

# Kajian Pengembangan Desa Wisata Di Provinsi Bengkulu

*by* Jurnal Stia Bengkulu

---

**Submission date:** 31-Jul-2022 06:11AM (UTC-0400)

**Submission ID:** 1877128271

**File name:** 6.\_Nour\_Farozi\_Agus.pdf (456.59K)

**Word count:** 6091

**Character count:** 41082

## Kajian Pengembangan Desa Wisata Di Provinsi Bengkulu

Nour Farozi Agus<sup>1)</sup>

Study Program of Administration Public

Department of Administration Publik, STIA Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [nuorfarozi@gmail.com](mailto:nuorfarozi@gmail.com)

### ARTICLE HISTORY

Received [18 Mei 2022]

Revised [05 Juni 2022]

Accepted [28 Juli 2022]

### KEYWORDS

Pengembangan,  
Desa Wisata,  
SWOT

This is an open access  
article under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)  
license



### ABSTRAK

23 eradaan desa wisata dalam perjalanan pembangunan pariwisata di Provinsi Bengkulu mewamai variasi destinasi wisata yang lebih dinamis yang ditunjukkan melalui semangat 'pariwisata sebagai penyerap tenaga kerja pedesaan, sebagai generator pertumbuhan ekonomi wilayah, dan sebagai alat pengentasan kemiskinan'. Namun demikian, pengembangan desa wisata di provinsi ini dapat dikategorikan sebagai desa wisata rintisan. Dengan demikian, masih diperlukan beberapa langkah strategis yang harus dicanangkan apabila menginginkan desa-desa yang memiliki potensi wisata dapat dikembangkan menjadi desa wisata yang mandiri. Analisis situasi dan kondisi merupakan suatu masukan, yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. a. Strength (kekuatan) merupakan kondisi yang merupakan kekuatan dari sebuah kawasan. sesuatu yang telah telah dimiliki suatu kawasan dan telah berjalan dengan baik. b. Weakness (kelemahan) merupakan situasi yang tidak mendukung (tidak berjalan dengan baik) atau sesuatu yang di butuhkan tetapi belum atau tidak dimiliki suatu kawasan. c. Opportunity (kesempatan) merupakan suatu faktor atau kondisi yang positif yang muncul dari lingkungan dan memberikan kesempatan bagi program untuk memanfaatkan dan mengembangkannya. Hal ini dapat bernilai potensi maupun sesuatu yang dapat menjadi nilai tambah dibanding daerah yang lain. d. Threat (ancaman) merupakan faktor ancaman yang memberikan hambatan bagi berkembangnya suatu program.

### ABSTRACT

Tourism villages in the process of tourism development in Bengkulu province present a more dynamic type of tourism expressed through the spirit of "tourism as a means of absorbing rural labor, as a driving force to promote regional economic growth and as a means of poverty alleviation". However, the development of tourist villages in this province can be called pilot tourist villages. Therefore, there are still some strategic steps to be taken if we want villages with tourism potential to develop into independent tourist villages. Analysis of situations and conditions is one entry, followed by their respective contributions. one. Strength is a condition that is the strength of an area. something that belongs to a region and works well. b. Weaknesses are situations where no support (not going well) or something has been identified but not yet or not in the field. compare to An opportunity is a positive factor or condition that arises from the environment and provides the program with an opportunity to capitalize on and develop it. It can be valuable in terms of both potential and possibly added value compared to other areas. D. Threat (threat) is an element of threat that creates obstacles to the development of a program..

## PENDAHULUAN

5 Terminologi seperti sustainable tourism development, village tourism, eco-tourism, merupakan pendekatan pengembangan kepariwisataan yang berupaya untuk menjamin agar wisata dapat dilaksanakan di daerah tujuan wisata bukan perkotaan. Salah satu pendekatan pengembangan wisata alternatif adalah "Desa Wisata" (village tourism) yang berorientasi pada pengembangan pariwisata berkelanjutan dan partisipatoris. Aspek penting dalam upaya pengembangan "Desa Wisata" yang berkelanjutan adalah pelibatan atau partisipasi masyarakat. Partisipasi diwujudkan dalam gaya hidup dan kualitas hidup masyarakatnya secara khusus berkaitan dengan perilaku, integritas, keramahan dan kesungguhan penduduk yang tinggal dan berkembang menjadi milik masyarakat desa yang bersangkutan. Oleh sebab itu, pemodelan "Desa Wisata" bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan harus terus secara kreatif mengembangkan identitas atau ciri khas yang baru bagi desa untuk memenuhi tujuan pemecahan masalah yang berkaitan dengan peningkatan ekonomi desa, penyediaan lapangan pekerjaan baru, pelestarian lingkungan, kohesi sosial masyarakat dan kesejahteraan masyarakat. Terkait dengan model pengembangan pariwisata yang perlu ditekankan adalah bagaimana menjadikan tempat wisata menjadi maju, baik, sempurna, dan bergengsi (Suwantoro, 1997). Menurut beberapa ahli ada beberapa model pengembangan daerah wisata yaitu: Pariwisata

budaya (cultural tourism), ekowisata (ecotourism), pariwisata bahari (marine tourism), pariwisata petualangan (adventure tourism), pariwisata agro (agrotourism), pariwisata pedesaan (village tourism) gastronomi (culinary tourism), pariwisata spiritual (spiritual tourism) dan lainnya (Swarbroke, 1998, McIntyre, 1993).

Provinsi Bengkulu merupakan salah satu provinsi yang berada dikawasan Sumatra bagian Selatan yang kaya akan sumberdaya wisata baik wisata bahari, wisata sejarah, wisata adat/budaya, wisata alam maupun wisata agro. Pemerintah provinsi Bengkulu telah bertekad untuk mengembangkan dan 5 menata pariwisata sebagai salah satu upaya mengejar ketertinggalan dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi berbasis pada industri keraky<sup>23</sup>n. Kebijakan pengembangan pariwisata tersebut telah dituangkan dalam RPJMD 2021-2026, dimana sektor pariwisata menjadi salah satu sektor prioritas dan unggulan dalam pembangunan perekonomian provinsi Bengkulu. Seperti halnya provinsi Bengkulu, Kabupaten/Kota selingkung provinsi Bengkulu juga berkomitmen untuk mengembangkan pariwisata baik pantai, alam, agro, adat/budaya maupun sejarah melalui "Desa Wisata". Saat penelitian ini sedang dilakukan, Dinas Pariwisata Provinsi Bengkulu sedang melaksana agenda Lomba "Desa Wisata" dan direspon positif oleh masing-masing Kabupaten dengan mengirimkan beberapa desa yang memiliki peluang menjadi "Desa Wisata". Konsep "Desa Wisata" adalah bagaimana desa-desa yang memiliki potensi wisata untuk dikembangkan sebagai upaya pelestarian lingkungan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara mandiri dengan memanfaatkan dana desa dan partisipasi masyarakat.

Beberapa desa di wilayah kabupaten Kepahiang, Lebong dan Kaur yang berada dikawasan perbukitan dan pantai Bengkulu memiliki potensi pariwisata dan diharapkan menjadi "Desa Wisata" sebagai salah satu sumber ekonomi untuk pengentasan kemiskinan dan penciptaan lapangan pekerjaan di daerah tersebut. Desa-desa tersebut adalah desa-desa yang telah ditetapkan oleh pemerintah daerah untuk dikembangkan menjadi "Desa Wisata" antara lain desa Batu Ampar, Air Sempiang, Tangsi Duren dan Bukit Menyan yang berada di wilayah kabupaten Kepahiang. Selanjutnya ada desa Sebelat Ulu di kabupaten Lebong dan desa Pangubayan di kabupaten Kaur. Sebuah desa dapat dikategorikan sebagai "Desa Wisata" apabila desa tersebut memenuhi persyaratan yang menyangkut aspek potensi alam, sosialbudaya, yang menjadi daya tarik wisatawan (attraction aspects), memiliki kemudahan untuk dijangkau oleh wisatawan (accessibility aspects), fasilitas umum yang menunjang kebutuhan wisatawan (amenities aspects), dan 6 pelayanan kenyamanan wisatawan (ancillary aspects). "Desa Wisata" berbasis komunitas tentu saja diperlukan sentuhan yang cermat dan kreatif agar tidak memicu masalah-masalah sosial yang justru berdampak negatif terhadap alam dan kohesi sosial masyarakat. Se jauh ini, belum diidentifikasi secara komprehensif data dan informasi yang terhadap kondisi dari masing-masing desa terkait dengan persyaratan yang harus dipenuhi sebagai "Desa Wisata". Oleh karena itu mengetahui kondisi riil aspek-aspek "Desa Wisata" tersebut dari masing-masing desa yang direkomendasikan untuk dikembangkan menjadi "Desa Wisata" " menjadi sesuatu yang mutlak harus dilakukan dan dianalisa sehingga akan dapat dikembangkan strategi yang tepat untuk mengembangkan desa-desa tersebut menjadi "Desa Wisata" mandiri, prospektif dan berkelanjutan di kabupaten masing-masing.

## LANDASAN TEORI

### Pengertian Pariwisata

Definisi pariwisata sangat beragam menurut para ahli. Ahli yang satu <sup>8</sup>berbeda konsep dengan pakar yang lain dikarenakan penekanan dan perspektif yang berbeda. Secara etimologis, kata "pariwisata" diidentikkan dengan kata "travel" dalam bahasa Inggris yang artinya sebuah perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Yoeti, 2010). Selain itu ada bermacam pengertian lain mengenai pariwisata yaitu McIntosh (1972) menyatakan bahwa pariwisata adalah : "A composite of activities, services and industries that delivers a travel experience, transportation, activity and other hospitality service available for individuals or group that are away from home". Dari definisi tersebut menyatakan bahwa pariwisata adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan wisatawan baik individu maupun berkelompok dengan <sup>12</sup>nikmati jasa dan insustri pariwisata, transportasi, akomodasi, res<sup>12</sup>an, hiburan dan sebagainya. Hunziker dan Kraft (Yoeti, 2001) mengemukakan definisi pariwisata sebagai berikut: "Tourism is the sum of the phenomom and relationships arising from the travel and stay of non resident, in so far as they do not lead to permanent residence and are not connected with any eaming activity" (pariwisata adalah gabungan dari gejala dan hubungan-hubungan yang muncul dari adanya perjalanan dan tinggal sementara dari orang-orang yang bukan penduduk 10 setempat, sejauh mereka tidak menunjukkan keinginan untuk menetap dan sejauh mereka tidak berhubungan dengan kegiatan yang menghasilkan

uang).

Sementara itu, Wahab dalam Yoeti (2001) merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut : "A Propeseful human activity that serves as a link between people either within one some country or beyond the geographical limits the states. It involves the temporary displacement of people to another region, (7)untry or continent for the satisfaction of varied needs other than exercising a remunerated function" (Suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri/diluar 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). Undangundang nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan pengertian pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

### Aspek Penawaran Pariwisata

Inti dari produk pariwisata adalah destinasi wisata dan inilah yang menjadi daya tarik utama berkembangnya industri pariwisata. Destinasi berkaitan dengan sebuah tempat atau wilayah yang mempunyai keunggulan dan ciri khas, baik secara geografi maupun budaya, sehingga dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi dan menikmatinya. Semua produk yang berkaitan dengan perjalanan sebelum, selama, dan sesudah mengunjungi suatu destinasi, adalah produk-produk pendukung industri pariwisata. Produk-produk tersebut menyatu dan tidak bisa dipisahkan untuk menciptakan pengalaman yang "memuaskan" bagi wisatawan. Jika salah satu produk membuat wisatawan kecewa, maka secara keseluruhan wisatawan akan kecewa terhadap destinasi tersebut. Untuk membuat sebuah destinasi wisata yang unggul, (2)enurut Cooper (1993) dalam buku yang berjudul *Tourism: Principle and Practise*, menyatakan bahwa sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu atraksi, aksesibilitas, amenities dan ancilliary. 1) Atraksi Atraksi adalah (2)produk utama dari sebuah destinasi. Atraksi berkaitan dengan apa yang bisa dilihat (what to see), apa yang bisa dilakukan (what to do), apa yang bisa dibeli (what to buy) di suatu destinasi wisata sehingga bisa menjadi unsur daya tarik dan magnet bagi kedatangan wisatawan di suatu lokasi wisata. Atraksi ini bisa berupa objek alamiah karunia tuhan YME seperti keindahan panorama alam dan keunikan alam, selain itu dapat berupa akar budi manusia seperti seni dan budaya masyarakat setempat, peninggalan bangunan bersejarah, serta atraksi buatan seperti sarana permainan dan hiburan. Untuk menikmati atraksi wisata ini ada yang tidak perlu dilakukan persiapan terlebih dahulu seperti menikmati pemandangan alam, suasana pantai, danau, bangunan dan lain lain, selain itu ada yang perlu dilakukan 16 persiapan terlebih dahulu dan disajikan sebagai suatu pertunjukan seperti seni budaya daerah, pertandingan olahraga dan lain lain. 2) Aksesibilitas Aksesibilitas adalah sarana dan infrastruktur (6)tuk menuju destinasi wisata. Akses jalan raya dan ketersediaan sarana transportasi yang baik merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi wisata. Banyak sekali wilayah di Indonesia yang mempunyai keindahan alam dan budaya yang layak untuk dijual kepada wisatawan, tetapi tidak mempunyai aksesibilitas yang baik, sehingga ketika diperkenalkan dan dijual, tak banyak wisatawan yang tertarik untuk mengunjunginya. Perlu juga diperhatikan bahwa akses jalan yang baik saja tidak cukup tanpa diiringi dengan ketersediaan sarana transportasi.

Bagi individual tourist, transportasi umum sangat penting karena kebanyakan mereka mengatur perjalanannya sendiri tanpa bantuan travel agent, sehingga (2) sangat bergantung kepada sarana dan fasilitas publik yang tersedia ke lokasi wisata. 3) Amenitas Amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum dan fasilitas pendukung lainnya yang mungkin juga diinginkan dan diper (16)an oleh wisatawan, seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan, dan sarana ibadah. Tentu saja fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenities harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi, contohnya untuk destinasi alam dan peninggalan bersejarah sebaiknya agak (9)k berjauhan dari amenities yang bersifat komersial, seperti hotel, restoran, rest area dan lain lain. 17 4) Ancilliary Ancilliary berkaitan dengan ketersediaan sebuah organisasi atau orang-orang yang mengurus destinasi tersebut. Ini menjadi penting karena walaupun destinasi sudah mempunyai atraksi, aksesibilitas dan amenities yang baik, tapi jika tidak ada yang mengatur dan mengurus maka destinasi tersebut akan terbengkalai dan tidak bisa memberikan nilai jual (27)agi wisatawan. Organisasi bisa merupakan sebuah perusahaan atau organisasi masyarakat dimana akan melakukan tugasnya seperti sebuah perusahaan. Organisasi ini mengelola destinasi sehingga bisa memberikan keuntungan kepada pihak terkait seperti pemerintah, masyarakat sekitar, wisatawan, lingkungan dan para stakeholder lainnya.

### Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah desa dengan menunjukkan tema produk pariwisata yang diutamakan seperti desa industri, desa kerajinan, desa kreatif, desa gerabah dan lainnya. Menurut Nuryanti (1993) dalam (Antara & Arida, 2015) desa wisata merupakan bentuk integrasi antara akomodasi, atraksi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Meningkatnya minat kegiatan wisata menyebabkan ekspansi wisata ke lokasi desa sebagai tempat berkembangnya beragam adat dan budaya. Desa memiliki peluang dalam pengembangan wisata (Nugroho, 2018). Wilayah perdesaan memiliki ciri-ciri [1] perbandingan tanah dan manusia (man land ratio) yang besar; [2] lapangan kerja agraris; [3] hubungan penduduk yang akrab; dan [4] sifat yang menurut tradisi (Antara & Arida, 2015). Desa wisata menjadi salah satu tren pariwisata alternatif dengan konsep destinasi wisata berbasis alam dan masyarakat lokal yang diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi serta kebangkitan di desa (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021) sehingga pengembangan desa wisata 18 berkaitan penting dengan kapasitas kelembagaan pengelola desa wisata yang dapat dilakukan dengan spectrum konsep dan pendekatan yang bervariasi. Dalam sektor pariwisata, model pembangunan bottom up planning sesuai dengan paradigma pariwisata yang bercirikan kerakyatan, dan memunculkan berbagai sebutan yaitu: pariwisata inti rakyat, pariwisata kerakyatan, resource community base management atau community management (Korten, 1986 dalam Antara & Arida, 2015).

Paradigma pariwisata kerakyatan menjadi paradigma alternatif dari kegagalan model modernisasi yang diterapkan di negara-negara berkembang. Pariwisata perdesaan adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan kekhasan pedesaan, baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat-istiadat keseharian, arsitektur bangunan maupun struktur tata ruang desa yang khas atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan. Sebuah desa dikatakan layak sebagai destinasi wisata jika minimal memiliki tiga komponen utama yang saling berkaitan. Komponen tersebut adalah daya tarik/atraksi, paket wisata, dan fasilitas. Daya tarik desa wisata merupakan komponen pertama dan menjadi pondasi desa wisata. Persepsi tentang pariwisata biasanya menghambat pengelola desa wisata untuk menentukan potensi daya tarik desanya. Kebanyakan pemerintah desa atau pengelola desa masih berpatokan bahwa tempat wisata adalah hal yang indah dan harus dipenuhi fasilitas lengkap. Persepsi tentang objek wisata modern tersebut menghalangi ide pengembangan desa wisata. Biasanya persepsi tersebut membentuk tembok besar, tinggi dan kokoh bernama 'susahnya mencari dana untuk mengembangkan potensi desa wisata.

## METODE PENELITIAN

### 1 Pendekatan dalam Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan potensi desa wisata harus direncanakan secara hati-hati agar dampak yang timbul dapat dikontrol. Berdasarkan hasil kajian dari UNDP/WTO dan beberapa konsultan Indonesia, dicapai dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata, yakni melalui pendekatan Pasar dan pendekatan Fisik. Di dalam pendekatan pasar dikenal tiga jenis interaksi, yaitu: 1) Interaksi tidak langsung. Model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. Bentuk kegiatan yang terjadi seperti penulisan buku-buku tentang desa yang berkembang, kehidupan desa, seni dan budaya lokal, arsitektur tradisional, latar belakang sejarah pembuatan kartu pos dan sebagainya. 2) Interaksi setengah langsung. Pendekatan ini didekati dalam bentuk-bentuk one day trip yang dilakukan oleh wisatawan. Kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk dan kemudian wisatawan dapat kembali ke tempat akomodasinya. Prinsip model tipe ini adalah bahwa wisatawan hanya singgah dan tidak tinggal bersama dengan penduduk. 3) Interaksi langsung, wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut.

Dampak yang terjadi dapat dikontrol dengan berbagai pertimbangan yaitu daya dukung dan potensi masyarakat setempat. Alternatif dari model ini adalah penggabungan dari model pertama dan kedua. Sementara itu, pendekatan ini merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan 62 cara-cara khusus dalam mengontrol perkembangan dan menerapkan aktivitas konservasi. 1) Mengkonservasi sejumlah rumah yang memiliki nilai budaya dan arsitektur yang tinggi dan mengubah fungsi rumah tinggal menjadi sebuah museum desa untuk menghasilkan biaya untuk perawatan dari rumah tersebut. 2) Mengkonservasi keseluruhan desa dan menyediakan lahan baru untuk menampung perkembangan penduduk desa tersebut dan sekaligus mengembangkan lahan sebagai area pariwisata dengan fasilitas-fasilitas wisata. 3) Mengembangkan bentuk-bentuk akomodasi di dalam wilayah desa yang dioperasikan oleh penduduk desa sebagai industri skala kecil.

### Pendekatan Kajian

Kajian pengembangan desa wisata ini menggunakan pendekatan deskriptif-kualitatif. Pendekatan ini ditujukan untuk menggamban secara mendalam mengenai obyek yang dikaji dalam bentuk narasi yang bersifat natural setting. Penelitian kualitatif dilaksanakan untuk membangun pengetahuan melalui pemahaman dan penemuan. Pendekatan penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian dan pemahamanyang berdasarkan pada metode yang menyelidiki suatu fenomena social dan masalah manusia. Pada penelitian ini peneliti membuat suatu gambarankompleks, meneliti kata-kata, laporan terinci dari pandangan responden danmelakukan studi pada situasi yang alami

### Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data utama dalam kajian ini adalah: 1) Observasi Teknik ini digunakan untuk mengamati obyek kajian yang menyangkut gejala sosial, kondisi fisik desa, dan perilaku masyarakat desa. 2) Wawancara mendalam Digunakan untuk memperoleh informasi tentang beragam aspek terkait dengan pengembangan desa wisata di lokasi kajian. Teknik ini dipandang sangat penting karena akan menyangkut persoalan aspirasi dan harapan informan tentang desanya. 3) Dokumentasi Teknik ini digunakan untuk mendapatkan informasi yang tidak diperoleh melalui kedua teknik tersebut. Dokumen-dokumen yang diperlukan berupa data-data sekunder, beragam foto aktivitas dan foto-foto fisik desa untuk dianalisis sesuai dengan kebutuhan penelitian. 4) Kuesioner Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data terkait dengan indikatorindikator terpilih desa wisata melalui metode interview survey.

### Metode Analisis Data

Analisis data digunakan melalui beberapa tahapan, yakni: 1) Reduksi data (Data Reduction) Teknik ini digunakan untuk merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal penting, dan mencari tema dan polanya. Dengan kata lain, data dan informasi yang diperoleh dari sasaran kajian, kemudian diorganisasikan dan dikelompokkan ke dalam beberapa komponen atau aspek yang diteliti. Dengan demikian, terdapat beberapa data dan informasi yang harus direduksi karena tidak sesuai dengan tema-tema kajian untuk meminimalisasi kesalahan dalam pengambilan kesimpulan. 2) Penyajian data (Data Display) Penyajian data dilakukan setelah tahapan reduksi data berhasil dilakukan. Penyajian data diuraikan dalam bentuk narasi, bagan, hubungan antar kategori dan sebagainya dengan menggunakan analisis naratif. 3) Pengambilan kesimpulan (Conclusion drawing) Tahapan terakhir dalam analisis data adalah pengambilan kesimpulan berdasarkan reduksi dan penyajian data. Simpulan dirumuskan sesuai dengan permasalahan dan tujuan kajian yang dilakukan. Tahapan ini juga dapat berupa verifikasi data lapangan disesuaikan dengan kerangka pemikiran dan konsep yang telah dirumuskan sebelumnya.

### Metode Penentuan Desa Wisata

Menentukan suatu desa memiliki potensi dikembangkan menjadi sebuah desa wisata, haruslah dilakukan langkah- langkah sebagai berikut: 1) Lakukan pemetaan desa dari calon desa wisata. Pemetaan ini dilakukan untuk dapat mengidentifikasi desayang memiliki potensi dikembangkan sebagai desa wisata, selanjutnya lakukan analisis deskriptif kualitatif dan telaah dokumen. 2) Identifikasi calon desa wisata Calon desa wisata dipilih berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, yakni desa wisata berbasis agrowisata, desa wisata berbasis wisata bahari, dan desa wisata berbasis konservasi. Proses pemilihan desa yang menjadi sasaran kajian merupakan hasil diskusi dengan pemerintah kabupaten, khususnya dengan Bappeda dan Din. Pariwisata. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kesalahan yang pengambilan locus penelitian. 3) Analisis karakteristik dan ukuran keberhasilan pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (community based- tourism) dari calon desa wisata. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui karakteristik dari community basedtourism yang berlaku didalam pengembangan desa wisata tersebut. Community based-tourism ini memiliki peran yang sangat penting dalam pengembangan desa wisata. Analisis yang digunakan antara lain: 1) Analisis manfaat pengembangan desa wisata jika memerlukan bantuan pendanaan dari pemerintah. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui manfaat yang didapat dari bantuantersebut. Aspek yang dibahas adalah manfaat kepada masyarakat pelaku wisata, desa wisata, kelompok sadar wisata, dan biro perjalanan memasok wisawan. Analisis ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan observasi lapangan (dokumentasi); 2) Rumuskan pola pengembangan desa wisata yang akan dibangun. Rumusan pola pengembangan ini merupakan kumpulan atau hasil temuan dari analisis sebelumnya yang dirumuskan dalam bentuk pola yang mendeskripsikan pola pengembangan yang terjadi di desa wisata. 3) Analisis sistem dan elemen kepariwisataan dari calon desa wisata. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui sistem dan elemen yang saling terintegrasi yang dimiliki oleh calon desa wisata yang kemungkinan berhasil dalam pengembangannya. Analisis ini meliputi daya tarik wisata, akomodasi, infrastruktur, promosi, minat wisatawan dan masyarakat. Analisis ini menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan observasi lapangan (dokumentasi).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Wisata Pengubaian

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Pengubaian: 126 1. Membentuk kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai ujung tombak dalam pengembangan desa wisata. Kelompok ini diharapkan mampu meningkatkan kesadaran wisata bagi masyarakat pada umumnya maupun bagi pelaku-pelaku usaha pariwisata di Desa Pengubaian. 2. Melakukan musyawarah desa yang berisikan stakeholder yang berkepentingan dalam pengembangan desa wisata. Kelompok tersebut dapat meliputi swasta pengelola pantai, kelompok masyarakat, pedagang, pemilik lahan, dan pemerintah desa. Hal ini dilakukan untuk menghindari konflik kepentingan pengelolaan potensi wisata yang ada di desa. Produk sinergitas ini adalah berupa dokumen kesepakatan antar stakeholder dalam pengelolaan potensi wisata di Desa Pengubaian. 3. Mengembangkan kawasan desa Pengubaian sebagai Desa wisata pesisir berkelanjutan dengan prinsip-prinsip pariwisata pesisir berkelanjutan. Prinsip-Prinsip Pariwisata Pesisir Berkelanjutan berupa [1] Prinsip Keseimbangan. Pengelolaan pariwisata harus didasarkan pada komitmen pola keseimbangan antarpembangunan ekonomi, sosial budaya dan konservasi. [2] Prinsip Partisipasi Masyarakat. Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan usaha pariwisata. [3] Prinsip Konservasi. Memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan (alam dan budaya). Pengembangan harus diselenggarakan secara bertanggung jawab dan mengikuti kaidah-kaidah ekologi serta peka dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan tradisi keagamaan masyarakat setempat. [4] Prinsip Keterpaduan. Pengelolaan memperhatikan kondisi ekosistem dan disinergikan dengan pembangunan berbagai sektor. [5] Prinsip Penegakan Hukum. Pengelolaan pariwisata harus dikembangkan sesuai dengan aturan-aturannya yang ada, serta dilaksanakan dengan penegakan hukum maupun peraturan yang berlaku untuk menjamin kepastian hukum dalam pengelolaan pariwisata 4. Meningkatkan sinergitas antara pemerintah, swasta, pelaku usaha pariwisata, asosiasi-asosiasi, dan masyarakat dalam pengelolaan sumber daya kawasan pesisir 5. Mengembangkan dan menciptakan lapangan pekerjaan sesuai potensi pesisir yang mampu memberikan penghasilan yang berkesinambungan dan berkelanjutan. 6. Menciptakan pengelolaan sumber daya perikanan tanpa merusak atau membahayakan ekosistem 7. Meningkatkan kesadaran masyarakat dalam menjaga kelestarian lingkungan pesisir serta melestarikan nilai-nilai adat/tradisi masyarakat pesisir seperti kehidupan khas berlayar 8. Membantu peningkatan pengetahuan dan ketrampilan masyarakat seperti pelatihan untuk memberdayakan masyarakat dalam pemanfaatan wisata pesisir. Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan di atas, target dan segmentasi pasar wisata yang sesuai adalah sebagai berikut. 1. Wisatawan keluarga yang jelajahnya dikemas dengan konsep pariwisata pesisir berkelanjutan (sustainable coastal tourism). 2. Wisatawan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event, terutama surfing. 3. Komunitas pecinta alam dengan minat khusus. 4. Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Pengubaian. 5. Kalangan umum yang tertarik dengan pelatihan dan pendidikan surfing.

### Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Wisata Batu Ampar

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Batu Ampar: 1. Mengembangkan rute dan paket wisata untuk meningkatkan minat wisatawan 2. Menjadikan produk kuliner serta kesenian budaya sebagai destinasi wisata 3. Memperkuat kerjasama kelompok sadar wisata dengan perangkat desa dalam menyebarkan informasi rute dan paket wisata 4. Membentuk regulasi/aturan berwisata dalam kawasan Hutan Wisata Alam (TWA) Bukit Kaba dan wisata alam lainnya di Desa Batu Ampar 5. Membentuk struktur organisasi pengelolaan desa wisata 6. Menciptakan event berupa produk wisata budaya yang melestarikan budaya setempat 7. Menciptakan transportasi umum yang dikelola masyarakat setempat dalam memfasilitasi kegiatan wisata dalam desa Batu Ampar 8. Menguatkan kapasitas masyarakat dengan penyuluhan dan pelatihan tata kelola destinasi wisata 9. Meningkatkan sarana dan prasarana pendukung berwisata seperti fasilitas penginapan, warung makan berbasis pengelolaan masyarakat setempat 10. Merumuskan tata tertib untuk para wisatawan 11. Meningkatkan dan merawat tempat wisata yang telah ada 12. Melakukan pelatihan kepada kelompok masyarakat tentang peningkatan perekonomian Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan di atas, target dan segmentasi pasar yang sesuai adalah sebagai berikut. 1. Wisatawan keluarga yang jelajahnya dikemas dengan konsep Ekowisata Budaya terhadap kelestarian budaya, alam dan lingkungan desa Batu

Ampar. 2. Wisatawan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event 3. Komunitas pecinta alam dengan minat khusus. 137 4. Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Batu Ampar.

#### **Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Wisata Air Sempiang**

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Air Sempiang: 1. Memetakan potensi desa dalam tatar ruang desa secara detail untuk mengembangkan desa sebagai kawasan berkonsep Agro ekowisata 2. Membuat rute atraksi wisata alam serta menggunakan transportasi lokal dengan memberdayakan masyarakat Desa Air sempiang sehingga dapat memperlebar lapangan pekerjaan 3. Meningkatkan kapasitas pokdarwis dalam tata kelola destinasi wisata 4. Meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan dengan menerapkan beberapa peraturan terhadap pelestarian lingkungan wisata 5. Menjadikan penangkaran madu lebah dari sari bunga teh sebagai atraksi wisata sekaligus produk khas desa 6. Membentuk struktur organisasi pengelolaan desa wisata 7. Menguatkan kapasitas kelompok masyarakat dengan penyuluhan dan pelatihan terkait tata kelola destinasi wisata 145 8. meningkatkan promosi wisata dengan menggunakan teknologi IT 9. Meningkatkan fasilitas, sarana dan prasarana wisata 10. Meningkatkan dan merawat tempat wisata yang telah ada 11. Melakukan pelatihan kepada kelompok masyarakat pentingnya IT untuk pengembangan desa wisata yang memberi pengaruh pada peningkatan perekonomian Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan diatas, adapun target pasar dan segmentasi yang sesuai adalah sebagai berikut. 1. Wisatawan keluarga yang jelaahnya dikemas dengan konsep Agro ekowisata terhadap kelestarian budaya, alam dan lingkungan desa Air Sempiang. 2. Wisatawan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event 3. Komunitas pecinta alam dengan minat khusus. 4. Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Air Sempiang

#### **Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Wisata Tangsi Duren**

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Tangsi Duren: 1. Memetakan potensi desa dalam pengembangan tata ruang desa sebagai desa wisata berkonsep Agrowisata 2. Membuat paket wisata (wisata alam pertanian, budaya bertani, dan wisata alam) dengan rute atraksi wisata alam berkonsep Agrowisata dengan Mengemas paket dan produk desa wisata yang menarik serta berbeda dengan desa-desa wisata di Kabupaten Kepahiang 3. Meningkatkan sarana dan prasarana untuk dapat bersaing dengan desadesa wisata di Kabupaten Kepahiang 4. Meningkatkan kesadaran masyarakat untuk pelestarian kearifan lokal sehingga budaya asing yang masuk melalui pola kegiatan dan kunjungan wisata wisatawan dapat rerkontrol dengan baik 153 5. Membentuk kebijakan pengembangan dan pengelolaan desa wisata dengan sistem partisipasi masyarakat aktif sehingga mengurangi angka pengangguran 6. Menciptakan transportasi lokal dengan menggerakkan masyarakat yang tidak bekerja 7. Mengembangkan peternakan sapi perorangan dan kelompok menajdi peluang atraksi wisata dalam konsep Agrowisata serta Meningkatkan kapasitas masyarakat dalam pengelolaan produk peternakan 8. Melakukan pelatihan kepada kelompok masyarakat pentingnya IT untuk promosi pengembangan desa wisata yang memberi pengaruh pada peningkatan perekonomian 9. Meningkatkan dan merawat tempat wisata yang telah ada Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan diatas, adapun target pasar dan segmentasi yang sesuai adalah sebagai berikut. 1. Wisatawan keluarga yang jelaahnya dikemas dengan konsep Agrowisata terhadap kelestarian budaya dan alam pertaniannya desa Tangsi Duren. 2. Wisatawan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event 3. Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Tangsi Duren.

#### **Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Wisata Bukit Menyan**

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Bukit Menyan : 1. Memetakan potensi desa dalam tata ruang desa secara detail untuk mengembangkan desa sebagai kawasan berkonsep Ekowisata 2. Membuat rute atraksi wisata alam serta menggunakan transportasi lokal dengan memberdayakan masyarakat Desa Air sempiang sehingga dapat memperlebar lapangan pekerjaan 3. Meningkatkan kapasitas Masyarakat dalam tata kelola destinasi wisata 4. Meningkatkan kesadaran masyarakat dan wisatawan dengan menerapkan beberapa peraturan terhadap pelestarian lingkungan wisata 5. Membentuk struktur organisasi pengelolaan desa wisata 6. meningkatkan jumlah tower provider dan memanfaatkan sinyal provider yang kuat untuk bersaing mempromosikan wisata desa Bukit Menyan 7. Menciptakan transportasi umum lokal yang dikelola masyarakat setempat dalam memfasilitasi kegiatan wisata dalam desa Bukit Menyan 161 8. Menguatkan kapasitas kelompok masyarakat dengan penyuluhan dan pelatihan terkait tata kelola destinasi wisata 9. Meningkatkan



promosi wisata dengan menggunakan teknologi informasi. 10. Meningkatkan fasilitas, sarana dan prasarana wisata 11. Melakukan pelatihan kepada kelompok masyarakat pentingnya teknologi informasi untuk pengembangan desa wisata yang memberi pengaruh pada peningkatan perekonomian Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan diatas, adapun target pasar dan segmentasi yang sesuai adalah sebagai berikut. 1. Wisatawan keluarga yang jelajahnya dikemas dengan konsep Ekowisata terhadap kelestarian budaya, alam dan lingkungan desa Bukit Menyan. 2. Wisawatan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event 3. Komunitas pecinta alam dengan minat khusus. 4. Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Bukit Menyan Berdasarkan target pasar dan segmentasi wisatawan biasanya memiliki karakter yang menuntut produk wisata yang alami, asli, otentik dari potensi desa Bukit Menyan. Tujuan dari wisatawan berwisata adalah untuk mencari hal baru/pengalaman yang berbeda dari lingkungan asalnya, mempelajari hal-hal baru, memperoleh hubungan baru.

#### **Rekomendasi Strategi Pengembangan Desa Sebelat Ulu**

Alternatif strategi sebagai urutan prioritas untuk pengembangan desa wisata Sebelat Ulu: 1. Mengembangkan rute dan paket wisata untuk meningkatkan minat wisatawan keluarga dan minat khusus dengan konsep Special Interest Tourism 2. Menjadikan budaya sosial sebagai destinasi wisata 3. Memperkuat kerjasama kelompok masyarakat dengan perangkat desa dalam menyebarluaskan informasi rute dan paket wisata 4. Membentuk regulasi/aturan berwisata dalam kawasan TNKS dan wisata alam lainnya di Desa Sebelat Ulu 5. Membentuk struktur organisasi pengelolaan desa wisata 6. Menciptakan event berupa produk wisata budaya sosial masyarakat yang melestarikan budaya setempat 7. Menciptakan transportasi umum yang dikelola masyarakat setempat dalam memfasilitasi kegiatan wisata dalam desa Sebelat Ulu 8. Menguatkan kapasitas masyarakat dengan penyuluhan dan pelatihan tata kelola destinasi wisata 170 9. Meningkatkan sarana dan prasarana pendukung berwisata seperti fasilitas penginapan, warung makan berbasis pengelolaan masyarakat setempat 10. Merumuskan tata tertib untuk para wisatawan 11. Meningkatkan dan merawat tempat wisata yang telah ada 12. Melakukan pelatihan kepada kelompok masyarakat tentang peningkatan perekonomian Berdasarkan strategi yang telah dirumuskan diatas, adapun target pasar dan segmentasi yang sesuai adalah sebagai berikut. 1) Wisatawan keluarga yang jelajahnya dikemas dengan konsep Special Interest Tourism terhadap alam dan lingkungan desa Sebelat Ulu. 2) Wisawatan asing yang berkeinginan melakukan studi/ kajian alam, budaya, dan event 3) Komunitas pecinta alam dengan minat khusus. 4) Kalangan terpelajar (ilmuan/ mahasiswa/ budayawan) dan kalangan usaha/bisnis yang ingin berdekatan dengan alam dan juga ingin menambah pengetahuan baru mengenai kehidupan Desa Sebelat Ulu Berdasarkan target pasar dan segmentasi wisatawan biasanya memiliki karakter yang menuntut produk wisata yang alami, asli, otentik dari potensi desa. Tujuan dari wisatawan berwisata adalah untuk mencari hal baru/pengalaman yang berbeda dari lingkungan asalnya, mempelajari hal-hal baru, dan memperoleh hubungan baru.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Penguatan Masyarakat dan Pengembangan Wisata Dari matrik dan pemetaan kondisi hasil observasi menurut aspek-aspek yang dipersyaratkan oleh "Desa Wisata" yaitu aspek Atraction, Accessibility, Amenity, dan Ancillary dapat dijelaskan bahwa desa-~~8~~sa yang direkomendasikan dijadikan "Desa Wisata" di masing-masing kabupaten baru sebatas memiliki potensi alam yang dapat dikembangkan sebagai atraksi wisata belum memenuhi secara maksimal sesuai dengan aspek-aspek yang dipersyaratkan. Potensi-potensi ini sangat menjanjikan dan memiliki prospek yang baik bila direncanakan dan dikelola dengan baik dan profesional sesuai dengan standar yang telah diatur dalam Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat Mandiri Wisata.

### **Saran**

Berdasarkan pada simpulan tersebut dan disesuaikan dengan isu-isu strategis dalam pengembangan desa wisata, beberapa hal yang sebaiknya dilakukan, antara lain: 1) Perlunya peningkatan sinkronisasi, koordinasi, dan sinergitas antara pemerintah provinsi dan kabupaten serta stakeholders lainnya dalam pengembangan desa wisata. Sinergitas tersebut harus melibatkan juga pelaku usaha pariwisata yang ada, baik travel agent, asosiasi-asosiasi, perhotelan, kuliner, dan sebagainya. Pengembangan desa wisata tidak dapat dilakukan secara parsial karena akan menyangkut keterkaitan yang simbiosis mutualisme antar stakeholders. 2) Perlunya penyiapan sosial pada

masyarakat desa agar memiliki kesadaran wisata yang inheren dengan aktivitas kesehariannya. Prakondisi ini harus mampu meyakinkan masyarakat bahwa pengembangan desa wisata akan memberikan manfaat yang sebesar-besarnya bagi masyarakat. Dengan demikian, antara pengelola desa wisata dengan masyarakat tercipta simbiosis mutualisme yang sehat. Dengan demikian penyiapan sosial ini akan menciptakan rasa memiliki (selfbelonging) masyarakat desa terhadap potensi wisata di desanya. 3) Perlunya pembentukan lembaga pengelola desa wisata dengan segala perangkat lunaknya (baca: aturan dan kesepakatan). Lembaga tersebut dikenal dengan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang menjadi penggerak utama dalam pengembangan desa wisata. Dengan demikian, pengembangan wisata tidak hanya 180 berpusar pada perangkat desa yang kerap kali lalai dalam menginformasikan kepada masyarakat. 4) Diperlukan pengembangan ekonomi kreatif dalam bentuk penciptaan nilai tambah dan daya saing produk usaha pariwisata. Hal ini lebih disebabkan oleh kondisi faktual bahwa potensi wisata yang ada di desa belum terkomunikasikan dengan baik ke calon wisatawan. Demikian juga, produk usaha pariwisata memiliki daya saing yang relatif rendah dibandingkan dengan daerah lain yang justru memiliki potensi yang tidak lebih baik dari kondisi desa-desa di Provinsi Bengkulu. 5) Untuk menjangkau para wisatawan, maka diperlukan peningkatan intensitas kegiatan promosi melalui beragam saluran. Kemajuan teknologi informasi sangat memungkinkan dilakukannya promosi melalui media sosial dan website. Oleh karena itu dibutuhkan oleh setiap desa wisata sumberdaya manusia yang kreatif dan handal serta mampu mengikuti perkembangan teknologi informasi. 6) Perlunya kemauan politik anggaran di desa dalam pengembangan desa wisata. Hal ini sangat penting untuk membantu pembangunan infrastruktur desa dalam menunjang pengembangan desa wisata. Beberapa desa kajian sudah mampu melakukan itu, sementara ada desa-desa yang belum mengimplimentasikan politik anggaran tersebut dalam APBDDes nya. Oleh karena itu, pemerintah desa beserta Badan Perwakilan Desa beserta Pokdarwis dapat membuat APBDDes yang mengintegrasikan pembangunan desa wisata ke dalam rencana pembangunan desa. 7) Perlunya pengembangan sumberdaya manusia dan tenaga pengelola wisata. Ditemukan bahwa di beberapa desa sasaran kajian masih teridentifikasi hambatan-hambatan dalam pengembangan wisata yang diakibatkan oleh ketidaksiapan pengelola wisata di desa. Di Desa Pengubaian, misalnya, potensi wisata pantai yang bagus ternyata belum dikelola dengan baik hanya karena belum terbentuknya Pokdarwis dan kurangnya komitmen pemerintah desa dalam penyelenggaraan desa wisata. Sebaliknya Di Desa Tangsi Duren, Desa Batu Ampar, Desa Sebelat Ulu, dan Desa Air Sempiang, komitmen pemerintah desa sangat kuat disertai dengan optimalisasi sumberdaya manusia yang mampu mengelola potensi wisata di desanya. 181 8) Diperlukan pembentukan Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD) yang bertugas untuk melakukan sinkronisasi dan sinergitas antar stakeholders. Badan dapat berisikan aktor-aktor pemerintah, akademisi, asosiasi-asosiasi, dan pelaku usaha pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, I, Rukminto, 2008, Intervensi Komunitas, Pengembangan Masyarakat sebagai upaya Pemberdayaan Masyarakat, PT. Raja Grafindo, Jakarta.
- Aliyah, I., Yudana, G., & Sugiarti, R. (2020). *Desa Wisata Berbasis Ekobudaya Kawasan Wisata Industri Lurik*. Surakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Antara, M., & Arida, S. (2015). *Panduan Pengelolaan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal*. Bali: Konsorsium Riset Pariwisata Universitas Udayana.
- Bungin, Burhan, 2005, Analisis Data Penelitian Kualitatif, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Cooper, Charles. 1993, *Tourism: Principle and Practice*, Longman Group Limited, London.
- Fatimah, T. (2018). Community-based spatial arrangement for sustainable village environmental improvement- case study of CandiRejo Village, Borobudur, Indonesia. 5th International Conference on Energy and Environment Research (pp. 389-395). Prague, Czech Republic: Elsevier.
- Hagedorn, Robert. 1990, *Sociology*, Fourth Edision, John Deyell company, Toronto, Canada.
- Hidayati, R., Sudaryono, Wijono, D., & Prayitno, B. (2015). Tourism development of historical riverbanks in Jatinom Village. International Conference, Intelligent Planning Towards Smart Cities (pp. 650-655). Surabaya: Procedia Social and Behavioral Sciences.
- Kemenparekraf/Baparekraf RI. (2021, Februari 26). *Desa Wisata Terus Tumbuh Sebagai Pariwisata Alternatif*. Retrieved Maret 23, 2021, from Website Resmi Kemenparekraf / Baparekraf Republik Indonesia: <https://www.kemenparekraf.go.id/Kebijakan/Desa-Wisata-Terus-TumbuhSebagai-Pariwisata-Alternatif>
- Mcintosh, R.W, 1972, *Tourism Principles, Practises, Philosophies*, Grid, Incorporated, Northwestern University.

- McIntyre, George.,1993, Sustainable Tourism Development Guide for Local Planner, World Tourism Organisation Publication
- Neuman, W. Lawrence (2000), Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches, (4th ed.), London: Allyn and Bacon
- Nugroho, I. (2018). Perencanaan Pembangunan Ekowisata Dan Desa Wisata. BAPPENAS Working Papers, 98-103.183
- Simanungkalit, V., Sari, D., Teguh, F., Ristanto, H., Sambodo, L., Widodo, S., et al. (n.d.). Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau.Jakarta Selatan: Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha.
- Soekanto, Soerjono., 2006, Sosiologi Suatu Pengantar, PT. Raja Grafindo Persada:Jakarta.
- Soeriaatmadja. 1997. Ilmu Lingkungan. ITB Press. Bandung
- Spillane, J.J., 1991, Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya, Kanisius, Jakarta.
- Swarbrooke, John. 1998, Sustainable Tourism Management, CABI Publishing, London, UK.
- Yoeti, Oka A, 2001, Pengantar Ilmu Pariwisata, Angkasa: Bandung

# Kajian Pengembangan Desa Wisata Di Provinsi Bengkulu

## ORIGINALITY REPORT

25%

SIMILARITY INDEX

25%

INTERNET SOURCES

8%

PUBLICATIONS

12%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://bayuadywijaya.blogspot.com">bayuadywijaya.blogspot.com</a> Internet Source	3%
2	Submitted to Universitas Hasanuddin Student Paper	2%
3	<a href="http://annisamuawanah.wordpress.com">annisamuawanah.wordpress.com</a> Internet Source	2%
4	<a href="http://conference.um.ac.id">conference.um.ac.id</a> Internet Source	2%
5	<a href="http://repository.upnyk.ac.id">repository.upnyk.ac.id</a> Internet Source	1%
6	<a href="http://erepo.unud.ac.id">erepo.unud.ac.id</a> Internet Source	1%
7	<a href="http://1library.net">1library.net</a> Internet Source	1%
8	<a href="http://karyailmiah.unisba.ac.id">karyailmiah.unisba.ac.id</a> Internet Source	1%
9	<a href="http://itnoitoyo.blogspot.com">itnoitoyo.blogspot.com</a> Internet Source	1%

10	<a href="http://pthgh.space">pthgh.space</a> Internet Source	1 %
11	<a href="http://ejournal.bsi.ac.id">ejournal.bsi.ac.id</a> Internet Source	1 %
12	<a href="http://dspace.uii.ac.id">dspace.uii.ac.id</a> Internet Source	1 %
13	<a href="http://jurnal.stikesmus.ac.id">jurnal.stikesmus.ac.id</a> Internet Source	1 %
14	<a href="http://pharmarabat.site">pharmarabat.site</a> Internet Source	1 %
15	<a href="http://ejournal.unibba.ac.id">ejournal.unibba.ac.id</a> Internet Source	1 %
16	<a href="http://repository.itbwigalumajang.ac.id">repository.itbwigalumajang.ac.id</a> Internet Source	1 %
17	<a href="http://journal.binadarma.ac.id">journal.binadarma.ac.id</a> Internet Source	1 %
18	<a href="http://jurnal.stiabengkulu.ac.id">jurnal.stiabengkulu.ac.id</a> Internet Source	1 %
19	<a href="http://jurnal.unived.ac.id">jurnal.unived.ac.id</a> Internet Source	1 %
20	<a href="http://thuvienchungcu247.xyz">thuvienchungcu247.xyz</a> Internet Source	1 %
21	<a href="http://keiso-comm.site">keiso-comm.site</a> Internet Source	1 %

22	<a href="http://repository.uin-alauddin.ac.id">repository.uin-alauddin.ac.id</a> Internet Source	1 %
23	<a href="http://repository.uin-malang.ac.id">repository.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1 %
24	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id">repository.uin-suska.ac.id</a> Internet Source	<1 %
25	<a href="http://intentions.store">intentions.store</a> Internet Source	<1 %
26	<a href="http://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id">jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id</a> Internet Source	<1 %
27	<a href="#">Submitted to Universitas Riau</a> Student Paper	<1 %

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 25 words

Exclude bibliography  Off