

BAB 10

UPAYA PENINGKATAN SADAR WISATA UNTUK MASYARAKAT AKAN POTENSI ALAM DI DESA BALUK

Nyoman Ayu Putri Lestari

Kepariwisataan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di Indonesia dan terbukti menyumbangkan pendapatan yang besar. Kepariwisataan akan terus berkembang selaras dengan perkembangan industrialisasi dan perubahan gaya hidup yang menyebabkan orang-orang makin memiliki kemampuan untuk berwisata dan memiliki waktu yang lebih banyak untuk melakukan perjalanan, khususnya ke Indonesia. Melihat prospek kepariwisataan inilah, pemerintah Indonesia berusaha mengembangkan kepariwisataan secara lebih intensif, yakni dengan mempersiapkan dan memperbaiki kualitas objek dan atraksi yang ada dengan tetap menggali potensi wisata yang dimiliki serta melakukan perencanaan dan pengelolaan pembangunan kepariwisataan yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan Indonesia mampu merebut pasar wisatawan dan bersaing dengan berbagai destinasi wisata yang ada di dunia. Hal tersebut sejalan dengan visi

Nyoman Ayu Putri Lestari

*Universitas Triatma Mulya, e-mail: putri.lestari@triatmamulya.ac.id.

© 2024 Penerbit BRIN

Lestari, A. P. L. (2024). Upaya peningkatan sadar wisata untuk masyarakat akan potensi alam di Desa Baluk. Dalam N. L. P. A. Karta., N. M. A. Widiastini., & N. K. D. Irwanti. (Ed.), *Desa wisata dan UMKM pendukung pada masa pandemi covid-19 di Kabupaten Tabanan Bali* (155–173). Penerbit BRIN. DOI: 10.55981/brin.612.c1256

Kemenparekraf/Baparekraf tahun 2020–2024 (Kemenparekraf/Baparekraf, 2020, 57), yaitu “Pariwisata dan ekonomi kreatif Indonesia yang maju, berdaya saing, berkelanjutan serta mengedepankan kearifan lokal dalam mewujudkan Indonesia maju yang berdaulat, mandiri dan berkepribadian berlandaskan gotong royong.”

Sektor pariwisata dan ekonomi kreatif ditargetkan memberi kontribusi yang terus meningkat terhadap ketahanan ekonomi Indonesia. Nilai devisa sektor pariwisata ditargetkan meningkat dari US\$3,3–4,8 miliar pada tahun 2020 menjadi US\$21,5–22,9 miliar pada tahun 2024. Kontribusi produk domestik bruto (PDB) pariwisata terhadap nasional ditargetkan meningkat bertahap dari 4,0% pada tahun 2020 menjadi 4,5% pada tahun 2024. Sementara itu, nilai ekspor produk ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari US\$16,9 miliar pada tahun 2020 menjadi US\$19,26 miliar pada tahun 2024. Nilai tambah ekonomi kreatif ditargetkan meningkat dari Rp1.157 triliun pada tahun 2020 menjadi Rp1.641 triliun pada tahun 2024. Dalam mendukung peningkatan kontribusi tersebut, diperlukan juga peningkatan kualitas dan jumlah wisatawan. Jumlah wisatawan mancanegara ditargetkan meningkat dari 2,8–4,0 juta wisatawan pada tahun 2020 menjadi 16–17 juta wisatawan pada tahun 2024. Di sisi lain, pergerakan wisatawan Nusantara ditargetkan sebesar 120–140 juta pada tahun 2020 meningkat menjadi 330–355 juta pergerakan pada tahun 2024. Daya saing destinasi dan industri pariwisata nasional ditargetkan meningkat, ditandai dengan meningkatnya peringkat Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) yang dipublikasikan oleh World Economic Forum. Indonesia ditargetkan berada di peringkat 36–39 pada tahun 2021 dan meningkat ke peringkat 31–34 pada tahun 2023.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menargetkan sebanyak 244 desa wisata tersertifikasi menjadi desa wisata mandiri hingga 2024. Pengembangan desa wisata dinilai merupakan langkah dalam hal pemenuhan indikator prioritas Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024. Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang

memiliki keindahan alam yang sangat luar biasa. Sekitar 16.771 buah pulau besar maupun kecil yang berderet di daerah khatulistiwa banyak menyimpan keindahan alam dan pada tahun 2021, rencananya Indonesia akan melaporkan kembali jumlah pulau di Indonesia terbaru melalui sidang UNGEGN.

Indonesia mempunyai 111 pulau-pulau kecil terluar yang telah ditetapkan dalam Keppres Nomor 6 Tahun 2017 tentang Penetapan Pulau-Pulau Kecil Terluar. Selain itu, penduduknya yang beraneka ragam yang terdiri atas ratusan suku bangsa memiliki keunikan tersendiri dan adat istiadat yang khas. Kekayaan alam dan budaya ini merupakan anugerah Tuhan yang harus disyukuri oleh bangsa Indonesia. Akan tetapi, hanya ada satu wilayah di Indonesia yang terkenal akan pariwisatanya, yaitu Bali, padahal dari segi wilayahnya, Bali memiliki kondisi fisik yang sama dengan daerah lain berupa pulau. Ragam budaya serta keindahan alam merupakan faktor atau aset yang berharga dalam pengembangan pariwisatanya.

Bali merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang begitu gencar dalam mengembangkan pariwisatanya. Pariwisata menjadi salah satu sektor utama yang begitu digalakkan, selain juga karena Bali tidak memiliki kekayaan di dalam perut bumi, seperti batu bara, minyak bumi, atau gas alam seperti daerah lainnya. Pariwisata menjadi aset yang sangat berharga bagi pulau ini. Bali sudah tidak dapat dipisahkan lagi dengan pariwisata sejak beberapa dasawarsa terakhir, bahkan sejak dasawarsa awal abad ini. Tidak hanya kebudayaan dan panorama alam, masyarakat Bali juga dikenal sebagai masyarakat yang ramah terhadap pendatang, khususnya wisatawan yang datang ke Bali. Konsep *tat twam asi* (aku adalah kamu, kamu adalah aku) merupakan konsep yang dibawa dalam kehidupan sehari-hari sehingga setiap mereka yang datang ke Bali, khususnya wisatawan, akan disambut dengan keramahtamahan masyarakat Pulau Dewata. Hal ini juga menjadikan para wisatawan ingin berlama-lama untuk tinggal di Bali.

Salah satu objek wisata di Bali yang dapat lebih dikembangkan lagi adalah objek wisata Pantai Baluk Rening. Objek wisata Pantai Baluk Rening yang terletak di kawasan pariwisata Bali Barat ini me-

mang tidak begitu populer. Meskipun demikian, Pantai Baluk Rening ini bisa menjadi salah satu tujuan wisata alternatif untuk wisatawan yang ingin menemukan tempat rekreasi berbeda, nyaman, tenang, indah, dan asri. Jika wisatawan ingin menikmati suasana alam pantai, tidak hanya dapat berkunjung ke kawasan pariwisata Bali Selatan saja karena Pulau Bali dikelilingi oleh lautan sehingga banyak menyuguhkan pantai indah. Sayangnya, pengelolaan yang dilakukan pada objek wisata seperti Pantai Baluk Rening ini belum optimal karena adanya berbagai kendala internal dan eksternal sehingga membutuhkan suatu strategi pengelolaan yang tepat dan bertanggung jawab yang dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya. Selain itu, penerapan sadar wisata masih sangat lemah di masyarakat. Hal ini terlihat dari kebersihan dan kenyamanan pantai yang kurang baik.

Sumber daya manusia merupakan faktor kunci dalam pengembangan suatu desa wisata. Upaya peningkatan kualitas SDM sangat penting untuk dilakukan secara berkelanjutan melalui penyuluhan sadar wisata dan sapta pesona sehingga masyarakat mempunyai pemahaman pariwisata dan kesadaran untuk berkontribusi dalam pengembangan pariwisata. Sadar wisata adalah pengertian yang mendalam pada orang, seorang atau sekelompok orang, yang terwujud dalam pemikiran, sikap, dan tingkah laku yang mendukung pengembangan pariwisata. Jadi, pemberian penyuluhan sadar wisata memiliki tujuan, yakni meningkatkan kadar pemahaman masyarakat tentang peranan pariwisata dalam pembangunan pariwisata Bali, membuat masyarakat secara sadar dan bertanggung jawab berperan serta dalam mencapai sasaran pengembangan pariwisata, menggalang sikap dan perilaku masyarakat untuk menjadi tuan rumah yang baik, dan menerapkan sapta pesona dalam kehidupan sehari-hari sehingga mutu dan citra Bali sebagai daerah tujuan wisata meningkat.

Kesadaran wisata yang tinggi dapat mendorong masyarakat untuk berperan serta aktif dalam pembangunan pariwisata, khususnya di Pantai Baluk Rening yang terletak di Desa Baluk, Kecamatan Negara, Kabupaten Jembrana karena pada dasarnya Desa Baluk sudah mempunyai potensi wisata yang menarik untuk dikunjungi serta potensi seni

dan budaya yang khas untuk dikelola ke depannya sebagai pariwisata yang mengedepankan budaya. Masyarakat dapat berpartisipasi dalam pelestarian budaya lokal dan meningkatkan rasa memiliki terhadap budaya yang sudah ada seperti halnya salah satu budaya lokal yang dimiliki dan menarik di Kabupaten Jembrana, yaitu tradisi mekepung (balapan kerbau). Mekepung artinya berkejar-kejaran. Inspirasinya muncul dari kegiatan tahapan proses pengolahan tanah sawah, yaitu tahap melumatkan tanah menjadi lumpur dengan memakai bajak lampit slau. Pada hari-hari tertentu, kerbau-kerbau pilihan (Gambar 10.1) yang akan berlomba biasanya berlatih di kawasan Pantai Baluk Rening sehingga hal tersebut bisa menjadi daya tarik sendiri untuk disaksikan sambil menikmati indahnya suasana Pantai Baluk Rening.



Foto: Nyoman Ayu Putri Lestari (2021)

Gambar 10.1 Sais joki sedang berlatih.

A. Pariwisata

Pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua kata, yaitu *pari*, artinya banyak, berkali-kali, berputar-putar; dan *wisata*, artinya perjalanan, bepergian. Berdasarkan arti kata tersebut, pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan rekreasi atau bersenang-senang (Banowati, 2012). Lebih lanjut, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 mengenai kepariwisataan mendefinisikan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan segala macam kegiatan yang terkait wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan, baik dari masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Menurut Hariyanto (2011), sektor pariwisata selain mendatangkan devisa juga membuka lapangan kerja yang luas, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dapat dikatakan sektor pariwisata mampu menggerakkan sektor lain, yakni jasa transportasi, perhotelan, perdagangan, industri, dan sebagainya.

B. Masyarakat

Menurut Hendropuspito (1989, dalam Handoyo et al., 2015), masyarakat adalah kesatuan yang tetap dari orang-orang yang hidup di daerah tertentu dan bekerja sama dalam kelompok-kelompok berdasarkan kebudayaan yang sama untuk mencapai kepentingan yang sama. Koentjaraningrat (1994) memaknai masyarakat sebagai kesatuan hidup manusia yang berinteraksi menurut suatu sistem adat istiadat tertentu yang bersifat kontinu dan yang terikat oleh suatu rasa identitas bersama. Masyarakat yang demikian memiliki ciri-ciri, yaitu

- 1) mempunyai wilayah dan batas yang jelas;
- 2) merupakan satu kesatuan penduduk;
- 3) terdiri atas kelompok-kelompok fungsional yang heterogen;
- 4) mengemban fungsi umum; dan
- 5) memiliki kebudayaan yang sama.

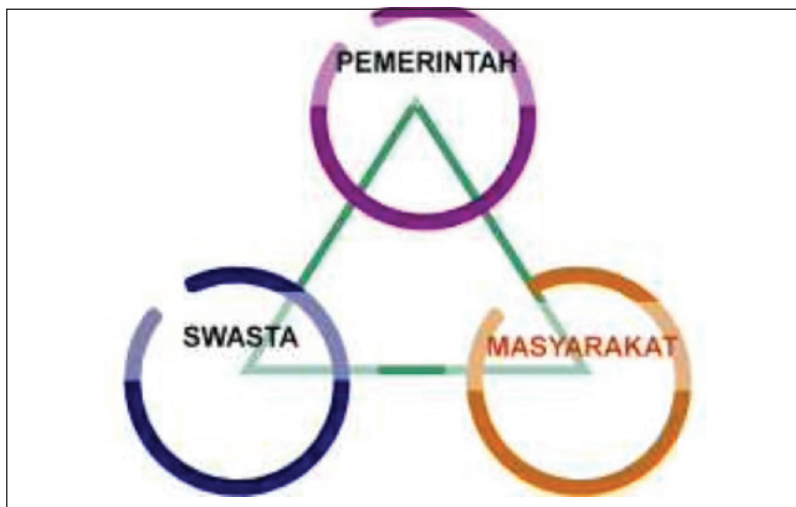
Upaya pemberdayaan masyarakat dapat dikaji dari tiga aspek. Pertama, *enabling*, yaitu menciptakan suasana memungkinkan potensi masyarakat dapat berkembang. Setiap masyarakat mempunyai potensi yang dapat dikembangkan, dengan kata lain, tidak ada masyarakat yang tanpa daya. Pemberdayaan adalah upaya untuk membangun daya dengan mendorong, memotivasi, dan membangkitkan kesadaran akan potensi yang dimiliki oleh masyarakat serta upaya untuk mengembangkannya. Kedua, *empowering*, yaitu memperkuat potensi yang dimiliki masyarakat melalui langkah-langkah nyata yang menyangkut penyediaan berbagai input dan pembukaan. Ketiga, *protecting*, yaitu melindungi dan membela kepentingan masyarakat lemah. Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan yang menyangkut diri dan masyarakatnya merupakan unsur penting sehingga pemberdayaan masyarakat sangat erat hubungannya dengan pemantapan, pembudayaan, dan pengalaman demokrasi (Friedmann, 1992, dalam Wulandari, 2016).

Salah satu prinsip kepariwisataan yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata adalah memberdayakan masyarakat setempat di mana masyarakat berhak berperan dalam proses pembangunan kepariwisataan dan berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata serta membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata. Selain itu, para pengusaha di bidang pariwisata juga berkewajiban mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat atau produk dalam negeri serta memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal untuk berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pengembangan masyarakat. Pengembangan dan peningkatan sarana dan prasarana pariwisata harus dilakukan. Dalam kasus seperti itu, konservasi, masyarakat lokal, dan masyarakat harus terlibat karena akan meningkatkan kualitas dan keberlanjutan infrastruktur dan fasilitas pariwisata (Putri et al., 2015).

Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan objek wisata menjadi hal yang penting karena masyarakatlah yang lebih memahami

dan mengetahui potensi yang ada di wilayahnya, baik kondisi alam, kondisi geografis, maupun kebudayaan-kebudayaan dari masyarakat yang nantinya akan menjadi kearifan masyarakat itu sendiri yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung. Panudju (2009, dalam Sahidun, 2015) mengartikan peran serta masyarakat sebagai sesuatu yang erat kaitannya dengan kekuatan dan hak masyarakat dalam pengambilan keputusan untuk memecahkan permasalahan yang ada di dalam masyarakat tersebut. Selain itu, keterlibatan masyarakat sangatlah penting karena untuk mendapatkan dukungan dan memastikan bahwa hal yang akan diperoleh selaras dengan kebutuhan dan keuntungan untuk objek wisata tersebut. Akhirnya, peran masyarakat dalam pembangunan pariwisata sangatlah penting untuk dikembangkan dan ditempatkan sebagai bagian yang terintegrasi.

Partisipasi masyarakat hakikatnya bukan semata mendorong terjadinya proses penguatan kapasitas masyarakat lokal, melainkan juga merupakan sebuah mekanisme guna meningkatkan pemberdayaan bagi masyarakat untuk terlibat dalam pembangunan secara bersama. Dalam konteks pembangunan pariwisata partisipasi, masyarakat penting untuk terus didorong guna mendistribusi keuntungan-keuntungan dari kegiatan kepariwisataan yang berlangsung (Raharjana, 2012). Masyarakat memiliki kesempatan yang sama dan seluas-luasnya untuk berperan serta dalam penyelenggaraan kepariwisataan, termasuk penyampaian saran, pendapat, dan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam rangka proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan penyelenggaraan kepariwisataan. Pemberdayaan merupakan strategi yang sangat potensial dalam meningkatkan ekonomi, sosial, dan transformasi budaya (Purnamasari, 2011).



Sumber: Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata (2012)

Gambar 10.2 Pemangku Kepentingan dalam Pariwisata

Jabaran peran dan fungsi masing-masing pemangku kepentingan (Gambar 10.2) tersebut secara lebih jelas adalah sebagai berikut. Pemerintah sesuai dengan tugas dan kewenangannya menjalankan peran dan fungsinya sebagai fasilitator dan pembuat peraturan (regulator) dalam kegiatan pembangunan kepariwisataan. Kalangan swasta (pelaku usaha/industri pariwisata) dengan sumber daya, modal, dan jejaring yang dimilikinya menjalankan peran dan fungsinya sebagai pengembang dan atau pelaksana pembangunan kegiatan kepariwisataan. Sementara itu, masyarakat dengan sumber daya yang dimiliki, baik berupa adat, tradisi, dan budaya maupun kapasitasnya, berperan sebagai tuan rumah (host) dan sekaligus memiliki kesempatan sebagai pelaku pengembangan kepariwisataan sesuai kemampuan yang dimilikinya.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kedudukan dan peran penting dalam mendukung keberhasilan pembangunan. Oleh karena itu, dalam kerangka kegiatan pembangunan kepariwisataan dan untuk mendukung keberhasilan pembangunan

kepariwisataan, setiap upaya atau program pembangunan yang dilaksanakan harus memperhatikan posisi, potensi, dan peran masyarakat sebagai subjek atau pelaku pengembangan. Dalam kaitan inilah, program pemberdayaan masyarakat melalui kepariwisataan merupakan langkah penting yang perlu dilaksanakan secara terarah dan berkesinambungan untuk menyiapkan masyarakat agar makin memiliki kapasitas dan kemandirian serta berperan aktif dalam mendukung keberhasilan pembangunan kepariwisataan di tingkat lokal, regional, dan nasional.

C. Kelompok Sadar Wisata

Kelompok sadar wisata (pokdarwis) merupakan salah satu komponen dalam masyarakat yang memiliki peran dan kontribusi penting untuk membentuk kesadaran masyarakat akan pembangunan pariwisata di daerahnya. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa kelompok sadar wisata dapat dipahami sebagai kelompok yang tumbuh atas inisiatif dan kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi aktif memelihara dan melestarikan berbagi objek wisata dan daya tarik wisata dalam rangka meningkatkan pembangunan pariwisata di daerah tempat tinggalnya. Sebagai *stakeholder* maupun motor penggerak dalam pengembangan potensi wisata di daerahnya, pada hakikatnya pokdarwis dapat melaksanakan berbagai jenis kegiatan yang disesuaikan dengan keadaan dan kondisi masing-masing kelompok (Farida et al., 2017).

Di dalam buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata dijelaskan bahwa pengertian Kelompok Sadar Wisata merupakan, “Kelembagaan di tingkat masyarakat yang anggotanya terdiri dari para pelaku kepariwisataan yang memiliki kepedulian dan tanggung jawab serta berperan aktif sebagai penggerak dalam mendukung terciptanya suasana yang kondusif bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisataan serta terwujudnya Sapta Pesona dalam meningkatkan pembangunan daerah melalui kepariwisataan dan manfaatnya bagi kesejahteraan masyarakat sekitar (Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2012). Lingkup kegiatan pokdarwis menurut buku Pedoman

Kelompok Sadar Wisata (Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2012) adalah berbagai kegiatan yang dapat diprogramkan dan dilaksanakan untuk mewujudkan fungsi dan tujuan pembentukan organisasi pokdarwis. Lingkup kegiatan tersebut meliputi

- 1) peningkatan pengetahuan dan wawasan para anggota pokdarwis dalam bidang kepariwisataan;
- 2) peningkatan kemampuan dan keterampilan para anggota dalam mengelola bidang usaha pariwisata dan usaha terkait lainnya;
- 3) mendorong dan memotivasi masyarakat agar menjadi tuan rumah yang baik dalam mendukung kegiatan kepariwisataan di daerahnya;
- 4) mendorong dan memotivasi masyarakat untuk meningkatkan kualitas lingkungan dan daya tarik pariwisata setempat melalui upaya-upaya perwujudan sapta pesona;
- 5) mengumpulkan, mengolah, dan memberikan pelayanan informasi kepariwisataan kepada wisatawan dan masyarakat setempat; dan
- 6) memberikan masukan kepada pemerintah dalam mengembangkan kepariwisataan di daerah setempat.

D. Pengembangan dan Promosi Pariwisata

Menurut Poerwadarminta (2002, dalam Suryawan, 2016), pengembangan merupakan suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna. Pengembangan ini harus ada perubahan dari baik menjadi lebih baik dengan strategi-strategi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kelompok sadar wisata merupakan suatu upaya alternatif yang dilakukan oleh pemerintah dan masyarakat dalam melaksanakan pengembangan pariwisata dalam bentuk kampanye sadar wisata. Dalam penerapannya, pengembangan pariwisata Nusantara dilakukan kelompok sadar wisata melalui berbagai kegiatan, antara lain, pembinaan masyarakat melalui kelompok swadaya dan swakarsa masyarakat yang berfungsi sebagai penggerak pembangunan pariwisata (Andiani & Widiastini, 2017).

Lebih lanjut, menurut pendapat Pradipta dan Santoso (2017), pengembangan pariwisata pada umumnya bertujuan untuk memperk-

enalkan, mendayagunakan, melestarikan, dan meningkatkan mutu objek dan daya tarik wisata serta mendorong dan mempercepat pertumbuhan ekonomi. Selain itu, pengembangan pariwisata diperkuat oleh unsur-unsur penting yang ada. Mengingat bahwa pariwisata berpotensi menjadi sektor perdagangan terbesar di dunia pada awal abad mendatang, sektor ini memiliki peluang besar untuk mendukung pembangunan yang berkelanjutan (Hunter, 1997).

Menurut Suwantoro (2004, dalam Suryawan, 2016), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi unsur-unsur berikut.

- 1) Objek dan daya tarik wisata
Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.
- 2) Sarana dan prasarana wisata
Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah penginapan, biro perjalanan, alat transportasi, rumah makan, serta sarana pendukung lainnya. Sementara itu, prasarana wisata merupakan sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya ke daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, dan jembatan.
- 3) Tata laksana atau infrastruktur
Infrastruktur adalah komponen penting yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik berupa sistem pengelolaan maupun bangunan fisik, seperti sistem pengairan, sumber listrik, dan jalur angkutan.
- 4) Masyarakat dan lingkungan
Terbinanya masyarakat yang sadar wisata akan berdampak positif karena mereka akan memperoleh keuntungan dari para wisatawan yang berkunjung. Selain itu, perlu adanya upaya untuk

menjaga kelestarian lingkungan dalam pengelolaan objek wisata dan kelestarian budaya yang tidak tercemar oleh budaya asing yang masuk akan memberikan kenangan yang mengesankan bagi para wisatawan yang berkunjung. Daya tarik Indonesia sebagai daerah tujuan wisata perlu ditingkatkan dengan berbagai upaya, seperti promosi, peningkatan fasilitas, dan pelayanan. Salah satu usaha promosi objek wisata adalah melalui dunia pendidikan karena pelaku wisatawan domestik pada umumnya adalah pelajar atau mahasiswa (Hariyanto, 2011).

E. Sadar Wisata

Sadar wisata adalah pemahaman mendalam dan kesadaran pemikiran untuk menjadi tuan rumah yang baik dari seseorang atau kelompok yang terwujud dari sikap dan tingkah laku yang mendukung pengembangan pariwisata. Untuk mendukung hal ini, Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menyediakan pedoman mengenai sadar wisata. Pemahaman konsep sadar wisata harus mampu menjadi dasar pembentukan sistem pendidikan sadar wisata. Sistem pendidikan sadar wisata merupakan salah satu pendidikan yang dilakukan oleh kelompok sadar wisata (pokdarwis) dan tergolong dalam pendidikan nonformal. Pendidikan nonformal dapat berbentuk pelatihan, penyuluhan, dan pembinaan masyarakat sekitar area wisata. Pendidikan sadar wisata dimaksudkan mendorong berperan aktif dalam mengembangkan objek wisata dan melaksanakan kegiatan dalam rangka peningkatan pengetahuan dan wawasan para masyarakat sekitar area wisata dalam bidang kepariwisataan (Ristyanto, 2016).

Sadar wisata dapat didefinisikan sebuah konsep yang menggambarkan partisipasi dan dukungan dari masyarakat yang dapat mendorong berkembangnya pariwisata di suatu wilayah yang bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam konteks pengertian tersebut, gerakan sadar wisata dapat dijabarkan sebagai berikut. Pertama, gerakan untuk menumbuhkan kesadaran masyarakat agar siap untuk berperan sebagai tuan rumah dan bersedia untuk

mewujudkan sapta pesona di lingkungannya. Kedua, gerakan untuk menumbuhkan keinginan dan kemampuan bagi masyarakat untuk bepergian, mengenali, dan mencintai tanah airnya sebagai wisatawan.

F. Sapta Pesona

Menurut Pedoman Kelompok Sadar Wisata (Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, 2012), sapta pesona adalah jabaran konsep sadar wisata yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata melalui perwujudan unsur aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah, dan kenangan. Masing-masing unsur sapta pesona dijabarkan sebagai berikut.

1) Aman

Aman adalah suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang memberikan rasa tenang serta bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Untuk mewujudkan unsur ini, bentuk aksi yang perlu diwujudkan, yaitu

- a) sikap tidak mengganggu kenyamanan wisatawan dalam kunjungannya;
- b) menolong dan melindungi wisatawan;
- c) menunjukkan rasa bersahabat terhadap wisatawan;
- d) memelihara keamanan lingkungan;
- e) membantu memberi informasi kepada wisatawan;
- f) menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular; dan
- g) meminimalisasi risiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

2) Tertib

Tertib adalah suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan sikap disiplin

yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien sehingga memberikan rasa nyaman dan kepastian bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain, budaya an-tre; memelihara lingkungan dengan menaati peraturan yang berlaku; disiplin waktu atau tepat waktu; serba teratur, rapi, dan lancar; serta bersih.

3) Bersih

Bersih adalah suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sehat atau higienis sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a) tidak membuang sampah atau limbah sembarangan;
- b) menjaga kebersihan lingkungan objek dan daya tarik wisata serta sarana prasarana pendukungnya;
- c) menjaga lingkungan yang bebas dari polusi udara (akibat dari asap kendaraan, rokok, atau bau lainnya);
- d) menyiapkan sajian makanan dan minuman yang higienis;
- e) menyiapkan perlengkapan penyajian makanan dan minuman yang bersih; dan
- f) pakaian dan penampilan petugas bersih dan rapi.

4) Sejuk

Sejuk merupakan suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan betah bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, yakni

- a) melaksanakan penghijauan dengan menanam pohon;
- b) memelihara penghijauan di objek dan daya tarik wisata serta jalur wisata; dan

- c) menjaga kondisi sejuk dalam area publik atau fasilitas umum, hotel, penginapan, restoran, sarana, dan prasarana serta komponen atau fasilitas kepariwisataan lainnya.

5) Indah

Suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut sehingga mewujudkan potensi kunjungan ulang serta mendorong promosi ke pasar wisatawan yang lebih luas. Bentuk yang harus diwujudkan, antara lain:

- a) menjaga objek dan daya tarik wisata dalam tatanan estetik, alami, dan harmoni;
- b) menjaga lingkungan dan tempat tinggal secara teratur dan serasi serta menjaga karakter kelokalan; dan
- c) menjaga keindahan vegetasi, tanaman hias, dan peneduh sebagai elemen estetika lingkungan yang bersifat alami.

6) Ramah

Suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang mencerminkan suasana akrab, terbuka, dan penerimaan yang tinggi yang akan memberikan perasaan nyaman, perasaan diterima, dan betah (seperti rumah sendiri) bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu diwujudkan, antara lain:

- a) bersikap sebagai tuan rumah yang baik dan rela serta selalu siap membantu wisatawan;
- b) memberi informasi tentang adat istiadat secara sopan;
- c) menunjukkan sikap menghargai dan toleransi terhadap wisatawan; dan
- d) menampilkan senyum yang tulus.

7) Kenangan

Suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut. Bentuk aksi yang perlu dilakukan sebagai berikut:

- a) menggali dan mengangkat keunikan budaya lokal;
- b) menyajikan makanan dan minuman khas lokal yang bersih, sehat, dan menarik; dan
- c) menyediakan cendera mata yang menarik, unik atau khas, serta mudah dibawa.

Pengembangan pariwisata di Pantai Baluk Rening tidak terlepas dari dukungan semua pihak sehingga keberlanjutan dari objek dapat terjaga. Hal tersebut dapat terwujud dengan adanya sadar wisata dalam masyarakat. Pantai Baluk Rening mempunyai potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi sebuah desa wisata, tetapi mempunyai kendala utama, yakni sumber daya manusia yang belum memadai. Masyarakat sebagai motor penggerak utama desa wisata belum mempunyai pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan desa wisata. Mayoritas masyarakat mempunyai mata pencarian sebagai nelayan dengan pendapatan yang relatif terbatas. Selain itu, sebagai nelayan, mereka masih mempunyai banyak waktu luang, tetapi belum mempunyai kesadaran untuk memanfaatkan waktu tersebut dengan terlibat dalam pengelolaan desa wisata yang tentunya bisa meningkatkan perekonomian mereka. Seperti yang kita ketahui, pariwisata merupakan kegiatan yang sangat bermanfaat bagi kehidupan kita, di mana semua orang membutuhkan untuk menghilangkan penat, untuk refreshing, dan untuk mencari kesenangan atau hiburan—yang pelakunya dikatakan sebagai wisatawan. Kegiatan pariwisata sangat diperlukan untuk semua kalangan.

Daftar Referensi

- Andiani, N. D., & Widyastini, N. M. A. (2017). Pengemasan produk wisata oleh pokdarwis sebagai salah satu model pariwisata alternatif. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 20(11).
- Banowati, E. (2012). *Geografi Indonesia*. Penerbit Ombak.
- Direktur Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata. (2012). *Pedoman kelompok sadar wisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Farida, A., Arifien, M., & Putro, S. (2017). Kontribusi pendidikan pokdarwis (kelompok sadar wisata) terhadap upaya pengembangan Desa Wisata Kandri Kota Semarang. *Edu Geography*, 5(2), 52–59.
- Handoyo, E., Astuti, T. M. P., Iswari, R., Alimi, Y., & Mustofa, M. S. (2015). *Studi masyarakat Indonesia*. Penerbit Ombak.
- Hariyanto. (2011). Pengembangan obyek wisata Candi Gedongsongo sebagai laboratorium IPS terpadu. *Jurnal Geografi: Media Informasi Pengembangan Ilmu dan Profesi Kegeografian*, 8(2), 126–134.
- Hunter, C. (1997). Sustainable tourism as an adaptive paradigm. *Annals of Tourism Research*, 24(4), 850–867.
- Kemenparekraf/Baparekraf. (2020). Rencana strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2020–2024. https://api2.kemenparekraf.go.id/storage/app/resources/RENSTRA_opt_b6d790a042.pdf
- Koentjaraningrat. (1994). *Kebudayaan dan mentalitas*. Gramedia.
- Purnamasari, A.M. (2011). Pengembangan masyarakat untuk pariwisata di Kampung Wisata Toddabojo Provinsi Sulawesi Selatan. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 22(1), 49–64.
- Putri, S. D., Soemarno, & Hakim, L. (2015). Strategic management of nature-based tourism in Ijen Crater in the context of sustainable tourism development. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 3(3), 123–129.
- Raharjana, D. T. (2012). Membangun pariwisata bersama rakyat: Kajian partisipasi lokal dalam membangun Desa wisata di Dieng plateau. *Kawistara*, 2(3), 225–237.
- Ristyanto, A. R. (2016). Pendidikan sadar wisata untuk masyarakat di sekitar obyek wisata Air Terjun Sri Getuk Desa Bleberan Playen Kabupaten Gunungkidul. *Spektrum Analisis Kebijakan Pendidikan*, 5(3), 266–278.
- Sahidun. (2015). Peran serta masyarakat Klidang Lor dalam upaya pelestarian lingkungan objek wisata Pantai Sigandu Kabupaten Batang (Tinjauan Tingkat Pendidikan). *Jurnal Edu Geography*, 3(8), 44–51.

- Suryawan, A. (2016). Peran kelompok sadar wisata (pokdarwis) Sendang Arum dalam pengembangan potensi pariwisata (Studi kasus di Desa Wisata Tahap Kecamatan Kledung Kabupaten Temanggung). *Jurnal Mahasiswa Pendidikan Luar Sekolah*, 5(6), 143–152.
- Wulandari, P. K. (2016). Generasi sadar wisata (Pemberdayaan pemuda dan pendidikan duta wisata di Kabupaten Trenggalek). *Jurnal Sosiologi Pendidikan Humanis*, 1(2), 140–148.