek wisata yang dimiliki.

Kota Jombang di Indonesia tidak hanya terkenal sebagai Kota Santri karena banyaknya pondok pesantren terkemuka berkembang di Kota Jombang. Akan tetapi selain terkenal sebagai Kota Santri, Jombang juga memiliki beragam potensi wisata yang menarik sebagai destinasi wisata, terlebih letaknya sangat strategis. Daya tarik yang dimiliki pariwisata religi, antara lain Makam Gunung Kuncung, Makam Pangeran Benowo dan Makam KH. Abdurrahman Wahid (Gus Dur), dimana Kota Jombang kian hari kian ramai dikunjungi penziarah. Hal ini bermula dari meninggalnya Gus Dur yang dimakamkan di komplek pemakaman pesantren Tebu Ireng. Kini makam Gus Dur menjadi salah satu tempat wisata religi andalan di Kabupaten Jombang. Sedangkan untuk wisata alam terdiri dari, hutan wisata, serta panorama alam. Sementara itu untuk objek wisata budaya terdiri atas, peninggalan situs sejarah/ purbakala, monumen, adat istiadat, kesenian dan objek wisata buatan yang terdiri dari taman rekreasi, pemancingan, yang terdapat di wilayah Kabupaten Jombang.

Salah satu kecamatan di Kabupaten Jombang yang memiliki potensi wisata yang menguntungkan adalah Kecamatan Wonosalam. Berikut beberapa potensi wisata yang beragam, baik dari segi budaya, sosial, sejarah, hingga wisata alam, yaitu : Kampong Durian Desa Sumber, Makam Gunung Kuncung Desa Wonorejo, Makam Pangeran Benowo Desa Wonomerto, Air Terjun Sekar Pudak Sari Terletak di Desa Wonokerso. Air Terjun Tretes Dusun Pengajaran Galengdowo, Taman Hutan Raya Raden Soeryo Dusun Pengajaran, Galengdowo, Goa Sigolo-golo Dusun Kraten, Panglungan, Goa Sriti. Banyaknya ragam objek wisata di Kecamatan Wonosalam ternyata tidak diimbangi dengan jumlah pendapatan untuk daerahnya meskipun banyak destinasi wisata yang dikunjungi oleh wisatawan. Berdasarkan data tahun 2016 dari Dinas Pendidikan, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jombang diketahui para pengunjung destinasi wisata sejumlah sekitar 976.430 wisatawan dalam setahun, sehingga masih diperlunya keikutsertaan dan partisipasi masyarakat yang diharapkan mampu mendukung kinerja pemerintah sebagai roda penggerak kemajuan potensi objek wisata. Suwantoro (2009), mengartikan wisatawan adalah seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata dengan waktu tinggalnya sekurang kurangnya 24 jam di daerah atau negara lain, jika waktu wisata kurang dari 24 jam maka dapat disebut dengan pelancong. Selanjutnya, seseorang dapat dikatakan

melakukan perjalanan wisata apabila: bersifat sementara, sukarela, dan tidak bertujuan untuk bekerja.

Menurut Ridwan (2012), pengembangan wisata alam dan wisata budaya dalam perspektif kemandirian lokal merupakan perwujudan interkoneksi dalam tatanan masyarakat yang dilakukan secara mandiri oleh tatanan itu sendiri guna meningkatkan kualitas tatanan dengan tetap memelihara kelestarian alam dan nilai-nilai budaya lokal, serta obyek wisata alam dan wisata budaya yang ada. Berkaitan dengan hal tersebut di atas, saat ini perencanaan pengembangan pariwisata mulai diarahkan menggunakan *community approach* atau *community based tourism*. Dalam hal ini masyarakat lokal yang akan membangun, memiliki dan mengelola langsung fasilitas wisata serta pelayanannya, sehingga dengan demikian masyarakat diharapkan dapat menerima secara langsung keuntungan ekonomi dan mengurangi urbanisasi (Nurhayati:2009).

Menurut Demartoto (2009), usaha-usaha pengembangan pariwisata yang berorientasi pada masyarakat lokal masih minim. Hal ini dikarenakan masyarakat tidak memiliki kemampuan secara finansial dan keahlian yang berkualitas untuk mengelolanya atau terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata yang berbasis alam dan budaya. Sehingga perlunya partisipasi aktif masyarakat untuk menjadi tuan rumah yang baik, menyediakan sesuatu yang terbaik sesuai kemampuan, ikut menjaga keamanan, ketentraman, keindahan dan kebersihan lingkungan, memberikan kenangan dan kesan yang baik bagi wisatawan dalam rangka mendukung program sapta pesona, serta menanamkan kesadaran masyarakat dalam rangka pengembangan potensi wisata. Adapun permasalahannya adalah “mengidentifikasi potensi wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang dan pemilihan model strategi pemasaran destinasi wisata dengan mengembangkan *Community Based Tourism* (CBT) yang mampu menunjang wisata yang ada di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang”.

Metode

Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif tentang Pengembangan *Community Based Tourism* (CBT) di Kecamatan Wonosalam Jombang. Lokasi penelitian dilakukan di Kecamatan Wonosalam Kabupaten Jombang. Deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan dan menganalisis upaya pemerintah Kabupaten Jombang dalam mengembangkan pariwisatanya mencoba strategi yang sesuai untuk memasarkan destinasi wisata potensial yang mereka miliki dengan berbasis pada *Community Based Tourism*. Menurut Bungin (2013) data yang diperoleh peneliti secara langsung dapat berupa hasil wawancara, observasi. Sementara data sekunder adalah data yang diperoleh peneliti dari sumber yang sudah ada seperti catatan, dokumentasi, tulisan dari buku maupun media baik media cetak maupun elektronik, yang berhubungan dengan pengembangan *Community Based Tourism* sebagai strategi pemberdayaan masyarakat dan pemasaran destinasi wisata di Kecamatan Wonosalam, Jombang. Fokus pada jenis data utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan observasi yang dilakukan peneliti terkait objek wisata di Kecamatan Wonosalam, Jombang.

Hasil dan Pembahasan

Menurut Yoeti (2008), menjelaskan pariwisata sebagai suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau di luar negeri, meliputi pendiaman orang-

orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Undang-Undang Nomor 90 Tahun 1990 Tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata. Sedangkan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Orang yang berpariwisata disebut wisatawan.

Suwantoro (2009), menggolongkan pariwisata menjadi beberapa jenis, yaitu dari segi jumlahnya: a) *Individual Tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami istri; b) *Family Group Tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain; c) *Group Tour*, yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama minimal 10 orang, dengan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

Menurut Pendit (2012), beberapa jenis pariwisata yang telah dikenal di masyarakat, antara lain: a). Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan ketempat lain atau luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, kebudayaan dan seni mereka. b). Wisata kesehatan yaitu perjalanan seseorang wisatawan yang berkunjung untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani. c). Wisata olahraga yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolahraga atau memang sengaja untuk mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga disuatu tempat atau negara. d). Wisata komersial yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya. e). Wisata industri yaitu perjalanan yang dilakukan rombongan mahasiswa atau pelajar atau orang-orang awam kesuatu tempat penindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian. f). Wisata bahari yaitu perjalanan yang banyak dikaitkan dengan olahraga air seperti danau, pantai dan laut. g). Wisata cagar alam yaitu jenis wisata yang biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur ketempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya, yang kelestariannya di lindungi oleh undang-undang. h). Wisata bulan madu yaitu suatu perjalanan yang dilakukan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas- fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan. Dalam upaya memuaskan kebutuhan dan selera wisatawan, lahirlah unsur-unsur atau faktor pendukung yang harus diperhatikan, seperti yang dijelaskan oleh Suwantoro (2009) beberapa komponen dalam kepariwisataan yang diperlukan yaitu: 1). Sarana Pokok Pariwisata: a) Biro perjalanan dan agen, b) Transportasi (darat, laut dan udara), c) Restoran, d) Objek wisata, e) Atraksi wisata (tradisi atau budaya lokal); 2) Sarana pelengkap pariwisata: a) Fasilitas rekreasi dan olahraga dan b) Prasarana umum; 3) Sarana penunjang kepariwisataan: a) *Night Club dan Steambath*, b) *Casino dan Entertainment*, c) *Souvenir Shop, mailing service*.

Hal tersebut ditegaskan oleh Bapak Asrori (35th) salah satu tokoh agama yang menyebutkan bahwa atraksi wisata di Wonosalam terutama pada saat ada perayaan Kenduren adalah salah kegiatan wisata pesta duren pada saat daerah Wonosalam sedang panen raya duren dan diadakan seperti sedekah bumi, hal tersebut sangat istimewa,

spesial dapat menarik perhatian wisatawan untuk mau berkunjung dan ikut berpartisipasi meramaikannya, dan ini sangat menguntungkan untuk para pelaku usaha yang ada di sekitar daerah tersebut.

Sedangkan menurut Bapak Martam (50th), tokoh masyarakat, dengan adanya dukungan dan partisipasi masyarakat yang secara sadar dan mampu melihat peluang usaha maka masyarakat mencoba membuat cinderamata (souvenir) yang bisa dijadikan kenang-kenangan dan ciri khas daerah Wonosalam, seperti mereka ada yang membuat dodol duren, dodol salak, kurma salak, kurma duren, keripik salak dan keripik duren khas Wonosalam. Dengan pemberdayaan masyarakat setempat menjadikan mereka bisa meningkatkan ekonomi keluarganya dan dengan memberikan pelatihan manajemen usaha diharapkan dapat meningkatkan pemasaran dari diversifikasi produk-produk usaha khas daerah Wonosalam.

Pariwisata berbasis masyarakat sebagai sebuah pendekatan pemberdayaan yang melibatkan dan meletakkan masyarakat sebagai pelaku penting dalam konteks paradigma baru pembangunan yakni pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable development paradigm*) pariwisata berbasis masyarakat merupakan peluang untuk menggerakkan segenap potensi dan dinamika masyarakat, guna mengimbangi peran pelaku usaha pariwisata skala besar. Pariwisata berbasis masyarakat tidak berarti merupakan upaya kecil dan lokal semata, tetapi perlu diletakkan dalam konteks kerjasama masyarakat secara global. Dari beberapa ulasan tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat adalah pariwisata dimana masyarakat atau warga setempat memainkan peranan penting dan utama dalam pengambilan keputusan mempengaruhi dan memberi manfaat terhadap kehidupan dan lingkungan mereka.

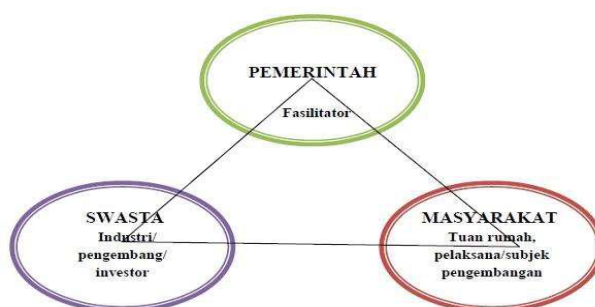
Community Based Tourism (CBT)

Community Based Tourism atau pariwisata berbasis masyarakat (Prabawati:2013) adalah pariwisata yang menyadari kelangsungan budaya, sosial dan lingkungan. Bentuk pariwisata ini dikelola dan dimiliki oleh masyarakat guna membantu wisatawan meningkatkan kesadaran mereka dan belajar tentang tata cara hidup masyarakat lokal. *Community Based Tourism (CBT)* merupakan konsep pengembangan suatu destinasi wisata melalui pemberdayaan masyarakat lokal, dimana masyarakat turut andil dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemberian suara berupa keputusan dalam pembangunannya. Ada tiga kegiatan pariwisata yang dapat mendukung konsep CBT, yaitu penjelajahan (*adventure travel*), wisata budaya (*cultural tourism*), dan ekowisata (*ecotourism*). Menurut Suansri (2009) terdapat beberapa prinsip dasar dalam *Community Based Tourism* yaitu: a. Mengenali, mendukung, dan mempromosikan kepemilikan masyarakat dalam pariwisata. b. Melibatkan anggota masyarakat dari setiap tahap pengembangan pariwisata dalam berbagai aspeknya. c. Mempromosikan kebanggaan terhadap komunitas bersangkutan. d. Meningkatkan kualitas kehidupan. e. Menjamin keberlanjutan lingkungan. j. Melindungi ciri khas (keunikan) dan budaya masyarakat lokal. k. Mengembangkan pembelajaran lintas budaya. l. Menghormati perbedaan budaya dan martabat manusia. m. Mendistribusikan keuntungan dan manfaat yang diperoleh secara proporsional kepada anggota masyarakat. n. Memberikan kontribusi dengan presentase tertentu dari pendapatan yang diperoleh untuk proyek pengembangan masyarakat. o. Menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungan.

Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Tourism*)

Adimihardja (1999) dalam Sunaryo (2013) mendefinisikan pemberdayaan masyarakat sebagai suatu proses yang tidak saja hanya mengembangkan potensi ekonomi masyarakat yang sedang tidak berdaya, namun demikian juga harus berupaya dapat meningkatkan harkat dan martabat, rasa percaya diri dan harga dirinya serta terpeliharanya tatanan nilai budaya setempat. Pemberdayaan masyarakat dimaknai sebagai suatu upaya untuk menguatkan *power* (daya) atau *empowering* dari golongan masyarakat yang *powerless* (tidak berdaya), biasanya mereka yang sedang tergolong kedalam masyarakat yang marjinal. Dalam kegiatan kepariwisataan ada beberapa pihak yang memiliki peran dan terlibat langsung dalam kegiatan kepariwisataan. Berikut gambar yang menggambarkan ilustrasi pemangku kepentingan dalam, pariwisata (Sunaryo:2013).

Gambar-1. Pemangku Kepentingan dalam Pariwisata

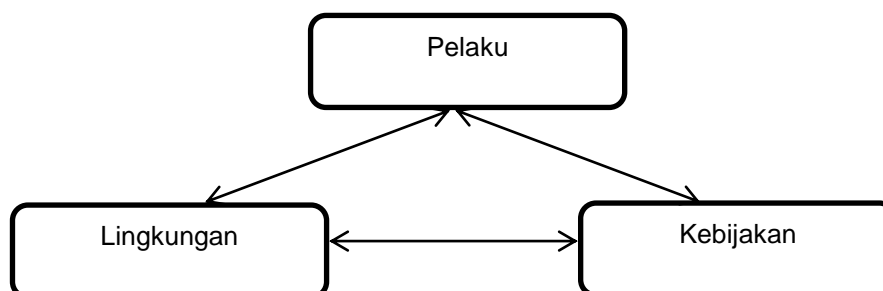


Sumber : Sunaryo (2013:217)

Berdasarkan Gambar 1 dapat di-simpulkan bahwa peran masyarakat dalam pelaksanaan kepariwisataan sangatlah besar dan perlu diseimbangkan dengan peran pemerintah maupun swasta. Tetapi dalam kenyataannya yang terjadi peran masyarakat masih sangat kecil bila dibandingkan dengan kedua *stakeholder* lainnya. Penyebabnya adalah tidak adanya atau lemahnya akses yang mereka miliki kepada sumberdaya (*resource*) pariwisata yang ada dan rendahnya pelibatan mereka dalam proses pengambilan keputusan. Sunaryo (2013) menyatakan bahwa untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berjalan dengan baik dan dikelola dengan baik maka hal yang paling mendasar dilakukan adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat. Masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama pentingnya sebagai salah satu pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam pembangunan kepariwisataan, selain pihak pemerintah dan industri swasta.

Menurut Dye dalam Dunn (2000) terdapat tiga elemen kebijakan yang membentuk sistem kebijakan. Dye menggambarkan ketiga elemen kebijakan tersebut sebagai kebijakan publik/*public policy*, pelaku kebijakan/*policy stakeholders*, dan lingkungan kebijakan/*policy environment*.

Gambar- 2: Tiga Elemen Sistem Kebijakan



Sumber: Thomas R. Dye dalam Dunn (2000:110)

Ketiga elemen pada gambar 2 diatas saling memiliki andil, dan saling mempengaruhi. Sebagai contoh, pelaku kebijakan dapat mempunyai andil dalam kebijakan, namun mereka juga dapat pula dipengaruhi oleh keputusan pemerintah. Lingkungan kebijakan juga mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pembuat kebijakan dan kebijakan publik itu sendiri. Dunn (2000) menyatakan, “Oleh karena itu, sistem kebijakan berisi proses yang dialektis, yang berarti bahwa dimensi obyektif dan subyektif dari pembuat kebijakan tidak tepisahkan di dalam prakteknya”. Bila kebijakan dapat dipandang sebagai suatu sistem, maka kebijakan juga dapat dipandang sebagai proses. Sunaryo, Bambang (2013) menyebutkan bahwa pada hakikatnya pembangunan kepariwisataan tidak bisa lepas dari sumber dayadan keunikan komunitas lokal, baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi dan budaya), yang merupakan unsur penggerak utama kegiatan wisata itu sendiri sehingga semestinya kepariwisataan harus dipandang sebagai kegiatan yang berbasis pada komunitas. Batasan pengertian pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* sebagai berikut: wujud tata kelola kepariwisataan yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat aktif dalam manajemen dan pembangunan kepariwisataan yang ada. Wujud tata kelola kepariwisataan yang dapat memberikan kesempatan pada masyarakat yang terlibat langsung dalam usaha-usaha kepariwisataan juga bisa mendapatkan keuntungan dari kepariwisataan yang ada. Bentuk kepariwisataan yang menuntut pemberdayaan secara sistematis dan demokratis serta distribusi keuntungan yang adil kepada masyarakat yang kurang beruntung yang ada di destinasi.

Hasil wawancara dengan informan, Bapak Suyanto (53th) menyebutkan konsep pemberdayaan masyarakat yang sudah ada dalam program pengembangan dan pembangunan kepariwisataan yang dilaksanakan di Wonosalam Jombang harus diarahkan pada upaya pemberdayaan masyarakat melalui pengembangan produk lokal dan atraksi lokal yang ditujukan untuk mengembangkan destinasi pariwisata berdaya saing yang memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional dan kesejahteraan masyarakat

Lebih lanjut dikemukakan oleh Agus Darmawan (30th) sebagai pelaku usaha di Wonosalam menyebutkan bahwa dalam pembangunan kepariwisataan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat akan meningkatkan ekonomi keluarga masyarakat daerah Wonosalam jika dikelola dan mereka dapat melakukan promosi pemasaran wisata mereka dengan melalui media sosial yang dibuat secara menarik dan dapat mendatangkan wisatawan ke destinasi wisata tersebut.

Dalam khasanah ilmu kepariwisataan, strategi tersebut dikenal dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Konstruksi pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism*) ini pada prinsipnya merupakan salah satu gagasan yang penting dan kritis dalam perkembangan teori pembangunan kepariwisataan konvensional (*growthoriented model*) yang seringkali mendapatkan banyak kritik telah mengabaikan hak dan meminggirkan masyarakat lokal dari kegiatan kepariwisataan di suatu destinasi. Sedangkan menurut Hudson dan Timothy (1999) dalam Sunaryo (2013) pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* merupakan pemahaman yang berkaitan dengan kepastian manfaat yang diperoleh oleh masyarakat dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta kelompok lain yang memiliki ketertarikan atau minat kepada kepariwisataan setempat, dan tata kelola kepariwisataan yang memberi ruang kontrol yang lebih besar untuk mewujudkan kesejahteraan masyarakat setempat. Pariwisata berbasis masyarakat atau *Community Based Tourism* berkaitan erat dengan adanya kepastian partisipasi aktif dari masyarakat setempat dalam pembangunan kepariwisataan yang ada. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri dari atas dua perspektif, yaitu partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi yang berkaitan dengan distribusi keuntungan yang diterima oleh masyarakat dari pembangunan pariwisata.

Menurut Rachmawati Novaria (2016) ; Dilihat dari objek dan daya tarik yang ada destinasi wisata Wonosalam Kabupaten Jombang relatif memiliki jumlah objek wisata yang lengkap, dan dapat dilakukan promosi pemasaran dengan program *Information Communication Tourism* secara terpadu dan adanya kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta dan masyarakat.

Hasil yang diperoleh dari informan salah satunya Bapak Suyanto (53th) “pengembangan pariwisata berbasis CBT dikatakan sukses apabila ada keterlibatan masyarakat atau partisipasi masyarakat khususnya di Wonosalam, selain itu perlu adanya kemitraan dengan *tour* dan *travel* yang sering membawa wisatawan untuk membawa mereka ke destinasi wisata Wonosalam dan mampu mengintegrasikan dengan baik seperti membangun kerjasama dengan manajemen pariwisata yang terintegrasi antara destinasi wisata yang satu dengan destinasi wisata lainnya. CBT ini menjadi salah satu pilihan pengembangan pariwisata dengan cara memberdayakan masyarakat”.

Konsep pembangunan CBT yakni pembangunan dari, oleh dan untuk masyarakat. Masyarakat setempat sebagai pelaku utama harus ikut berpartisipasi secara aktif dalam setiap tahap pembangunan, mulai dari perencanaan, pembangunan, pengelolaan, pengembangan, pemantuan, evaluasi demi meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Masyarakat setempat juga memegang peran penting dalam memelihara sumber daya alam dan budaya yang berpotensi untuk menjadi daya tarik wisata. Peran pemerintah dan *stakeholder* lainnya harus mampu membina dan memberikan motivasi kepada masyarakat agar bersedia berpartisipasi aktif di dalam pembangunan pariwisata (Skripsi-Demartoto: 2009).

Dalam pengembangan pariwisata berbasis CBT di Kecamatan Wonosalam, berdasarkan potensi wisata dan kesiapan masyarakat, dapat dilakukan melalui dua strategi. Yang pertama yaitu dengan merancang berbagai produk wisata, seperti misalnya program dan paket-paket wisata. Strategi yang kedua yaitu dengan meningkatkan kemampuan, ketrampilan dan kompetensi masyarakat dalam mengelola pariwisata, karena dalam CBT masyarakatlah yang mempunyai peran utama dalam

pengelolaan. Program pengembangan pemasaran destinasi wisata dilakukan dengan mempromosikan dan bekerjasama dengan biro perjalanan wisata atau *travel* agen yang sering membawa wisatawan ke daerah Wonosalam Jombang dengan memanfaatkan teknologi informasi salah satunya dengan menggunakan program *Informasi Communication Tourism*, dan menerapkan kebijakan yang dibuat oleh pemerintah daerah untuk membawa wisatawannya ke destinasi wisata yang dianggap bisa dilalui dan membuat para wisatawan merasa nyaman untuk bisa tinggal lama dan membelanjakan uangnya di daerah Wonosalam, karena mereka juga tertarik akan atraksi yang disuguhkan di destinasi wisata tersebut. Penyediaan infrastruktur dan fasilitas bagi wisatawan seperti restoran, penginapan atau hotel serta sarana transportasi sangat diharapkan partisipasi dari masyarakat Wonosalam, selain itu dengan dilakukannya promosi destinasi wisata Wonosalam yang dilakukan secara terus menerus dengan melihat dan melibatkan peran serta masyarakat setempat maka diperlukan strategi kemitraan yang terjalin dengan baik antara pemerintah daerah, para investor dan pelaku usaha / masyarakat di destinasi Wonosalam tersebut.

Adapun model strategi pemasaran Pariwisata yang digunakan di destinasi wisata Wonosalam terdiri dari enam kegiatan pokok, yaitu pengembangan pasar dan informasi pariwisata, peningkatan promosi pariwisata luar negeri dan dalam negeri, peningkatan pencitraan Wonosalam, peningkatan minat khusus, dukungan manajemen dan promosi produk-produk hasil lokal serta melestarikan atraksi lokal teknis pengembangan pemasaran pariwisata lainnya. Diharapkan dengan terlaksananya kebijakan pengembangan CBT dan model pemasaran pariwisata tersebut akan meningkatnya kuantitas kunjungan wisman ke Indonesia. Kebijakan ini diimplementasikan melalui penyelenggaraan *familiarization trip*, peningkatan informasi pasar wisata, partisipasi pada bursa pariwisata, operasionalisasi *Visit Jombang Tourism*, penyelenggaraan Festival Ken-Duren, pengembangan publikasi di media elektronik dan digital

Simpulan

Simpulan yang diperoleh dari hasil obsevasi dan wawancara bersama informan, model pengembangan CBT yang digunakan sebagai strategi pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal di Wonosalam Jombang akan berhasil dengan baik jika semua infrastruktur tersedia dengan baik serta mendapat dukungan dari masyarakat dan kerjasama kemitraan dengan *stakeholders* dan didukung adanya regulasi pemerintah daerah untuk mendukung program promosi dan memasarkan destinasi wisata di Wonosalam Jombang. Dilihat dari sisi produk wisata di Wonosalam Kabupaten Jombang mempunyai potensi yang baik di antaranya terdiri dari potensi religi, alam dan budaya. Selain daya tarik alam, budaya dan buatan, terdapat pula potensi atraksi budaya masyarakat yang berupa kesenian-kesenian rakyat, permainan rakyat, upacara adat, legenda atau cerita rakyat yang dapat ditampilkan untuk memperkaya pengalaman wisatawan yang datang ke objek dan daya tarik wisata di Kabupaten Jombang. Dilihat dari objek dan daya tarik yang ada destinasi wisata Wonosalam Kabupaten Jombang relatif memiliki jumlah objek wisata yang lengkap, dan dapat dilakukan promosi pemasaran dengan program *Information Communication Tourism* secara terpadu antara objek wisata religi, objek wisata alam, dan objek wisata budaya. Sedangkan dari adanya partisipasi masyarakat diharapkan pelaku wisata dapat memberikan pelayanan yang baik kepada seluruh wisatawan yang berkunjung ke lokasi destinasi wisata, dengan memberikan kerahmatamahan, sehingga membuat wisatawan kerasan dan nilai kearifan lokal menjadi tampak dan diminati di destinasi wisata Wonosalam Jombang

Daftar Pustaka

- Arikunto, Si. (2007). *Manajemen penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2013). *Metodologi penelitian sosial & ekonomi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dinas Pemuda Olahraga, Pariwisata dan Kebudayaan Kabupaten Jombang. (2015)
- Demartoto, A. (2009), *Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.
- Dunn. (2000). *Kebijakan publik*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hudson, T. (1999). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Kotler, P. & Kevin, L. K. (2006). *Marketing management 12th edition*. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kusmayadi, E. S. (2000). *Metodologi penelitian dalam bidang kepariwisataan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya. Offset.
- Morisan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Murphi, S. (2007) *Model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Kota Yogyakarta*. Yogyakarta: Jurnal Penelitian BAPPEDA Kota Yogyakarta.
- Nuryanti, W. (2009). *Tourism: Concept, perspective and challenges* (Makalah pada konferensi internasional tentang pariwisata budaya Yogyakarta). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Pendit, S. N. (2012). *Ilmu pariwisata, sebuah pengantar perdana*. edisi 2. Jakarta: PT Prandnya Paramita.
- Prabawati, H. J. K. (2013). *Faktor-Faktor keberhasilan community based tourism dalam pengembangan desa wisata (studi kasus: PNPM mandiri pariwisata di dataran tinggi Dieng)*. Tugas Akhir Tidak Diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Novaria, R., Hardjosoewito, S., Maduwinarti, A. & Suroso, A. M. (2016). *make trade illegal urban of metropolitan city to entrepreneurship - cooperation residents*. online. Diakses dari <http://jsswnet.com/vol-4-no-2-december-2016-abstract-6->

jssw, Published by American Research Institute for Policy Development DOI:
10.15640/jssw.v4n2a6 URL: <https://doi.org/10.15640/jssw.v4n2a6>

Suansri, P. (2009). *Community based tourism handbook*. Bangkok, Thailand:
Responsible Ecological Social Tours Project (REST).

Sukarno-Hardjosoewito, Rachmawati-Novaria, (2016), *Proceeding The 13 th
International Asian Urbanization Conference: Rapid Urbanization and
Sustainable In Asia*

Suwantoro, G. (2009). *Dasar-Dasar pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

Tribe, J. (2007). *The indiscipline of tourism*. Annals of Tourism Research, 4 (2).

Ridwan, M. (2012). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Medan: PT
SOFMEDIA.

Yoeti, O.A. (2008). *Pemasaran pariwisata terpadu*. Bandung: Angkasa.