

ANALISA PENERAPAN COMMUNITY BASED TOURISM PADA DESA WISATA: KAMPUNG WISATA KREATIF CIGADUNG, JAWA BARAT

Joshua David, Stephanie Rosanto

Universitas Bunda Mulia

Email: s19190091@student.ubm.ac.id, srosanto@bundamulia.ac.id

Abstract

The government has established tourist villages as the main focus and chosen as a priority in efforts to recover from the COVID-19 pandemic. The designation of tourist villages is because this sector has a direct impact on the community. One of the tourism concepts that focuses on the community is the concept of Community Based Tourism . The Cigadung Creative Tourism Village which received the 300 ADWI 2023 award is one of the tours in Indonesia that applies the concept of Community Based Tourism . Therefore, this study will discuss the analysis of the implementation of Community Based Tourism based on 5 dimensions and their indicators, namely (i) Economic Dimensions, (ii) Social Dimensions, (iii) Cultural Dimensions, (iv) Environmental Dimensions, (v) Political Dimensions. The research results obtained from the implementation of Community Based Tourism in the Cigadung Creative Tourism Village show success in line with the indicators from the Community Based Tourism dimension, although there are several indicators of the Community Based Tourism dimension that need to be optimized. Overall, the implementation of Community Based Tourism in the Cigadung Creative Tourism Village is able to have a positive impact on the surrounding local community.

Keyword: *Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Community Based Tourism, Tourism Impact Analysis*

Abstrak

Pemerintah menetapkan desa wisata sebagai fokus utama dan dipilih sebagai unggulan dalam upaya untuk pemulihan pandemi covid-19. Penetapan Desa Wisata dikarenakan sektor ini berdampak langsung pada masyarakat. Salah satu konsep pariwisata yang berfokus pada masyarakat adalah konsep *Community Based Tourism*. Kampung Wisata Kreatif Cigadung yang mendapatkan penghargaan 300 ADWI 2023 merupakan salah satu wisata di Indonesia yang menerapkan konsep *Community Based Tourism*. Oleh karena itu, penelitian ini akan membahas analisa penerapan *Community Based Tourism* berdasarkan 5 dimensi beserta indikatornya, yaitu (i) Dimensi Ekonomi, (ii) Dimensi Sosial, (iii) Dimensi Budaya, (iv) Dimensi Lingkungan, (v) Dimensi Politik. Hasil penelitian yang didapat dari penerapan *Community Based Tourism* di Kampung Wisata Kreatif Cigadung menunjukkan keberhasilan dengan sejalannya dengan indikator dari dimensi *Community Based Tourism* walaupun ada beberapa indikator dimensi *Community Based Tourism* yang perlu dioptimalkan. Secara keseluruhan, penerapan *Community Based Tourism* pada Kampung Wisata

Kreatif Cigadung mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal sekitar.

Kata Kunci: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Community Based Tourism, Analisa Dampak CBT

Diserahkan: 20-07-2023;

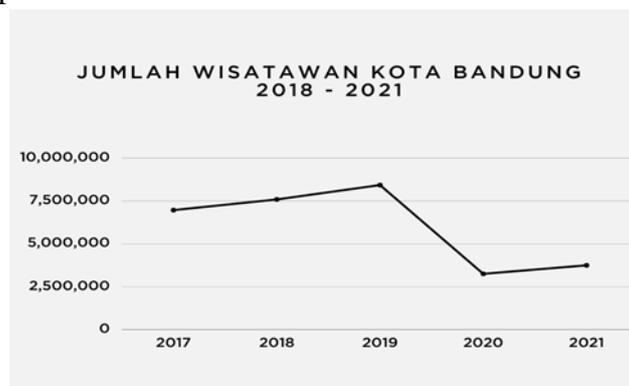
Diterima: 05-08-2023;

Diterbitkan: 20-08-2023

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh manusia secara sengaja, di mana mereka menerima layanan secara bergantian baik di dalam negeri maupun di luar negeri (termasuk pendiaman penduduk dari daerah lain), dengan tujuan mencari kepuasan yang beragam dan berbeda dari pengalaman sehari-hari mereka yang memperoleh pekerjaan yang stabil. (Kurniansyah, 2014). Pariwisata merupakan sektor yang memiliki potensi besar untuk menjadi salah satu sumber pendapatan daerah yang signifikan. Dengan upaya meningkatkan pendapatan asli daerah, diharapkan program pengembangan dan optimalisasi sumber daya serta potensi pariwisata di wilayah tersebut dapat berkontribusi pada pembangunan ekonomi (Fajaria, 2020).

Bandung merupakan merupakan kota metropolitan yang terletak di provinsi Jawa Barat, Indonesia. Bandung juga merupakan kota terbesar ketiga dengan luas sekitar 167,67 km². Dengan luas tersebut, Bandung kerap dikenal sebagai kota Pariwisata, alasan tersebut tentu berasal dari sektor pariwisata yang menjadi salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) terbesar di kota Bandung tahun 2018, dengan terhitung sebesar 33% pendapatan daerah atau sebesar Rp 740 miliar bersumber dari segala aktivitas pariwisata. (Nababan. S et al., 2021). Bandung merupakan kota yang memiliki beragam tempat wisata yang terdiri dari wisata alam, edukasi, hiburan, kuliner dan perbelanjaan. Berdasarkan data yang didapat dari Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, berikut merupakan Data Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung periode 2017–2021.



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Kota Bandung 2017-2021

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2023

Berdasarkan data diatas Kota Bandung mengalami kenaikan wisatawan setiap tahunnya. Ditunjukkan berdasarkan data di atas, dari tahun 2017–2018 terjadi peningkatan sebesar 8.97 %. Kemudian dari tahun 2018 – 2019 terjadi peningkatan

sebesar 11.1%. Tetapi, pada tahun 2019–2020 terjadi penurunan drastis sebesar 61.5% diakibatkan terjadinya PSBB sebagai tanggapan terhadap virus COVID–19. Berikutnya, pada tahun 2020–2021 kembali terjadi peningkatan sekitar 15%.

Menurut Permanasari, D, et. al (2022:59) Tren berkunjung ke desa wisata mulai digemari oleh masyarakat sejak pandemi COVID–19 melanda di Indonesia. Berdasarkan Survei yang dilakukan oleh Inventure Alvara (Badan Riset Indonesia) pada Desember 2021, didapatkan bahwa desa wisata paling diminati oleh wisatawan dengan presentasi 44%. Hal ini pun didukung dengan pernyataan oleh Sandiaga Uno, yang menyatakan ternyata kunjungan di desa wisata tengah pandemic meningkat sekitar 30% (Riady, E. 2022). Saat ini, desa wisata merupakan salah satu program unggulan dan prioritas untuk pemulihan sektor pariwisata karenakan berdampak langsung pada masyarakat (Pranyoto, V. S. 2023). Terdapat 90% produk wisata Indonesia adalah wisata alam dan budaya yang sebagian besar berada di pedesaan (Permanasari, D, et al (2022:59). Menurut Sandiaga Uno dalam pertemuan Asean Tourism Forum, mengatakan bahwa salah satu target ATF menjadi momentum strategis bagi Indonesia untuk dapat menarik lebih banyak wisatawan mancanegara sehingga bisa mencapai 7,4 juta kunjungan di tahun 2023 (Pranyoto,2023).

Menurut Widayanti, et.al (2021) Desa wisata (Kampung, Nagari, Gampong, atau sebutan lainnya) adalah kawasan yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya. Salah satu kota di Indonesia yang mendorong perkembangan desa/kampung wisata adalah Kota Bandung hal ini dinyatakan dengan adanya Peraturan Walikota Bandung nomor 1454 tahun 2018 tentang Pedoman Pengembangan Kampung Wisata. Berdasarkan Peraturan Walikota dibuatnya Pedoman Pengembangan Kampung Wisata pada bab 1 bagian kedua pasal 2 ayat 1 tersebut untuk mendorong percepatan pengembangan kampung wisata dan tematik.yang memadukan potensi sumber daya alam, budaya, dan masyarakat lokal sebagai destinasi pariwisata berbasis masyarakat dan berdaya saing.

Salah satu Kampung Wisata Kreatif yang ada di Kota Bandung adalah Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Apriatin (2020) menyatakan bahwa Kampung Wisata Kreatif Cigadung diresmikan pada 24 November 2020 bertempat di Kantor Kecamatan Cibeunying Kaler yang langsung dilakukan oleh Wali Kota Bandung Oded M. Danial. Kampung Wisata Kreatif Cigadung memiliki sekitar 69 potensi wisata dan destinasi yang terdiri dari sektor fashion, kerajinan, kuliner, akomodasi penginapan, dan seni budaya, dan pada saat peresmian tersebut dihadiri oleh 10 tenant utama dari Kelurahan Cigadung yang diantaranya Saung Cepot, Saung Kasep, Wale, Batik Komar, Studio RosidPenetapan Kelurahan Cigadung sebagai Kampung Wisata Kreatif terdapat dalam Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 556/Kep.953-DISBUDPAR/2020 tanggal 20 Oktober 2020 (Apriatin, 2020). Peresmian ini juga merupakan salah satu janji Wali Kota Bandung dalam pengembangan 8 kampung wisata. (Apriatin, 2020).

Kampung Wisata Kreatif Cigadung merupakan desa wisata yang berfokus pada wisata kreatif dan seni budaya dengan konsep Community Based Tourism / Pariwisata

Berbasis Masyarakat. Berawal dari Cigadung Creative Belt, Kelurahan Cigadung berkembang dan menggali potensi daerahnya secara mandiri, yang dilakukan oleh masyarakat, tokoh masyarakat, dan kelompok penggerak pariwisata yang bekerja sama dengan kewilayahan yaitu Kelurahan dan Kecamatan sampai lahirnya Kampung Wisata Kreatif Cigadung dengan tema Community Based Tourism.(Apriatin,2020). Menurut Putra (2015), Terminologi Community Based Tourism (Pariwisata Berbasis Masyarakat) muncul sejak tahun 1995. Kementerian Pariwisata Indonesia memperkenalkan istilah Community Based Tourism ke masyarakat umum sehingga istilah ini semakin terkenal hingga tahun 2017 dan diklaim sebagai salah satu katalisator pembangunan Indonesia. Nugraha, Y. E (2021). Community Based Tourism / Pariwisata Berbasis Masyarakat merupakan salah satu dari berbagai model pariwisata alternatif yang tersedia (Glampiccoli & Saayman :2014; Mtapuri & Giampiccolo :2019). Community Based Tourism umumnya berskala kecil dan melibatkan interaksi antara pengunjung dan komunitas tuan rumah, yang selama ini umumnya dikembangkan di daerah pedesaan dan regional (Yanes et al.,2019; Zielinski et al.,2020).

Dalam upaya membangkitkan ekonomi dan membuka lapangan kerja seluas-luasnya, Sandiaga Uno meluncurkan Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2023 yang bertema “Pariwisata Berkelas Dunia Untuk Indonesia Bangkit (World Class Tourism)” (Hendriyani. I. 2023). Penghargaan ini ditargetkan untuk diikuti sertakan oleh 4.000 (Hendriyani. I. 2023). Dengan menerapkan konsep Community Based Tourism, Kampung Wisata Kreatif Cigadung berhasil mendapatkan penghargaan 300 besar ADWI. Penghargaan ini bisa didapatkan walaupun Kampung Wisata Kreatif Cigadung masih berada pada tahapan paling bawah dari 4 klasifikasi desa wisata yang dibuat jadesta, yaitu pada tahapan desa rintisan. Sandiaga Uno ; Brilyana. Y (2023) menyatakan bahwa Penghargaan ADWI merupakan capaian untuk motivasi untuk terus mengembangkan desa wisata yang berkualitas dan berkelas dunia.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian kualitatif. Suliyanto (2018:19) Menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan data kualitatif, yang mana data kualitatif terdiri dari pernyataan atau kalimat daripada angka atau bilangan. Dalam penelitian kualitatif, partisipan penelitian disebut sebagai informan, yang memberikan informasi yang relevan dengan topik penelitian yang dilakukan. Informasi tersebut dapat berupa deskripsi situasi dan konteks yang menjadi latar belakang dari penelitian. Subjek Penelitian ini ditentukan menggunakan teknik purposive sampling.

Dalam penelitian ini, subjek penelitiannya merupakan Ketua Pengelola Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) KWK Cigadung, dan Lurah Cigadung. Sedangkan objek penelitiannya ialah Kampung Wisata Kreatif Cigadung yang berlokasi di Jawa Barat. Sebagai pelengkap, peneliti ini menggunakan teknik observasi, wawancara dan dokumentasi.

Penelitian ini juga menggunakan metode analisis Trigulasi, Analisis SWOT, dan Matriks SWOT. Dalam mengolah data, penelitian ini menggunakan operasional variabel dengan variabel utamanya yaitu *Dimensi Community Based Tourism* dengan dimensi yang terdiri dari ekonomi, sosial, budaya, lingkungan dan politik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Dimensi Ekonomi

a. Dana untuk pengembangan komunitas

Pada KWK Cigadung, konsep tentang dana komunitas yang berbentuk sumbangan tidak ditemukan berdasarkan observasi peneliti dan wawancara dengan narasumber. Untuk pengembangan komunitas berdasarkan wawancara oleh Pak Wawan dapat disimpulkan pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung masih bersifat swadaya. Pengumpulan dana ini dilakukan dengan mengumpulkan dana sendiri dari setiap anggota secara sukarela dan disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Gugun selaku Lurah Cigadung. Pihak kelurahan dalam bantuan pengembangan komunitas tidak berbentuk dana, tetapi sebagai fasilitator salah satunya dalam media promosi para pelaku usaha setempat dan juga pembangunan didasari dengan kebutuhan yang ada sebagai contoh perbaikan jalan.

Berdasarkan hasil observasi peneliti, KWK Cigadung belum memiliki penjualan karcis. Hal ini didasari dari observasi peneliti dikarenakan tempat tersebut masih dalam tahap rintisan dan juga faktor bahwa destinasi wisata tersebut terbagi atas usaha individu yang sudah terlebih dahulu berjalan yang kemudian saat ini sedang dalam tahap penyatuan untuk menjadikan 1 bagian dari KWK Cigadung sejak peresmiannya dilakukan pada tahun 2020 lalu.

b. Munculnya Lapangan Pekerjaan di sektor pariwisata

Dalam indikator Terciptanya Lapangan Pekerjaan di Sektor Pariwisata, disampaikan oleh Ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) KWK Cigadung bahwa Pak Wawan sedang menekankan pelatihan Tour Guiding. Pelatihan ini bisa diikuti sertakan bagi masyarakat lokal apabila ingin berpartisipasi atau ikut serta dalam bagian mengembangkan Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Berdasarkan observasi peneliti, adanya pekerjaan sampingan diluar pekerjaan utama seperti Pak Gatra yang pekerjaan utamanya pada Batik Komar, merupakan wakil ketua dari pengelola Pokdarwis yang ditunjuk oleh Pak Wawan.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Gugun selaku Lurah Cigadung dan hasil observasi dari media berita, area kelurahan Cigadung dinyatakan memiliki 69 potensi wisata yang bisa dijadikan potensi untuk lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat lokal.

c. Timbulnya Pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata

Berdasarkan observasi peneliti pada KWK Cigadung, pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata terbukti dengan adanya pelaku usaha yang ada di area kelurahan Cigadung. Para pelaku usaha yang merupakan masyarakat lokal mendapatkan

pendapatan dari wirausaha yang dilakukan di area Cigadung dan masyarakat lokal juga mendapatkan pendapatan sesuai dengan pekerjaan mereka yang berada pada area Cigadung. Tetapi hal ini sudah terjadi sebelum ditetapkan dan diresmikannya Cigadung sebagai Kampung Wisata Kreatif dengan konsep Community Based Tourism pada 2020 lalu.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Wawan, nantinya mereka yang membawa tour dari wisatawan yang datang, akan mendapatkan hasil pendapatan dari kegiatan tersebut. Saat ini, sudah ada tour package yang sedang dibuat, tetapi belum bisa dipublikasikan karena masih dalam proses untuk persetujuan dari para destinasi wisata yang dijadikan destinasi utama KWK Cigadung seperti Batik Komar, Studio Rosid, Batik Hasan, dan beberapa destinasi lain. Kedepannya, Pak Wawan juga akan menerapkan sistem persentase bagi hasil dari destinasi wisata tersebut apabila ada wisatawan yang datang melalui pengelola sehingga pengelola juga bisa mendapatkan penghasilan.

Destinasi wisata KWK Cigadung bukan seperti halnya destinasi wisata yang baru dibangun, tetapi dikarenakan Cigadung merupakan sebuah area pemukiman penduduk, banyak yang sudah memulai usaha mereka pada area ini sebelum diresmikannya KWK Cigadung. Sehingga dalam konsep Community Based Tourism di KWK Cigadung ini, pengelola menggabungkan para pelaku usaha untuk dijadikan 1 bagian yang nantinya dijadikan destinasi utama dalam tour package KWK Cigadung. Hal ini sejalan dengan hasil pada penelitian Nurwanto (2021) yang menyatakan pendapatan masyarakat lokal didapatkan dari wirausaha di sekitar tempat wisata dan juga masyarakat lokal yang bekerja sebagai pengelola.

2. Dimensi Sosial

a. Peningkatan kualitas hidup

Berdasarkan hasil observasi peneliti, dan hasil wawancara dengan ketua Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) & Lurah. Masyarakat lokal yang merupakan pengelola Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) KWK Cigadung mendapatkan pelatihan dari disbudpar kota Bandung dan kemenparekraf. Pelatihan tersebut seperti Pelatihan Tata Kelola Destinasi Wisata pada tahun 2022, Pelatihan Kebersihan Lingkungan, Sanitasi dan Pengelolaan Sampah di Destinasi Pariwisata Dana Alokasi Khusus (DAS) Kota Bandung pada tahun 2022, Sosialisasi Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Jejaring Desa Wisata pada tahun 2022, dan Sosialisasi Berakhirnya Masa Pendampingan Pengembangan Potensi Kawasan Wisata Kreatif Kelurahan Cigadung tahun 2023.

Kemudian, menurut narasumber, peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal juga bisa dilihat dari salah satu contoh yang pernah ada adalah kumpulan ibu - ibu masyarakat Cigadung yang mengikuti kelas membatik pada Batik Komar, hal ini meningkatkan pengetahuan mereka akan membatik dan juga mengisi waktu yang awalnya tidak ada kegiatan.

Analisa Penerapan Community Based Tourism Pada Desa Wisata: Kampung Wisata Kreatif Cigadung, Jawa Barat



Gambar 2. Pelatihan Tata Kelola Pelayanan



Gambar 3. Sosialisasi Kualitas



Gambar 4. Pelatihan Kebersihan Lingkungan Disbudbar



Gambar 5. Spanduk

Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2023

b. Memperkuat kebanggaan komunitas

Berdasarkan hasil observasi peneliti pada beberapa destinasi wisata di KWK Cigadung, indikator meningkatkan kebanggaan komunitas ditunjukkan dari masyarakat lokal di destinasi wisata yang peneliti kunjungi dengan cara memperlihatkan dan mengajak peneliti berkeliling melihat-lihat hasil karya mereka di setiap usaha yang mereka buat. Contohnya Batik Komar, Pak Reksa yang merupakan salah satu perwakilan dari Batik Komar mengajak peneliti untuk berkeliling dari memperlihatkan produk batik mereka, tempat pembuatan batik, hingga mengajak peneliti untuk merasakan proses membuat dengan membuat sendiri batik cap dan batik tulis disana.

Kemudian berdasarkan wawancara dengan Pak Wawan. Indikator kebanggaan komunitas dalam dimensi sosial digambarkan dengan bagaimana setiap pelaku usaha yang menjadi destinasi tersebut terus mempertahankan dan melakukan apa yang telah mereka jalankan dari kekhasan ide kreatif dan seni yang mereka tuangkan mereka hingga bisa mencapai prestasi 300 ADWI.

c. Pembagian peran yang adil antar gender dan antar generasi

Dalam observasi peneliti, pada pengelolaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) terdapat pembagian peran antara wanita & perempuan dalam struktur organisasi, kemudian pada saat kunjungan ke Batik Komar terdapat pembagian peran

antara laki - laki & perempuan, generasi muda & tua pada karyawan yang bekerja pada tempat tersebut dari pengrajin batik cetak, batik tulis dan juga karyawan administrasi dan penjaga toko batik, pada Studio Rosid, pembagian generasi tua & muda, perempuan & laki - laki tersebut dilihat dari Pak Rosid sebagai pemilik dan juga karyawan cafe yang merupakan perempuan. Dari hasil wawancara, Pak Wawan menekankan pada kepariwisataan yang tidak memandang semua aspek tersebut, hal tersebut juga diterapkan dalam kepengurusan pengelola dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Setiap orang telah terbagi sesuai hak dan kewajibannya dalam pengelolaan.

d. Adanya organisasi untuk penguatan komunitas

Penguatan organisasi komunitas di KWK Cigadung ditunjukkan dengan adanya pokdarwis yang awalnya berbentuk Kelompok Penggerak Pariwisata (Kompepar). Organisasi ini dibuat untuk memfokuskan pengelolaan yang dilakukan masyarakat lokal setempat dalam mengelola dan mengembangkan potensi yang ada di dalam kawasan KWK Cigadung. Untuk menjadi ketua Pengelola Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang awalnya dipilih dengan cara voting. Pemungutan suara dalam voting diikutsertakan oleh masyarakat lokal yang merupakan penyedia usaha / umkm.

e. Otorisasi dalam mengoperasikan, membangun, mendukung dan pemberian ijin kegiatan wisata di wilayahnya kepada komunitas

Pemberian otoritas dalam indikator otorisasi kepada komunitas untuk memberi ijin, mendukung, membangun dan mengoperasikan kegiatan wisata yang ada di wilayahnya dilakukan oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). KWK Cigadung menekankan konsep pariwisata berbasis masyarakat yang fokusnya adalah masyarakat lokal berpartisipasi dalam menjalankan pariwisata di tempat tersebut.

Dalam membangun dan mengoperasikan kegiatan wisata, akan dilakukan dengan tim dari Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Pak Wawan nantinya akan merencanakan tour package untuk wisatawan dengan berkolaborasi dengan para pelaku usaha di Kawasan Kampung Wisata Kreatif Cigadung yang akan dijadikan destinasi utama tempat tersebut. Pak Lurah menyampaikan juga bahwa Ketua Pokdarwis diberikan kebebasan untuk mengelola KWK Cigadung sehingga pariwisata akan berasal dari masyarakat dan untuk masyarakat. Lurah dalam hal ini memiliki tanggung jawab hanya untuk fasilitator tidak berbentuk dana bagi para UMKM atau Pokdarwis apabila memiliki kesulitan atau terdapat kendala dalam infrastruktur area Cigadung.

3. Dimensi Budaya

a. Mendorong komunitas setempat untuk menghormati dan mempertahankan budaya dan tradisi setempat.

Cigadung memiliki 4 kebudayaan lokal yaitu, Seni Pencak Silat, Jaipong, Badud, dan Kecapi Suling. KWK Cigadung memiliki 16 paguron / padepokan pencak silat setiap rwnya, kemudian terdapat jaipongan, dan calung. Untuk mempertahankan & menghormati kebudayaan lokal tersebut, Pak Wawan berkolaborasi dengan para pelaku seni tersebut untuk mengadakan pertunjukan pada saat penyambutan tamu. Kemudian, berdasarkan informasi dari lurah pencak silat merupakan salah satu budaya lokal

unggulan yang dimiliki oleh KWK Cigadung. Sebelum terjadinya pandemi, umumnya ada pelatihan rutin dari padepokan pencak silat di setiap rwnya itu.

b. Upaya untuk mengembangkan pembelajaran tentang pertukaran budaya

Pembelajaran tentang pertukaran budaya dilihat dari adanya wisatawan yang datang ke tempat tersebut dan berinteraksi dengan para masyarakat lokal. Pertukaran budaya juga dapat dilihat dari warga lokal telah menggunakan teknologi dalam mempromosikan usaha mereka, seperti yang diterapkan oleh pengelola dengan media sosial instagram, Saung Kasep yang menggunakan instagram dan youtube, Batik Komar yang juga mempunyai website yang telah berjalan dan instagram untuk memasarkan produk mereka dan Studio Rosid yang menggunakan media sosial instagram.

KWK Cigadung menekankan bahwa pertukaran budaya tersebut akan diterima asalkan sesuai dan tidak mengubah apa yang telah menjadi aturan budaya yang telah diterapkan sebelumnya dan asalkan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal dan sekitar.

c. Menghargai pemberdayaan budaya dan martabat manusia

Indikator menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia pada KWK Cigadung dilakukan dengan cara menekankan keramah – tamahan pada saat menyambut dan berinteraksi dengan tamu yang datang ke KWK Cigadung. Hal ini juga bisa dilihat dari warga lokal dan Pak Wawan sendiri yang dengan ramah tamah menyambut wisatawan dan tidak adanya unsur SARA dalam berinteraksi dengan orang yang berbeda etnis, suku bangsa, dan agama yang datang dari luar wilayah Cigadung.

4. Dimensi Lingkungan

a. Pembelajaran *carrying capacity area*

Area KWK Cigadung belum memiliki perhitungan *carrying capacity area* keseluruhan. Berdasarkan informasi dari Pak Wawan, perhitungan *carrying capacity area* ini dilakukan dengan cara perkiraan yaitu jumlah maksimal yang bisa dibawa oleh tour guide sebesar 60 orang. Tetapi hal itu belum terealisasi dikarenakan jumlah wisatawan yang masih minim, dan aksesibilitas ke KWK Cigadung yang hanya bisa dilalui maksimal oleh minibus. Sejauh ini, jumlah wisatawan yang menggunakan tour guide dari Pak Wawan jumlah terbesarnya adalah 20 orang dan Batik Komar sendiri bisa menampung 150 orang dalam pelatihan batik, disesuaikan dengan staff yang bekerja.

b. Mengatur sistem pembuangan sampah

Pembuangan sampah yang bisa dilihat oleh peneliti adalah adanya tempat pembuangan sampah di area destinasi wisata terdapat gambar aturan pembuangan limbah pada Rumah Batik Komar, untuk aturan pembuangan sampah peneliti belum bisa melihat secara langsung pada saat kunjungan.

Berdasarkan wawancara dengan Pak Wawan KWK Cigadung apabila sedang membawa tour wisata akan menyiapkan tim kebersihan yang merupakan bagian dari pengelola pokdarwis, yang nantinya mereka sebagai petugas yang akan siap untuk mengumpulkan sampah apabila adanya sampah yang bertebaran di area destinasi

wisata. Kemudian di, setiap destinasi wisata sudah menyediakan tempat pembuangan sampah di setiap area tertentu.

c. Meningkatkan kepedulian akan perlunya keberlanjutan lingkungan

Dalam rangka meningkatkan kepedulian akan perlunya keberlanjutan lingkungan di wilayah Cigadung adalah dengan pelatihan yang dilakukan disbudpar dengan tema Pelatihan Kebersihan Lingkungan, Sanitasi dan Pengelolaan Sampah di Destinasi Pariwisata Dana Alokasi Khusus (DAK) Kota Bandung.

Upaya yang dilakukan KWK Cigadung adalah dengan selalu menekankan bagi masyarakat lokal yang ingin berpartisipasi untuk sadar lingkungan terlebih dahulu, untuk peduli dan inisiatif terhadap lingkungan sekitar. Kemudian Tim pengelola juga berkolaborasi dengan rt/rw dan juga kelurahan setempat dengan adanya tim khusus yang disediakan seperti Gober/Gerobak bersih. Kemudian Lurah Cigadung menambahkan, terdapat satgas citarum harum dari pemerintah dalam meningkatkan kepedulian lingkungan ini dalam halnya merawat Curug pada RCK.

5. Dimensi Politik

a. Meningkatnya partisipasi dari penduduk lokal

Partisipasi lokal yang terlihat adalah dengan adanya keikutsertaan sebagai bagian dari pengelolaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) KWK Cigadung. Saat ini jumlahnya telah mencapai 9 orang yang telah dipilih dari oleh Pak Wawan selaku Ketua Pengelola untuk memegang sub sektor dari bagian pengelolaan yang terbagi dari Wakil ketua, bendahara, sekertaris, bidang pengembangan destinasi wisata, bidang pengembangan kuliner, bidang pengembangan seni dan budaya, bidang kreatif, LO. & tim kerjasama. Kemudian partisipasi dari penduduk lokal ini bisa terlihat dari bekerjanya pada destinasi wisata setempat seperti halnya di Rumah Batik Komar. Hasil dari wawancara dengan lurah disimpulkan bahwa partisipasi dari penduduk lokal yang berupa UMKM semakin aktif dengan adanya KWK Cigadung.

b. Menjamin hal masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya alam

Hak-Hak masyarakat lokal dalam pengelolaan Sumber Daya Alam (SDA) berdasarkan hasil wawancara dengan Pak Wawan disimpulkan bahwa masyarakat lokal yang mau ikut serta boleh bergabung, hal ini juga bisa dilakukan sebagai tim kebersihan lingkungan. KWK Cigadung dalam mengelola pariwisatanya akan difokuskan pada masyarakat sekitar, sehingga lurah hanya sebagai fasilitator. KWK Cigadung yang merupakan area pemukiman penduduk terdapat tim kebersihan yang telah disediakan oleh kelurahan untuk warga sekitar.

c. Konsolidasi kelembagaan

KWK Cigadung diresmikan langsung oleh wali kota bandung yaitu Almarhum Pak Oded. Almarhum Pak Oded juga menetapkan sebagai pariwisata berbasis masyarakat. Dalam pembekalan dunia pariwisata, disbudpar kota bandung membekali masyarakat lokal pengelola Pokdarwis dengan dilakukannya pelatihan pariwisata yang salah satunya adalah pelatihan tata kelola.

Pengakuan dari pemerintah ini adalah dengan didapatkannya prestasi 300 besar Anugerah Desa Wisata dari program yang diadakan oleh kemenparekraf. Kemudian konsolidasi kelembagaan ini juga dengan adanya Keputusan Wali Kota Bandung Nomor 556/Kep.953-DISBUDPAR/2020 tanggal 20 Oktober 2020.

6. Analisis SWOT

Tabel 1. SWOT

<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Masyarakat lokal dijadikan pemegang otorisasi penuh tanpa campur tangan pihak lain atas pengelolaan destinasi wisata pemiliki usaha masing-masing dalam mengoperasikan usahanya. - Kampung Wisata Kreatif Cigadung mendapatkan prestasi 300 besar ADWI yang disaring dari 4000 desa wisata dengan menerapkan konsep <i>Community Based Tourism (CBT)</i>. - Masyarakat lokal mengalami pembelajaran tentang penggunaan teknologi dalam mempromosikan dan memasarkan hasil usahanya. - Kualitas hidup masyarakat lokal yang meningkat dengan adanya pelatihan dari pemerintah. - Adanya budaya dan Sumber Daya Alam yang masih dijaga dan dipertahankan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Adanya kesulitan untuk pengelolaan destinasi wisata karena tidak mendapatkan bantuan dari pihak luar. - Belum adanya perhitungan <i>carrying capacity area</i> untuk wisatawan pada destinasi wisata KWK Cigadung secara keseluruhan.
<i>Opportunity</i>	<i>Treats</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Kerja-sama dengan stakeholder (pemerintah) dari peresmian hingga pemberian prestasi 300 ADWI akan membantu dalam kerja sama mempromosikan destinasi wisata. - Kerja-sama dengan akademisi akan membantu memberikan masukan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata 	<ul style="list-style-type: none"> - Pengelolaan destinasi wisata yang Wisatawan yang tidak terbagi secara merata pada setiap destinasi wisata pada area KWK Cigadung dapat mengurangi pendapatan masyarakat lokal dan pengelola karena pengelolaan destinasi wisata yang masih secara individual. - Adanya destinasi wisata lain yang lebih dikenal oleh wisatawan.

Sumber: Diolah Peneliti, 2023

7. Matriks SWOT

Tabel 2. Matriks SWOT

ST	WT
Adanya Pokdarwis sebagai otorisasi dalam perwakilan masyarakat bisa digunakan untuk membuat kebijakan untuk membuat sistem perjanjian kerja-sama dengan pelaku usaha untuk dijadikan 1 tour yang menjadi atraksi utama wisatawan yang ingin datang ke area KWK Cigadung. Sehingga setiap usaha mendapatkan wisatawan secara merata.	Dengan sama - sama mengumpulkan dana dari para pelaku usaha yang tergabung menjadi 1 bagian KWK Cigadung secara rutin yang tujuan utama dari dana tersebut adalah untuk mengembangkan KWK Cigadung dari kontribusi masyarakat lokal sekitar.
SO	WO
Pembelajaran tentang penggunaan teknologi pada masyarakat lokal dan dukungan pemerintah dalam media promosi akan membantu mendatangkan wisatawan yang lebih banyak dan memperkenalkan KWK Cigadung pada pihak luar yang lebih luas.	Menggunakan bantuan dari akademisi untuk memberikan masukan dari hasil penelitian dan studi untuk mengembangkan destinasi wisata dan juga memperhitungkan carrying capacity area untuk kedepannya.

Sumber: Data peneliti, 2023

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di KWK Cigadung, peneliti mampu menarik kesimpulan dari penerapan *Community Based Tourism* diukur melalui ke - 5 dimensi sebagai berikut:

Dimensi Ekonomi

Penerapan dimensi ekonomi pada Kampung Wisata Kreatif dalam indikator dana untuk pengembangan komunitas, belum mencapai standar apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu pada destinasi wisata Tebing Breksi yang menerapkan *Community Based Tourism*, karena mereka telah mendapatkan dana bantuan dari pemerintah dan juga telah dana pengembangan dari hasil penjualan tiket pada destinasi wisata tersebut. Sehingga dimensi ekonomi pada *Community Based Tourism* (CBT) belum sepenuhnya memberikan dampak positif pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung.

Dimensi Sosial

Penerapan dimensi sosial dari *Community Based Tourism* (CBT) pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung mampu memberikan dampak positif dari adanya meningkatnya kualitas hidup, meningkatkan kebanggaan komunitas, pembagian peran yang adil antara laki - laki dan perempuan, generasi muda dan tua, dan penguatan organisasi komunitas dan pengelolaan pariwisata yang otorisasinya secara penuh dilakukan oleh masyarakat lokal itu sendiri.

Dimensi Budaya

Penerapan dimensi budaya dari *Community Based Tourism* (CBT) pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung mampu memberikan dampak positif dari adanya

dorongan masyarakat untuk menghormati dan mempertahankan budaya lokal dan tradisi setempat, membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya, dan menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia.

Dimensi Lingkungan

Penerapan dimensi lingkungan dari *Community Based Tourism* (CBT) pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung belum sepenuhnya sejalan sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan oleh Suansri (2003). Yaitu pada indikator mempelajari *carrying capacity area*. Perhitungan daya tampung maksimal wisatawan secara keseluruhan destinasi wisata belum diterapkan menurut hasil wawancara yang dilakukan dan apabila dibandingkan dengan penelitian terdahulu yang dijadikan tolak ukur, indikator mempelajari *carrying capacity area* bisa terlihat belum tercapai. Tetapi indikator lainnya pada dimensi lingkungan yang ditetapkan oleh Suansri (2003) sudah mampu memberikan sebagian dampak positif dengan adanya meningkatnya kepedulian akan perlunya keberlanjutan lingkungan dan mengatur pembuangan sampah di tempat wisata.

Dimensi Politik

Penerapan dimensi politik dari *Community Based Tourism* (CBT) pada Kampung Wisata Kreatif Cigadung telah sejalan sesuai dengan indikator yang ditetapkan oleh Suansri (2003) dan juga sesuai dengan penelitian terdahulu yang dijadikan tolak ukur dimensi budaya yang juga telah disesuaikan dengan penerapan di Kampung Wisata Kreatif Cigadung. Adanya dimensi politik dalam *Community Based Tourism* pada KWK Cigadung, memberikan dampak yaitu peningkatan partisipasi dari penduduk lokal, menjamin hak - hak dalam pengelolaan sumberdaya alam dan adanya konsolidasi kelembagaan.

Strength & Weakness, berdasarkan hasil Analisa SWOT, Kampung Wisata Kreatif Cigadung memiliki kekuatan (*strength*) yaitu adanya masyarakat lokal yang mampu mengelola destinasi wisatanya sendiri tanpa campur tangan pihak luar, adanya prestasi 300 besar ADWI yang diraih dengan melakukan konsep *Community Based Tourism* (CBT), Masyarakat lokal mengalami pembelajaran tentang penggunaan teknologi, setiap pelaku usaha memberikan keunikan dan juga mempertahankan budaya yang ada. Kemudian kelemahan (*weakness*) yang dimiliki yaitu dengan minimnya dana untuk pengelolaan destinasi wisata setempat dan juga belum memiliki perhitungan daya tampung wisatawan.

Opportunity & Threats, berdasarkan hasil Analisa SWOT, Kampung Wisata Kreatif Cigadung memiliki peluang (*opportunity*) yang dimiliki yaitu, Kerja - sama dengan stakeholder (pemerintah) dari peresmian hingga pemberian prestasi 300 ADWI akan membantu dalam kerja sama mempromosikan destinasi wisata dan juga kerja-sama dengan akademisi akan membantu memberikan masukan dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Ancaman (*Threats*) yang dimiliki adalah dengan adanya tempat wisata lain yang lebih dikenal oleh wisatawan dan juga pembagian wisatawan yang tidak merata akan berpengaruh ke pendapatan masyarakat yang tidak merata karena pengelolaan destinasi wisata masih secara individual.

BIBLIOGRAFI

- Adikampana, I.M. (2017). *Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Cakra Press. Denpasar.
- Apriatin, D (2020, November 25). Peresmian Kampung Wisata Kreatif.Cigadung. (PENAKU.ID) <https://penaku.id/peresmian-kampung-wisata-kreatif-cigadung/>
- Arum, D. S., Padmaningrum, D., & Winarno, J. (2022). Kajian Dimensi Community-based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Sumberbulu. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 46(1), 45-55. doi: <http://dx.doi.org/10.20961/agritexts.v46i1.61416>
- Asia Pasific Economic Cooperation. (2009). *Handbook on Community Based Tourism, How to Develop and Sustain CBT*. SOM Steering Committee on Economic and Technical Cooperation (SCE), Tourism Working Group (TWG). Retrieved from <https://www.apec.org/publications/2009/12/handbook-on-community-based-tourism-how-to-develop-and-sustain-cbt-december-2009>
- Aurely, Cindy (2020) ANALISIS PENERAPAN KONSEP COMMUNITY BASED TOURISM (CBT) TERHADAP PERKEMBANGAN PARIWISATA DI KOTA PALEMBANG (Studi Kasus Kampung Arab Al-Munawar dan Al Quran Al-Akbar). Other thesis, POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA.
- Denman, Richard.2001. *Guidelines for community- based ecotourism development*. UK: WWF International.
- Fajaria Novieta. (2020). Pengaruh Daya Tarik Wisata, Aksebilitas, Harga, Fasilitas, dan Promosi Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Puro Mangkunegaran, Surakarta. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
- Hadiwijoyo, Suryo S. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat (Sebuah Pendekatan Konsep)* 1st ed. Yogyakarta: Graha Ilmu. <http://www.berdesa.com/apa-beda-desa-wisata-dan-wisata-desa/>
- Nugraha, Yudha Eka. "Analisis Potensi dan Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Tulakadi Kawasan Perbatasan Indonesia." *Media Wisata* 18.2 (2020): 195-209.
- Nurhidayati, S.E. (2012). *Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu, Jawa Timur, Jurnal Jejaring Administrasi Publik. Th IV. Nomor 1.*
- Nurwanto, N. (2021). Evaluasi Dampak Pembangunan Pariwisata Menggunakan Konsep Community Based Tourism (CBT) di Kawasan Wisata Tebing Breksi. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 109–124. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.109-124>
- Permatasari, I. (2022). Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Bali. *KERTHA WICAKSANA: Sarana Komunikasi Dosen dan Mahasiswa*. 16 (2). Pp 164-171. <https://doi.org/10.22225/kw.16.2.2022.164-171>
- Purnawan. 2015. "Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kunjungan Wisatawan Ke Museum Jawa Tengah Ronggowarsito," *Jurnal Ekonomi*. Semarang: FE Undip.
- Putra, I.N.D (2015). *Pariwisata Berbasis Masyarakat Model Bali*. Program Studi Magister Kajian Pariwisata Universitas Udayana bekerja sama dengan Buku Arti.
- 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, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Semarang.
- Pranyoto,V. (2023, Mei 13). Desa Wisata Jadi Unggulan Pemulihan Pariwisata RI. (ANTARANews). <https://www.antaraneews.com/berita/3377190/kemenparekraf-desa-wisata-jadi-unggulan-pemulihan-pariwisata-ri>
- Russell.P.(2013). Travel & Tourism Analyst. Journal article. Travel and Tourism Intelligence. London. (<https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20013076385>)
- Spillane, J. James. 1987. Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya. Kanisius. Daerah Istimewa Yogyakarta.
- Suansri, Potjana. 2003. Community Based Tourism Handbook Thailand: REST Project.
- Sudibya, Bagus. "Wisata Desa dan Desa Wisata." Jurnal Bali Membangun Bali, vol. 1, no. 1, 2018, pp. 22-26, doi:10.51172/jbmb.v1i1.8.
- Sulaiman, Irfan Muhammad (2021) Penerapan konsep community based tourism (cbt) pada Pantai Tanjung Bias di Dusun Karang Telage Desa Senteluk Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Undergraduate thesis, UIN Mataram.
- Sugiana, A Gima. 2014. Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata Edisi 1. Guardaya Intimarta: Bandung
- Suwena, IK. Widyatmaja, IGN. (2017). Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Syarifuddin, S. (2018). The implementation of community based tourism concept in the management of natural tourism in Kampoeng karts rammang-Rammang Maros regency. UNM Geographic Journal, 2(1), 74. <https://doi.org/10.26858/ugj.v2i1.7232>
- Tosun, C. J. T. m. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. 21(6), 613-633.
- Utama, I Gusti Bagus Rai. 2017. Pemasaran Pariwisata. Yogyakarta: CV. Andi.
- UNEP. (2011). Tourism : Investing in Energy and Resource Efficiency, Part of the 2011 UNEP Green Economy Report.
- Widayanti, dkk . 2021. *Buku Membangun Desa : Pedoman Desa Wisata..* Kementerian Koordinator Bidang Kemaritiman dan Investasi Republik Indonesia.

First publication right:

Jurnal Syntax Fusion: Jurnal Nasional Indonesia

This article is licensed under:

