

# PERSAINGAN DAYA TARIK PARIWISATA BALI SUATU KAJIAN KONSEPTUAL DAN EMPIRIS

I Nyoman Sudiarta <sup>\*1</sup>, I Wayan Suardana <sup>\*2</sup>, Nyoman Ariana <sup>\*3</sup>

Dosen Program Studi Industri Perjalanan Wisata (IPW), Fakultas Pariwisata Universitas <sup>\*1</sup>

Udayana, Mahasiswa program doktor pariwisata, Universitas Udayana <sup>\*2</sup>

Dosen Program Studi D4 Pariwisata, Fakultas Pariwisata Universitas Udayana <sup>\*3</sup>

sudiarta.nyoman@yahoo.co.id <sup>\*1</sup>, suar.dana@yahoo.com <sup>\*2</sup>,

ramabarga@gmail.com <sup>\*3</sup>

## ABSTRACT

Tourism destination (TORDES) is the last of a series of trips that tourists do. In this place negative problems of tourism destinations occur, such as dissatisfaction and lead to the loss of loyalty of tourism destinations. Tourism destinations can also viewed as an image in the tourist minds. Bali for examples is one of tourism destinations that are positioned or imaged as a cultural destination, where people famous for its hospitality. Lack of research on tourism destinations, particularly discussing the competition at a tourism destination, becoming one of the considerations of the study. The second consideration that research on competition is very important to know the position of a tourism destination or tourist attraction. This study uses library research to obtain data and information on a range of conceptual and empirical research. The results of this study are expected to contribute conceptual and managerial to add a reference for future research and input for Tourism Destination Organization.

**Keywords : Competition, tourism destinations, conceptual, empirical study**

## Pendahuluan

Pariwisata adalah salah satu fenomena globalisasi yang identik dengan persaingan. Hal ini juga disebabkan kemajuan teknologi dan informasi yang tidak dapat dibendung, yang menyebabkan perjalanan orang-orang semakin mudah, murah, nyaman dan serba cepat. Maka tidak mengherankan fenomena perjalanan manusia yang kemudian dikenal istilah pariwisata dan wisatawan semakin berkembang dan membawa konsekuensi pada

persaingan yang semakin ketat. Ketatnya persaingan juga disebabkan karena setiap negara mengembangkan pariwisata sebagai salah satu strategi dalam meningkatkan perekonomian, pelestarian lingkungan maupun peningkatan nilai sosial budaya dalam masyarakat (Ritchie dan Crouch, 2003: 2-8; Croitoru, 2011; Milohnic et al 2008; Wilde dan Cox, 2008; Chiao dan Chen, 2011). Pariwisata dapat menjadi indikator penting bagi kesejahteraan



masyarakat dalam konteks makro maupun mikro.

Partisipasi masyarakat sebagai elemen penting dalam industri pariwisata memerlukan sumberdaya manusia yang berkualitas sehingga mampu memberikan nilai dan atau pengalaman berkualitas kepada wisatawan. Kualitas sumber daya manusia adalah salah satu indikator penting dalam memenangkan persaingan termasuk persaingan pada suatu destinasi pariwisata. Dalam industri pariwisata, persaingan bukan sesuatu yang tabu namun sesuatu yang harus disikapi dengan cara menyiapkan sumberdaya manusia yang mampu memuaskan konsumen. Maka penelitian terkait dengan upaya memahami konsumen dan menyiapkan sumber daya manusia pada suatu destinasi pariwisata merupakan suatu keharusan (Ritchie dan Crouch, 2003: 29)\

Beberapa penelitian terkait dengan persaingan destinasi pariwisata dilakukan beberapa peneliti seperti Pike (2008: 25), Mill and Morrison (2009: 168), Hsu et al (2008: 37), Goldner dan Ritchie (2006: 543). Dikaitkan dengan pariwisata sebagai suatu sistem, maka pengembangan suatu destinasi pariwisata memerlukan dua strategi penting, yaitu strategi persaingan dan strategi menarik wisatawan. Artinya pemasaran destinasi pariwisata memerlukan intergrasi antara konsep memahami konsumen dengan, karena pesaing yang sesungguhnya adalah konsumen itu sendiri. Konsep kedua adalah menawarkan berbagai

produk destinasi pariwisata yang memiliki keunikan dan otentisitas yang dapat menarik wisatawan untuk datang, puas dan ingin berkunjung kembali. Strategi menarik wisatawan wisatawan tidak hanya berhenti pada mempertahankan wisatawan namun menjadikan wisatawan menjadi lebih loyal.

### **Studi Kepustakaan Destinasi Pariwisata dan Karakteristiknya**

Destinasi pariwisata secara umum digambarkan sebagai 'tempat' yang menjadi tujuan akhir dari satu atau lebih perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan. Destinasi pariwisata bisa merupakan tujuan pertama, tujuan kedua dan seterusnya. Namun pada hakekatnya destinasi pariwisata adalah sebuah tempat yang menyediakan berbagai pengalaman yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Dengan demikian destinasi pariwisata tidak hanya sebagai suatu entitas fisik belaka namun dapat berupa entitas non fisik. Karena pada destinasi pariwisata pengalaman yang positif maupun negatif dapat terjadi.

Karakteristik destinasi pariwisata menurut WTO (2011: 4) digambarkan dengan 8 elemen, yakni 1). Sebuah destinasi pariwisata terdiri atas banyak produk, hal ini diperkuat pernyataan Cooper et al 1993: 84 bahwa destinasi pariwisata adalah "amalgam" yang berarti "gabungan". Destinasi pariwisata adalah gabungan berbagai produk yang dihasilkan oleh berbagai "perusahaan". Misalnya perusahaan



perhotelan akan menghasilkan produk jasa menginap. 2) Sebuah destinasi pariwisata terdiri dari berbagai perusahaan yang menghasilkan produk yang berbeda, namun memiliki tujuan yang sama untuk melayani wisatawan. 3) Sebuah destinasi pariwisata terdiri atas entitas fisik dan non fisik (*tangible dan intangible*). 4) Destinasi pariwisata adalah "*mental concept*", sesuatu yang ditempatkan didalam benak wisatawan, misalnya destinasi pariwisata Bali dibenak wisatawan adalah destinasi yang "*ramah tamah*". Karena masyarakat dengan "*hospitality*" nya mampu mempengaruhi benak wisatawan. Dengan kata lain Destinasi Pariwisata (DP) adalah sebuah "*citra*" yang ada dibenak konsumen atau wisatawan. 5) Destinasi pariwisata akan dipengaruhi oleh berbagai faktor yang tidak dapat diprediksi, seperti berbagai bencana alam, aksi teroris, masalah kesehatan dan sebagainya. Hal ini dibuktikan dengan berbagai bencana alam yang terjadi (seperti gunung meletus) yang dapat menghambat keinginan wisatawan untuk berkunjung pada suatu destinasi pariwisata. Terjadainya peristiwa Bom Bali telah mempengaruhi kepariwisataan Bali, bahkan sampai ke wilayah lain di Indonesia. 6) Destinasi pariwisata berkaitan dengan sejarah, dan berbagai entitas yang nyata dan tidak nyata. Monumen adalah salah satu daya tarik wisata yang nyata atau *tangible*, sedangkan informasi yang diberikan adalah tidak nyata atau *intangible*. 7) Evaluasi terhadap

destinasi pariwisata bersifat subjektif, karena ekpektasi dan persepsi wisatawan beragam. Wisatawan yang satu akan merasa puas namun wisatawan lain belum tentu merasa puas ketika melakukan kunjungan pada tempat yang sama. 8) sebuah destinasi pariwisata memiliki keunikan dan nilai otentik tersendiri dimata wisatawan. Sebab setiap destinasi pariwisata akan memiliki persamaan atau perbedaan sesuai yang dipersepsikan oleh wisatawan (WTO, 2011: 4).

#### **Elemen Destinasi Pariwisata**

Destinasi pariwisata (DP) adalah sebuah tempat atau kesatuan unit geografis dimana berbagai *stakeholders* pariwisata ada didalamnya. Dengan demikian persaingan akan terjadi pada suatu destinasi pariwisata dan berbagai entitas yang ada pada suatu destinasi pariwisata menjadi objek persaingan. Misalnya berbagai akomodasi yang ada an saling bersaing dengan sesama akomodasi. Daya tarik wisata akan saling bersaing dengan berbagai kesamaan dan perbedaan yang dimiliki (Sudiarta dkk, 2014). Destinasi pariwisata menurut Cooper et al (1993: 84) digambarkan dengan 4A, yakni *Attraction, Amenities, Access* dan *Ancillary services*, lebih lanjut dinyatakan bahwa destinasi pariwisata (DP) adalah suatu "*amalgam*", (berarti campuran) artinya DP adalah gabungan dari berbagai elemen (lihat pula Mill dan Morrison, 2009: 18 dengan model AFITH). Suatu destinasi pariwisata



bukan suatu entitas "single" walaupun satu elemen "dapat" berdiri sendiri namun umumnya adalah saling terkait dan saling membutuhkan. Keberhasilan sebuah hotel akan lebih berhasil bila bekerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata. Dipihak lain keberhasilan akomodasi akan mempengaruhi destinasi pariwisata itu sendiri. Citra hotel dapat mempengaruhi DP demikian pula sebaliknya citra sebuah destinasi pariwisata dapat mempengaruhi citra hotel.

Hsu et al (2008), menggambarkan produk destinasi pariwisata terdiri dari elemen-elemen AFAC, yakni: 1) Atraksi (*destination attraction*), 2) Fasilitas (*destination facility*), 3) Aksesibilitas (*destination accessibility*), 4) Citra (*image*). Hsu menggambarkan produk suatu pariwisata dengan produk nyata (AFA) dan produk tidak nyata (C). Destinasi pariwisata sebagai citra sejalan dengan pandangan penulis, bahwa sesungguhnya produk destinasi pariwisata adalah 'citra' dengan kata lain yang dijual adalah suatu citra. Misalnya Bali dimata wisatawan Mancanegara maupun Nusantara adalah destinasi pariwisata Budaya. Dalam ingatan atau benak wisatawan Bali adalah destinasi pariwisata budaya.

Mill dan Morrison (2009: 18) menyebut elemen destinasi pariwisata dengan *Destination Mix* (DM) atau bauran destinasi pariwisata, yang terdiri atas 1)

Atraksi (*attractions*), 2) Fasilitas (*facilities*), 3) Infrastruktur (*infrastructure*), 4) Transportasi (*transportation*), 5) Hospitaliti (*hospitality*), berbeda dengan dua peneliti sebelumnya, Cooper et al (1993) dan Hsu et al (2008). Daya tarik wisata atau *attractions* dibagi menjadi dua bagian besar, destinasi primer (*primary destination*) dan destinasi sekunder (*secondary destination*). Dua jenis destinasi ini dibagi lagi menjadi tiga model, didasarkan pada kepemilikannya. Tiga model tersebut adalah 1) privat (*private*), 2) publik (*public*) dan 3) Tidak mencari keuntungan (*non profit*).

World Tourism Organization (2007: 1) menggambarkan elemen destinasi pariwisata terdiri atas 6 elemen, yakni: *Attraction, Public and Private Amenities, Accesibilities, Human Resources, Image and Character, Price*. Dengan demikian diantara pandangan para peneliti elemen dasar dari sebuah destinasi pariwisata adalah: pertama infrastruktur atau prasarana, kedua superstruktur atau sarana yang sering juga dengan disebut dengan *amenities*. Ketiga daya tarik wisata atau sering disebut dengan *attraction*. Ke-empat adalah sarana penunjang lainnya atau *ancillaries*. Hospitality dapat digabungkan dalam elemen faktor penunjang, sedangkan transportasi dapat dimasukkan dalam elemen aksesibilitas. Adapun elemen destinasi pariwisata seperti digambarkan pada Tabel 1.



Tabel 1: Elemen Destinasi Pariwisata

No	Peneliti	Elemen Destinasi Pariwisata					
1	Cooper et al (1993)	Amenity	Access	Attractions	Ancillary	-	-
2	WTO (2007)	Amenity	Access	Atractions	Human resources	Image and Character	Image
3	Hsu et al (2008)	Facility	Infrastruktur	Transport	Hospitality	-	-
4	Mill dan Morrison (1985, 1992, 1998, 2002, 2006, 2009)	Facility	Infrastruktur	Transport	Hospitality	-	-

Sumber : Studi kepustakaan, 2014.

Elemen destinasi pariwisata digambarkan secara beragam oleh beberapa peneliti. Cooper et al. (1993: 84) menggambarkan elemen destinasi pariwisata menjadi empat elemen utama, yakni *Amenity*, *Access*, *Attractions* dan *Ancillary*. World Tourism Organization (2007: 1) menggambarkan destinasi pariwisata dengan enam elemen utama. Sedangkan Hsu (2008: ) dan Morrison (1985, 1992, 1998, 2002, 2006 dan 2009: 18) menggambarkan destinasi pariwisata dengan 4 elemen. Dua peneliti ini menggambarkan sebuah destinasi pariwisata dengan empat elemen atau dimensi. Seperti disajikan pada Tabel.

### Pembahasan

### Model Persaingan Destinasi Pariwisata

Persaingan suatu destinasi pariwisata adalah bagian dari persaingan secara umum dan persaingan dalam dunia pariwisata, yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan makro maupun lingkungan mikro (Ritchie dan Crouch, 2003: 61). Dimensi persaingan dalam dunia pariwisata digambarkan dengan enam elemen, yakni: politik, ekonomi, sosial dan budaya dan teknologi atau sering disingkat dengan PEST (WTO, 2011; Ritchie dan Crouch, 2003: 2). Sedangkan elemen persaingan suatu destinasi pariwisata digambarkan dengan tujuh katagori yang terdiri atas: *physiography and climate*, *culture and history*, *market ties*, *mix of activities*, *special events*,



*entertainment and tourism superstructure.* Artinya setiap destinasi pariwisata akan akan bersaing dengan menggunakan elemen tersebut.

Crouch (2007: 26) menggambarkan faktor penentu persaingan destinasi pariwisata, terdiri dari 10 elemen, yakni: *Physiography and climate, Culture and History, Tourism Superstructure, Mix of Activities, Awareness/Image, Spacial Events, Entertainment, Infrastructure, Accessibility, and Positioning/Branding.* *Positioning* suatu destinasi pariwisata merupakan salah satu strategi dalam memenangkan persaingan. Sebuah destinasi pariwisata dapat memposisikan dirinya sebagai pengikut atau sebagai pemain utama atau pemimpin pasar dari persaingan secara keseluruhan. Hal ini sangat tergantung pada ‘manajer’ destinasi pariwisata dalam mengambil kebijakan yang didasarkan pada hasil penelitian yang tepat. Karena kesalahan dalam mengambil posisi akan berakibat fatal, dan berimplikasi pada banyak hal, seperti kepercayaan oleh konsumen yang semakin menurun, kepercayaan pihak eksternal bahkan kepercayaan internal perusahaan atau organisasi, dimana karyawan sebagai konsumen tidak percaya terhadap perusahaan.

### **Pentingnya Penelitian tentang Destinasi Pariwisata.**

Seperti diuraikan sebelumnya, Destinasi pariwisata digambarkan dengan berbagai konsep, mulai dari yang bersifat fisik maupun non fisik. Bangunan gedung bersejarah, dan bangunan hotel adalah bentuk fisik suatu entitas yang ada pada suatu destinasi pariwisata. Namun didalam hotel itu sendiri terkandung elemen non fisik, yaitu layanan yang diberikan pihak hotel kepada pelanggannya. Investigasi konsumen terhadap suatu destinasi pariwisata dimulai sejak wisatawan menginjakkan kakinya di pelabuhan udara atau laut, menuju tempat istirahat (di hotel, dan dirumah teman), menikmati makan dan minum di hotel maupun diluar hotel. Menuju daya tarik wisata, berbelanja di *artshop*, bertemu dengan masyarakat, sampai kembali lagi kampung halaman atau negaranya. Dengan demikian kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan pada suatu destinasi pariwisata sangat beragam. Demikian pula dengan berbagai perusahaan atau organisasi yang terlibat.

Destinasi pariwisata tidak hanya diminati oleh wisatawan sebagai tempat kunjungan utamanya. Namun juga diminati oleh para akademisi sebagai objek penelitian. (Jennings, 2001: 11; Tadayuki Hara,



2008: 25). Penelitian terkait dengan destinasi pariwisata diantaranya tentang citra destinasi pariwisata (Coban, 2012; Matos et al. 2012; Schuster et al 2008). Penelitian pada destinasi pariwisata juga berkaitan dengan kepuasan, loyalitas dan persaingan.

Adapun rangkuman penelitian yang terkait dengan destinasi pariwisata yang dimuat dalam buku referensi dan jurnal internasional seperti digambarkan berikut.

**Tabel 2. Rangkuman Penelitian Tentang Destinasi Pariwisata**

No	Nama Peneliti	Bentuk Publikasi	Bidang Pembahasan	Rangkuman
1	Ritchie, Brent J.R dan Crouch, Geoffrey, 2003	Buku: The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective	<ul style="list-style-type: none"><li>• Persaingan dan Sustainability destinasi pariwisata</li><li>• Sistem pariwisata</li><li>• Manajemen destinasi</li><li>• Pemasaran destinasi pariwisata</li><li>• Audit destinasi pariwisata</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Semua harus siap dengan persaingan</li><li>• Persaingan memberi nilai positif</li></ul>
2	Hall, Michael C. (2008)	Buku: Tourism Planning: Policies, Process and Relationships (second edition)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pentingnya perencanaan pariwisata</li><li>• Perencanaan dikaitkan dengan sistem pariwisata</li><li>• Menuju keberlanjutan dan manfaat perencanaan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Perencanaan sebagai suatu</li><li>• Memperoleh manfaat berkelanjutan</li></ul>



3	Hsu, Cathy; Brown, Graham; Huang Sam. (2008)	Tourism Marketing	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pentingnya Pemasaran</li><li>• Pentingnya sistem pariwisata</li><li>• Strategi Pemasaran</li><li>• Pentingnya riset pariwisata</li><li>• Pemasaran ralasi</li><li>• Pemasaran destinasi</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistem pariwisata</li><li>• Pemasaran pariwisata sebagai sistem</li></ul>
4	Pike, Steven (2008)	Buku: Destination Marketing An Integrated Marketing Communication Approach	<ul style="list-style-type: none"><li>• Studi tentang pemasaran destinasi pariwisata</li><li>• Strategi pemasaran destinasi pariwisata</li><li>• Membangun citra destinasi pariwisata</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Pentingnya studi destinasi pariwisata berbasis pemasaran</li><li>• Model positioning/citra destinasi pariwisata</li></ul>
5	World Tourism Organization (2007)	A Practical Guide to Tourism Destination Management	<ul style="list-style-type: none"><li>• Mmanajemen destinasi pariwisata</li><li>• Pentingnya evaluasi tentang destinasi pariwisata dan membangun organisasi destinasi pariwisata (DMO).</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Manajemen destinasi pariwisata</li><li>• Strategi pemasaran destiansi pariwisata</li><li>• Meningkatkan kualitas pengalaman konsumen/wisatawan</li><li>• DMO</li></ul>

Sumber : Studi kepustakaan, 2014



### **Penelitian Empiris Destinasi Pariwisata Bali**

Studi tentang destinasi pariwisata Bali digambarkan beberapa peneliti diantaranya (Sudiarta, 2013; Sudiarta, dkk. 2014; Astina, 2014; Mananda dan Sudana, 2014), Sudiarta, dkk (2014) menggambarkan destinasi pariwisata sebagai suatu tempat dimana terjadi persaingan antara berbagai daya tarik wisata yang tersebar diseluruh Bali. Dua belas daya tarik wisata dipersepsikan oleh wisatawan mancanegara memiliki persamaan dan perbedaan serta kedekatan (preferensi). Penilaian oleh Wisatawan Mancanegara menggunakan 24 atribut yang menggambarkan karakteristik masing-masing daya tarik wisata yang ada di Bali. Dua belas daya tarik wisata yang ada di Bali dikelompokkan menjadi empat kelompok, yakni: kelompok 1, terdiri dari daya tarik wisata Kuta, Ubud, Tanahlot dan Nusa Dua, kelompok 2, terdiri dari Pantai Medewi, Tanjung Benoa dan Jimbaran. Kelompok 3, terdiri dari daya tarik wisata Lembongan, Lovina dan Sanur. Sedangkan kelompok 4, terdiri dari daya tarik wisata Tulamben dan Kintamani.

Dilihat dari kedekatan (Preferensi) antara satu daya tarik wisata dengan daya tarik wisata

lainnya. Kedekatan 12 daya daya tarik wisata diantaranya, sebagai daya tarik wisata alam, kedekatan sebagai daya tarik wisata budaya dan heritage, sebagai daya tarik wisata dengan harga transportasi yang kompetitif, kedekatan sebagai daya tarik wisata kuliner dan daya tarik wisata berbasis informasi dan teknologi (IT). Ubud sebagai destinasi wisata budaya digambarkan memiliki kedekatan dengan IT, artinya destinasi budaya dimasa mendatang memerlukan fasilitas IT yang canggih. Dengan demikian elemen destinasi pariwisata dapat ditambahkan dengan informasi dan teknologi (Sudiarta et al., 2014).

### **Kesimpulan dan Implikasi Kebijakan**

#### **Kesimpulan**

Penelitian tentang destinasi pariwisata menjadi suatu elemen penting dalam manajemen destinasi pariwisata yang berbasis pada konsumen. Penelitian terkait dengan destinasi pariwisata meliputi penelitian konseptual dan empiris atau kombinasi dari keduanya. Dimensi persaingan destinasi pariwisata yang terdiri dari dimensi PEST harus dikombinasikan dengan dimensi destinasi pariwisata untuk menghasilkan suatu model



persaingan destinasi pariwisata yang berbasis pada konsumen dan potensi masing-masing destinasi pariwisata. Bali sebagai salah satu daya tarik wisata internasional mampu membaangun model persaingan destinasi pariwisata yang berbasis budaya alam, kuliner, dan Informassi dan Teknologi (IT).

### **Implikasi Kebijakan**

Setiap peneliian memiliki keterbatasan dan keunggulan, keterbatasan penelitian akan mendorong penelitian yang sama pada lokasi yang berbeda. Sehingga akan menghasilkan penelitian yang konsisten dengan hasil yang sama atau mungkin berbeda. Penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan konsep tentang manajemen destinasi pariwisata yang berbasis pada konsumen. Bagi manajer destinasi pariwisata penelitian ini dapat menjadi acuan untuk melakukan investigasi tentang perilaku konsumen mengapa mereka puas, tidak puas atau tidak datang lagi berkunjung pada suatu destinasi pariwisata. Implikasi manajerial penelitian ini juga diharapkan dapat mengetahui posisi daya tarik wisata dibenak wisatawan. Untuk menghasilkan strategi manajemen (pemasaran) destinasi pariwisata yang berkelanjutan.

### **Ucapan Terima Kasih**

Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian yang dibiayai Universitas Udayana. Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada Universitas Udayana dan LPPM Universitas Udayana atas biaya yang diberikan untuk melakukan penelitian dengan skim hibah bersaing (Desentralisasi) yang dibiayai pada tahun 2013. Dibiayai dari Dana RM Universitas Udayana dengan surat perjanjian penugasan penelitian No: 175.17/UN14.2/PNL.01.03.00/2013 tanggal 16 Mei 2013.

### **Daftar Pustaka**

- Astina, I Nyoman Gede. 2014. *Balinese Character In Sustainable Tourism. Seminar Proceedings, International Seminar on Tourism – ISOT , Ambarukmo Tourism Institute* Yogyakarta, 24-26 February 2014, pp. 7-14. Gerbang Media Aksara. ISBN 978-602-14356-6-3
- Chiao, Tina C., Chen, Chin Chuan. 2011. *An Empirical Competitive Strategy on Taiwanese Business, African Journal of Marketing Management*, Vol. 3(11), pp. 274-286.
- Croitoru, Mihai. 2011. *Tourism Competitiveness Index- An Empirical Analysis Romania vs Bulgaria, Theoretical and*



- applied Economics*, Volume XVIII, No.9 (562), pp. 155-172.
- Crouch, Geoffrey I. 2007. Modelling Destination Competitiveness A Survey and Analysis of the Impact of Competitiveness, Australia: CRC for Sustainable Tourism.
- Coban, Suzan. 2012. The Effect of the Image of Destination on Tourist Satisfaction and Loyalty: The Case of Cappadocia, *European Journal of Social Sciences*, Vol. 29, No.2, pp. 222-232.
- Cooper, Chris., Fletcher, John., Gilbert, David and Wanhill, Stephen. 1993. *Tourism Principles & Practice*, UK: PITMAN
- Echtner, Charlotte M and Ritchie J.R. Brent. 2003. *The Meaning and Measurement of Destination Image. The Journal of Tourism Studies*. Vol. 17, No.1, pp. 37 – 48.
- Goldner, Charles R and Ritchie J.R. Brent. 2006. *Tourism Principles Practise, Philosophies. (Tenth edition)*. Canada: John Wiley & Sons.
- Hall, C. Michael. 2008. *Tourism Planning Policies, Processes and Relationships*. England: Pearson Education Limited.
- Hsu, Cathy., Killion, Les., Brown, Graham., Gross Michael.J., Huang, Sam. 2008. *Tourism Marketing: An Asia Pacific Perspective*. Australia: John Wiley.
- Jennings, Gayle. 2001. *Tourism Research*. Australia: John Wiley.
- Kim, Hyounggon and Richardson, Sarah L. 2003. Motion Picture Impacts on Destination Images, *Annal of Tourism Research*, Vol.30, No.1, pp. 216-237.
- Lopez, Eduardo Parra., Navarro, Mercedes Melchior., Dominguez, Angel Ramos. 2004. A Competitiveness Study of Two Tourism Destination Through the Application of Conjoint Analysis Techniques: The Case of The Canary Islands, *PASOS*, Vol.2, No. 2, pp. 163-177.
- Matos, Nelson., Mendes, Julio., Valle Patricia. 2012. Revisiting the destination image construct through a conceptual model, Dos Algarves. *A multidisplinary e journal*, No. 21, Revista da ESGHT/UAig.
- Milohnic, Ines and Jurdana, Dora Smolcic. 2008. Tourist Destination Competitiveness: Market Challenge and Evaluation System, *27th International Conference on Organizational Science Development Knowledge for Sustainable Development*,



- Portoroz, Slovenia: March 19-21.
- Mill and Morrison. 2009. *The Tourism System*, sixth edition, USA: Kendall Hunt.
- Mohamad, Mahadzirah., Ali, Abdul Manan., Ab Ghani, Nur Izzati. 2011. A Structural Model of Destination Image, Tourists' Satisfaction and Destination Loyalty, *International Journal of Business and Management Studies*, Vol. 3, No. 2, pp. 167-177.
- Molina, Arturo., Gomez, Mar., Consuergra, David Martin. 2010. Tourism Marketing Information and Destination Image Management, *African Journal of Business Management*, Vol. 4(5), pp. 722-728.
- Oye, N.D., Okafor, C.I., Kinjir, S. 2013. Sustaining Tourism Destination Competitiveness Using ICT in Developing Countries, *International Journal Computer and Information Technology*, Vol.2, Issue 01, pp. 48-55.
- Pike, Steven. 2008. *Destination Marketing: an Integrated Marketing Communication Approach*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- PIKKEMAAT, Birgit. 2004. The Measurement of Destination image: The case of Austria.
- Raina, Abhinav Kamal., Chauhan, G.S and Kumar, Rajesh. 2013. Destination Competitiveness and Market Analysis at Tourist Destinations of Rajasthan-A Study. *South Asian Journal of Tourism and Heritage*, Vol.6, No.1, pp 46-52.
- Ritchie, J.R. Brent and Crouch, Geoffrey I. *The Competitive Destination A Sustainable Tourism Perspective*, UK: CABI.
- Sudiarta, I Nyoman., Sudardana, I Wayan dan Ariana, Nyoman. 2014. Understanding Tourist Behavior: A Strategy to Build Positioning of Tourism Destination (Case Study Bali), *Seminar Proceedings, International Seminar on Tourism – ISOT, Ambarukmo Tourism Institute* Yogyakarta, 24-26 February 2014, pp. 229-236. Gerbang Media Aksara. ISBN 978-602-14356-6-3.
- Sudiarta, I Nyoman. 2013. *Pariwisata Kapal Pesiar: Segmen Pasar Baru dan Kesiapan Bali sebagai Cruise Tourism Destination*. Dalam Karya UNUD untuk ANAK BANGSA. Denpasar: Udayana University Press. ISBN 978-602-7776-76-0
- Sasrawan Mananda, I.G.P.B dan Sudana, I Putu. *Spiritual Tourism Development Model*



- In Bali. *Seminar Proceedings, International Seminar on Tourism – ISOT*, Ambarukmo Tourism Institute Yogyakarta, 24-26 February 2014, pp. 214-228. Gerbang Media Aksara. ISBN 978-602-14356-6-3
- Schuster, Rudy M., Sullivan, Laura., Kuehn, Diane. 2008. Using Destination Image To Predict Visitors International To Revisit Three Hudson River Valley, New York Communities, *Proceeding of the 2008 Northeastern Recreation Research Symposium* GTR-NRS-P-42, pp. 251-256.
- Tadayuki Hara. 2008. *Quantitative Tourism industry Analysis. Introduction to Input-Output, Social Accounting Matrix Modeling and Tourism Sattelite Accounts*. UK: Elsevier.
- Vengesayi, Sebastian. 2003. A Conceptual Model of Tourism Destination Competitiveness and Attractiveness, *ANZMAC 2003 Conference Proceedings*, Adelaide 1-3 Desember 2003.
- Wilde, Simon J and Cox, Carmen. 2008. Lingking Destination Competitiveness and Destination Development: Findings from a Mature Australian Tourism Destination, *Proceeding of the Travel and Tourism Research Association, European Chapter Conference Competition in Tourism Business and Destination Perspectives*, Helsinki, Finland, pp.467-478.
- World Tourism Organization. 2007. *A Practical Guide to Tourism Destination Management*. Spain: World Tourism Organization.
- World Tourism Organization. 2011. *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid: World Tourism Organization and European Travel Commission (ETC)

**MITOS SEBAGAI SARANA EFEKTIF IMPLEMENTASI *TRI HITA KARANA*  
DI DESA JATILUWIH KABUPATEN TABANAN  
MENUJU PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Agus Muriawan Putra**

*Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana*

Agus\_muriawan@yahoo.com

**ABSTRACT**

Jatiluwih has special beautiful nature which becomes main asset to attract tourists to visit. Terrace rice field is the main attraction owned by this village. Besides, its authentic rural circumstance and very fresh air are also attractions of Jatiluwih village. The hospitality of villagers and local wisdom owned by the village in keeping commitment to preserve social cultural custom heired by their ancestors make Jatiluwih avowed by world. UNESCO makes Jatiluwih village as World Cultural Heritage.

The aims of this study is to keep maintaining the preservation and sustainability of Jatiluwih Tourism Attraction that is implementation of *Tri Hita Karana*, in which the implementation can hold out from years to years to be done and believed handed down from generation to others by Jatiluwih society in preserving nature and environment as well as any kinds of activities in it. The presence of the myths in which their existences are assured and believed by Jatiluwih villagers which becomes their strengthener and “ abstract fort” to carry out their daily activities, so that *Tri Hita Karana* as equilibrium base among Reliance, People, as well as Nature can be kept well and flow naturally in Jatiluwih villagers to keep the existence and preservation of Jatiluwih Tourism Attraction. Jatiluwih Tourism Attraction can be one of World Cultural Heritages because of its natural and environmental preservation as well as its culture, especially terrace rice field, in which the preservation of the field and agricultural culture follow it cannot be separated from the presence of myth believed and assured by villagers of Jatiluwih, so that *Tri Hita Karana* concept can be implemented naturally along with villagers’ activities and religiosity.

Qualitative Approach is used to find model naturally based on the situation and potencial owned by Jatiluwih village. Qualitative Approach use qualitative method such as, observation, interview, as well as literature study. Kinds of data used are qualitative data and quantitative data. The sources of data are primary data and secondary data. The result of analysis is showed qualitative descriptively which provide argument, observation result, theory and concept found directly in the research field then they are interpreted by the Researcher Team.

**Key Words: Myth, *Tri Hita Karana*, Sustainable Tourism.**



## PENDAHULUAN

Pembangunan di sektor pariwisata merupakan bagian dari pembangunan nasional dan terkait dengan pembangunan sektor-sektor lainnya. Oleh karena itu, keberhasilan sektor pariwisata turut menentukan keberhasilan pembangunan nasional. Pembangunan kepariwisataan diarahkan pada peningkatan pariwisata menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga lapangan pekerjaan, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah, dan pendapatan negara, serta penerimaan devisa meningkat melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan nasional. Dalam pembangunan kepariwisataan harus tetap dijaga terpeliharanya kepribadian bangsa serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Kepariwisataan perlu ditata secara menyeluruh dan terpadu dengan melibatkan sektor lain yang terkait dalam suatu keutuhan usaha kepariwisataan yang saling menunjang dan saling menguntungkan, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar.

Sektor ini juga sektor lainnya memerlukan berbagai usaha diversifikasi dalam penggalan dan pengembangan potensi pariwisata secara profesional. Di sisi lain, pariwisata merupakan sektor yang dinamis dan tanggap terhadap kecenderungan dan perkembangan yang terjadi. Hal ini, dapat terlihat pada tingkat kunjungan wisatawan

yang berubah, akibat adanya bencana alam, musibah maupun situasi politik. Industri pariwisata sama halnya dengan industrialisasi pada umumnya juga mempunyai ciri-ciri, antara lain: produksi massal, komersialisasi, spesialisasi, individualisasi, materialisme, dan rasionalisme (Geriya, 1996: 94).

Bali sebagai daerah tujuan wisata yang cukup terkenal di dalam maupun di luar negeri memanfaatkan kebudayaan sebagai modal dasar dalam pembangunan pariwisata. Wall (1995: 58) mengakui Bali memiliki sumber daya yang kaya untuk pariwisata, baik sumber daya yang berakar pada kekayaan alam maupun budaya. Ia juga menyatakan bahwa ciri Bali yang paling khusus adalah keramahtamahan dan cara hidupnya, di mana Agama Hindu telah menjiwai kehidupan orang Bali.

Sesuai dengan keputusan politik pemerintah Daerah Bali yang tertuang dalam Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1991, Tentang Pariwisata Budaya, ditegaskan bahwa, kepariwisataan yang dikembangkan di Bali adalah kepariwisataan yang bercorak kebudayaan. Artinya, jenis kepariwisataan yang dalam pengembangannya memanfaatkan kebudayaan daerah Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu yang merupakan bagian dari kebudayaan nasional sebagai potensi dasar yang paling dominan, yang di dalamnya tersirat satu cita-cita akan adanya hubungan timbal-balik antara pariwisata dan kebudayaan, sehingga keduanya meningkat secara selaras, serasi, dan



seimbang. Konsep ini menyatakan bahwa pariwisata dan kebudayaan harus ada dalam pola hubungan interaktif yang bersifat dinamik progresif (Geriya, 1996: 46).

Kabupaten Tabanan salah satu dari sembilan kabupaten yang ada di Bali yang mempunyai predikat "lumbung beras" bagi Provinsi Bali. Sebagian besar wilayah Kabupaten Tabanan merupakan sawah berterasering dengan organisasi subak yang cukup menarik. Memahami kondisi ini Pemerintah Kabupaten Tabanan menetapkan kebijakan untuk tetap mempertahankan predikat sebagai lumbung beras dan juga berupaya menjadikan hamparan sawah berterasering sebagai daya tarik wisata.

Salah satu daya tarik wisata yang memiliki potensi besar di Kabupaten Tabanan adalah Desa Jatiluwih. Desa Jatiluwih dengan luas wilayah 22,33 km<sup>2</sup> sebagian besar penduduknya bermata-pencaharian sebagai petani. Dari luas wilayah yang dimiliki oleh Desa Jatiluwih, 303 Ha adalah merupakan tanah sawah, 813,999 Ha adalah merupakan tanah tegalan, 24 Ha adalah tanah pekarangan, dan 1,5 Ha merupakan tanah lain-lain (Profil Pembangunan Desa Jatiluwih, 2003). Desa Jatiluwih memiliki keindahan alam tersendiri yang merupakan aset utama menarik wisatawan untuk datang ke Desa Jatiluwih. Sawah berterasering merupakan daya tarik utama yang dimiliki oleh Desa Jatiluwih, di samping itu suasana pedesaan yang kental dan udaranya yang sangat sejuk juga sebagai daya tarik Desa Jatiluwih.

Keramahtamahan penduduk dan kearifan lokal yang dimiliki penduduk Desa Jatiluwih dalam menjaga komitmen untuk tetap melestarikan kebiasaan sosial/budaya yang diwariskan oleh nenek moyangnya menjadikan Desa Jatiluwih diakui oleh Dunia Internasional. UNESCO menjadikan Desa Jatiluwih sebagai *World Cultural Heritage* (Warisan Budaya Dunia). Konsekuensi menyandang predikat sebagai Warisan Budaya Dunia, maka penduduk Desa Jatiluwih harus mampu tetap menjaga keadaan sosial/budaya Desa Jatiluwih seperti saat ini dengan tetap dijiwai oleh Agama Hindu.

Dengan potensi wisata yang sangat besar tersebut diharapkan dalam perkembangannya dapat memberikan manfaat yang optimal kepada masyarakat Desa Jatiluwih karena salah satu prinsip pariwisata kerakyatan adalah memberikan manfaat positif, khususnya manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat dengan berkembangnya suatu daya tarik wisata. Di samping itu, keberlanjutan perkembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih merupakan hal yang mutlak dilaksanakan karena Jatiluwih menjadi salah satu Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*), sehingga masyarakat Jatiluwih beserta *stakeholder* pariwisata yang lain harus menjaga keberlanjutan dan kelestarian Daya Tarik Wisata Jatiluwih sesuai dengan persyaratan yang ditetapkan oleh UNESCO.

Salah satu kearifan lokal (*local genius*) Desa Jatiluwih untuk tetap mempertahankan kelestarian dan



keberlanjutan Daya Tarik Wisata Jatiluwih adalah implementasi *Tri Hita Karana*, di mana implementasi ini dapat bertahan dari masa ke masa untuk dilaksanakan dan diyakini secara turun-temurun oleh masyarakat Jatiluwih dalam menjaga kelestarian alam dan lingkungannya beserta segala bentuk aktivitas di dalamnya adalah dengan adanya keberadaan mitos-mitos yang diyakini dan dipercaya eksistensinya oleh masyarakat Jatiluwih yang menjadi penguat dan “benteng *niskala*” dari masyarakat Jatiluwih untuk menjalankan aktivitas kesehariannya, sehingga *Tri Hita Karana* yang menjadi landasan keseimbangan Kepercayaan, Manusia, dan Alam dapat terjaga dengan baik dan mengalir dengan sendirinya di masyarakat Jatiluwih untuk menjaga eksistensi dan kelestarian Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Daya Tarik Wisata Jatiluwih masuk sebagai Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*) karena kelestarian alam dan lingkungan serta budayanya, khususnya sawah berterasering, di mana kelestarian sawah berterasering beserta budaya agraris yang mengikutinya tidak terlepas dari keberadaan mitos yang dipercaya dan diyakini oleh masyarakat Jatiluwih, sehingga Konsep *Tri Hita Karana* dapat diimplementasikan secara mengalir dan berjalan begitu saja seiring dengan aktivitas dan religiusitas masyarakat Jatiluwih.

#### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penentuan informan adalah dengan metode *purposive*, yaitu cara

penentuan yang berdasarkan atas tujuan tertentu dan atas pertimbangan peneliti. Informasi yang ditetapkan sesuai dengan penelitiannya dan memiliki kriteria, yaitu: (1) mereka yang mengetahui kedalaman informasi sehubungan dengan masalah yang diteliti; (2) mereka yang diterima oleh berbagai kelompok yang terkait dengan pengelolaan; dan (3) mereka yang memiliki pengetahuan tentang pariwisata (Mardalis, 2008: 58).

Informan kunci (*key informan*) dalam penelitian ini adalah tokoh-tokoh yang dianggap mengetahui mengenai objek penelitian yang dilakukan, sehingga data mengenai Mitos Desa Jatiluwih, Pengelolaan Daya Tarik Wisata Jatiluwih, Kabupaten Tabanan menjadi lengkap. Tokoh-tokoh tersebut, yaitu: Kepala Desa, Bendesa Adat, Tokoh Masyarakat, Rohaniwan, Kepala Dusun, Industri Pariwisata, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tabanan, dan Kepala Dinas Kehutanan Kabupaten Tabanan.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan observasi, wawancara, studi kepustakaan, kuesioner, dan dokumentasi. Data yang terkumpul dianalisis secara deskriptif kualitatif.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **1. Potensi Desa Jatiluwih Sebagai Daya Tarik Wisata**

Desa Jatiluwih sebagai salah satu daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Tabanan, memiliki beragam potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik



wisata. Potensi wisata yang dimiliki Desa Jatiluwih, yaitu:

1.1. Pura Luhur Petali beserta Pura *Swadharna/Swagina*-nya.

Pura Luhur Petali memiliki 5 (lima) pura yang merupakan pura *swagina/swadharna*, di mana masing-masing pura tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda. Kelima pura *swagina/swadharna* dari Pura Luhur Petali, yaitu:

- (1). Pura Rambut Sedana; mempunyai fungsi untuk memberikan suatu keberhasilan, karena Rambut Sedana identik dengan uang, sehingga orang yang banyak uang dikategorikan berhasil.
- (2). Pura Bulakan; simbolnya adalah air yang memberikan ketenangan, sehingga diyakini Pura Bulakan berfungsi untuk memberikan ketenangan.
- (3). Pura Batu Madeg; artinya "Batu" bermakna kuat dan "Madeg" bermakna berdiri, sehingga Pura Batu Madeg berfungsi untuk memberikan kekuatan prinsip.
- (4). Pura Manik Galih; berfungsi untuk memberikan sari-sari kehidupan (inti sari).
- (5). Pura Taksu Agung; berfungsi untuk memberikan kewibawaan (kharisma).

Dari sejarah Pura Luhur Petali memunculkan banyak pura-pura yang merupakan bagian penting yang menyertai keberadaan Pura Luhur Petali. Keberadaan pura-pura ini pun sangat berpengaruh terhadap kehidupan religius keagamaan masyarakat Jatiluwih. Cerita-cerita mitos yang terdapat di dalamnya dan berbagai kejadian gaib menjadi

penguat keyakinan masyarakat terhadap Ida Batara Sasuhunan yang sangat dihormati dan di-*sungsung* oleh masyarakat Jatiluwih. Adanya *Perancangan* Ida Batara Sasuhunan Pura Luhur Petali, seperti macan dan naga serta kejadian gaib, seperti dilihatnya ribuan ular berkumpul pada suatu tempat yang tidak kelihatan kepalanya, adanya *tangan-tangan* (makhluk gaib), hujan turun di dalam kondisi cerah, adanya hujan *manik* (seperti gumpalan es) secara horizontal (Hasil Wawancara Dengan Mangku Gede Pura Luhur Petali, Tanggal 15 Juni 2013).

1.2. Aktivitas Upacara Di Sawah.

Upacara yang terkait dengan aktivitas petani di sawah yang sangat diyakini dan selalu dilaksanakan oleh masyarakat Jatiluwih, yaitu:

- (1). Upacara *Mapag Toya*, yaitu upacara menjemput air ke sumber mata air. Upacara ini diikuti oleh seluruh anggota subak dilakukan pada *Sasih Katiga* atau sekitar Bulan September.
- (2). *Kempelan*, yaitu kegiatan membuka saluran air ke sumber aliran air di hulu subak, selanjutnya air akan mengairi seluruh sawah di subak bersangkutan (Bulan September).
- (3). Upacara *Ngendag Tanah Carik*, yaitu upacara memohon keselamatan kepada Tuhan saat membajak tanah sawah. Upacara ini dilakukan oleh anggota subak di masing-masing tanah garapannya, yaitu masih pada *Sasih Katiga* (Bulan September).



- (4). Upacara *Ngurit*, yaitu upacara pembibitan yang dilakukan oleh semua anggota subak pada masing-masing tanah garapannya. *Ngurit* dilakukan pada *Sasih Kelima* (sekitar Bulan November).
- (5). Upacara *Ngerasakin*, yaitu upacara membersihkan kotoran (*leteh*) yang tertinggal, ketika melakukan pembajakan tanah. Upacara ini dilaksanakan ketika pembajakan sawah sudah selesai dan dilakukan oleh anggota subak di sawahnya masing-masing pada awal *Sasih Kepitu* (awal Bulan Januari).
- (6). Upacara *Pangawiwit (Nuwasen)*, yaitu upacara mencari hari baik untuk menanam padi yang dilakukan sekitar *Sasih Kepitu* (awal Bulan Januari) di masing-masing sawah anggota subak.
- (7). Upacara *Ngekambuhin*, yaitu upacara meminta keselamatan anak padi yang baru tumbuh yang dilakukan pada saat padi berumur 38 hari. Upacara ini dilaksanakan pada *Sasih Kawulu* (Bulan Pebruari) di masing-masing sawah anggota subak.
- (8). Upacara *Pamungkah*, yaitu upacara memohon keselamatan agar tanaman padi dapat tumbuh dengan baik. Upacara ini dilakukan pada *Sasih Kawulu* (Bulan Pebruari).
- (9). Upacara *Penyepian*, yaitu upacara memohon keselamatan agar tanaman padi terhindar dari hama/penyakit. Upacara ini dilakukan pada *Sasih Kesanga* sekitar Bulan Maret.
- (10). *Pengerestitian Nyegara Gunung*, yaitu melaksanakan upacara *nyegara-gunung* yang dilaksanakan di Pura Luhur Petali dan Pura Luhur Pekendungan (Bulan Maret/April).
- (11). Upacara *Masaba*, yaitu upacara sebelum panen yang dilakukan pada *Sasih Kedasa* (Bulan April) oleh anggota subak di sawahnya masing-masing.
- (12). *Ngadegang* Batari Sri (Batara Nini), yaitu upacara secara simbolis memvisualisasikan Beliau sebagai *Lingga-Yoni*.
- (13). Upacara *Nganyarin*, yaitu upacara mulai panen dilakukan pada *Sasih Sada* (Bulan Juni) oleh anggota subak pada masing-masing sawahnya.
- (14). *Manyi*, yaitu kegiatan memanen padi (Bulan Juli).
- (15). Upacara *Mantenin*, yaitu upacara menaikkan padi ke lumbung atau upacara menyimpan padi di lumbung yang dilaksanakan pada *Sasih Karo* (Bulan Agustus).

Upacara-upacara tersebut dimaksudkan memohon keselamatan dan keberhasilan segala kegiatan di sawah sampai pada akhirnya menghasilkan padi yang menjadi penghasilan utama masyarakat Jatiluwih. Di samping itu, segala aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat merupakan implementasi dari konsep *Tri Hita Karana* yang menjadikan alam Jatiluwih beserta isinya lestari dan akan diwariskan secara turun-temurun kepada generasi-generasi berikutnya. Kondisi ini sesuai dengan paradigma *alternative tourism*



yang mendukung pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dengan meminimalkan dampak negatif dan memberikan manfaat sebesar-besarnya bagi masyarakat lokal yang merupakan pelaku utama dari penerapan konsep *Tri Hita Karana* di Jatiluwih (Hasil Wawancara Dengan Mangku Gede Pura Luhur Petali, Tanggal 27 Juni 2013).

### 1.3. Tari Baris Memedi (Sang Hyang Memedi).

Tari ini merupakan tarian sakral yang dipentaskan khusus pada saat pelaksanaan Upacara Pitra Yadnya (*ngaben*). Upacara *ngaben* yang mementaskan tari ini pun hanya upacara yang tingkatannya *madya* dan *utama*. Untuk dapat menarik Tari Baris Memedi ini, ada beberapa kegiatan yang terlebih dahulu harus dilakukan, seperti: mengadakan ritual di kuburan setempat, yang tujuannya adalah memohon keselamatan dan kelancaran Upacara Pitra Yadnya yang akan dilaksanakan. Sarana upacara untuk ritual ini adalah *suci asoroh*, *daksina galah pat*, *ganjaran agung*, *banten pemayasan*, *pemerasan*, dan *prayascita*. Setelah itu, baru Tari Baris Memedi ini boleh ditarikan dan hanya ditarikan di *lebu* rumah yang melaksakan upacara *pengabenan* tersebut dan biasanya ditarikan sehari sebelum pelaksanaan upacara *ngaben* tersebut.

Penari Tari Baris Memedi ini adalah laki-laki yang berumur antara 17-40 tahun. Jumlah penari biasanya ganjil, antara 7-11 orang, karena di dalam proses menarikannya penari berbaris berpasangan dan satu orang menjadi koordinator penari yang

bertugas membawa anugerah dari Ida Batara yang disarankan dengan membawa dua buah *klatkat* yang akan dipakai untuk menyentuh kepala masing-masing penari yang selanjutnya mereka akan *kerauhan* (*trance*). Para penari akan mulai berteriak-teriak dan menari kesana-kemari yang tidak disadari oleh mereka sendiri. Busana dari para penari ini adalah berbagai jenis tumbuh-tumbuhan yang didapat di sekitar wilayah Jatiluwih, seperti: *kraras*, *pakis*, *ketugtug* (sejenis *bongkot*), *sambuk*, *ambu*, pakaian seperti gembel, dan *kamben*-nya harus di atas lutut. Para penari *kerauhan* sambil menari berlangsung  $\pm$  30-60 menit. Setelah itu, mereka akan diajak ke kuburan untuk disadarkan dari *kerauhan*-nya dan memohon keselamatan bersama di dalam melaksanakan upacara *ngaben* (Hasil Wawancara Dengan Mangku Dalem, Tanggal 29 Juni 2013).

### 1.4. Proses Pengolahan Sawah.

Berbagai macam kegiatan petani di sawah dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Setiap kegiatan masih mempergunakan cara-cara tradisional. Pengerjaan lahan di sawah ada tahapan-tahapan kegiatan yang harus dilakukan. Kegiatan-kegiatan tersebut, seperti:

- (1). Mencangkul di sawah; di mana kegiatan ini merupakan kegiatan pertama yang dilakukan di sawah. Tujuannya adalah untuk membalikkan batang-batang padi yang sudah habis dipanen, sehingga membusuk dan mudah diurai.



- (2). *Nampadin*; alat yang digunakan adalah sejenis golok panjang yang disebut "*penampad*" untuk membersihkan rumput-rumput pada bagian dinding petak sawah.
- (3). *Ngelampit* (membajak sawah); kegiatan ini dilakukan menggunakan bajak (*lampit*) yang ditarik oleh dua ekor sapi atau ditarik oleh seekor kerbau. Tujuan dari *ngelampit* ini adalah untuk membalikkan tanah dan menghancurkan tanah-tanah yang menggumpal, sehingga pada nantinya tanah sawah tidak keras dan mudah untuk ditanami kembali.
- (4). *Melasah* (meratakan tanah sawah); kegiatan terakhir yang dilakukan sebelum sawah siap ditanami adalah *melasah*. *Melasah* ini hampir sama dengan *ngelampit*, hanya perbedaannya adalah dari segi tujuan, di mana *melasah* ini bertujuan untuk meratakan tanah sawah untuk selanjutnya siap ditanami padi (*uma nyarang*). Kegiatan ini juga menggunakan peralatan tradisional (sejenis bajak), yang ditarik oleh sapi atau kerbau.
- (5). *Nandur* (menanam padi); kegiatan inti dari mengolah sawah adalah menanam padi (*nandur*). Benih-benih padi (*bulih*) sudah disemai jauh sebelum kegiatan *nandur* ini  $\pm$  4-5 minggu sebelumnya. Di Desa Jatiluwih sistem kekeluargaan dan kegotongroyongannya masih kental, sehingga kegiatan *nandur* ini selalu dibantu oleh orang-

orang sekitarnya, sehingga kegiatan *nandur* bisa dilakukan 5-15 orang di setiap kegiatannya.

Masing-masing kegiatan yang dilakukan tersebut dapat menjadi daya tarik wisata yang dapat melibatkan wisatawan untuk ikut berpartisipasi. Hal ini, juga dapat dijadikan atraksi wisata yang akan memberikan kesan tersendiri kepada wisatawan yang datang di Desa Jatiluwih.

Masyarakat agraris Jatiluwih melaksanakan setiap kegiatan tersebut berdasarkan rasa syukur terhadap karunia dari Ida Batara Sasuhunan, sehingga dalam pelaksanaannya selalu disertai semangat kegotongroyongan dan kekeluargaan yang dilandasi konsep *Tri Hita Karana*.

#### 1.5. Aktivitas Pasca Panen.

Beberapa kegiatan yang dilakukan pasca panen adalah:

- (1). Membawa padi dari sawah ke rumah masing-masing untuk disimpan di lumbung. Cara untuk membawanya adalah dengan cara dipikul (*negen*) dari sawah ke rumah masing-masing. Alat yang digunakan adalah *sanan*, di mana alat ini terbuat dari kayu kelapa (*seseh*) dan pada ujung-ujungnya dibuat lancip. Hal ini, dimaksudkan untuk memudahkan memasukkan padi-padi yang sudah diikat untuk selanjutnya dipikul. Kegiatan ini dilakukan secara berulang-ulang sampai padi yang ada di sawah habis dibawa ke rumah masing-masing. Tetapi, kegiatan *negen* padi ini sudah agak jarang



dilakukan karena sudah diganti dengan angkutan bermotor.

- (2). Menumbuk padi (*nebuk*). Agar padi yang sudah dipanen menjadi beras, sebelumnya harus ditumbuk terlebih dahulu, sehingga menjadi beras. Proses tradisional yang digunakan menumbuk padi dengan menggunakan "lesung" sebagai dasar tumbukan dan "lu" sebagai penumbuknya yang terbuat dari kayu. Kegiatan *nebuk* padi ini biasanya dilakukan oleh 2-3 orang ibu-ibu sambil bercanda tawa. Setelah menjadi beras kemudian diayak (*tapinin*), sehingga beras menjadi bersih dan tidak ada latahnya. Kegiatan ini juga dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan dan dapat dilakukan oleh wisatawan sendiri sebagai atraksi wisata di Desa Jatiluwih.

#### 1.6. Sawah Berterasering.

Areal persawahan di Desa Jatiluwih seluas 303,40 hektar dengan tekstur tanah berasal dari pelapukan Gunung Batukaru yang sangat subur dan sangat sesuai untuk daerah pertanian. Daerahnya berbukit-bukit, sehingga persawahan berbentuk terasering. Dengan latar belakang pegunungan, hamparan pemandangan sawah yang luas dan terasering yang berliku-liku menjadi daya tarik yang sangat mempesona, sehingga Jatiluwih terkenal sebagai salah satu daya tarik wisata alam.

Keindahan akan lebih menarik sewaktu sawah sudah siap akan ditanami (*nyarang*), sekitar bulan Januari-Februari dan Juli-Agustus (dua

musim tanam). Dalam kondisi ini, pematang sawah yang dirapikan dan petak sawah yang saling susun sangat mempesona. Satwa bangau dan itik dengan beberapa pohon nyiur, pondok petani, *bedugul*, *sanggah cucuk*, serta *ulun carik* berdiri di tengah-tengah sawah menambah keasrian.

Keindahan persawahan Jatiluwih dapat disaksikan dari beberapa titik pengamatan sepanjang jalan yang membelah persawahan atau desa pada saat memasuki perbatasan dari arah timur bendungan Jatiluwih, dari Cafe Jatiluwih, dan di dekat Pura Subak. Wisatawan yang datang berkunjung sebagian besar wisatawan mancanegara, khususnya wisatawan Eropa. Kedatangan wisatawan masih diorganisir oleh para agen wisata dan kurang melibatkan peran serta masyarakat setempat.

## 2. Kendala-Kendala Daya Tarik Wisata Jatiluwih Sebagai Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*)

Potensi wisata yang dimiliki Daya Tarik Wisata Jatiluwih sangat menarik dan menjadi kebanggaan masyarakat sekitarnya bahkan internasional. Akan tetapi, pengembangannya belum dapat dilaksanakan secara optimal, hal ini dikarenakan adanya beberapa kendala yang harus segera diatasi secara bersama-sama. Berbicara masalah kendala, apalagi hal ini berkaitan dengan salah satu daya tarik wisata yang menjadi Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*), maka di dalam merumuskan suatu langkah-langkah pemecahan masalah/kendala yang dihadapi harus melibatkan



berbagai pihak yang terkait karena kendala yang muncul juga bersifat kompleks. Pihak-pihak yang harus duduk bersama di dalam mengatasi kendala Daya Tarik Wisata Jatiluwih, seperti: pemerintah, masyarakat., dunia industri pariwisata, LSM, dan bahkan wisatawan juga dilibatkan dalam proses mengatasi kendala tersebut. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*), yaitu:

#### 2.1. Sumber Daya Manusia (SDM)

Kendala yang harus mendapat perhatian serius di dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Daya tarik wisata yang baik belum cukup untuk dapat mengembangkan Daya Tarik Wisata Jatiluwih tanpa ditunjang oleh Sumber Daya Manusia (SDM) yang baik pula. Di mana, pariwisata akan menyebabkan komunikasi dan interaksi antara wisatawan dengan penduduk lokal. Demi kelancaran komunikasi dan interaksi sosial tersebut diperlukan bahasa sebagai sarana untuk berkomunikasi. Di sinilah, peran penting dari masyarakat Jatiluwih dapat menguasai Bahasa Inggris sebagai sarana berkomunikasi secara internasional.

Di samping bahasa, hal lain yang juga perlu diperhatikan adalah pemahaman masyarakat tentang kepariwisataan. Dalam kepariwisataan banyak hal yang harus dikuasai karena pariwisata merupakan industri jasa yang sebagian besar tergolong ke

dalam *intangible service*. Minimal masyarakat Jatiluwih mengetahui bagaimana caranya menyambut tamu ketika datang pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih dan bagaimana memberikan salam (*greeting*) yang baik.

Hal inilah, yang menjadi kendala di dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia karena yang mengetahui bagaimana Jatiluwih secara utuh adalah masyarakat Jatiluwih sendiri, tetapi di sisi lain masyarakat tidak memahami tentang kepariwisataan dan khususnya Bahasa Inggris yang menjadi alat komunikasi internasional, sehingga banyak orang luar yang datang untuk memberikan informasi tentang Jatiluwih yang kurang tepat.

#### 2.2. *Guide* Lokal

Banyak keunikan yang dapat dijumpai pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih, sehingga memerlukan penjelasan yang benar dan akurat kepada wisatawan yang berkunjung pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Hal ini, juga berkaitan dengan kearifan lokal masyarakat yang melandasi setiap gerak langkah masyarakat Jatiluwih dalam menjaga kelestarian alam dan budayanya.

Di dalam memberikan informasi berkaitan dengan Subak Jatiluwih beserta terasering sawahnya kepada wisatawan harus merujuk kepada sejarah Desa Jatiluwih beserta sejarah Pura Luhur Petali karena hal ini sangat berkaitan erat, sehingga masyarakat Jatiluwih sampai sekarang masih mempertahankan subak mereka dan sawah-sawah mereka beserta proses ritual yang berada di dalamnya. Untuk



memberikan informasi tersebut, maka diperlukan *guide-guide* lokal dari masyarakat Jatiluwih sendiri, sehingga informasi yang diberikan kepada wisatawan dapat secara benar dan wisatawan akan memahami, mengapa Jatiluwih dapat mempertahankan subak beserta sawahnya berbasis *Tri Hita Karana*.

Berkaitan dengan keunikan dan keindahan alam Jatiluwih, maka sebagian besar wisatawan melaksanakan aktivitas *trekking* di wilayah Jatiluwih untuk dapat mengetahui lebih jauh alam Jatiluwih beserta *flora/fauna* unik yang berada di dalamnya. Kegiatan ini pun sangat memerlukan *guide* lokal sebagai pemandu wisatawan di dalam melaksanakan kegiatan *trekking* tersebut. Agar wisatawan dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan dan mereka merasa puas (*satisfaction*) selama menikmati keindahan alam Jatiluwih.

### 2.3. Pengelolaan

Faktor pengelolaan sangat menentukan sekali di dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih sebagai Warisan Budaya Dunia. Hal ini, berkaitan erat dengan kurangnya pemahaman masyarakat tentang kepariwisataan, lemahnya Sumber Daya Manusia (SDM) di bidang kepariwisataan, dan budaya pariwisata yang belum mengakar pada masyarakat Jatiluwih. Masyarakat lebih fokus terhadap pertanian yang merupakan sebagian besar mata pencaharian masyarakat Jatiluwih.

Padahal, pariwisata tidak harus mematkan pertanian, dengan berkembangnya kepariwisataan di

Jatiluwih tentunya akan semakin melestarikan pertanian beserta budaya pertanian di Jatiluwih yang menjadi salah satu point penilaian sebagai Warisan Budaya Dunia karena daya tarik utama Daya Tarik Wisata Jatiluwih adalah pertaniannya. Sinergi antara pariwisata dan pertanian ini akan memunculkan beberapa keuntungan untuk masyarakat sekitar kalau dikelola dengan baik, misalnya: aktivitas wisatawan di sawah, terbukanya jalur-jalur *trekking*, berkembangnya budaya masyarakat, peluang untuk membuat *souvenir-souvenir* khas Jatiluwih, terbukanya peluang untuk mengembangkan akomodasi lokal, berkembangnya agrowisata, tergalinya masakan-masakan khas Desa Jatiluwih, di mana hal ini akan memberikan nilai tambah ekonomi yang tinggi kepada masyarakat Jatiluwih sendiri (*added value*).

Pengelolaan ini diperlukan untuk merencanakan, melaksanakan, memonitoring, dan mengevaluasi setiap aktivitas/kegiatan yang dilakukan pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih, sehingga pengembangannya terarah dan cenderung demi kelestarian alam Jatiluwih serta memberikan manfaat ekonomi yang lebih besar kepada masyarakat Jatiluwih. Dengan demikian, Daya Tarik Wisata Jatiluwih akan berkembang dengan baik, masyarakat akan mendukung, dan berpartisipasi aktif di dalam pengembangan Daya Tarik Wisata Jatiluwih yang tentunya tetap berlandaskan keseimbangan yang berbasis *Tri Hita Karana*.

### 2.4. Prasarana Jalan



Jalan merupakan faktor penting yang menghubungkan antara Daya Tarik Wisata Jatiluwih dengan daerah-daerah lain yang menjadi jalur perjalanan wisatawan selama mengunjungi Daya Tarik Wisata Jatiluwih atau selama mengikuti paket wisata yang melalui bahkan singgah pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Ada 4 (empat) syarat pokok yang harus dipenuhi agar suatu daya tarik wisata/destinasi wisata dapat berkembang dengan baik, yaitu: *attractions, accessibilities, amenities, and ancillaries*. Jalan merupakan *accessibilities* yang mutlak harus ada dan harus dalam kondisi baik, sehingga wisatawan yang ingin datang ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih merasa nyaman dan waktu yang diperlukan untuk sampai pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih tidak terlalu lama.

Ada beberapa jalur yang dapat dilalui untuk dapat sampai pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Di mana jalur-jalur tersebut dapat dilalui oleh kendaraan bermotor. Jalur yang paling sering digunakan oleh wisatawan untuk menuju Daya Tarik Wisata Jatiluwih adalah jalur Tabanan – Penebel – Wongaya Gede – Jatiluwih dan Tabanan – Penebel – Senganan – Jatiluwih. Kondisi jalan untuk jalur-jalur tersebut, kondisinya sangat memprihatinkan bahkan mendekati rusak parah. Hal ini, menjadi kendala kedatangan wisatawan yang datang ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih karena kebanyakan wisatawan yang datang ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih awalnya datang dari Desa Wongaya Gede dan juga kondisi jalan untuk jalur Tabanan

– Penebel – Senganan – Jatiluwih sangat sempit, sehingga kendaraan yang berpapasan sampai harus keluar as badan jalan, di mana hal ini mengurangi kenyamanan wisatawan dan sangat tidak aman. Apalagi, topografi Jatiluwih yang berbukit, sehingga banyak sekali tikungan dan banyak daerah curam.

#### 2.5. Fasilitas Kepariwisata

Untuk dapat memberikan pelayanan yang baik (*excellent service*) terhadap wisatawan yang datang ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih diperlukan fasilitas pendukung yang disediakan pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih. Terbatasnya fasilitas yang tersedia dapat mengurangi kenyamanan wisatawan untuk menikmati kunjungannya di Jatiluwih, sehingga wisatawan yang datang hanya sekedar melihat-lihat pemandangan saja (*sightseeing*) tanpa melakukan aktivitas atau tanpa membelanjakan uangnya. Akhirnya, masyarakat hanya menjadi penonton saja di daerah sendiri tanpa mendapatkan manfaat positif dari Daya Tarik Wisata Jatiluwih.

Fasilitas yang perlu disediakan pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih adalah: (1) Sarana Parkir: wisatawan yang datang dengan menggunakan kendaraan roda empat, ketika mereka ingin menikmati pemandangan sawah yang berterasering sangat kesulitan untuk memarkirkan kendaraannya, sehingga mereka harus turun dari kendaraan yang parkir di badan jalan, sehingga sangat membahayakan. Hal tersebut, mengurangi kenyamanan wisatawan dalam menikmati



keindahan sawah berterasering di Jatiluwih; (2) Akomodasi: wisatawan yang ingin lebih lama menikmati keindahan alam dan budaya Jatiluwih sedikit terkendala dengan jaranginya akomodasi yang tersedia pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih, hal ini juga disebabkan oleh kurang pahamiannya masyarakat Jatiluwih tentang kepariwisataan. Berkaitan langsung dengan akomodasi adalah masakan tradisional Jatiluwih, di mana masyarakat belum memanfaatkan menu-menu tradisional untuk dihidangkan kepada wisatawan, seperti: beras merah, *sambel bongkot*, *pesan kakul*, *pesan blauk*, *pesan sipang*, dan lain-lain. Padahal kalau peluang ini dimanfaatkan dapat memberikan manfaat kepada masyarakat Jatiluwih sendiri; (3) *Tourist Information*: wisatawan yang memerlukan informasi tentang Daya Tarik Wisata Jatiluwih dan daya tarik wisata sekitarnya tidak dapat mengakses informasi tersebut karena tidak tersedia *information center* yang dapat memberikan informasi yang diperlukan wisatawan; (4) *Souvenir*: wisatawan yang berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih sangat memerlukan oleh-oleh (*souvenir*) yang menjadi bukti bahwa mereka sudah berkunjung ke Daya Tarik Wisata Jatiluwih serta secara tidak langsung juga sebagai sarana promosi tentang Daya Tarik Wisata Jatiluwih yang dilakukan oleh wisatawan sendiri kepada keluarganya atau teman-temannya. Tetapi, celah ini belum dilirik oleh masyarakat Jatiluwih, sehingga wisatawan yang datang ke Jatiluwih, akhirnya mereka kembali

tanpa membawa *souvenir* asli Desa Jatiluwih; (5) Kebersihan/Sanitasi: yang menjadi kendala kebanyakan daya tarik wisata di Bali secara umum adalah masalah kebersihan/sanitasi. Hal ini, juga terjadi pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih, di mana kebersihan kurang diperhatikan dan belum menjadi pembiasaan. Sebenarnya, hal ini perlu mendapatkan perhatian yang serius banyak pihak karena saat ini banyak sekali masalah-masalah kesehatan yang muncul bersumber dari tidak terpeliharanya kebersihan lingkungan dan tidak terjaganya sanitasi lingkungan; (6) *Toilet Umum*: wisatawan yang datang pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih telah beberapa lama berada di kendaraannya, sehingga pada saat tiba mereka terlebih dahulu pergi ke *toilet* untuk sekedar cuci muka atau buang air kecil, tetapi di Jatiluwih fasilitas tersebut tidak ditemukan, sehingga mengurangi kenyamanan wisatawan yang datang. Selama mereka berada di Jatiluwih juga seringkali wisatawan memerlukan *toilet*, sehingga pengadaan *toilet* umum ini sangat penting sekali untuk menunjang kepariwisataan di Jatiluwih; (7) *Shelter* (Gardu Pandang): untuk menyaksikan keindahan alam Jatiluwih perlu dibangun *shelter* (gardu pandang), sehingga dapat menjadi salah satu titik pengamatan untuk wisatawan yang ingin menyaksikan keindahan alam Jatiluwih secara menyeluruh. Gardu pandang ini dibuat dengan menggunakan bahan-bahan lokal yang sesuai dengan kondisi alamnya.



### **3. Keberadaan “Mitos” Dalam Menjaga Kelestarian Alam Dan Budaya Jatiluwih Sebagai Daya Tarik Wisata**

Mitos Jatiluwih merupakan cerita masyarakat yang subjeknya adalah Para Dewa, manusia, binatang, tumbuh-tumbuhan, atau benda yang memiliki aura yang sangat kuat untuk mempengaruhi pola pikir masyarakat, sehingga mereka tidak berani untuk melanggar/menentang dari mitos tersebut karena diyakini dapat menimbulkan berbagai musibah, baik terhadap individu, kelompok, maupun masyarakat secara luas. Mitos pada umumnya menceritakan tentang terjadinya alam semesta, dunia, bentuk khas binatang, bentuk topografi, petualangan Para Dewa, dan sebagainya.

Desa Jatiluwih memiliki beragam mitos yang sangat dipercaya oleh masyarakat, di mana keberadaan mitos ini sangat berperan dalam menjaga kelestarian dan kelangsungan alam/lingkungan Jatiluwih, budaya Jatiluwih, serta keyakinan masyarakat Jatiluwih. Keberadaan mitos-mitos tersebut dapat dilihat berikut ini.



Keberadaan Mitos di Desa Jatiluwih

NO.	MITOS	KATEGORI	SEBAB/AKIBAT	PELESTARIAN
1.	Penjaga Pura Luhur Petali adalah Macan Niskala dan Naga.	<i>Par/quangan</i>	Berbuat atau berkata-kata yang tidak baik mengakibatkan sakit/kesurupan.	Pelestarian Pura dan meyakini bahwa Kesucian Pura memancarkan kekuatan kepada masyarakat Jatiluwih.
2.	Di Pelinggih Pesimpangan Tamblingan di Pura Luhur Petali ber-Stana Ida Betara yang menguasai berbagai hama penyakit di sawah, seperti: tikus, walang sangit, wereng, ulat, dan lain-lain.	<i>Par/quangan</i>	Tidak melaksanakan Upacara dan menghaturkan Persembahan Suci, maka akan mengakibatkan merajalelanya hama penyakit di sawah.	Keyakinan masyarakat Jatiluwih untuk selalu meyakini Kekuatan Beliau serta selalu waspada bahwa dalam mengolah sawah agar tetap serius dan sungguh-sungguh untuk merawat padi.
3.	Pada saat Upacara di Pura Luhur Petali harus mempersembahkan <i>Gatik</i> (padi yang dibentuk menyerupai bentuk Dewi) dari sawah Jatiluwih.	<i>Par/quangan</i>	Hasil panen yang kurang baik apabila tidak mempersembahkan padi pada saat Upacara di Pura Luhur Petali.	Pelestarian sawah dengan sistem pengairannya untuk dapat menghasilkan padi yang baik.
4.	Upacara di Pura Puseh Pengulu harus mempersembahkan daging kijang yang diperoleh di Hutan Jatiluwih.	<i>Par/quangan</i>	Terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmisan antar masyarakat apabila tidak dipersembahkan daging kijang ketika Upacara di Puseh Pengulu.	Pelestarian hutan sebagai habitat kijang serta tidak sembarangan menangkap dan membunuh binatang di Hutan Jatiluwih.
5.	Pada saat mengikuti	<i>Par/quangan</i>	Tersesat tanpa sebab	Setiap tempat



	ritual berburu ke tengah hutan tidak bersungguh-sungguh.		dan kebingungan serta kehilangan arah.	pasti ada yang menghuni, sehingga diperlukan keyakinan yang sungguh-sungguh di dalam pelaksanaan ritual untuk keselamatan.
6.	Masyarakat Jatiluwih tidak akan pernah diterkam oleh harimau apabila selalu bakti terhadap Ida Betara Sesuhunan.	<i>Parhyangan</i>	Akan mengalami "ala" atau kejadian negatif di dalam hutan atau sekitarnya.	Tidak sembarangan memsabat hutan dan melestarikan mitos dengan keyakinan yang kuat.
7.	Di Jaba Pura Luhur Petali tidak boleh mengucapkan kata-kata yang tidak sopan.	<i>Parhyangan</i>	Akan mengalami kesurupan.	Pengendalian diri dan tidak sembarangan karena setiap tempat ada yang menghuni serta bertingkah laku yang baik.
8.	Tidak boleh menghaturkan daging babi sebagai persembahan di Pelinggih Pura Luhur Petali tetapi di bawah boleh.	<i>Parhyangan</i>	Akan terjadi kesurupan.	Bahwa ada sesuatu yang layak dan tidak layak serta pelestarian mitos.
9.	Orang yang melaksanakan Upacara Pernikahan tidak boleh melewati jalur di sekitar Pura Luhur Petali.	<i>Parhyangan</i>	Akan terjadi kesurupan.	Agar tetap terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan <i>sungsungan</i> masyarakat dan Umat Hindu.
10.	Dalam radius Pura	<i>Parhyangan</i>	Terjadi hal-hal yang	Agar tetap



	Luhur Petali (+100m), kalau ada orang meninggal lewat, maka <i>Bade</i> harus ditentang dan tidak boleh dipikul.		tidak diinginkan, seperti <i>Bade</i> yang terasa berat ketika digotong.	terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan <i>sungungan</i> masyarakat dan Umat Hindu.
11.	Di Pura Dukuh Sakti (Adat Jatiluwih) harus mengadakan Upacara di malam hari dan tidak boleh di siang hari.	<i>Parkyangan</i>	Akan diserang oleh gerombolan lebah yang lebih besar ukurannya dari lebah biasa.	Pelestarian Bhisama yang sudah disepakati oleh Leluhur secara turun-temurun.
12.	Metode untuk mengatasi hama di sawah/perkebunan Jatiluwih lebih banyak menggunakan ritual bukan dengan obat-obatan kimia.	<i>Parkyangan</i>	Akan lebih nyata dan lebih ampuh di dalam mengatasi hama penyakit di sawah/perkebunan masyarakat.	Pelestarian tanaman organik dan menghormati serta menghargai tumbuh-tumbuhan karena sangat besar jasanya bagi kehidupan manusia.
13.	Pada saat masuk Hutan Jatiluwih tidak boleh berkata-kata yang kurang baik.	<i>Pawongan</i>	Akan menyebabkan sakit/tersesat.	Tidak sembarangan membat hutan dan menghormati hutan.
14.	Kalau di sawah terjadi hama menyerang dan tidak bisa diatasi, maka masyarakat akan mendatangkan Cokorda Tabanan untuk ikut memohon di Pura Luhur Petali dan di <i>Tawuku Aya</i> (sumber air pertama yang mengairi sawah).	<i>Pawongan</i>	Kalau tidak dilaksanakan kegiatan tersebut, maka hama tidak dapat diatasi secara baik.	Hubungan yang harmonis antara sesama serta hakekat manusia sebagai makhluk sosial yang selalu saling bantu-membantu.



15.	Untuk memohon hujan di Desa Jatiluwih masyarakat akan mendatangkan Cokorda Tabanan yang akan digotong dari Pura Dalam ke Pura Luhur Petali.	<i>Pawongan</i>	Agar hujan segera turun untuk pengairan sawah masyarakat.	Hubungan yang harmonis antara sesama serta hakikat manusia sebagai makhluk sosial yang selalu saling bantu-membantu.
16.	Tidak boleh membakar mayat di Desa Jatiluwih harus dikubur dalam Upacara Ngaben.	<i>Pawongan</i>	Terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmonisan antar masyarakat.	Agar tetap terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan <i>sumbuungan</i> masyarakat dan Umat Hindu serta menjaga kesucian Pura Luhur Batukaru yang mewilayahi seluruh hutan dari bentang barat sampai timur.
17.	Penari Tari Baris Memedi dalam Upacara Ngaben harus menggunakan busana dari <i>kraras</i> (daun pisang yang sudah kering), pakis, <i>ketugrug</i> (sejenis <i>bongkot</i> ), sambuk (sabut kelapa), dan daun enau muda.	<i>Pawongan</i>	Suasana sakral dan magis akan tercipta serta memudahkan para penari " <i>trance</i> " ( <i>kerauhan</i> ).	Hubungan antar warga masyarakat yang secara bersama-sama mencari perlengkapan busana tersebut serta pelestarian hutan tempat mencari tumbuh-tumbuhan dimaksud.
18.	Pada <i>Pelaba</i> Pura Luhur Petali tidak boleh ditanami tanaman produksi.	<i>Palemahan</i>	Terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmonisan antar masyarakat.	Tetap menjaga kelestarian hutan agar sumber-sumber air tetap lestari, sehingga



				sistem pengairan di Jatiluwih berjalan secara kontinyu.
19.	Tidak boleh menebang pohon nangka dan tidak boleh menggunakan kayu nangka untuk bangunan.	<i>Palemahan</i>	Menyebabkan suasana yang tidak nyaman di dalam rumah dan sering terjadi percekocokan tanpa sebab yang jelas.	Pelestarian tumbuh-tumbuhan agar tidak ditebang secara sembarangan.
20.	Menanam padi di sawah Jatiluwih tidak boleh mendahului sebelum Upacara Pangewiwit.	<i>Palemahan</i>	Harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melangganya.	Adanya kesetaraan dan kebersamaan antar masyarakat di dalam memulai menanam padi di sawah.
21.	Ketika musim panen dan ada beberapa pohon padi yang masih berdiri tidak boleh membakar jerami.	<i>Palemahan</i>	Harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melangganya.	Agar tidak merusak tanaman padi yang masih tersisa karena padi merupakan tanaman yang sangat dihormati.
22.	Di tempat persemaian bibit padi, tidak boleh langsung dibajak dan ditanami hari itu juga.	<i>Palemahan</i>	Harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melangganya.	Agar tanah sawah mendapatkan unsur hara dan apabila ada kekurangan bibit padi dapat mengambil dari sisa bibit padi yang ada di tempat persemaian.
23.	Dalam tatanan rumah di Jatiluwih,	<i>Palemahan</i>	Menyebabkan sakit.	Melestarikan tatanan rumah



	letak lumbung harus di <i>reben</i> (hilir), yaitu: di selatan dan barat dan yang paling baik adalah di barat daya.			( <i>palemahan</i> ) adat Desa Jatiluwih.
24.	Tidak boleh membangun rumah bertingkat di pinggir jalan utama.	<i>Palemahan</i>	Menyebabkan hal-hal negatif ketika Ida Betara <i>memangi / honga</i> .	Pelestarian <i>Palemahan</i> Desa Jatiluwih, di mana untuk menghindari gangguan pandangan terhadap obyek-obyek yang menjadi daya tarik Jatiluwih.
25.	Upacara Mecaru Tawur Kesanga di Desa Jatiluwih harus memakai kurban <i>godel</i> (anak sapi).	<i>Palemahan</i>	Menyebabkan situasi tidak harmonis dan ada gangguan ketika merayakan Hari Raya Nyepi.	Untuk melestarikan binatang dan tumbuh-tumbuhan di Jatiluwih karena dengan demikian akan selalu dikembangbiakkan sapi dan rumbut sebagai makanan sapi.

Sumber: Hasil Wawancara Dengan Mangku Gede Pura Luhur Petali

Berdasarkan Tabel tentang keberadaan Mitos Jatiluwih beserta keterkaitannya dengan pelestarian alam dan budaya Jatiluwih dapat dijelaskan sebagai berikut:

### 3.1. Penjaga Pura Luhur Petali adalah Macan Niskala dan Naga

Secara mitos masyarakat Jatiluwih sangat meyakini bahwa Pura Luhur Petali merupakan Pura yang sangat sakral dan ditambah dengan

kepercayaan bahwa Pura Luhur Petali dijaga oleh keberadaan Macan Niskala dan Naga Niskala. Dengan adanya keyakinan yang sangat kuat dari masyarakat Jatiluwih tersebut terhadap keberadaan Macan dan Naga Niskala tersebut sangat membantu di dalam menjaga kesakralan dan keheningan serta kesucian Pura Luhur Petali yang juga didukung oleh letak Pura yang dikelilingi oleh pepohonan-pepohonan



yang sangat lebat dan rindang serta panorama hutan dan pegunungan yang membentang dari sebelah barat sampai ke sebelah timur.

Dengan adanya mitos tersebut, maka hal positif yang ditimbulkan adalah setiap orang yang datang ke Pura Luhur Petali akan selalu berbuat atau berkata-kata yang baik, dalam artian tetap menjaga etika dan estetikanya, di mana kalau hal tersebut dilanggar akan mengakibatkan sakit/kesurupan. Dengan demikian, kesakralan dan kesucian Pura Luhur Petali tetap akan terjaga dan meyakini bahwa Kesucian Pura memancarkan kekuatan kepada masyarakat Jatiluwih.

3.2. Di Pelinggih Pesimpangan Tamblingan di Pura Luhur Petali ber-Stana Ida Betara yang menguasai berbagai hama penyakit di sawah, seperti: tikus, walang sangit, wereng, ulat

Desa Jatiluwih merupakan daerah agraris yang sangat kental dengan aktivitas budaya dan keagamaan. Masyarakat Jatiluwih sangat menjaga dan memelihara Warisan Leluhur yang diwarisi secara turun-temurun. Setiap gerak langkah dan tindakan dari masyarakat Jatiluwih berkaitan dengan aktivitas agraris tidak bisa lepas dari proses budaya dan proses ritual sebagai ungkapan rasa syukur dihadapan Para Leluhur dan Ida Sasuhunan di Desa Jatiluwih. Sebagai hulu dari kegiatan keagamaan masyarakat Jatiluwih adalah Pura Luhur Petali, di mana kegiatan agraris pun tidak bisa dipisahkan dari

keberadaan Pura Luhur Petali. Diyakini bahwa di Pelinggih Pesimpangan Tamblingan di Pura Luhur Petali ber-Stana Ida Betara yang menguasai berbagai hama penyakit di sawah, seperti: tikus, walang sangit, wereng, ulat. Hal inilah, yang sangat diyakini oleh masyarakat Jatiluwih dan menjadi sebuah mitos tentang keberadaan Pelinggih tersebut. Apabila, masyarakat Jatiluwih tidak melaksanakan Upacara dan menghaturkan Persembahan Suci, maka akan mengakibatkan merajalelanya hama penyakit di sawah. Makna dari keyakinan dan mitos tersebut adalah bahwa untuk selalu menumbuhkan keyakinan masyarakat Jatiluwih untuk meyakini Kekuatan Beliau serta selalu waspada bahwa dalam mengolah sawah agar tetap serius dan sungguh-sungguh serta telaten untuk merawat tanaman padi agar tidak diserang hama penyakit.

3.3. Pada saat Upacara di Pura Luhur Petali harus mempersembahkan *Galih* (padi yang dibentuk menyerupai bentuk Dewi) dari sawah Jatiluwih

Upacara/*Pujawali* di Pura Luhur Petali dilaksanakan setiap 210 hari atau 6 bulan sekali. Pada saat Upacara/*Pujawali* tersebut masyarakat Jatiluwih harus mempersembahkan padi yang dibentuk menyerupai bentuk Dewi yang disebut dengan *Galih*. Hal ini, sudah berlangsung secara turun-temurun, sehingga masyarakat sangat percaya dengan hal tersebut. Di samping itu, masyarakat Jatiluwih



sangat meyakini bahwa hasil yang mereka dapatkan dalam bercocok tanam di sawah maupun di ladang tidak terlepas dari anugerah Ida Betaring Pura Luhur Petali. Sebagai rasa bakti dan rasa syukur tersebut masyarakat mempersembahkan hasil panen mereka, khususnya berupa padi tersebut. Ada semacam ikatan batin antara alam yang menyediakan tempat untuk bercocok tanam dengan masyarakat yang akan menikmati hasil tersebut serta dengan Ida Sesuhunan yang memberikan anugerah.

Apabila tidak mempersembahkan padi pada saat Upacara/*Pujawali* di Pura Luhur Petali, maka menyebabkan hasil panen yang kurang baik yang disebabkan karena hama penyakit tanaman, padi yang tidak optimal pertumbuhannya, dan menyebabkan petani merugi. Makna dari keyakinan masyarakat tersebut adalah pelestarian sawah dengan sistem pengairannya untuk dapat menghasilkan padi yang baik.

3.4. Upacara di Pura Puseh Pengulu harus mempersembahkan daging kijang yang diperoleh di Hutan Jatiluwih

Sama halnya dengan Upacara/*Pujawali* di Pura Luhur Petali, Upacara di Pura Puseh Pengulu juga dilaksanakan setiap 210 hari atau setiap 6 bulan sekali. Di mana, dalam Upacara/*Pujawali* di Pura Puseh Pengulu masyarakat harus mempersembahkan daging kijang yang di dapat dengan cara berburu di Hutan Jatiluwih. Hal ini, juga sudah

berlangsung secara turun-temurun, sehingga masyarakat sangat percaya dengan hal tersebut. Di samping itu, masyarakat Jatiluwih sangat meyakini bahwa Hutan Jatiluwih dijaga oleh Macan *Niskala*, sehingga masyarakat tidak berani sembarangan untuk berburu dan mengambil sesuatu di Hutan Jatiluwih. Dalam melaksanakan kegiatan berburu pun masyarakat tidak boleh sembarangan karena harus didahului dengan beberapa ritual yang dipimpin oleh Mangku Patus dan tidak sembarangan menangkap kijang tersebut. Aturan-aturan tersebut harus mereka patuhi dengan keselamatan mereka.

Akan terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmonisan antar masyarakat apabila tidak dipersembahkan daging kijang ketika Upacara di Pura Puseh Pengulu. Makna dari mitos tersebut adalah pelestarian hutan sebagai habitat kijang serta tidak sembarangan menangkap dan membunuh binatang di Hutan Jatiluwih.

3.5. Pada saat mengikuti ritual berburu ke tengah hutan tidak bersungguh-sungguh

Masyarakat Jatiluwih yang ingin berburu ke tengah hutan harus bersungguh-sungguh dan meyakini bahwa di tengah hutan banyak hal-hal yang di luar nalar atau penghuni-penghuni yang lain yang akan berdampak atau berdekatan dengan kita. Hal ini, yang menyebabkan bahwa setiap orang yang ikut berburu ke tengah hutan harus mengikuti



petunjuk atau arahan dari Mangku Patu. Kegiatan berburu ini juga merupakan curahan rasa bakti dan rasa syukur terhadap Ida Sesuhunan di Pura Puseh Pengulu, sehingga harus dilakukan dengan bersungguh-sungguh dan penuh keyakinan.

Apabila tidak bersungguh-sungguh di dalam melaksanakan tugas spiritual tersebut, maka akan menyebabkan tersesat tanpa sebab dan kebingungan serta kehilangan arah. Makna dari mitos tersebut adalah setiap tempat pasti ada yang menghuni, sehingga diperlukan keyakinan yang sungguh-sungguh di dalam pelaksanaan ritual untuk keselamatan.

3.6. Masyarakat Jatiluwih tidak akan pernah diterkam oleh harimau apabila selalu bakti terhadap Ida Betara Sesuhunan

Keyakinan masyarakat Jatiluwih tentang keberadaan Macan *Niskala* yang merupakan *ancangan* di Hutan Jatiluwih sangat diyakini dan sudah merupakan turun-temurun yang tidak berani dilanggar dan tidak berani diabaikan oleh masyarakat Jatiluwih. Sebuah keyakinan yang sangat kuat dari masyarakat Jatiluwih bahwa masyarakat Jatiluwih yang selalu bakti dan meyakini Ida Betara Sesuhunan yang ber-Stana di wilayah Desa Jatiluwih tidak akan diganggu oleh harimau yang masih ada di Hutan Jatiluwih. Hal ini, menguatkan keyakinan dan rasa bakti serta rasa syukur masyarakat Jatiluwih terhadap

keyakinan spiritualnya, khususnya keyakinannya terhadap Agama Hindu.

Apabila hal ini tidak dilaksanakan, maka akan mengalami “*ala*” atau kejadian negatif di dalam hutan atau sekitarnya. Makna dari mitos tersebut adalah agar tidak sembarangan memabat hutan dan melestarikan mitos dengan keyakinan yang kuat.

3.7. Di Jaba Pura Luhur Petali tidak boleh mengucapkan kata-kata yang tidak sopan

Pura Luhur Petali merupakan Kahyangan Utama di Desa Jatiluwih. Sentral dari kegiatan spiritual dan keagamaan di Desa Jatiluwih adalah di Pura Luhur Petali, sehingga masyarakat Jatiluwih sangat menghormati keberadaan Pura Luhur Petali. Karena merupakan daerah yang suci dan sakral, maka segala aktivitas yang bertentangan dengan kesucian dan kesakralan di sekitar Pura Luhur Petali ini akan menimbulkan dampak yang negatif, bukan hanya perbuatan saja termasuk juga perkataan. Jangankan di Jeroan Pura, di Jaba Pura Luhur Petali pun orang-orang tidak boleh berkata-kata yang tidak sopan karena apabila hal ini dilanggar, maka akan mengalami kesurupan.

Makna dari mitos tersebut adalah pengendalian diri dan tidak sembarangan karena setiap tempat ada yang menghuni serta bertingkah laku serta berkata-kata yang baik.

3.8. Tidak boleh menghaturkan daging babi sebagai persembahan di Pelinggih Pura Luhur Petali tetapi di bawah boleh



Ada beberapa etika yang harus ditaati oleh masyarakat Jatiluwih ketika berada di tempat suci, khususnya di Pura Luhur Petali. Juga dalam menghaturkan persembahan di Pura Luhur Petali ada beberapa persyaratan yang harus ditaati pula. Di Pura Luhur Petali ketika kegiatan upacara yang menggunakan daging babi, persembahan upakara yang mengandung daging babi tersebut tidak boleh diletakkan di Pelinggih tetapi boleh ditempatkan di bawah Pelinggih. Hal ini, disebabkan karena daging babi dianggap mempunyai sifat yang “*tamas*”, sehingga makna dari diletakkan di bawah adalah bahwa sifat *tamas* (malas) tersebut agar tidak menguasai sifat-sifat yang baik yang dibutuhkan oleh masyarakat di dalam melaksanakan kegiatan spiritual dan ritual di Pura Luhur Petali.

Apabila hal tersebut dilanggar, maka akan terjadi kesurupan. Makna dari mitos tersebut adalah bahwa ada sesuatu yang layak dan tidak layak serta pelestarian mitos.

3.9. Orang yang melaksanakan Upacara Pernikahan tidak boleh melewati jalur di sekitar Pura Luhur Petali

Upacara Pernikahan bagi orang Bali merupakan kegiatan yang sakral dan wajib dilaksanakan demi sahnya sebuah perkawinan, baik secara sekala maupun niskala. Ada beberapa tempat atau daerah yang tidak sembarangan boleh dilalui oleh orang yang melaksanakan Upacara Pernikahan. Salah satu tempat yang tidak boleh

dilalui oleh orang yang melaksanakan Upacara Pernikahan adalah jalur di sekitar Pura Luhur Petali karena Pura Luhur Petali merupakan daerah yang sakral dan suci.

Apabila hal ini dilanggar, maka akan terjadi kesurupan. Makna dari mitos tersebut adalah agar tetap terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan *sungsungan* masyarakat dan Umat Hindu.

3.10. Dalam radius Pura Luhur Petali ( $\pm 100m$ ), kalau ada orang meninggal lewat, maka *Bade* harus ditenteng dan tidak boleh dipikul

Upacara Kematian bagi orang Bali yang sering disebut Upacara Ngaben merupakan upacara yang bertujuan untuk menyucikan roh orang yang meninggal termasuk untuk mengembalikan dan menyucikan badan kasar orang yang meninggal. Upacara ini merupakan kegiatan yang sakral dan wajib dilaksanakan untuk penyucian untuk orang yang sudah meninggal. Di sisi lain, sebelum tuntasnya Upacara Ngaben ini dilaksanakan, maka alat-alat atau perlengkapan-perengkapan yang dipakai dianggap belum suci, sehingga tidak boleh sembarangan dibawa ke tempat lain atau dibuang di sembarang tempat. Sama halnya dengan *Bade* yang dipakai dalam Upacara Ngaben yang melewati Pura Luhur Petali dalam radius  $\pm 100$  meter, maka *Bade* tersebut tidak dapat dipikul tetapi harus ditenteng, hal ini bertujuan untuk tetap menjaga kesucian dan kesakralan Pura Luhur Petali.



Apabila hal ini dilanggar, maka akan terjadi hal-hal yang tidak diinginkan, seperti *Bade* yang terasa berat ketika digotong. Makna dari mitos tersebut adalah agar tetap terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan *sungsungan* masyarakat dan Umat Hindu.

3.11. Di Pura Dukuh Sakti (Adat Jatiluwih) harus mengadakan Upacara di malam hari dan tidak boleh di siang hari

Selain Pura Luhur Petali yang merupakan Kahyangan Utama di Desa Jatiluwih banyak lagi Pura-Pura yang lain yang ada di sekitar wilayah Desa Jatiluwih. Salah satunya adalah Pura Dukuh Sakti. Sesuai keyakinan masyarakat secara turun-temurun bahwa di Pura Dukuh Sakti dalam kegiatan Upacara/*Pujawali* di Pura tersebut tidak boleh dilaksanakan pagi hari/siang hari tetapi harus di malam hari. Keyakinan dan pelaksanaan kegiatan Upacara/*Pujawali* di Pura Dukuh Sakti ini merupakan kebiasaan masyarakat yang selalu dilaksanakan dan tidak berani untuk dirubah. Kekuatan dari keyakinan ini merupakan salah satu kekuatan dan keteguhan masyarakat di dalam memegang suatu prinsip kekuatan keagamaan.

Apabila hal ini dilanggar, maka akan diserang oleh gerombolan lebah yang lebih besar ukurannya dari lebah biasa. Makna dari mitos tersebut adalah Pelestarian Bhisama yang sudah disepakati oleh Leluhur secara turun-temurun.

3.12. Metode untuk mengatasi hama di sawah/perkebunan Jatiluwih lebih banyak menggunakan ritual bukan dengan obat-obatan kimia

Leluhur orang Jatiluwih dari jaman dahulu sudah mengenal yang namanya persawahan/perkebunan organik. Karena setiap kegiatan bercocok tanam yang dilaksanakan di sawah/di kebun selalu didahului dengan kegiatan ritual yang menggunakan bahan-bahan yang didapatkan di sekitar alam Jatiluwih. Sehingga, pelestarian tanaman, hewan, dan alam Jatiluwih dari dulu juga sudah dilaksanakan oleh masyarakat Jatiluwih. Termasuk juga dalam mengatasi hama/penyakit untuk tanaman di sawah/di kebun, masyarakat lebih mengutamakan cara ritual dibandingkan dengan menggunakan obat-obatan kimia. Hal ini, dilakukan karena masyarakat Jatiluwih sangat mempercayai bahwa setiap yang ada, baik yang tumbuh maupun yang tidak tumbuh serta alam ini adalah milik dari Ida Sang Hyang Widhi Wasa, sehingga masyarakat mempercayai bahwa dengan memohon kepada Beliau, maka segala yang diusahakan atau yang ditanam pasti akan tumbuh dan menghasilkan dengan baik. Hal inilah yang melandasi bahwa masyarakat mengutamakan ritual daripada hal-hal yang bersifat buatan.

Akan lebih nyata dan lebih ampuh di dalam mengatasi hama penyakit di sawah/perkebunan masyarakat Jatiluwih dengan cara ritual daripada



dengan menggunakan obat-obatan kimia. Makna dari mitos tersebut adalah pelestarian tanaman organik dan menghormati serta menghargai tumbuh-tumbuhan karena sangat besar jasanya bagi kehidupan manusia.

3.13. Pada saat masuk Hutan Jatiluwih tidak boleh berkata-kata yang kurang baik

Hutan sangat diperlukan oleh umat manusia karena hutan berfungsi sebagai penyimpan air hujan yang akan dikeluarkan melalui mata air dan akan sangat berguna bagi kehidupan manusia. Banyak hutan yang sudah dibabat untuk dialihfungsikan, sehingga saat ini di banyak tempat terjadi kekurangan air bersih. Hutan Jatiluwih merupakan kawasan hutan yang masih asri dan masih terjaga kelestariannya, hal ini disebabkan karena banyak mitos yang menjaga kelestarian Hutan Jatiluwih yang sangat diyakini oleh masyarakat Jatiluwih secara turun-temurun. Hutan juga dianggap sebagai tempat yang sakral yang tidak boleh sembarangan berbuat atau berkata-kata yang tidak pada tempatnya. Karena merupakan daerah yang sakral, maka segala aktivitas yang bertentangan dengan kesakralan di sekitar Hutan Jatiluwih ini akan menimbulkan dampak yang negatif, bukan hanya perbuatan saja termasuk juga dalam berkata-kata.

Apabila hal ini dilanggar, maka akan menyebabkan sakit/tersesat. Makna dari mitos tersebut adalah bahwa tidak sembarangan membabat hutan dan menghormati hutan serta

tetap menjaga etika sopan-santun di manapun kita berada.

3.14. Kalau di sawah terjadi hama menyerang dan tidak bisa diatasi, maka masyarakat akan mendatangkan Cokorda Tabanan untuk ikut memohon di Pura Luhur Petali dan di *Temuku Aya* (sumber air pertama yang mengairi sawah)

Sudah menjadi tradisi bagi masyarakat Jatiluwih bahwa setiap hama menyerang tanaman padi dan tidak bisa diatasi, maka selain melaksanakan ritual juga akan mendatangkan Cokorda Tabanan untuk ikut memohon di Pura Luhur Petali dan di *Temuku Aya* agar hama yang menyerang hilang dan tanaman padi dapat tumbuh dengan baik. Hal ini, dimaksudkan bahwa Cokorda Tabanan merupakan Raja di jaman dahulu yang juga mempunyai tanggung jawab terhadap permasalahan rakyatnya, sehingga kebiasaan atau tradisi tersebut sampai sekarang masih diwarisi.

Kalau tidak melaksanakan kegiatan tersebut, maka hama tidak dapat diatasi secara baik. Makna dari keyakinan tersebut adalah bahwa adanya hubungan yang harmonis antara sesama serta hakekat manusia sebagai makhluk sosial yang selalu saling bantu-membantu.

3.15. Untuk memohon hujan di Desa Jatiluwih masyarakat akan mendatangkan Cokorda Tabanan yang akan digotong dari Pura Dalem ke Pura Luhur Petali



Selain tradisi untuk mengatasi hama penyakit tanaman padi yang mendatangkan Cokorda Tabanan juga ada tradisi bagi masyarakat Jatiluwih bahwa setiap memohon hujan, maka selain melaksanakan ritual juga akan mendatangkan Cokorda Tabanan untuk ikut memohon di Pura Luhur Petali dengan cara digotong dari Desa Jatiluwih menuju Pura Luhur Petali agar hujan segera turun agar pengairan sawah dapat berjalan dengan baik serta tanaman padi dapat tumbuh dengan baik. Hal ini, dimaksudkan bahwa Cokorda Tabanan merupakan Raja di jaman dahulu yang juga mempunyai tanggung jawab terhadap permasalahan rakyatnya, sehingga kebiasaan atau tradisi tersebut sampai sekarang masih diwarisi.

Hal ini, dimaksudkan agar hujan segera turun untuk pengairan sawah masyarakat. Makna dari keyakinan tersebut adalah adanya hubungan yang harmonis antara sesama serta hakekat manusia sebagai makhluk sosial yang selalu saling bantu-membantu.

3.16. Tidak boleh membakar mayat di Desa Jatiluwih harus dikubur dalam Upacara Ngaben

Proses Upacara Ngaben bertujuan untuk menyucikan roh orang yang meninggal dan badan kasar orang yang meninggal. Secara umum dalam Upacara Ngaben, jasad orang yang sudah meninggal akan dibakar, di mana tujuannya adalah untuk mempercepat proses kembalinya unsur-unsur badan kasar ke asalnya masing-masing. Tetapi, berbeda

halnya di Desa Jatiluwih bahwa dalam Upacara Ngaben, badan kasar orang yang sudah meninggal tidak boleh dibakar tetapi dikubur. Hal ini, merupakan tradisi masyarakat yang sudah diwarisi secara turun-temurun, sehingga sampai saat ini pun keyakinan tersebut masih dilaksanakan. Mereka meyakini bahwa badan kasar yang dikubur juga akan tetap kembali ke asalnya meskipun waktunya lebih lama daripada dibakar.

Akan terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmonisan antar masyarakat apabila pantangan tersebut dilanggar oleh masyarakat Jatiluwih. Makna dari keyakinan tersebut adalah agar tetap terjaga kesucian Pura Luhur Petali yang merupakan *sungsungan* masyarakat dan Umat Hindu serta menjaga kesucian Pura Luhur Batukaru yang mewilayahi seluruh hutan dari bentang barat sampai timur.

3.17. Penari Tari Baris Memedi dalam Upacara Ngaben harus menggunakan busana dari *kraras* (daun pisang yang sudah kering), pakis, *ketugtug* (sejenis *bongkot*), sambuk (sabut kelapa), dan daun enau muda

Dalam Upacara Ngaben di Desa Jatiluwih, apalagi Upacara Ngaben yang besar, maka dalam rangkaian upacara tersebut akan ditampilkan juga Tari Baris Memedi, di mana Tari Baris Memedi ini merupakan tarian sakral dan ditarikan secara khusus dan tidak sembarangan. Di samping melalui beberapa ritual, para penari Tari Baris



Memedi ini juga menggunakan busana yang bahannya dari tumbuh-tumbuhan yang ada di sekitar wilayah Jatiluwih, seperti: menggunakan *kraras*, pakis, *ketugtug*, sabut kelapa, daun enau muda, dan lain-lain. Seluruh bahan-bahan tersebut masih tersedia di sekitar wilayah Desa Jatiluwih.

Suasana sakral dan magis akan tercipta serta memudahkan para penari “*trance*” (*kerauhan*) yang ditunjang dengan ritual serta perlengkapan penari yang semuanya berasal dari alam. Makna dari ritual tersebut adalah terjalannya hubungan antar warga masyarakat yang secara bersama-sama mencari perlengkapan busana tersebut serta pelestarian hutan tempat mencari tumbuh-tumbuhan dimaksud.

3.18. Pada *Pelaba Pura Luhur Petali* tidak boleh ditanami tanaman produksi

Pura Luhur Petali mempunyai Pelaba Pura seluas  $\pm 10$  ha. Areal Pelaba Pura ini ditumbuhi oleh tanaman-tanaman atau kayu-kayu hutan yang sangat lebat, sehingga suasana sejuk dan suasana nyaman sangat terasa ketika kita datang ke Pura Luhur Petali. Hal ini, dapat menambah suasana sakral di Pura Luhur Petali. Pada Pelaba Pura ini tidak boleh ditanami dengan tanaman-tanaman produksi atau menebang kayu secara sembarangan. Keyakinan ini sangat mempengaruhi pola pikir masyarakat Jatiluwih terhadap pelestarian tanaman-tanaman penyangga yang tumbuh di sekitar wilayah Jatiluwih.

Apabila hal tersebut dilanggar, maka akan terjadi hal-hal negatif di Desa Jatiluwih, seperti ketidakharmonisan antar masyarakat. Makna dari keyakinan tersebut adalah agar tetap menjaga kelestarian hutan agar sumber-sumber air tetap lestari, sehingga sistem pengairan di Jatiluwih berjalan secara kontinyu.

3.19. Tidak boleh menebang pohon nangka dan tidak boleh menggunakan kayu nangka untuk bangunan

Keyakinan dari masyarakat Jatiluwih adalah tidak boleh menggunakan kayu nangka untuk bangunan di Desa Jatiluwih, di mana hal ini disebabkan karena pohon nangka mempunyai jasa yang sangat besar terhadap Leluhur masyarakat Jatiluwih karena jaman dahulu yang dijadikan bahan makanan untuk menyambung hidup dari pendahulu masyarakat Jatiluwih adalah dari buah nangka, sehingga pohon nangka sangat dihormati dan sampai sekarang masih keyakinan tersebut dilanjutkan secara turun-temurun.

Hal yang terjadi apabila menggunakan kayu nangka sebagai bahan bangunan adalah menyebabkan suasana yang tidak nyaman di dalam rumah dan sering terjadi percekocokan tanpa sebab yang jelas. Makna dari keyakinan masyarakat tersebut adalah pelestarian tumbuh-tumbuhan agar tidak ditebang secara sembarangan.

3.20. Menanam padi di sawah Jatiluwih tidak boleh mendahului sebelum Upacara Pangewiwit



Dalam melaksanakan kegiatan bercocok tanam di sawah, ada beberapa ritual yang harus dilaksanakan oleh masyarakat Jatiluwih. Salah satunya adalah Upacara Pangewiwit yang merupakan upacara yang dilaksanakan untuk memulai menanam bibit padi. Upacara ini bertujuan untuk memohon kepada Ida Betari Sri agar tanaman padi dapat tumbuh dengan baik dan menghasilkan dengan baik tanpa diganggu atau diserang oleh hama tanamam. Akan tetapi, ada keyakinan dari masyarakat Jatiluwih bahwa tidak boleh menanam padi sebelum dilaksanakan Upacara Pangewiwit. Sampai saat ini keyakinan tersebut masih diyakini dan dilaksanakan oleh masyarakat Jatiluwih.

Apabila keyakinan tersebut dilanggar, maka harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melanggarnya. Makna dari keyakinan tersebut adalah adanya kesetaraan dan kebersamaan antar masyarakat di dalam memulai menanam padi di sawah dan bermakna pula bahwa sebelum melaksanakan proses menanam padi harus tetap minta ijin kepada Ida Betari Sri.

3.21. Ketika musim panen dan ada beberapa pohon padi yang masih berdiri tidak boleh membakar jerami

Pada saat panen tentunya tidak semua batang padi yang dipanen secara bersamaan dan langsung habis. Masih ada beberapa batang padi yang belum begitu matang dan masih

dibiarkan sampai matang baru dilanjutkan untuk dipanen. Di Desa Jatiluwih untuk batang padi yang sudah dipanen dan sudah menjadi jerami untuk mempercepat proses pengerjaannya, maka jerami tersebut akan dibakar. Tetapi, ada keyakinan masyarakat Jatiluwih bahwa ketika ada beberapa batang padi yang masih berdiri tidak boleh membakar jerami. Keyakinan ini juga masih diwarisi sampai sekarang, ketika mereka akan membakar jerami dilihat dulu apabila semua batang padi sudah semuanya dipanen dan tidak ada yang masih berdiri.

Apabila keyakinan tersebut dilanggar, maka harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melanggarnya. Makna dari keyakinan tersebut adalah agar tidak merusak tanaman padi yang masih tersisa karena padi merupakan tanaman yang sangat dihormati.

3.22. Di tempat persemaian bibit padi, tidak boleh langsung dibajak dan ditanami hari itu juga

Sama halnya pada saat panen padi, juga ketika di tempat persemaian padi ada beberapa hal yang tidak boleh dilakukan secara bersamaan, seperti tidak boleh langsung membajak dan menanam hari itu juga. Keyakinan ini juga masih diwarisi sampai sekarang, masyarakat tidak akan langsung membajak di tempat persemaian padi dan tidak langsung ditanami, mereka akan mengerjakannya keesokan harinya.



Apabila keyakinan tersebut dilanggar, maka harus menggelar Upacara Pecaruan bagi yang melanggarnya. Makna dari keyakinan tersebut adalah agar tanah sawah mendapatkan unsur hara dan apabila ada kekurangan bibit padi dapat mengambil dari sisa bibit padi yang ada di tempat persemaian.

3.23. Dalam tatanan rumah di Jatiluwih, letak lumbung harus di *teben* (hilir), yaitu: di selatan dan barat dan yang paling baik adalah di barat daya

Sebagai daerah agraris, Desa Jatiluwih sangat terkenal dengan sistem bercocok tanam padi di sawah, sehingga kalau kita lihat tatanan rumah masyarakat Jatiluwih, maka setiap rumah yang ada di Desa Jatiluwih pasti dilengkapi dengan lumbung. Karena lumbung ini berfungsi sebagai tempat penyimpanan hasil panen padi. Lumbung padi masyarakat Jatiluwih merupakan salah satu bangunan pokok yang harus ada dalam tatanan rumah di Jatiluwih. Hal ini, juga menambah daya tarik Desa Jatiluwih sebagai daya tarik wisata. Letak dari lumbung tersebut dari tatanan bangunan di Desa Jatiluwih adalah di sebelah selatan atau di sebelah barat dan yang paling baik adalah di sebelah barat daya.

Apabila keyakinan tersebut dilanggar, maka akan menyebabkan sakit. Makna dari keyakinan tersebut adalah melestarikan tatanan rumah (*palemahan*) adat Desa Jatiluwih.

3.24. Tidak boleh membangun rumah bertingkat di pinggir jalan utama

Keindahan Desa Jatiluwih terletak pada terasering sawah yang bertingkat-tingkat, tatanan rumah masyarakat, dan cara hidup masyarakat Jatiluwih. Agar tetap daya tarik itu terjaga, maka harus dilestarikan dan dipelihara secara utuh. Untuk bangunan rumah di Desa Jatiluwih tidak boleh membangun rumah bertingkat di pinggir jalan utama. Keaslian dan originalitas Desa Jatiluwih dapat dilihat dari bentuk bangunannya tersebut, sehingga masyarakat tetap menjaga keaslian tersebut dengan tidak membangun rumah-rumah bertingkat, khususnya di pinggir jalan utama di Desa Jatiluwih.

Hal ini dilakukan adalah untuk menghindari hal-hal negatif ketika Ida Betara *memargi / lunga*. Makna dari keyakinan tersebut adalah bahwa pelestarian *Palemahan* Desa Jatiluwih, di mana untuk menghindari gangguan pandangan terhadap obyek-obyek yang menjadi daya tarik Jatiluwih.

3.25. Upacara Mecaru Tawur Kesanga di Desa Jatiluwih harus memakai kurban *godel* (anak sapi)

Dalam kegiatan Upacara Mecaru Tawur Kesanga di Desa Jatiluwih harus memakai kurban anak sapi. Tujuan dari Upacara Mecaru ini adalah untuk keseimbangan alam agar keharmonisan alam lingkungan dan kehidupan masyarakat menjadi harmonis dan selaras. Banyak hewan kurban yang dapat digunakan pada Upacara Mecaru ini, tetapi khusus di



Desa Jatiluwih harus menggunakan anak sapi (*godel*). Tradisi dan keyakinan ini sudah dilaksanakan secara turun-temurun oleh masyarakat Jatiluwih dan selalu akan dilaksanakan seperti itu dan tidak ada berani yang melanggar.

Apabila hal tersebut dilanggar, maka akan menyebabkan situasi tidak harmonis dan ada gangguan ketika merayakan Hari Raya Nyepi. Makna dari keyakinan tersebut adalah untuk melestarikan binatang dan tumbuh-tumbuhan di Jatiluwih karena dengan demikian akan selalu dikembangkan sapi dan rumbut sebagai makanan sapi.

#### **4. Penerapan “Mitos” Sebagai Sarana Efektif Implementasi *Tri Hita Karana* Di Desa Jatiluwih Menuju Pariwisata Berkelanjutan**

Daya Tarik Wisata Jatiluwih mempunyai karakteristik yang berbeda dengan daya tarik wisata yang lain karena daya tarik wisata yang dimiliki Daya Tarik Wisata Jatiluwih mengakomodir semua daya tarik yang sangat pro-alam dan pro-masyarakat lokal. Daya tarik yang dimiliki, seiring dengan komitmen kepariwisataan yang dikembangkan saat ini dan mengacu pada Pariwisata Budaya, maka Daya Tarik Wisata Jatiluwih secara utuh sudah melaksanakan model kepariwisataan yang dimaksud. Dengan modal kepariwisataan tersebut, maka Jatiluwih juga diakui sebagai Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*). Keaslian dan

keasrian alam Jatiluwih yang tertuang melalui keindahan alam sawah berteraseringnya tidak terlepas dari keyakinan dan kepercayaan masyarakat terhadap Ida Sasuhunan melalui berbagai kegiatan spiritual dan ritual yang menggunakan seluruh sumber daya yang ada di Desa Jatiluwih.

Konsep *Tri Hita Karana* terapkan dalam setiap aktivitas masyarakat, baik ritual, hubungan kemasyarakatan, dan perlakuan terhadap alam lingkungan di Desa Jatiluwih. Di samping, Konsep *Tri Hita Karana* tersebut, masyarakat Jatiluwih sangat meyakini berbagai mitos yang diwariskan secara turun-temurun dari para Leluhur mereka. Masyarakat tidak berani melanggar dan mengabaikan berbagai mitos tersebut. Kekuatan mitos inilah yang menyebabkan kearifan lokal masyarakat Jatiluwih tertata dan terfiltrasi dari berbagai pengaruh-pengaruh yang menyebabkan dampak-dampak negatif dari perkembangan kepariwisataan dan perkembangan global saat ini. Kekuatan mitos mengalahkan aturan-aturan yang ada karena di dalam mitos tersebut juga mengandung unsur-unsur gaib dan niskala yang tentunya sanksi yang diberikan apabila melanggar sangat ditakuti oleh masyarakat Jatiluwih.

Dengan demikian, kekuatan mitos ini sangat efektif sekali dalam mengimplementasikan *Tri Hita Karana* yang menjwai kehidupan



masyarakat di Desa Jatiluwih. Secara sadar maupun tidak sadar atau secara langsung maupun tidak langsung, masyarakat Jatiluwih sudah menerapkan Konsep *Tri Hita Karana* ini. Kehidupan masyarakat yang harmonis, selaras, serasi, dan seimbang juga terlihat dari sistem agraris yang dikembangkan, serta hubungan kemasyarakatan masyarakat Jatiluwih termasuk juga dalam melaksanakan berbagai upacara dan ritual yang ada di Desa Jatiluwih. Saling hormat-menghormati, gotong-royong, dan kekeluargaan inilah yang juga menjadi salah satu penilaian bahwa Jatiluwih diakui sebagai Warisan Budaya Dunia (*World Cultural Heritage*).

## SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kepariwisataaan yang dikembangkan di Bali adalah kepariwisataan yang bercorak kebudayaan, artinya jenis kepariwisataan yang dalam pengembangannya memanfaatkan kebudayaan daerah Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu yang merupakan bagian dari kebudayaan nasional sebagai potensi dasar yang paling dominan, yang di dalamnya tersirat satu cita-cita akan adanya hubungan timbal-balik antara pariwisata dan kebudayaan, sehingga keduanya meningkat secara selaras, serasi, dan seimbang.
2. Daya Tarik Wisata Jatiluwih memiliki beragam potensi wisata yang dapat disuguhkan kepada wisatawan/pengunjung serta memiliki daya tarik yang sangat besar sekaligus memiliki keunikan-keunikan yang tidak terdapat di daerah lain. Potensi-potensi tersebut adalah: potensi alam, yang meliputi potensi *flora* dan potensi *fauna*, potensi budaya, potensi Sumber Daya Manusia (SDM), dan potensi spiritual yang menjadi pengikat dan perekat berbagai aktivitas yang dilaksanakan pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih.
3. UNESCO menjadikan Desa Jatiluwih sebagai *World Cultural Heritage* (Warisan Budaya Dunia). Konsekuensi menyandang predikat sebagai Warisan Budaya Dunia, maka masyarakat Desa Jatiluwih harus mampu tetap menjaga keadaan sosial/budaya Desa Jatiluwih seperti saat ini dengan tetap dijiwai oleh Agama Hindu.
4. Dalam pengelolaan Daya Tarik Wisata Jatiluwih juga terdapat beberapa kendala atau permasalahan yang dihadapi, di mana kendala-kendala tersebut mendapatkan porsi pemecahan yang sama, sehingga seiring berjalannya waktu semua kendala-kendala tersebut dapat segera diatasi dengan baik dan merupakan bahan pembelajaran secara langsung.



5. Desa Jatiluwih memiliki beragam mitos yang sangat dipercaya oleh masyarakat, di mana mereka tidak berani untuk melanggar/menentang dari mitos tersebut karena diyakini dapat menimbulkan berbagai musibah, baik terhadap individu, kelompok, maupun masyarakat secara luas, sehingga keberadaan mitos ini sangat berperan dalam menjaga kelestarian dan kelangsungan alam/lingkungan Jatiluwih, budaya Jatiluwih, serta keyakinan masyarakat Jatiluwih.
6. Kekuatan mitos sangat efektif sekali dalam mengimplementasikan *Tri Hita Karana* yang menjiwai kehidupan masyarakat di Desa Jatiluwih.

#### Saran

Dari hasil pembahasan dan simpulan, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata Jatiluwih agar tetap dikelola berdasarkan kearifan lokal, khususnya mitos yang diyakini secara turun-temurun oleh masyarakat Jatiluwih dengan memberdayakan potensi-potensi yang dimiliki.
2. Perlu dirancang dan dikembangkan alternatif wisata yang tetap memperhatikan kekhasan Desa Jatiluwih yang berdasarkan Konsep *Tri Hita Karana* untuk memberikan berbagai pilihan serta dapat menangkap berbagai segmen-segmen wisatawan/pengunjung yang datang pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih.
3. Lebih meningkatkan promosi dan penyediaan berbagai fasilitas serta infrastruktur pendukung pada Daya Tarik Wisata Jatiluwih agar wisatawan mendapatkan keamanan dan kenyamanan dalam berwisata.
4. Agar lebih banyak masyarakat yang dikirim untuk mengikuti berbagai pelatihan-pelatihan pariwisata untuk meningkatkan kualitas SDM, sehingga pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki dapat digunakan untuk mengembangkan Daya Tarik Wisata Jatiluwih dengan baik juga agar dapat memberikan pelayanan yang prima kepada wisatawan/pengunjung.
5. Agar diupayakan untuk membuat cinderamata lokal, sehingga wisatawan/pengunjung selalu mengingat Daya Tarik Wisata Jatiluwih dengan cinderamata lokal tersebut.
6. Pihak Pemerintah Daerah Tabanan agar senantiasa memberikan pembinaan dan perhatian kepada Daya Tarik Wisata Jatiluwih.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Metode Dan Teknik Menyusun Tesis*. Bandung: Alfabeta.
- Ardika, Wayan. 2003. *Pariwisata Budaya Berkelanjutan (Refleksi dan Harapan di Tengah Perkembangan*



- Global*). Denpasar: Unud–Program Studi Magister (S2) Kajian Pariwisata.
- Atmaja, Jiwa. 2003. *Perempatan Agung (Menguak Konsepsi Palembang Ruang Dan Waktu Masyarakat Bali)*. Denpasar: CV. Bali Media Adhikarsa.
- Anonim. Majalah DPRD Bali. No. 42 Triwulan II. 1989.
- Anonim. Pemerintah Kabupaten Tabanan. 2006. Profil Pembangunan Desa Jatiluwih.
- Anonim. Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 3 Tahun 1991 Tentang Pariwisata Budaya.
- Bungin, Burhan. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Dinas Pariwisata Provinsi Bali. 2006. *Data Objek dan Daya Tarik Wisata di Bali*. Denpasar.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2001.
- Moleong, Lexy. 2004. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pujaastawa. 2005. *Pariwisata Terpadu (Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- R.G. Soekadijo. 2000. *Anatomi Pariwisata*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Top Destination Bali. 2012. *A Comprehensive Information About Bali*.
- Yoeti, Drs. Oka A. 2008. *Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.
- Wawancara dengan Pihak Terkait di Desa Jatiluwih. 2013.

# FUNCTION ROOM SET UP DAN IMPLIKASINYA TERHADAP KESUKSESAN PENGAMBILAN KEPUTUSAN AGENDA SIDANG

I Gusti Made Wendri

Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Bali

wendriresen@yahoo.com

## Abstract

MICE is a promising industry which receipts have a larger impacts to the Indonesia economy as well as locally at the destination. It is, indeed, believe that MICE to be a sustainable industry. It is due to the fact that Indonesia has been often frequently the host country of 600 events internationally since 2011-2013. The MICE Industry seen from micro point of view is also challenging for the Meeting planner, PCO, hotel Industry, airline, business centre, Travel to be more creative and innovative in improving the service.

This research is conducted in order to find out the Function Room set up and its implication to the success of the decision making of the meeting agenda. The research methodology is dealing with obtaining the data. The Primary data is obtained from deep interview with a banqueting staff of certain hotel in Nusa Dua who sometimes handle the function room set up for the meeting. The secondary data is taken from library research. Jurnal review to support the primary data. The Finding that function room set up impact the success of the decision making of the meeting agenda. The data is then analyzing presented informally in the form of analytic description.

**Key words:; Function Room Set Up, Implikasi.**

## LATAR BELAKANG

Industri Meeting, Incentive, Conference, dan Exhibition (MICE) merupakan bisnis pariwisata yang sangat menjanjikan. Hal ini ditunjang oleh pernyataan Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono (SBY) yang menunjukkan visinya terhadap keberlangsungan bisnis ini pada saat membuka rapat kabinet paripurna di kantor kepresidenan, Jakarta pada tanggal 17 Desember 2011 ( Pusat analisis informasi pariwisata).

Dalam rapat tersebut yang bertepatan dengan pembahasan kesiapan Indonesia sebagai ketua ASEAN tahun 2011. Pada saat yang sama pula disebutkan ada sejumlah 600 *event* pertemuan internasional yang sudah dan akan digelar di Indonesia dari tahun 2011- 2013. Presiden juga mengingatkan bahwa keberhasilan Indonesia menggelar kegiatan serupa di tahun-tahun sebelumnya, serta menghimbau agar tuan rumah atas ratusan event nantinya tidak hanya dimonopoli oleh Jakarta dan Bali saja, tetapi daerah-daerah lainnya, yang bertujuan agar masyarakat



Internasional lebih mengenal daerah-daerah tersebut sebagai destinasi MICE.

Pelaksanaan ajang internasional menurut presiden sebaiknya menyertakan pula kegiatan lain seperti halnya *social program* yang bertujuan acara yang terselenggarakan tersebut membawa dampak serta membawa manfaat ekonomi bagi meningkatnya kegiatan ekonomi di daerah destinasi MICE selain Jakarta dan Bali.

Selain meningkatkan perekonomian bagi daerah destinasi MICE, kegiatan MICE juga mampu berkontribusi terhadap politik, sosial serta juga peningkatan citra Negara, dan bangsa di mata dunia internasional. Kenyataan yang dapat dipastikan hasilnya, mengingat sebegitu banyaknya, ribuan bahkan puluhan ribu para delegasi datang ke sebuah konferensi, atau mungkin dalam mega *sport event* sekelas *FIFA World Cup* atau *Olimpiade*. Peristiwa sejenis ini sudah tentu nantinya juga berdampak pada perbaikan pada bidang infrastruktur; Misal Jalan Toll dan jalan underpass yang dimiliki Bali dalam menyongsong konferensi APEC (<http://www.bali-bisniss-com> Bali Tourism: Memacu Target Kunjungan Wisman diunduh 28 Agustus 2013 @ 9.44 pm).

Pencitraan Negara dan bangsa dalam satu peristiwa pertemuan, sorotan media internasional secara terus-menerus ke Negara Indonesia atau daerah bagian dari kepulauan Indonesia, secara gratis lewat hadirnya jurnalis internasional secara terus-menerus, dan dari peristiwa di paparkan di atas sudah dapat di perhitungkan jumlah devisa yang dapat dihasilkan,

sejumlah pajak yang dapat diterima, serta sejumlah tenaga kerja yang dapat diserap, disamping pula bangkitnya kembali potensi sanggar-sanggar kesenian dan budaya yang terlahir kembali dari keterkuburannya selama sekian waktu (Warta Ekspor.2011).

Dilihat dari sudut sisi mikro yang berdampak cukup besar pada industri perhotelan, penerbangan, jasa travel, angkutan lokal, wisata belanja, tertantangnya kembali para professional penyelenggara MICE, seperti PCO, PEO, EO, dan bangkitnya inovasi dan kreatifitas dari industri kreatif, dan lain-lainnya.

Pulau Bali, yang beberapa tahun belakangan ini telah beberapa kali terpilih menjadi tuan rumah penyelenggaraan *event* internasional, seperti misalnya: UNFCC, Bali Asian Beach Games, ADB, ICCAP dimana keberhasilan tersebut adalah merupakan dukungan yang luar biasa dari elemen-elemen pendukung MICE, seperti misalnya; (1) MICE Bali Destination, (2) DPD SIPCO, (3) Dinas Pariwisata Daerah Bali, (4) Bali Hotel Association, (5) INCAA (Indonesia Congress & Convention Association), (6) The Branch Of PCO, Pacto Convex, KCB, Panorama Convex, dll (7) ASITA, (8) PHRI (Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia), dan (9) institusi pendidikan.

Kesuksesan ini sudah pastinya peran serta dan kesiapan dari penyelenggara *event* besar ini, yang mengoptimalkan segala usaha baik pembangunan di sektor infra maupun *suprastructure* dalam rangka menyambut konferensi-konferensi dimasa mendatang, sebagaimana dapat dijadikan contoh



konferensi APEC 2013 bulan Oktober kemarin.

MICE sebagaimana kita ketahui sebagai suatu jenis kegiatan pariwisata dimana suatu kelompok besar ( asosiasi, perusahaan , NGO, atlet), biasanya direncanakan dengan matang, berangkat bersama untuk tujuan tertentu. Kegiatan MICE lebih banyak melibatkan kegiatan pertemuan, dalam rangka mematangkan tujuan kelompok tersebut. Sebelum kegiatan tersebut berlangsung akan diawali dengan pemilihan suatu tempat/ destinasi serta venue yang sesuai dengan tema pertemuan/ kegiatan tersebut.

Dari fenomena di atas penulis akan mengkaji beberapa jurnal terkait berhubungan dengan pemilihan destinasi, venue, serta siapa-siapa saja yang terlibat serta berperan dalam kegiatan pertemuan serta faktor lainnya yang sesuai dengan topik paper ini.

Dipietro at all (2008), dalam penelitiannya yang berjudul *An explanatory study of differences among meeting and exhibition planner in their destination selection criteria* menemukan adanya sejumlah perbedaan kriteria pemilihan destinasi berdasarkan tiga kegiatan yang berbeda dari ketiga asosiasi internasional;

(1) International Association Of Exhibition and Event (IAEE) menempatkan ruang pameran sebagai rating tertinggi, sementara (2) Meeting Professional International( MPI) persepsi nilai uang menduduki posisi rating teratas, dan (3) Professional Convention, Management Assosiation (PCMA) mencatat pelayanan even menduduki rating

teratas. Ketiga opini asosiasi internasional tersebut di atas, bahwa restoran dan keragaman hiburan malam menduduki posisi rating terbawah.

Dengan teridentifikasinya perbedaan kreteria pemilihan *venue* dari ketiga asosiasi internasional tersebut, akan membantu organisasi Marketing destinasi dalam memposisikan dirinya secara lebih efektif di tengah-tengah ketatnya persaingan di bidang pemasaran destinasi ( Dipietro : 2008: ).

Dari ketiga kreteria rating teratas dari opini masing-masing asosiasi internasional sebagai kreteria atribut *venue* menurut penulis satu sama lainnya adalah sangat penting untuk dikaji. Ruang pameran, Fasilitas, persepsi nilai uang, merupakan rating tertinggi dan merupakan sentral pertimbangan masing-masing asosiasi internasional, kehadiran ketiga elemen yang di atas haruslah bersinergi, karena kreteria dari ketiga atribut *venue* adalah saling melengkapi dan merupakan fasilitas yang harus tersedia dalam kegiatan MICE.

Industri MICE tumbuh subur dan berkelanjutan karena permintaan pelayanan jasa ini senantiasa mengalir dari segmen pasar MICE. Kondisi ini menyebabkan banyaknya pemasar daerah destinasi bersaing ketat dalam merebut perhatian dari para *meeting planner* untuk memilih destinasi dengan fasilitas *venue*nya yang mereka tawarkan. Ketatnya tingkat kompetisi diantara para pesaing ( destinasi), menjadikan sebuah pertimbangan penting bagi destinasi untuk lebih



baik mengidentifikasi faktor-faktor utama yang mempengaruhi pertimbangan *event planner*, *meeting planner* dalam memutuskan pemilihan tempat/ destinasi. Pengetahuan mendalam secara holistik tentang kebutuhan *meeting planner* merupakan kesempatan besar bagi *event destination* untuk membenahi diri guna mendapatkan posisi yang tepat dan perhatian cukup besar dari *meeting planner* saat mempromosikan pelayanan serta produk yang ditawarkan (Go&Governr,1999 dalam Dipietro,2008).

Bagaimanapun tipe *event* tersebut, jumlah pesertanya, tujuan utama dari *event planner* adalah mengkombinasikan sifat-sifat dari destinasi dengan sejumlah tujuan dari *event*. Pada intinya dan yang terpenting adalah seorang *meeting planner* harus menentukan pilihan atas destinasi dengan *venue* yang tepat untuk suatu event, (Vogt,Roehl, 1994 dalam Dipiero, 2008).

Menurut Lee & Back(2005) pilihan yang tepat atas destinasi dengan *venue*nya yang dilakukan seorang *meeting planner* akan berdampak pada kesuksesan hasil meeting dan juga mempengaruhi keputusan delegasi untuk datang menghadiri event bersangkutan. penulis setuju dengan pendapat Lee & Back, gagasannya yang membantumembuka wawasan pemahaman *event planner/ meeting planner* dalam proses pemilihan destinasi serta membantu sales marketing hotel, *convention Centre*, *conference centre*, serta para supplier yang terlibat dalam penyediaan sarana dan prasarana pelayanan berkaitan dengan *meeting*.

Wu (2006:400) menyatakan bahwa *Convention Centre* merupakan objek penting, dan topik utama yang paling disoroti oleh *meeting planner* dalam pemilihan tempat bagi pertemuan yang akan ia selenggarakan atas nama perusahaannya.

Pemilihan *convention centre* yang mencakup kriteria; ukuran, tipe, dan manajemen pengelolaannya. Baloglu dan Love (2001:400 dalam Wu) menyebutkan pemilihan *convention center* oleh seorang *meeting planner* untuk kegiatannya: apakah dalam bentuk *meeting*, *convention*, *conference*, *incentive*, dllnya juga mencakup hotel dan dengan segala fasilitasnya. Berbagai atribut yang dibutuhkan untuk dipertimbangkan bagi suatu fasilitas pertemuan juga memperhitungkan sudut pandang peserta dalam pertemuan. Pada kondisi tertentu pemilihan suatu tempat pertemuan sangat terkait dan dominan dengan persepsi *meeting planner* itu sendiri.

Persepsi *meeting planner* terhadap pemilihan hotel untuk kegiatannya ditentukan oleh fasilitas fisik dari sebuah hotel ( Hu dan Hiemstra, 1996: 4001 dalam Wu).

Kreteria penting lainnya dari pemilihan tempat oleh *meeting planner* ditentukan dari jumlah dan ukuran serta kualitas pertemuan, *guest room*, kemungkinan-kemungkinan bernegosiasi masalah makanan, minuman, harga kamar, kualitas makanan, dan efisiensi prosedur check in/out.

Rutherford & Umbreit (1993) mengidentifikasi dan melakukan penganalisaan terhadap pelayanan prima. Permasalahan yang harus dikritisasi adalah hubungan antara *meeting planner* dan karyawan



hotel. Pelayanan secara personal yang merupakan hal penting untuk ditumbuh kembangkan agar pelayanan prima dapat segera dapat diperoleh sebagai respon positif dari komunikasi yang telah terbina. Aksesibilitas dari karyawan yang kritis muncul sebagai respon hubungan dan berdampak pada kepuasan *meeting planner*.

### PERMASALAHAN

Bertitik tolak dari pembacaan jurnal serta studi kepustakaan, maka yang akan dijadikan permasalahan dalam tulisan ini adalah :1. Bagaimana implikasi *function room set up* dari sudut komunikasinon verbal, sebagai respon peserta dalam mengikuti pertemuan?

2. Apa saja bentuk penataan ruang duduk untuk kantor serta Dampak kontruksi yang diciptakan ?

3. Apa saja *Ragam Room Function Set Up* serta implikasinya ?

Sebagai tujuan tulisan ini adalah untuk menjawab ketiga permasalahan tersebut di atas yang akan terjawab dalam pembahasan.

**Manfaat tulisan ini adalah sebagai berikut:**

1. sebagai manfaat praktisnya adalah pemahaman kebutuhan dari ketiga asosiasi yang senantiasa menggunakan jasa *meeting planner* dalam pengelolaan kegiatan *bisnis function*

2. Memantapkan kolaborasi antara *meeting planner* dan staff hotel sebagai tim solid untuk mempertemukan dan memberikan pelayanan yang optimal kepada

perusahaan pengguna jasa meeting sesuai kebutuhannya.

3. Mengetahui dampak fisiologi dan psikologi yang berpengaruh pada kenyamanan peserta sidang.

### METODOLOGI PENELITIAN

Metode pengumpulan data dari tulisan ini diperoleh dari pembacaan beberapa jurnal dan studi kepustakaan. Data primerdidapat dari wawancara mendalam dengan 2 orang staff *banqueting* pada suatu hotel di Nusa Dua , mereka terbiasa menangani *function room set up* untuk pertemuan ditingkat internasioanal.

### PEMBAHASAN

*Meeting Planner* dapat didefinisikan sebagai seorang perancang yang mampu mengkoordinir segala kebutuhan dan persiapan dari sebuah penyelenggaraan meeting baik dari perusahaan, asosiasi, atau lembaga di tempat ia bekerja atau dipekerjakan.

Seorang *meeting planner* sangatmemahami sifat-sifat organisasi dengan segala kebutuhannya, termasuk sifat dan demensi waktu dari pertemuan-pertemuan dari masing-masing internal perusahaan atau lembaga dimana ia dipekerjakan.*Meeting planner* merupakan penentu dalam hal pemilihan:, termasuk tempat pertemuan, jadwal yang efektif, menyiapkan ruangan yang nyaman, makanan yang enak, tour yang menyenangkan, termasuk mencari pembicara yang tepat, jika pertemuan yang diselenggarakan bersifat bisnis atau untuk mencari keuntungan (Crough,1998:59).



## Konsep komunikasi

Komunikasi merupakan gagasan kesalingtergantungan yang menjelaskan hubungan antar manusia. Unsur yang paling penting dalam komunikasi bukan sekedar pada apa yang pembicara tulis atau pembicara katakan, tentang apa, kepada lawan bicara melalui saluran/media apa, dengan menekan "noise"/ gangguan dalam proses komunikasi. Dalam konteks tulisan ini gangguan dapat saja disebabkan terhalangnya komunikasi sebagai akibat kesalahan dalam menyusun tempat duduk, yang berakibat gangguan pada kelancaran komunikasi. Tatap muka atau kontak mata antara pembicara dan peserta sidang, sehingga kurang fokusnya peserta dalam mengikuti pesan-pesan yang disampaikan oleh pembicara sehingga menimbulkan kekurangan nyamanan dalam mengikuti *meeting* atau pertemuan. Hal ini dapat mengganggu konsentrasi peserta, sehingga memungkinkan mereka untuk melakukan kegiatan di luar konteks kegiatan sidang, tidur, atau bercakap-cakap dengan peserta yang lainnya sehingga mereka kurang fokus terhadap objek fokus dan akibatnya keputusan dan hasil pertemuan tidak dapat optimal.

## Manfaat Komunikasi

Manusia adalah makhluk sosial dan menjadi seperti itu karena kita berkomunikasi satu sama lain. Berkomunikasi dengan baik sama halnya kita menjual gagasan dengan baik. Komunikasi membuat manusia dapat menyampaikan isi hatinya dan menjalin perasaan. Betapapun cerdasnya seseorang secara intelektual, jika ia tidak mampu mengkomunikasikan, maka

kecerdasannya itu akan sia-sia. Demikian juga halnya, karier seseorang tidak akan berkembang dalam organisasi, publik atau swasta, tanpa berbekal kemampuan komunikasi. Dalam konteks tulisan ini dimana pengaturan tempat duduk bagi peserta sidang lebih banyak pada konteks komunikasi non verbal yang bertendensi pada segi pemaknaan.

Komunikasi dapat kita pandang sebagai berbagi pikiran atau informasi. Segala bentuk aktivitas dilakukan orang dengan tujuannya menyampaikan pesannya pada orang lain dengan pesan itu diterima sesuai dengan makna yang kita maksudkan ( Betty Ds, 2007 :41).

## Komunikasi non Verbal

Membangun sebuah komunikasi efektif tidak terlepas dari kemampuan seseorang memahami isyarat non-verbal. Berikut beberapa hal yang sebaiknya dipertimbangkan untuk memahami komunikasi non verbal.

## Kontak Mata

Hal pertama yang dilakukan pembicara yang baik adalah menatap lawan bicara dan mengambil jeda untuk memulai sebuah pembicaraan. Ini merupakan salah satu cara yang membantu untuk menciptakan kesan baik pada lawan bicara. Namun, ada kalanya lawan bicara anda tidak melakukan kontak mata, sehingga anda merasa diabaikan. Asumsi itu mungkin saja benar, tetapi perlu digali penyebab sesungguhnya. Kemungkinan orang tidak melakukan kontak mata dengan lawan bicara disebabkan rasa takut, rasa malu, rasa bersalah, atau merasa



tidak suka bicara dengan lawan bicara.

### **Ekspresi Wajah**

Wajah merupakan cermin kepribadian seseorang. Ekspresi wajah merupakan pikiran yang sedang melintas pada diri seseorang, sebagai contoh senyuman merupakan keramah tamahan. Mengangkat alis mata menunjukkan ekspresi heran. Mengerjitkan dahi menunjukkan kesan takut atau gelisah. Semua emosi dan berbagai macam tingkah laku manusia diekspresikan dalam emosi yang berbeda yang tergambar di wajah. Jadi, saat melakukan komunikasi perhatikan ekspresi lawan bicara Anda. Meskipun kadang-kadang terjadi manipulasi terhadap ekspresi wajah, tetapi secara keseluruhan dapat dikenali apakah seorang memang menunjukkan sikap positif terhadap anda atau tidak.

### **Bahasa tubuh**

Setiap gerak-gerik tubuh saat bicara mesti dikoordinasikan dan konsisten dengan isi pesan. Bahasa tubuh yang kita perhatikan dapat menimbulkan persepsi yang tepat dan dapat juga keliru. Dalam konteks tulisan ini bahwa pengaturan tempat duduk, dengan memberikan keleluasaan terhadap kebebasan gerak peserta pertemuan akan sangat menunjukkan hasil yang positif pada bahasa tubuh yang mempengaruhi kenyamanan dalam mengikuti pertemuan (Departemen Pendidikan Nasional, 2007 :34)

### **Macam-macam Bisnis Function**

Beberapa *bisnis function* sering diadakan oleh perusahaan yang ditangani *meeting planner*

antara lain: (1) *Board meetings*, (2) *Business Meeting*, (3) *Client appreciation Events*, (4) *Conference*, (5) *Convention*, (6) *Coorporate shows*, dan *Employee appreciation Events*.

Secara umum kegiatan-kegiatan ini merupakan pertemuan di antara para staf karyawan dalam rangka memajukan perusahaan tempat mereka bekerja. Kegiatan 'pertemuan' yang dapat menghabiskan selama 6 jam berturut-turut dalam sekali pertemuan. Bayangkan jika suasana yang kurang menyenangkan terjadi dalam kurun waktu lama dalam suatu pertemuan, dapat dipastikan waktu begitu membosakan dilewati dengan sia-sia, dan tidak membuahkan hasil yang memuaskan. Maka banyak hal yang harus dipertimbangkan seorang *meeting planner* dengan *staff hotel* dalam berkolaborasi dalam rangka merencanakan ruangan pertemuan.

Banyak orang kurang menyadari kegunaan strategis dalam kaitan pengaturan tempat duduk untuk dan dalam rangka memfasilitasi bisnis mereka disamping manfaat fisiologi juga manfaat psikologis. Kekurangan mereka adalah dalam pemahaman manfaat pengaturan tempat duduk dalam pertemuan-pertemuan yang mereka selenggarakan disetiap kebutuhannya di kedua aspek di atas. Pengaturan tempat duduk yang baik memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap efek komunikasi non-verbal. Dan berdampak pada kenyamanan setiap individu yang terlibat dalam kegiatan tersebut. Manfaat ergonomis sudah barang tentu mempengaruhi kenyamanan peserta sidang, jika dikaitkan dengan hubungan tubuh dan kenyamanan



dalam mempergunakan alat. Kontak mata, jarak, penerangan, dekorasi ruang sidang juga sangat mempengaruhi horizon pandang setiap individu.

Berikut penataan ruang kantor yang mengkomunikasi struktur sosial diantara peserta yang terlibat.

### Office Seating

Para eksekutif secara sengaja maupun tidak, mengatur sedemikian rupa ruang kantor mereka dengan memposisikan tempat duduknya lebih tinggidari pada tempat duduk kliennya. Posisi ini akan berdampak pada keuntungan dari komunikasi non-verbal yang didapatkan dari konstruksi yang di rancang atas penempatan posisi sedemikian rupa.

Menata kursi lebih tinggi dari kliennya untuk menunjukkan bahwa ia memiliki posisi yang lebih tinggi. Namun ada juga para eksekutif mengajak tamunya, kliennya, untuk memasuki suasana relaks seperti menyusun dalam bentuk *round table*. Konsep berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah.

Pada prinsipnya ada Tiga jenis utama posisi pengaturan tempat duduk kantor yang banyak diaplikasikan yang antara lain:

- (1). Bentuk menyudut atau diagonal
- (2). Bentuk berkompetitif atau berhadap-hadapan
- (3). Bentuk kooperatif/ berderet

Dalam kekompleksitasan masalah dalam sebuah pertemuan faktor fisik dan kejiwaan yang berkaitan dengan hubungan emosional, adalah dua hal yang harus

dipikirkan oleh mereka yang berkecimpung dalam penyet-up-an serta penataan tempat duduk untuk bersidang, hal ini akan berdampak pada keefektifan komunikasi, kenyamanan dan prestise bagi mereka yang memiliki peranan khusus dalam pertemuan tersebut hal yang harus dipertimbangkan. Peserta pertemuan yang dapat dipahami kehadirannya melibatkan banyak tahapan proses; datang bersama, dengan tujuan bersama, dipersiapkan dengan matang jauh-jauh hari sebelumnya, untuk tujuan mendiskusikan masalah, dan hasil pertemuan dan gagasan yang telah dihasilkan tersebut akan di sampaikan ke khalayak umum serta bermanfaat bagi masyarakat banyak.

Tujuan yang diharapkan dari peserta sidang merupakan pencapaian gagasan yang berguna bagi masyarakat dengan hasil baik, saatnya dipertimbangkan kenyamanan peserta dari kedua aspek disebutkan di atas.

### Bentuk oval

Bentuk ini dengan susunan tempat duduk seperti oval, pimpinan/ ketua akan memilih duduk di ujung meja, sementara pesertadengan kedudukan sejajar atau selevel, duduk mengelilingi ke dua sisi meja. Posisi oval sangat bagus dan efektif untuk memperoleh kesepakatan, mengingat duduk berdekatan dengan tidak adanya gap membuat peserta akan lebih cepat mengambil keputusan.

Dikontraskan dengan susunan **tempat duduk berhadapan**. Susunan tempat duduk berhadapan satu dengan lain sering menimbulkan komunikasi non-verbal yang menantang, sebagai dihadapkan



degan suasana berkonfrontasi. Sebagai contoh :

Peserta satu dengan yang lainnya secara non-verbal mengamati sesama secara diam-diam, dan ini mampu memancing emosi.

Lama menghasilkan kesepakatan, hal ini dikarenakan pembicara yang satu berhenti bicara akan di lanjutkan oleh oleh peserta yang duduk disebaliknya dan akan bertendensi menghasilkan debat kusir.

**Large Conference Seating**, susunan tempat duduk untuk jenis ini adalah diarahkan dalam rangka interaksi secara efektif antara hadirin dan penceramah dalam hal penyampaian informasi. Susunan berupa rancangan kooperatif, dan kompetitif tidak ada hubungannya sama sekali antar peserta.

Pengunjung/ peserta yang hadir difokuskan pada satu orang yang sama yaitu pembicara/ penceramah, bertujuan untuk penyampaian dan penerimaan informasi.

**Round Table** sesungguhnya bertujuan untuk mengurangi persaingan, dan kompetisi, antar peserta atau hadirin dengan ketua sidang. Ketua sidang berusaha mengurangi friksi dengan senantiasa memilih *Round Table*. Bukan berarti mengecilkan status seorang pemimpin sidang, karena seorang pemimpin bersifat Tut Wuri Handayani dan merasakan persamaan derajat dengan duduk bersama dalam satu meja bersama stafnya/ peserta untuk menghasilkan sebuah gagasan dan mufakat.

Umumnya para hadirin atau peserta dalam seminar, pertemuan,

selalu memilih tempat yang sesuai dengan keinginannya terkecuali mereka yang telah di plot tempat duduknya. Ada yang memilih duduk paling depan dekat dengan pembicara, sikapnya akan lebih positif dibandingkan dengan mereka yang memilih duduk paling belakang dan mereka sering pasif dan tidak mau terlibat banyak.

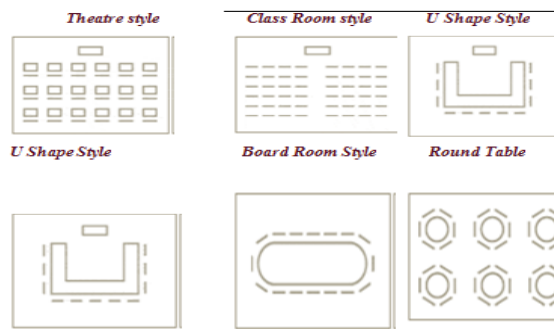
Peserta yang memilih duduk berkonfrontasi dengan pembicara/ ketua umumnya mereka kritis, dan vocal namun mereka memilikigagasan.

## **RAGAM FUNCTION ROOM SET UP**

Pengaturan tempat duduk bagi suatu pertemuan/ meeting adalah selain untuk keefektifan komunikasi juga dibuat untuk kenyamanan perasaan peserta. Kenyamanan dimaksudkan disamping secara emosi, juga secara sosial prestise. Dalam bisnis, etika sangat penting, karena mencerminkan struktursosialnya dilihat dari cara berpakaian, pilihan dan posisi tempat duduk yang menentukan jabatan/ posisi nya dalam suatu pertemuan atau perjamuan. Ada beberapa macam susunan tempat duduk/ *Function Room Set Up* sebagaimana diterapkan di berbagai pertemuan (*Cetre Point Motor In; 2013*) yang antara lain sebagai berikut:



Function Room Set up



<http://www.jobenjoy.com/seating-configurations/>

Implikasi yang ditemukan pada set up tempat duduk pada gambar di atas dalam pertemuan adalah keefektifan komunikasi, jumlah peserta yang dapat ditampung, serta mampu mencapai tujuan sesi secara objektif. Memberikan peserta kesempatan untuk belajar dari pengalaman, juga berkaitan dengan fungsi audio visual dan pengaruhnya terhadap beberapa dimensi lainnya sebagai berikut:

### Theatre Seating

Set-up tempat duduk yang tidak memerlukan meja. Tempat duduk berbaris, dan berderet, menghadap ke panggung. Pengaturan tempat pertemuan seperti ini bagus untuk presentasi berdurasi pendek, seminar, perkuliahan, dan membutuhkan perhatian peserta untuk mendengar dan memperhatikan pembicara. Kebebasan menjelaskan secara rinci tanpa menghendaki peserta untuk mencatat atau menggunakan laptop. *Set-up* ini menampung peserta 11-61 peserta.

### Round Table

Round table set-up bertujuan untuk memaksimalkan tempat duduk

untuk berbagai kepentingan. *Round table* biasanya diikutkan dengan santapan, memperlancar hubungan bisnis, mendorong hubungan sosialita untuk grup kecil, yang biasanya berjumlah 6-8-10 orang.

### Chevron Set-Up

Kursi di tata sebelah menyebelah berderet membentuk huruf V, dipisahkan oleh lorong, menghadap meja pembicara, pengaturan tempat duduk yang lebih produktif untuk group dalam jumlah besar. Lebih baik dengan rancangan jenis ini jika dibandingkan rancangan kelas. Kontak matadengan pembicara cukup leluasa menunjukkan partisipasi dan perhatian. Membentuk kesatuan partisipasi peserta, peserta saling berpartisipasi. Kapasitas peserta dari jumlah 11- 61 peserta ( ini penulis tambahkan dalam menambah ragam lainnya).

Rancangan tempat duduk yang baik untuk : Mengajar, training, ceramah, presentasi, Diskusi, negosiasi, executive presentation, seminar, conference dan pertukaran pendapat.

### U Shape

Serangkaian meja ditata membentuk huruf U dengan tempat duduk ditata mengelilingi salah satu sisi meja, baik untuk mempromosikan forum terbuka untuk kelompok atau group kecil, keseluruhan peserta dapat saling bertatap muka, saling pandang dan kontak mata, sehingga menghasilkan diskusi yang hidup. Susunan bentuk U ini mampu menampung sejumlah 1-40 peserta. Kegunaan penataan ini adalah baik untuk perkuliahan, memberikan pelatihan, meeting,



diskusi, negosiasi, team building, conference dan brain storming.

### Kesimpulan

Seorang meeting planner memang dituntut kepekaannya dalam menjaga kebutuhan perusahaan untuk menghasilkan rumusan keputusan yang baik dan bermanfaat bagi perusahaan yang memperkerjakannya. Kepekaan yang tidak saja dalam menyusun jadwal yang efektif, memilih kamar hotel yang berkualitas dalam hal fasilitas, restoran yang menyiapkan menu yang baik bagi peserta pertemuan, namun juga kebutuhan dalam kenyamanan suasana sidang. Kenyamanan yang ditentukan oleh penerimaan dan penyampaian informasi yang baik, penyampaian informasi dari pembicara, dan penerimaan informasi oleh peserta. Kenyamanan ditunjang dari berbagai aspek dimensi yang antara lain penyusunan tempat duduk yang baik, dalam rangka menghasilkan komunikasi yang baik dan mengurangi hambatan penyampaian ataupun penerimaan informasi dari kedua belah pihak, penceramah dan peserta sidang. Bagi peserta sidang tempat duduk yang kurang nyaman juga berdampak pada dimensi ergonomis. Pemilihan yang baik atas susunan tempat duduk akan menghasilkan hubungan secara emosi diantara peserta maupun pimpinan sidang. Mengurangi friksi diantara peserta sidang akan berpengaruh dalam menghasilkan keputusan yang cepat dan efektif. Sehingga *business function* yang di kelola perusahaan dimana seorang meeting planner diperkerjakan dapat berjalan dengan sempurna.

### Daftar Pustaka:

Cartney, G,Mc.2008.The CAT (Casino Tourism) and the MICE: Key Development Consideration for the Convention and Exhibition Industry in Macao. *Journal of Convention & Event Tourism* 9 (4),293-308

Comas,M and Moscardo,G.2005. *Understanding Association and Their Conference Decision-Making Process. Journal of Convention & Event Tourism*7 (3/4),117- 134

Clark, D,J. 2004. *Considering a Convention Centre :ten Questions Communities will Confront. Journal of Convention & Event Tourism* 6(1/2) 5-21

Crough,G,I and Rictchie.and Ritchie,J.R.B.1998.*Convention Site Silection Research.Journal of Convention& Exhibition Management.1(1),49-69*

Hoyle.Leornard, H .1989 *Managing Conventions and Group Business : Amerika :Library Of Congress and Catalog Data*

Kavin,W and Ladkin,A.2005.*Trends Affectings The Convention Industry in 21<sup>st</sup> Century. Journal of Convention & Event Tourism* 6 (4),47-63

Richard B., Gartrell. 1989 *Bureau Operation: Adelaide South Australia*

Wu,A,and Weber Karin,2005,*Convention centre Facilities,attributes and services: The Delegates'perspective.Asia*



*fasific Journal of Tourism  
Research.10.(4) 401-409*

Kuala Lumpur “ *Malaysia’s Premier  
MICE Destination*” : Published by:  
Kuala Lumpur City Hall

Warta Ekspor.2011. Potensi Industri  
MICE Indonesia: Jakarta,  
Kementerian Perdagangan  
Republik Indonesia.

[http:// www.bali-bisnis-com](http://www.bali-bisnis-com) Bali  
Tourims: Memacu Target Kunjungan  
Wisman diunduh 28 Agustus 2013  
@ 9.44 pm

[http:// www.bali-bisnis-com](http://www.bali-bisnis-com) Bali  
Tourims: Apec 2013 : Hotel ikuti  
keamanan 28 Agustus 2013 @ 9.44  
pm

[http://www.jobenjoy.com/seating-  
configurations/](http://www.jobenjoy.com/seating-<br/>configurations/)

[http://www.srib.com/doc/22348349/  
profil usaha-jasa-konvensi-mice-di-  
bali](http://www.srib.com/doc/22348349/<br/>profil-usaha-jasa-konvensi-mice-di-<br/>bali)

# **PERTIMBANGAN WISATAWAN MENGUNJUNGI OBJEK WISATA ALAS KEDATON TABANAN - BALI**

**I Ketut Yudana Adi<sup>\*1</sup> & I Ketut Budiasa<sup>\*2</sup>**  
Dosen STIE Triatma Mulya<sup>\*1</sup>  
Dosen STIPAR Triatma Jaya<sup>\*2</sup>  
Ketut.yudana@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*1</sup>  
Ketut.budiasa@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*2</sup>

## **ABSTRAK**

The dynamic movement of global tourism development and the tourists' tendency to have different vacation patterns are an opportunity and a challenge for tourism in Bali. Alas Kedaton is one of many tourism objects located in Tabanan Regency. Tourism objects in this regency are able to increase tourists' visitation to the place. Each tourist has his/her own reason to visit Alas Kedaton considering there are many other alternative tourism objects. The scopes of this research are 1. What factors which become tourists' consideration to visit Alas Kedaton in Tabanan regency? 2. Which is the dominant factor that becomes tourists' consideration to visit Alas Kedaton in Tabanan regency? 15 variables were used in this research, thus the total samples taken were  $15 \times 10 = 150$  respondents. Factor analysis was used as the analysis technique. The factors which became tourists' consideration to visit Alas Kedaton were advantage factor (1), supporting factor (2), product factor (3), and edit value factor (4). The dominant factor which became tourists' consideration to visit Alas Kedaton was the advantage factor formed by famous tourism object variables, secure feeling of the visitors, friendly service of the staff, the beauty of flora and fauna, affordable entrance fee, and strategic and reachable location.

**Kata kunci :** Pertimbangan Wisatawan, Perjalanan, Pariwisata, Objek Wisata

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang Masalah**

Pariwisata merupakan salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam pembangunan nasional di Indonesia, dimana pembangunan nasional yang telah kita laksanakan dalam kurun waktu selama ini menitikberatkan pada sektor pariwisata. Secara terperinci dinyatakan bahwa pembangunan sektor pariwisata ditujukan sebagai salah satu sasaran bidang pembangunan ekonomi

dikarenakan pariwisata merupakan penghasil devisa Negara yang perlu mendapat perhatian karena mampu menyumbang devisa yang sangat besar bagi penghasilan Negara Indonesia. Untuk itulah pengetahuan tentang objek wisata yang ada di Indonesia harus dapat diinformasikan dengan baik kepada wisatawan agar wisatawan yang berkunjung ke Indonesia mempunyai motivasi kembali untuk datang ke Indonesia,



sehingga dapat meningkatkan devisa negara.

Bali adalah pusat pariwisata Indonesia bagian tengah yang memiliki berbagai potensi yang menunjang pertumbuhan kepariwisataan, mencakup potensi alam, manusia dan kebudayaan. Sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang mempunyai begitu banyak objek wisata, pulau Bali yang dikenal sebagai pulau seribu pura atau pulau dewata mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sumber pendapatan dan penyediaan lapangan kerja di setiap daerah yang ada di Bali. Perkembangan pariwisata di Bali sangat didukung oleh pendayagunaan sumber daya alam, pengembangan unsur kebudayaan di daerah tujuan wisata dan penyediaan sarana dan prasarana yang menunjang pariwisata itu sendiri. Beberapa tahun belakangan ini, pariwisata di Bali dalam keadaan yang normal walaupun sedikit ada gangguan kriminal dan isu politik yang ada di Negara Indonesia. Ini dapat dilihat keseluruhan wilayah Indonesia yang sangat mendukung antara wilayah yang satu dengan yang yang lainnya.

Mencermati perkembangan kepariwisataan dunia yang terus bergerak dinamis, dan kecenderungan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dalam berbagai pola yang berbeda merupakan peluang sekaligus tantangan bagi kepariwisataan Bali. Nurjaya (2009) menemukan agar para wisatawan mancanegara tetap mempunyai daya tarik maka perlu adanya pemeliharaan dan tetap

melindungi keaslian dari objek tersebut.

Informasi tentang suatu objek wisata sangat penting karena bisa menjadi pedoman bagi wisatawan untuk datang kembali ke objek tersebut. Hutabarat (2010) dalam penelitiannya pemandu wisata di Indonesia kebanyakan hanya mengetahui pengetahuan objek wisata di daerah setempat dimana mereka tinggal dan mereka tidak mengetahui pengetahuan objek wisata lain yang nantinya sebenarnya mempunyai kontribusi untuk kembalinya wisatawan berkunjung ke Indonesia. Untuk itu para pemandu wisata yang ada di Alas Kedaton seharusnya betul - betul mengetahui minat wisatawan untuk datang kembali sehingga sangat perlu mempunyai kemampuan menjelaskan informasi objek wisata Alas Kedaton dengan objek wisata lainnya khususnya yang sejenis.

Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sesungguhnya merupakan cagar alam yang dilindungi, karena merupakan kawasan hutan . Hutan ini dihuni oleh satwa kera yang jinak dan kelelawar besar, disamping itu di dalam hutan tersebut juga terdapat Pura yang juga merupakan daya tarik objek wisata tersebut. Dari keunikan dan daya tarik yang dimiliki tersebut, objek wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sangat memiliki potensi untuk menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Berkaitan dengan hal tersebut penelitian ini penting dilakukan



untuk mengetahui lebih jauh ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Alas Kedaton sehingga nantinya dari hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada pengelola obyek tersebut agar dapat dijadikan pedoman untuk terus mengembangkan objek wisata tersebut.

#### **Perumusan Masalah**

1. Faktor-faktor apakah yang menjadi persepsi wisatawan mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan-Bali?
2. Faktor manakah yang dominan menjadi persepsi wisatawan mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan-Bali?

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

##### **Atribut Produk**

Daya tarik suatu produk dapat menimbulkan minat konsumen untuk mengkonsumsi atau memiliki produk tersebut. Fandy Tjiptono (2001 : 103) mengatakan bahwa : “Atribut produk adalah unsur-unsur produk yang dipandang penting oleh konsumen dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian, atribut produk meliputi merek, kemasan, jaminan (garansi), pelayanan dan sebagainya”.

Dari definisi tersebut diatas, maka dapat diartikan bahwa atribut produk adalah suatu komponen dan produk yang menjamin agar produk tersebut dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen yang dapat memenuhi kebutuhan dan

keinginan konsumen, yang berupa merek, jaminan, pelayanan, rancangan produk dan kualitas.

##### **1. Merek Produk**

Fandy Tjiptono (2001 : 104) mengatakan bahwa “Merek produk adalah nama, istilah, tanda, simbol atau lambang, desain, warna, gerak atau kombinasi atribut-atribut produk lainnya yang diharapkan dapat memberi identitas atau diferensi terhadap produk pesaing”.

##### **2. Jaminan**

Menurut Fandy Tjiptono (2001 : 108), “Jaminan adalah janji yang merupakan kewajiban produsen atas produknya kepada konsumen, dimana para konsumen akan diberi ganti rugi bila produk ternyata tidak bisa berfungsi sebagaimana yang diharapkan atau dijanjikan”. Jaminan bisa meliputi kualitas produk, reparasi, ganti rugi (uang kembali atau produk ditukar) dan sebagainya.

##### **3. Pelayanan**

Pelayanan kepada pelanggan merupakan elemen lain dari strategi produk. Usaha untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada lebih kecil daripada menarik pelanggan baru atau menarik kembali pelanggan yang sudah hilang.

##### **4. Rancangan produk**

Rancangan produk adalah proses merancang gaya dan fungsi produk yang menarik, mudah, aman dan murah untuk dipergunakan dan diservis, serta sederhana dan ekonomis untuk dibuat dan didistribusikan.

##### **5. Mutu atau kualitas produk**



Mutu adalah salah satu alat penting bagi pemasar untuk menempatkan posisi. Mutu mempunyai dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi.

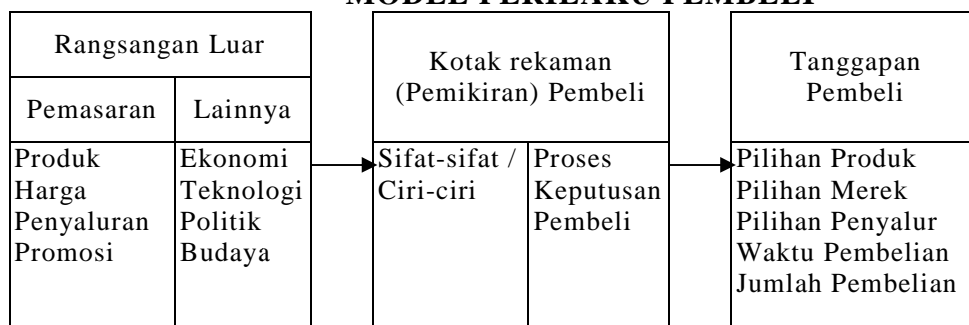
### Perilaku Konsumen

Keberhasilan kegiatan pemasaran suatu perusahaan sangat ditentukan oleh kemampuan perusahaan itu menyelami persepsi pembeli atau konsumen, sehingga dapat diketahui mengapa seseorang lebih senang dan membeli produk merek tertentu, bukan merek lainnya. Persepsi yang menimbulkan preferensi seseorang pembeli terhadap suatu produk dan merek

tertentu dikenal dengan perilaku konsumen.

Menurut James F. Engel (dikutip oleh Husein Umar, 2003 : 50) : “Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini”. Sedangkan. Sehubungan dengan hal tersebut, Sofjan Assauri (2002 : 126) mengemukakan model perilaku pembeli seperti yang disajikan pada gambar 1 di bawah ini.

**GAMBAR 1**  
**MODEL PERILAKU PEMBELI**



Sumber : Sofjan Assauri (2002 : 126)

Berdasarkan gambar .1 diatas, terlihat bahwa kegiatan pembelian yang akan dilakukan pembeli atau konsumen ditentukan oleh pemikiran dan tindakan calon pembeli atau konsumen tersebut, yang terdiri dari dua komponen, yaitu ciri-ciri pembeli yang akan mempengaruhi reaksi mereka terhadap rangsangan dan proses pengambilan keputusan oleh pembeli itu, akan terlihat dari hasil

terjadinya pembelian. Ciri-ciri pembeli akan menentukan rangsangan apa yang sebaiknya dapat dipergunakan secara efektif, baik rangsangan pemasaran yang terdiri dari produk, harga, penyaluran dan promosi, maupun rangsangan lain yang timbul dari lingkungan si pembeli, yang terdiri dari ekonomi, teknologi, politik dan budaya. Rangsangan ini akan mempengaruhi proses keputusan



pembeli, yang tercermin dalam tanggapan pembeli, yang berupa pilihan produk, pilihan merek, pilihan penyalur, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

### Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Bilson Simamora (2004 : 9) mengemukakan bahwa “Pada dasarnya konsumen tidak sembarangan dalam membuat keputusan membeli”. Banyak faktor yang sangat mempengaruhi konsumen antara lain seperti tercantum dalam gambar 2 berikut ini

**GAMBAR 2**  
**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN**



Sumber : Bilson Simamora (2004:9)

1. Bilson Simamora, (2004:9) menyatakan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen terdiri dari Kultur Kultur ini sifatnya sangat luas dan menyakut segala aspek kehidupan manusia. Dalam kenyataan banyak perilaku manusia ditentukan oleh kultur, dan pengaruhnya akan

selalu berubah setiap waktu sesuai dengan kemajuan jaman dari masyarakat tersebut.

#### 2. Subkultur

Tiap kultur mempunyai subkultur yang lebih kecil, atau kelompok orang dengan sistem nilai yang sama berdasarkan pengalaman dan situasi hidup yang sama.

#### 3. Kelas sosial



Kelas sosial merupakan bagian-bagian yang secara relatif permanen dan tersusun didalam masyarakat yang anggota-anggotanya memiliki nilai. kepentingan atau minat, dan perilaku yang sama.

#### 4. Kultur rujukan

Kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tak langsung dalam pembentukan sikap seseorang. Orang sering dipengaruhi oleh kultur rujukan dimana ia tidak menjadi anggotanya.

#### 5. Keluarga

Setiap anggota keluarga memiliki selera dan keinginan yang berbeda dimana mereka dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembelian.

#### 6. Peran dan status

Posisi seseorang dalam tiap kelompok dapat ditentukan dari segi peran dan status.

#### 7. Usia dan tahap daur hidup

Orang akan mengubah barang dan jasa yang mereka beli sepanjang kehidupan mereka. Kebutuhan dan selera seseorang akan berubah sesuai dengan usia. Pembelian dibentuk oleh tahap daur hidup keluarga.

#### 8. Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya dengan demikian pemasar dapat mengidentifikasi kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat diatas rata-rata terhadap produk mereka.

#### 9. Keadaan ekonomi

Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk pemasar yang produknya peka terhadap pendapatan dapat dengan seksama memperhatikan kecendrungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga.

#### 10. Gaya Hidup

Gaya hidup adalah pola kehidupan seseorang sebagaimana tercermin dalam aktivitas, minat, dan opininya. Konsep gaya hidup apabila digunakan oleh pemasar secara cermat dapat membantu untuk memahami penilaian konsumen yang terus berubah dan bagaimana nilai-nilai tersebut mempengaruhi perilaku konsumen.

#### 11. Kepribadian dan konsep diri

Tiap orang mempunyai kepribadian yang khas dan ini akan mempengaruhi perilaku pembeliannya. Kepribadian mengacu pada karakteristik psikologis yang unik yang menimbulkan tanggapan relatif konstan terhadap lingkungannya sendiri.

#### 12. Motivasi

Kebanyakan dari kebutuhan-kebutuhan yang ada tidak cukup kuat untuk memotivasi seseorang untuk bertindak. Pada saat tertentu suatu kebutuhan akan berubah menjadi motif apabila kebutuhan itu telah mencapai tingkat tertentu.

#### 13. Persepsi

Persepsi diartikan sebagai proses dimana individu memilih, merumuskan, dan menafsirkan masukan informasi untuk



menciptakan suatu gambaran yang berarti mengenai dunia.

14. Pembelajaran  
Pembelajaran (*learning*) menjelaskan perubahan-perubahan dalam perilaku individual yang muncul dari pengalaman dan kebanyakan perilaku manusia adalah hasil proses belajar.

15. Kepercayaan dan sikap  
Melalui tindakan dan proses belajar orang akan mendapatkan kepercayaan dan sikap yang kemudian mempengaruhi perilaku pembeli. Kepercayaan adalah suatu pemikiran deskriptif yang dimiliki seseorang tentang sesuatu. sedangkan sikap adalah organisasi dari motivasi, perasaan emosional, persepsi, dan proses kognitif kepada suatu aspek.

### **Motif Pembelian**

Motif pembelian perlu dipelajari agar dapat diketahui alasan orang melakukan pembelian, sehingga dapat dilakukan kegiatan untuk menarik pembeli agar bersedia membeli produk yang ditawarkan. Sofjan Assauri, (2002 : 116) menyatakan bahwa, motif pembelian dapat dibedakan atas:

1. Motif pembelian terhadap produk (*product motives*), yang meliputi semua pengaruh serta alasan yang menyebabkan seorang konsumen membeli produk tertentu.
2. Motif pembelian terhadap tempat atau penyalur yang menjual produk itu (*patronage motives*) yang merupakan pertimbangan yang menyebabkan seorang

konsumen membeli produk pada tempat penyalur tertentu.

Selanjutnya menurut Sofjan Assauri (2002 : 117) motif pembelian barang ini dapat dirinci sebagai berikut:

1. Motif pembelian emosional yang terdiri dari pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain, kebanggaan karena penampilan pribadinya, pencapaian status sosial, dan untuk terhindar dari keadaan bahaya.
2. Motif pembelian rasional, yang terdiri dari kemudahan dan efisiensi dalam penggunaannya, tahan lama, dapat membantu bertambahnya pendapatan, hemat dalam pemakaian, dan murah harga pembeliannya.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini, definisi operasional variabel yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Keputusan wisatawan adalah tindakan wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali, sehingga kebutuhan mereka terpenuhi dan merasa terpuaskan.

Pemasaran adalah kegiatan yang terdiri dari 4 aspek yaitu produk, harga, lokasi dan promosi yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan sekaligus memberikan kepuasan kepada wisatawan yang mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Adapun dimensi-dimensi dari faktor pemasaran adalah :



1. Produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari produk meliputi nilai sejarah, serta keindahan flora dan fauna.

2. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan oleh wisatawan pada saat mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari faktor harga adalah harga tiket masuk yang terjangkau.

3. Lokasi adalah tempat dimana objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali berada. Yang menjadi indikator dari faktor lokasi adalah lokasi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali yang strategis dan mudah dicapai.

4. Promosi adalah kegiatan pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi dan mempengaruhi/membujuk agar konsumen bersedia untuk mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari faktor promosi adalah informasi tentang objek wisata Sangeh, Badung-Bali yang mudah didapat melalui brosur-brosur.

Atribut produk adalah variabel-variabel pendukung produk yang dijadikan dasar oleh wisatawan dalam proses pengambilan keputusan mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Adapun dimensi-dimensi dari faktor ini adalah :

1. Merek adalah nama atau istilah yang menjadi identitas atau diferensiasi terhadap produk pesaing. Indikator dari faktor ini

adalah nama objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali yang terkenal di mata wisatawan.

2. Jaminan adalah tingkat keyakinan yang mampu diwujudkan oleh objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali kepada wisatawannya untuk mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari faktor ini adalah rasa aman yang diberikan kepada wisatawan selama mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan Bali.

3. Pelayanan adalah kemudahan yang diberikan selama mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali, dengan tujuan memberikan kepuasan kepada wisatawan pada saat mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari faktor pelayanan meliputi pelayanan karyawan yang cepat dan ramah, pembenan informasi oleh pramuwisata setempat yang lengkap dan mudah dipahami oleh wisatawan.

4. Rancangan produk adalah bentuk, motif atau corak yang dibuat oleh objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali yang memiliki nilai jual dan dapat membedakan atau memberikan ciri tersendiri terhadap produk yang ditawarkan. Indikator yang digunakan antara lain yaitu keaslian kehidupan flora dan fauna serta keunikan arsitektur.

5. Kualitas adalah keseluruhan ciri atau suatu kondisi dari objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali yang dapat memuaskan



kebutuhan atau keinginan wisatawan. Indikator dari faktor ini yaitu suasana yang aman dan nyaman.

Perilaku pembelian konsumen adalah segala sesuatu yang melatarbelakangi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Adapun dimensi-dimensi dari faktor ini adalah :

1. Sosial merupakan bagian-bagian yang secara relatif permanen dan tersusun di dalam masyarakat yang anggota-anggotanya memiliki nilai, kepentingan atau minat, dan perilaku yang sama Indikator dari faktor ini adalah kelas sosial

2. Perorangan adalah keadaan internal seseorang yang mempengaruhi wisatawan untuk mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Indikator dari faktor ini meliputi usia dan keadaan ekonomi dari wisatawan.

### Jenis dan Sumber Data

#### Jenis Data

1. Data kuantitatif yaitu data yang dapat dihitung atau data yang berupa angka-angka seperti hasil dari jawaban kuesioner yang sudah dibobotkan dan di tabulasi .

2. Data kualitatif yang data yang tidak dapat dihitung atau data yang bukan berupa angka-angka seperti keterangan yang berkaitan dengan objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali.

#### Sumber Data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung oleh peneliti seperti hasil dan kuesioner yang

akan disebarakan kepada wisatawan yang mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali.

2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi atau dibuat oleh orang lain seperti keterangan tentang obyek wisata Alas Kedaton khususnya keunikan yang dimiliki oleh obyek tersebut.

### Prosedur Penentuan Sampel

Untuk pengambilan masing-masing responden digunakan teknik analisis *accidental sampling*. Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono (2001 : 90) mengatakan bahwa : “*Accidental sampel* adalah pengambilan anggota sampel atau responden dengan sesuka hati atau yang ditemui secara kebetulan”. Artinya siapa saja yang secara kebetulan ditemui oleh peneliti dapat dipilih sebagai anggota sampel, bila yang bersangkutan dipandang mampu memberikan informasi yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Jadi dalam penelitian ini dilakukan pengambilan sampel secara kebetulan yaitu responden yang diambil sebagai sampel adalah wisatawan yang dijumpai langsung dilokasi penelitian yang sedang mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan - Bali. Untuk memperoleh hasil yang baik, maka banyaknya responden yang diambil untuk menjawab kuesioner adalah sebanyak 5 atau 10 kali dari variabel yang dimuat dalam kuesioner”. Dengan demikian



dalam penelitian ini digunakan 15 variabel, jadi banyaknya sampel yang diambil adalah sebanyak 15x10 yaitu 150 responden.

### **Prosedur Pengumpulan Data**

Adapun prosedur pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1 Wawancara adalah metode pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan para ketua pengelola dan staff pada objek wisata Alas Kedaton Tabanan -Bali, berdasarkan pertanyaan yang sudah dipersiapkan sebelumnya untuk memperoleh data diperlukan.

2 Dokumentasi yaitu metode memperoleh data dari administrasi yang ada pada objek wisata Alas Kedaton Tabanan -Bali maupun instansi lain yang terkait.

3 Kuesioner merupakan metode pengumpulan data primer dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang diisi oleh responden, dimana responden dalam mengisi kuesioner dilakukan sendiri tanpa ada intervensi dari peneliti tentunya setelah responden mengunjungi objek wisata Alas Kedaton Tabanan -Bali.

4

### **Teknik Analisis**

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor. Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono (2001:250) mengatakan bahwa : “Analisis faktor adalah alat yang digunakan untuk meringkas

sejumlah variabel (multivariat) menjadi lebih sedikit dan menamakannya sebagai faktor”. Sebelum dilakukan analisis faktor akan dilakukan dua pengujian yaitu pengujian validitas dan pengujian reliabilitas.

Langkah-langkah dalam analisis faktor:

1. Setelah penyebaran kuesioner sebesar sampel yang telah ditentukan usai, maka dilakukan pemeriksaan kelayakan kuesioner yang diisi dengan melihat kelengkapan jawaban pada masing- masing jawaban pada kuesioner. Dari kuesioner yang layak, didapatkan data-data yang menunjang proses pengolahan data ini.

2. Tabulasi data

Data primer yang didapat dari penyebaran kuesioner ini akan diberi kode pada setiap itemnya dan skor nilai pada masing-masing jawaban responden.

3. Uji validitas dan reliabilitas kuesioner

a. Cara menentukan validitas adalah dengan melihat hasil korelasi antara skor tiap butir dengan skor total yang merupakan penjumlahan tiap skor butir. Masrun (dikutip oleh Sugiyono, 2001:124) mengatakan bahwa : “Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r = 0,3$ ”. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

b. Setelah data valid maka selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Uji reliabilitas ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran andal (reliabel) bila



pengukuran dilakukan berulang-ulang. Singgih Santoso dan Fandy Tjiptono (2004 : 252) menyatakan bahwa “ Cara pengujian reliabilitas adalah dengan cara mencari  $\alpha$  - *cronbach* (dengan menggunakan *software SPSS Versi 16.0 for windows*), dimana nilai  $\alpha$  berkisar antara 0 sampai 1 semakin besar nilai yang diperoleh maka semakin reliabel variabel tersebut”. Sedangkan Suharsini Arikunto (2002:129) mengatakan bahwa : “Suatu instrumen dikatakan reliabel atau handal, apabila memiliki koefisien reliabilitas ( $\alpha$ ) sebesar 0,60 atau lebih”.

#### 4. Menguji kelayakan variabel

Proses analisis faktor didasarkan pada korelasi antar variabel atau objek. Faktor yang dibentuk atau diestimasi adalah variabel-variabel atau objek-objek yang berkorelasi signifikan. Pengujian kelayakan variabel yang digunakan menggunakan analisis KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) dan *Bartlett`s test*, serta MSA (*Measure of Sampling Adequacy*).

#### 5. Metode ekstraksi

Dalam analisis faktor kita harus menentukan metode yang akan digunakan. Dua metode dasar yang bisa digunakan dalam analisis factor adalah *Principal Components Analysis* dan *Common Factor Analysis*. Pada *Principal Components Analysis* digunakan untuk menentukan jumlah faktor minimal dengan varian maksimal, sehingga menghasilkan faktor yang disebut *Principal Components*. Sedangkan pada *Common Factor Analysis* faktor yang diestimasi didasarkan pada *common variance*. Hasil bagi antara

*eigen value* dengan jumlah faktor yang dibentuk menghasilkan variansi.

#### 6. Menentukan jumlah faktor

Pertanyaan yang muncul dalam analisis faktor adalah dari sejumlah variabel yang direduksi akan menjadi beberapa faktor.

#### 7. Rotasi faktor

Salah satu keluaran (*Output*) yang penting dalam analisis faktor adalah matrik faktor (*Factor Matrix*) atau sering disebut dengan *Factor Pattern Matrix*. faktor matrik ini tidak lain adalah koefisien atau disebut *factor loading*, yang mencerminkan korelasi antar variabel dengan faktor yang dibentuk. Nilai *loading* absolute yang tinggi menunjukkan variabel dengan faktor tersebut berkorelasi tinggi.

#### 8. Menghitung faktor skor

Faktor dalam hal ini tidak lain merupakan kombinasi linier dari variabel asal. Berdasarkan persamaan faktor tersebut maka dapat ditentukan faktor skor untuk masing-masing responden atau *Cases*.

#### 9. Menentukan ketetapan model analisis faktor

Langkah selanjutnya dalam analisis faktor adalah mendeteksi apakah faktor yang dibentuk sudah *Fit*. Untuk mendeteksi *Fit*-nya faktor yang dibentuk adalah dengan melihat *Reproduce Correlation*. Perbedaan antara korelasi awal dengan *Reproduce Correlation* disebut dengan residu. Jika dalam residu mengandung banyak nilai yang besar maka model faktor tidak *Fit*.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN



### Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Dari Instrumen Penelitian

Semua instrumen terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas agar peneliti dapat melanjutkan analisis untuk memecahkan pokok permasalahan yang ada sesuai dengan latar belakang masalah.

Masrun mengatakan sebuah instrumen penelitian dikatakan

valid apabila memiliki koefisien korelasi Pearson Product Moment ( $r$ )  $> 0,3$  dengan alpha 0,05 dikutip oleh Sugiyono (2001:124) dan reliabel (handal) apabila memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,60 atau lebih menurut Arikunto (1998 : 129). Hasil analisis uji validitas dan reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, dapat dilihat pada tabel 1 :

TABEL 1

#### HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS INSTRUMEN PENELITIAN

Variabel	Item Pertanyaan	Koefisien Reliabilitas	Koefisien Korelasi	Keterangan
Pertimbangan Wisatawan	X1	0,904	0,780	Valid
	X2		0,609	Valid
	X3		0,588	Valid
	X4		0,654	Valid
	X5		0,602	Valid
	X6		0,429	Valid
	X7		0,444	Valid
	X8		0,458	Valid
	X9		0,691	Valid
	X10		0,660	Valid
	X11		0,722	Valid
	X12		0,564	Valid
	X13		0,595	Valid
	X14		0,517	Valid
	X15		0,551	Valid

Berdasarkan hasil analisis seperti yang direkapitulasi pada tabel di atas bahwa semua instrumen penelitian sudah valid karena nilai koefisien korelasinya di atas 0,3 dan reliabel karena nilai koefisien reliabilitasnya di atas 0,6 .

#### 1.1 Menyusun Matrik Korelasi

Data yang valid selanjutnya diolah dengan analisis faktor dan menghasilkan matrik korelasi. Dengan adanya matrik korelasi dapat diidentifikasi keterkaitan variabel – variabel yang diteliti .variabel yang



memiliki hubungan yang rendah dengan variabel lain akan direduksi dari analisis, Untuk menguji variabel tersebut digunakan nilai KMO (*Keiser Meyer Olkin*), uji *Bartlett of Sphericity*

dan uji MSA (*Measure of Sampling Adequacy*). Hasil pengujian variabel tersebut disajikan pada tabel di bawah ini.

**TABEL 2**  
**KELAYAKAN VARIABEL PENELITIAN**

Variabel	KMO	<i>Bartlett of Sphericity</i>	MSA	Layak atau Tidak Layak
X1	0,774	1712,525	0,819	Layak
X2			0,784	Layak
X3			0,668	Layak
X4			0,810	Layak
X5			0,800	Layak
X6			0,794	Layak
X7			0,723	Layak
X8			0,620	Layak
X9			0,872	Layak
X10			0,820	Layak
X11			0,916	Layak
X12			0,672	Layak
X13			0,665	Layak
X14			0,664	Layak
X15			0,854	Layak

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa KMO sebesar 0,774 dan *Bartlett of Sphericity* sebesar 1712,525 dengan nilai signifikansinya 0,000. Nilai KMO dan Nilai MSA semua variabel sudah di atas 0,5 dan nilai signifikansinya 0,000 (lebih kecil dari 0,05) sehingga variabel tersebut dapat dianalisis lebih lanjut.

#### **Penentuan Jumlah Faktor**

Dalam penentuan jumlah faktor masing-masing merupakan gabungan dari beberapa variabel yang saling berkorelasi yang didasarkan atas nilai *eigenvalue*. Nilai *eigenvalue* merupakan penjumlahan variance

nilai-nilai korelasi setiap faktor terhadap masing-masing variabel yang membentuk faktor yang bersangkutan. Semakin besar nilai *eigenvalue* semakin representatif faktor tersebut sebagai wakil dari kelompok variabel. Faktor yang dipilih untuk analisis lebih lanjut dalam suatu model didasarkan pada batasan faktor yang memiliki nilai *eigenvalue* > 1. Sesuai dengan hal tersebut maka terdapat 4 faktor yang menjelaskan 74,573 % dari total variance faktor yang dipertimbangkan wisatawan dalam mengunjungi Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali.



TABEL 3  
JUMLAH FAKTOR

Faktor	<i>Eigenvalue</i>	<i>Percentage of Variance</i>	<i>Percentage of Comulative</i>
1	6,583	43,886	43,886
2	2,314	15,429	59,315
3	1,212	8,080	67,395
4	1,077	7,178	74,573

Berdasarkan tabel di atas maka dapat dijelaskan bahwa faktor 1 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 6,583 dengan kontribusi *variance* 43,886 %, faktor 2 sebesar 2,314 dengan kontribusi *variance* 15,429 %, faktor 3 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,212 dengan kontribusi *variance* sebesar 8,080 % dan faktor 4 memiliki nilai *eigenvalue* sebesar 1,077 dengan kontribusi *variance* sebesar 7,178 % sehingga secara komulatif total *variance* yang

dibentuk oleh keempat factor tersebut sebesar 74,573 %.

#### Rotasi Faktor

Matriks faktor ditransformasikan ke dalam matrik yang lebih sederhana sehingga lebih mudah untuk diinterpretasikan melalui rotasi faktor. Pada analisis tersebut rotasi faktor menggunakan teknik rotasi *varimax*.

No	Faktor	Variabel	<i>Eigenvalue</i>	<i>Loading factor</i>	<i>Percentage of Variance</i>
1	Keunggulan	X1	6,583	0,564	43,886
		X2		0,642	
		X3		0,429	
		X4		0,693	
		X9		0,724	
		X10		0,714	
		X11		0,680	
2	Pendukung	X5	2,314	0,850	15,429
		X7		0,893	
		X5		0,539	
3	Produk	X6	1,212	0,699	8,080
		X13		0,695	
4	Nilai Lebih	X8	1,077	0,883	7,178
		X12		0,694	



**TABEL 4**  
**HASIL ROTASI FAKTOR**

Pada tabel di atas menunjukkan ada 14 variabel yang mempunyai *loading factor* > 0,45 sehingga dikelompokkan menjadi 4 faktor yang mencapai variasi kumulatif 74,573 %. Ini berarti persentase yang dipertimbangkan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Balisebesar 74,573 % dapat dijelaskan oleh keempat faktor tersebut yaitu factor 1 dinamakan factor keunggulan, factor 2 dinamakan faktor pendukung, factor 3 dinamakan faktor produk dan factor 4 dinamakan faktornilai lebih.

### 5.5 Interpretasi Faktor

Interpretasi faktor dilakukan dengan mengelompokkan variable–variabel yang mempunyai *loading factor* minimal 0,45. Semakin tinggi *loading factor* berarti semakin erat hubungan antara variable dengan factor tersebut. Penentuan tingkat minimum *loading factor* dalam analisis faktor bersifat relatif dan tidak ada ketentuan yang bersifat baku. Maholtra Naresh (1996 : 75) menyarankan bahwa “Nilai *loading factor* hendaknya tidak kurang dari 0,45”. Sehingga 13 variabel yang membentuk ketiga faktor dapat digunakan untuk analisis selanjutnya. Adapun penjelasan dari masing – masing factor yang menjadi persepsi wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali :

#### a. Faktor Keunggulan

Factor keunggulan mempunyai *eigenvalue* sebesar 6,583 dan dengan nilai persentase *variance* yang

menentukan sebesar 43,886 % . Faktor ini dibentuk oleh variable obyek wisata yang terkenal (X1) dengan *loading factor* 0,857, rasa aman yang dialami wisatawan(X2) dengan *loading factor* 0,701, pelayanan karyawan yang ramah ( X3 ) dengan *loading factor* 0,669, informasi yang lengkap dan mudah dimengerti (X4) dengan *loading factor* 0,808 , keindahan flora dan fauna ( X9) dengan *loading factor* 0,835, harga tiket masuk yang terjangkau (X10) dengan *loading factor* 0,877 dan lokasi yang strategis dan mudah terjangkau (X11) dengan *loading factor* 0,862.

#### b. Faktor Pendukung

Factor pendukung memiliki *eigenvalue* sebesar 2,314 dan dengan nilai persentase *variance* yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 15,429 %. Faktor ini dibentuk oleh keaslian kehidupan flora dan fauna (X5) dengan *loading factor* 0,878, suasana yang aman dan nyaman ( X7) dengan *loading factor* 0,846 dan keadaan ekonomi (X15) dengan *loading factor* 0,642.

#### c. Faktor produk

Factor produk memiliki *eigenvalue* sebesar 1,212 dengan nilai persentase *variance* 8,080 % yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 8,080 % . Faktor ini dibentuk oleh variable keunikan arsitektur (X6) dengan *loading factor* 0,699, variabel tempat konservasi (X13) dengan *loading factor* 0,695.



d. Faktor nilai lebih

Faktor nilai lebih memiliki *eigenvalue* sebesar 1,077 dengan nilai persentase *variance* 7,178 % yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 7,178 % . Faktor ini dibentuk oleh variable lingkungan yang bersih dan sejuk (X8) dengan *loading factor* 0,883, variabel kelas sosial (X12) dengan *loading factor* 0,694.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

1.Faktor – faktor yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali adalah sebagai berikut :

a. Faktor Keunggulan

Faktor keunggulan mempunyai *eigenvalue* sebesar 6,583 dan dengan nilai persentase *variance* yang menentukan sebesar 43,886 % . Faktor ini dibentuk oleh variable obyek wisata yang terkenal, rasa aman yang dialami wisatawan, pelayanan karyawan yang ramah, informasi yang lengkap dan mudah dimengerti , keindahan flora dan fauna , harga tiket masuk yang terjangkau dan lokasi yang strategis dan mudah terjangkau..

b. Faktor Pendukung

Faktor pendukung memiliki *eigenvalue* sebesar 2,314 dan dengan nilai persentase *variance* yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 15,429 % . Faktor ini dibentuk oleh keaslian kehidupan flora dan fauna , suasana yang aman dan nyaman dan keadaan ekonomi .

c. Faktor produk.

Faktor produk memiliki *eigenvalue* sebesar 1,212 dengan nilai persentase *variance* 8,080 % yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 8,080 % . Faktor ini dibentuk oleh variable keunikan arsitektur dan variabel tempat konservasi.

d. Faktor nilai lebih

Faktor nilai lebih memiliki *eigenvalue* sebesar 1,077 dengan nilai persentase *variance* 7,178 % yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sebesar 7,178 % . Faktor ini dibentuk oleh variable lingkungan yang bersih dan sejuk dan variabel kelas sosial .

2.Faktor dominan yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali adalah faktor keunggulan dimana faktor ini dibentuk oleh variable obyek wisata yang terkenal, rasa aman yang dialami wisatawan, pelayanan karyawan yang ramah, informasi yang lengkap dan mudah dimengerti , keindahan flora dan fauna , harga tiket masuk yang terjangkau dan lokasi yang strategis dan mudah terjangkau .

### Saran

1. Pihak Pengelola diharapkan lebih meningkatkan perhatian pada variabel yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali sehingga dapat memuaskan wisatawan. Oleh karena itu hendaknya pihak pengelola sebaiknya lebih memperhatikan faktor – faktor yang menentukan wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali yang meliputi : 1) faktor keunggulan yang



dibentuk oleh variable obyek wisata yang terkenal, rasa aman yang dialami wisatawan, pelayanan karyawan yang ramah, informasi yang lengkap dan mudah dimengerti, keindahan flora dan fauna, harga tiket masuk yang terjangkau dan lokasi yang strategis dan mudah terjangkau; 2) faktor pendukung yang dibentuk oleh keaslian kehidupan flora dan fauna, suasana yang aman dan nyaman dan keadaan ekonomi; 3) faktor produk yang dibentuk oleh variable keunikan arsitektur dan variabel tempat konservasi; 4) faktor nilai lebih yang dibentuk oleh variabel lingkungan yang bersih dan sejuk dan variabel kelas sosial.

2. Faktor keunggulan merupakan faktor dominan yang menjadi persepsi wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali. Oleh karena itu pemberian perhatian utama pada faktor ini oleh pihak pengelola karena dapat memberikan arah yang positif bagi wisatawan dalam berkunjung ke Objek Wisata Alas Kedaton Tabanan Bali untuk masa – masa mendatang.

#### DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofyan. 2002. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*,

Jakarta : PT. Praja Grafindo Persada Hutabarat, Mery, D. 2010. *Analisis Pengetahuan Tentang Objek Wisata dan Minat Wisatawan Jerman berkunjung ke Indonesia*. *Jurnal Pendidikan Indonesia*. Vol. 11. No. 1. Hal. 72-75

Nurjaya, I Wyn. 2011. *Daya Tarik Dan Aktivitas Pariwisata Yang Digemari Wisatawan mancanegara Di Kelurahan Ubud*. *Jurnal Perhotelan dan Pariwisata*. STIPAR Triatma Jaya. Vol. 1. No. 2. Hal. 54-64

Kotler, Philip 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Prehllindo Santoso, Singgih dan Fandy Tjiptono, 2001, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta : PT Elex media Komputindo.

Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : CV Alfabeta

Simamora, Bilson 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

Tjiptono, Fandy 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Penerbit Andi, Yogyakarta

Umar, Hussein. 2003, *Strategi Manajemen In Action*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama

# **PERSEPSI USER TERHADAP KUALITAS PELAYANAN LULUSAN STIPAR TRIATMA JAYA BADUNG DI INDUSTRI PERHOTELAN**

**L.k. Herindiah Kartika Yuni<sup>\*1</sup> & Putu Agus Prayogi<sup>\*2</sup>**

Dosen STIPAR Triatma Jaya

kartika.yuni@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*1</sup>

agus.prayogi@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*2</sup>

## **ABSTRACT**

The title of this research is “user perception toward STIPAR Triatma Jaya’s graduate service”. This research aimed to know the quality of STIPAR Triatma Jaya graduate service that worked in hospitality. Hopefully the result of this study can give contribution to improve the quality of teaching and learning process in STIPAR Triatma Jaya. The data was obtained by using questionnaires. Fifteen hotels were given questionnaires by the researcher. Those hotels are located in Kuta, Legian, Nusa Dua, Seminyak, namely Legian beach Hotel, Pullman, Best western, Santika premiere, Aston Kuta, Harris Sun Set Road, Oberoi, Putri Saron, Padma Resort, The Villas, W Hotel, Anantara, The Mulia, Conrad, The Westin Nusa Dua. This research used five dimensions of service quality, such as: tangible, reliability, assurance, and empathy. The questionnaires consist of fifteen questions and its used Likert scale. Purposive sampling was used as a research methodology. This study used 75 people as sample.

Based on the findings and discussion, it can be concluded that places where the STIPAR Triatma Jaya’s students work feel satisfied about their service and royalty in the job places. Some factors which need to be maintained are (1) the service that is given must be quick, accurate and based on procedure; (2) staff must be able to give appropriate suggestion and alternative for guest’s need can be handled accurately, so that the guest can feel enjoy and comfortable in the hotel.

Keyword: service quality, graduate, satisfaction.

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sumber daya manusia merupakan sumber daya yang memegang peranan yang paling penting dalam meningkatkan taraf hidup bangsa. Moral dan kemajuan bangsa

ditentukan oleh baik buruknya kualitas manusianya. Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia tidak akan membawa dampak yang menguntungkan bagi penduduknya bila tidak disertai dengan kemampuan mengelola sumber daya alam yang



ada. Pemerintah Indonesia terus berupaya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat sebagai upaya dalam pengentasan kemiskinan di Negara kita melalui berbagai cara yakni dengan berbagai kebijakan di bidang pendidikan formal maupun non formal. Hal ini dimaksudkan agar masyarakat memiliki taraf pendidikan yang lebih tinggi dan dalam jangka panjang dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat seiring dengan peningkatan pendidikan. Banyaknya lembaga – lembaga pendidikan yang berdiri di tanah air ini yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun menunjukkan komitmen pemerintah dalam upaya peningkatan kualitas pendidikan dan sumber daya manusia. Pemerintah juga memberi keleluasaan bagi pihak swasta untuk mengelola lembaga pendidikan terutama yang bersifat

vocational atau pendidikan yang dilengkapi dengan peningkatan keterampilan di bidang jasa antara lain pariwisata.

Sekolah Tinggi Pariwisata (STIPAR Triatma Jaya) merupakan salah satu lembaga pendidikan di bidang perhotelan dan pariwisata yang cukup dikenal oleh masyarakat, berlokasi di Kabupaten Badung menjadi salah satu bagian dari kawasan Kuta Utara. Berdiri tahun 1998 dengan nama AKPAR Triatma Jaya. Dengan perkembangan fasilitas dan kualitas proses pembelajaran menjadikan lembaga berubah status menjadi sekolah Tinggi pada tahun 2009. Kepercayaan masyarakat semakin meningkat terhadap lembaga ini dibuktikan dengan peningkatan jumlah mahasiswa dari tahun 2009 – 2012.

TABEL 1.1  
Perkembangan Jumlah mahasiswa STIPAR Triatma Jaya  
Tahun 2009 – 2012

NO	TAHUN	JML MAHASISWA	PERTUMBUHAN
1	2009	122	-
2	2010	280	49,1 %
3	2011	282	0,71 %

Peningkatan jumlah mahasiswa ini menjadi motivator yang cukup kuat untuk meningkatkan kualitas lembaga ini terutama peningkatan kualitas lulusan sebagaimana kita ketahui bahwa salah satu tolok ukur kualitas suatu lembaga pendidikan dilihat dari tinggi rendahnya

kualitas lulusan yang dibuktikan dengan terserapnya lulusan di industry – industry perhotelan dan pariwisata. Berikut ini data penyerapan lulusan di bidang perhotelan yang tersebar di hotel – hotel di kawasan Nusa Dua, Kuta dan Sanur dalam satu tahun terakhir.



**Tabel 1.2**  
**Jumlah lulusan dan penyerapannya di Hotel**

TAHUN	JML LULUSAN	JML TERSERAP	PROSENTASE
2009	106	100	94,3 %
2010	117	112	95,7 %
2011	129	124	96,1 %

Kedua data di atas menunjukkan semakin meningkatnya animo masyarakat terhadap STIPAR Triatma Jaya dan peningkatan kepercayaan pihak *user* terhadap lulusan STIPAR Triatma Jaya. Namun peningkatan ini bukan tujuan akhir dari lembaga pendidikan, sesuai dengan visi misi yang dimiliki yakni menjadikan STIPAR Triatma Jaya lembaga profesional dan terdepan pada tahun 2018, maka tak dapat dipungkiri banyak lembaga – lembaga pendidikan lain yang melatih tenaga profesional di bidang perhotelan dan pariwisata yang ada di Bali. Di tengah – tengah persaingan tersebut, STIPAR Triatma Jaya berupaya terus meningkatkan proses pembelajaran melalui peningkatan fasilitas dan metode pembelajaran untuk menghasilkan lulusan yang mampu memenuhi kebutuhan dan kualitas pelayanan sesuai dengan standar industry perhotelan.

#### B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang tersebut dapat diangkat masalah antara lain:

Bagaimana persepsi hotel terhadap kualitas pelayanan lulusan STIPAR Triatma Jaya yang bekerja di hotel hotel – hotel di kawasan Kuta dan Nusa Dua.

#### C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pihak hotel

terhadap kualitas pelayanan lulusan STIPAR Triatma Jaya yang bekerja di hotel – hotel di kawasan Badung dan Nusa Dua.

#### D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat teoritis: penelitian ini sebagai bentuk aplikasi ilmu manajemen terutama teori – teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan di bidang jasa secara khusus hotel.

2. Manfaat praktis: penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi diri bagi lembaga STIPAR Triatma Jaya dalam meningkatkan mutu lulusan sehingga mampu memenuhi tuntutan pihak industry perhotelan.

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Pengertian Persepsi

“Persepsi adalah proses yang dilakukan individu dalam mengelola dan menafsirkan kesan indra mereka dalam rangka memberi makna kepada lingkungan mereka, meskipun demikian apa yang dipersepsikan seseorang berbeda dari kenyataan objektif”.(Herminta, 2008).

“Persepsi didefinisikan sebagai interpretasi terhadap sensasi sebagai representasi dari objek – objek eksternal” Untuk itu bisa dijelaskan persepsi merupakan pengetahuan tentang apa yang dapat ditangkap oleh panca idera (Fajar, 2009). Schiffment dan Kanuk (1991) menyatakan bahwa



*“perception can be defined as the process by which individual select, organize and interpret stimuli into meaningful and coherence picture of the world.*

Dari proses di atas dapat dijelaskan bahwa persepsi merupakan proses dimana seseorang memilih, mengatur, dan memberi arti rangsangan yang diterimanya menjadi satu gambaran dunia yang berarti dan menyatu. Menurut Gibson (1998) merupakan suatu proses penginderaan, stimulus yang diterima oleh individu melalui alat indera yang kemudian diinterpretasikan sehingga individu dapat memahami dan mengerti tentang stimulus yang diterimanya tersebut. Proses menginterpretasikan stimulus ini biasanya dipengaruhi pula oleh pengalaman dan proses belajar individu.

#### B. Pengertian kualitas Jasa

Menurut Alma (2004:293) kualitas jasa atau pelayanan adalah semacam tingkat kemampuan suatu jasa dengan segala atributnya yang secara rilil disajikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Berry (1991:16) yang dikutip oleh Alma (2004:293 dalam Indrawaty), menyatakan ada lima dimensi pokok yang dapat menentukan kualitas jasa, yaitu:

a. Bukti langsung (tangibles) yaitu meliputi tampilan fisik, tampak arsitektur gedung dari luar, lahan parkir, sarana hiburan, karyawan dan fasilitas.

b. Keandalan (reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan cepat dan memuaskan, bersikap simpatik dan sanggup menenangkan konsumen setiap ada masalah.

c. Daya tanggap (responsiveness) yaitu menyangkut kesigapan dan kecepatan respon karyawan, kesediaan membantu dalam segala hal, serta kepastian pelayanan dan tidak pernah mengabaikan layanan terhadap konsumen.

d. Jaminan (assurance), yaitu jaminan perasaan aman dan keramahan pelayanan yang bersumber dari pengetahuan karyawan yang luas, karyawan terpercaya, sopan serta ramah dan jaminan keamanan.

e. Empati (empathy), berupa kemudahan komunikasi dan pemahaman kebutuhan konsumen, melalui perhatian karyawan secara pribadi terhadap konsumen, perhatian individual dari perusahaan, kemampuan memuhi dan menangkap apa keinginan dan kebutuhan konsumen serta kebutuhan spesifiknya.

#### 1. Pengukuran Kualitas Jasa

Tjiptono (2002: 96) mengatakan bahwa terdapat langkah – langkah praktis yang perlu diperhatikan dalam penilaian kualitas pelayanan yaitu spesifikasi determinan kualitas pelayanan, perangkat standar kualitas yang biasa diukur.

Mengukur kualitas pelayanan berarti mengevaluasi dan membandingkan kinerja suatu pelayanan dengan seperangkat standar yang ditentukan terlebih dahulu (tjiptono 2002:99). Adpaun rumus yang dikenal dengan



skor kualitas jasa Tjoptono (2001;99) yaitu:

a. Pengukuran harapan (expectation)  
Merupakan pendapat atau opini terhadap jasa – jasa yang diharapkan konsumen untuk mengungkapkan jasa – jasa tersebut yang diberikan oleh perusahaan.

b. Ukuran kinerja (performance)  
Merupakan perasaan konsumen terhadap kinerja dari perusahaan yaitu dengan menilai perusahaan tersebut sudah benar- benar memiliki karakteristik dalam setiap pernyataan.

c. Kepentingan (importance)  
Merupakan perasaan konsumen terhadap derajat kepentingan setiap karakteristik yang diungkapkan dalam keputusan konsumen dalam membeli jasa – jasa.

b. Pengertian konsumen  
Menurut Asauri (2004:90) ‘konsumen adalah orang yang memakai barang atau mengkonsumsi produk yang dihasilkan atau dijual’. Sedangkan menurut Manulang (2000:27) ‘konsumen adalah setiap pemakai atau pengguna barang dan jasa baik untuk kepentingan diri sendiri atau kepentingan orang lain’

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah orang yang memakai barang atau mengkonsumsi produk dan jasa.

c. Kepuasan konsumen  
Kepuasan konsumen merupakan syarat penting yang harus diperhatikan oleh para produsen dalam memasarkan produknya. Menurut Supranto (1997:233) mengatakan bahwa :”kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan

dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan tidak puas. Sedangkan bila kinerja melampaui harapan, konsumen akan sangat puas”

d. Pengertian Kualitas Pelayanan  
Menurut Tjoptono (1997:51) menyatakan “kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia, proses dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Wyckof dalam Tjoptono (2002;59) “ kualitas jasa atau pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”.

Terdapat lima faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan menurut *Zeithaml, Berry dan Parasuraman* dalam buku Fandy Tjoptono (1996:70) yaitu:

1. *Tangible*, meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi yaitu meliputi :

- Kelengkapan fasilitas pelayanan
- Lokasi pelayanan
- Penampilan karyawan

2. *Empathy*, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan dengan pelanggan, komunikasi yang baik, perhatian terhadap kebutuhan para pelanggan, yaitu meliputi :

- Kemudahan menghubungi petugas



- Pemberian informasi yang dibutuhkan

- Ramah dalam memberikan pelayanan tanpa memandang status sosial

- Memberikan perhatian penuh kepada pelanggan

3. *Reliability*, yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat, segera dan memuaskan serta terpercaya yaitu meliputi :

- Pelayanan dilakukan dengan segera, akurat dan memuaskan

- Pelayanan selesai tepat waktu sesuai dengan yang dijanjikan

- Kehandalan karyawan menyelesaikan pelayanannya

- Pemenuhan janji karyawan

- Karyawan memiliki disiplin yang tinggi dalam menjalankan tugasnya

- Pelayanan ditangani oleh orang yang ahli dibidangnya

4. *Responsiveness*, yaitu kemampuan dan keinginan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas, yaitu meliputi :

- Pelayanan tepat waktu

- Cepat dan tanggap menangani kebutuhan konsumen

- Pengurusan nota pembayaran dilakukan dengan tepat dan cermat

- Ketanggapan karyawan dalam memberikan informasi yang jelas

5. *Assurance*, mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya yang dimiliki para staff yaitu meliputi :

- Ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan

- Teliti dalam pekerjaan

- Memiliki pengetahuan dan ketrampilan dibidangnya

- Memberikan garansi sesuai yang ditetapkan

### C. Pengertian Hotel

Menurut Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987, hotel adalah

salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil (Keputusan Menteri Parpostel no Km 94/HK103/MPPT 1987).

menurut Endar Sri,1996:8,bangunan yang dikelola secara komersil dengan memberikan fasilitas penginapan untuk masyarakat umum dengan fasilitas sebagai berikut :

- 1). Jasa penginapan
- 2) Pelayanan makanan dan minuman
- 3) Pelayanan barang bawaan
- 4) Pencucian pakaian
- 5) Penggunaan fasilitas perabot dan hiasan-hiasan yang ada di dalamnya.

menurut Lawson, 1976:27) hotel



adalah sarana tempat tinggal umum untuk wisatawan dengan memberikan pelayanan jasa kamar, penyedia makanan dan minuman serta akomodasi dengan syarat pembayaran..

#### **E. Klasifikasi Hotel**

Menurut keputusan direktorat Jendral Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi no 22/U/VI/1978 tanggal 12 Juni 1978 (Endar Sri, 1996 : 9), klasifikasi hotel dibedakan dengan menggunakan simbol bintang antara 1-5. Semakin banyak bintang yang dimiliki suatu hotel, semakin berkualitas hotel tersebut. Penilaian dilakukan selama 3 tahun sekali dengan tatacara serta penetapannya dilakukan oleh Direktorat Jendral Pariwisata.

#### **F. Jenis Hotel**

Penentuan jenis hotel tidak terlepas dari kebutuhan pelanggan dan ciri atau sifat khas yang dimiliki wisatawan (Tarmoezi, 2000) : Berdasarkan hal tersebut, dapat dilihat dari lokasi dimana hotel tersebut dibangun, sehingga dikelompokkan menjadi:

##### **a. City Hotel**

Hotel yang berlokasi di perkotaan, biasanya diperuntukkan bagi masyarakat yang bermaksud untuk tinggal sementara (dalam jangka waktu pendek). City Hotel disebut juga sebagai transit hotel karena biasanya dihuni oleh para pelaku bisnis yang memanfaatkan fasilitas dan pelayanan bisnis yang disediakan oleh hotel tersebut.

##### **b. Residential Hotel**

Hotel yang berlokasi di daerah pinggiran kota besar yang jauh dari keramaian kota, tetapi mudah mencapai tempat-tempat kegiatan usaha. Hotel ini berlokasi di daerah-daerah tenang, terutama karena diperuntukkan bagi masyarakat yang ingin tinggal dalam jangka waktu lama. Dengan sendirinya hotel ini diperlengkapi dengan fasilitas tempat tinggal yang lengkap untuk seluruh anggota keluarga.

##### **c. Resort Hotel**

Hotel yang berlokasi di daerah pegunungan (mountain hotel) atau di tepi pantai (beach hotel), di tepi danau atau di tepi aliran sungai. Hotel seperti ini terutama diperuntukkan bagi keluarga yang ingin beristirahat pada hari-hari libur atau bagi mereka yang ingin berekreasi.

##### **d. Motel (Motor Hotel)**

Hotel yang berlokasi di pinggiran atau di sepanjang jalan raya yang menghubungkan satu kota dengan kota besar lainnya, atau di pinggiran jalan raya dekat dengan pintu gerbang atau batas kota besar. Hotel ini diperuntukkan sebagai tempat istirahat sementara bagi mereka yang melakukan perjalanan dengan menggunakan kendaraan umum atau mobil sendiri. Oleh karena itu hotel ini menyediakan fasilitas garasi untuk mobil.

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian**



Penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Menurut Masri Singaribun dan Sofyan Efendi (1989:3), penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuisioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Penelitian survey juga bertujuan untuk mengadakan evaluasi terhadap kinerja yang sudah dilakukan.

### **B.Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di beberapa tempat dimana para lulusan bekerja antara lain tersebar di beberapa kawasan di Kuta, Seminyak, dan Nusa Dua yakni : Hotel Legian Beach, The Haven, The Villas, Pullman, Anantara, Santika Premiere, Holiday Inn, Aston Kuta, Puri Saron, Ayodya, Oberoi, W Hotel, The Mulia.

### **C.Jenis Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yakni data yang berasal langsung dari sumber penelitian seperti hasil kuisioner dari responden.

### **D.Tehnik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Metode pengumpulan data dengan mengadakan observasi langsung ke lokasi penelitian untuk melihat secara langsung keberadaan para lulusan yang bekerja di industry.

#### **2. Kuisioner**

Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuisioner kepada responden yang berjumlah 75 (tujuh puluh lima) orang responden yang tersebar dalam 15 (lima belas) hotel.

### **B. Populasi dan sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Dalam penelitian ini digunakan nonprobabilitas dengan cara purposive accidental sampling yaitu dengan menentukan sampel yang akan dicari berdasarkan kriteria khusus yaitu orang – orang yang dianggap kompeten di hotel dalam memberi penilaian terhadap staff yang menjadi lulusan STIPAR Triatma Jaya, disini dicari 75 orang responden yang tersebar di beberapa hotel.

### **6.Tehnik Analisis Data**

Dalam penelitian ini, tehnik analisis yang digunakan untuk menginterpretasikan atau melakukan analisis dari data yang diperoleh untuk disesuaikan dengan tujuan penelitian.

#### **1.Analisis kuantitatif**

Yaitu dengan meminta pendapat responden mengenai kualitas pelayanan karyawan hotel yang merupakan lulusan STIPAR Triatma Jaya. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu X merupakan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan yang merupakan lulusan Stipar Triatma Jaya, dan Y merupakan tingkat kepentingan yang diharapkan



oleh pihak hotel. Adapun rumus yang digunakan adalah menurut Supranto (2001:241) sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

Keterangan:

Tki : tingkat kesesuaian responden

Xi : skor penilaian kualitas pelayanan

Yi : skor penilaian harapan konsumen

Apabila kinerja dibawah harapan atau tingkat kesesuaiannya dibawah 100% itu berarti konsumen kecewa atau tidak puas akan kinerja pelayanan. Dan apabila kinerja sesuai dengan harapan atau tingkat kesesuaiannya sama dengan 100% atau lebih maka konsumen puas akan kinerja yang diberikan. Sedangkan rumus untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan wisatawan adalah:

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata pelaksanaan kualitas pelayanan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

## 2. Analisis Kuantitatif

Merupakan analisis yang bersifat memberikan keterangan tentang objek yang dibahas serta dipergunakan untuk melengkapi analisis kuantitatif sehingga diperoleh kesimpulan dan saran

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Sejarah kampus STIPAR Triatma Jaya

Berdiri dengan nama Akademi Pariwisata Triatma Jaya pada tahun 1998, berada di bawah Yayasan Triatma Surya Jaya dibawah pimpinan Dr. I Ketut Putra Suarhana, MM. Sejak berdirinya tahun 1998, AKPAR Triatma Jaya terus berbenah diri sering dengan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga dibuktikan dengan penambahan dan peningkatan fasilitas kelas, laboratorium, peningkatan kualitas dosen melalui peningkatan jenjang pendidikan dosen dari S1 ke S2 dan S3.

Keberadaan AKPAR Triatma Jaya semakin diperhitungkan di mata masyarakat luas terlihat dari tahun ke tahun jumlah mahasiswa semakin meningkat. Kepercayaan dari pemerintah terhadap lembaga ini dibuktikan dengan diberikannya sertifikat terakreditasi pada lembaga ini



khususnya program studi perhotelan dan kepariwisataan. Pada tahun 2009 lembaga ini berubah status dari AKADEMI menjadi SEKOLAH TINGGI PARIWISATA TRIATMA JAYA diikuti dengan penambahan program studi Diploma IV Manajemen Bisnis Hospitality. Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya memiliki visi: menjadikan STIPAR Triatma Jaya sebagai sekolah tinggi terdepan pada tahun 2016 menghasilkan lulusan yang profesional dan berahlak dan berjiwa wirausaha. Dalam mewujudkan visi tersebut maka disusunlah program – program kerja yang mengarah pada peningkatan kualitas pembelajarn di lingkungan STIPAR Triatma Jaya.

1. Fasilitas yang dimiliki untuk meningkatkan mutu lulusan

a. Laboratorium

Memiliki laboratorium untuk menunjang proses pembelajaran yakni:  
b. Ruang kelas yang representative, dilengkapi dengan LCD dan AC mempengaruhi kenyamanan belajar mahasiswa.

### 3.1. Berdasarkan Jabatan/posisi dalam hotel:

NO	POSISI/JABATAN	JUMLAH
1	FRONT OFFICE MANAGER	11
2	EXECUTIVE HOUSEKEEPER	13
3	HUMAN RESOUCES MANAGER	5
4	EXECUTIVE CHEF	15
4	RESTAURANT MANAGER	15
5	SOUS CHEF	14
6	SALES & MARKETING MANAGER	1

### 4. Lokasi Penelitian

c. Fasilitas penunjang; disediakan beberapa perangkat computer untuk memudahkan mahasiswa dalam memperkaya diri dengan menggali infomasi secara langsung melalui internet tanpa harus menyewa lagi di luar kampus.

d. Program SIMAK; merupakan system informasi antara mahasiswa dan akademik terutama dalam mengakses kartu hasil studi, jadwal, dan nilai sehingga mahasiswa dapat melihat dan memperoleh informasi tentang nilai – nilai pada semester yang telah dilalui.

e. Sumber daya manusia yang professional: STIPAR Triatma Jaya memiliki 20 orang dosen tetap dan 10 dosen tidak tetap yang profesional dan memiliki latar belakang pendidikan S2 dan S3 serta pengalaman yang sesuai dengan bidangnya.

### 3. Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 75 orang responden dapat diketahui beberapa karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, jabatan dalam hotel, dan klasifikasi hotel.

Yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang lulus tahun terakhir yakni tahun 2012 yang



tersebar di berbagai hotel dari jenis dan klasifikasi yang berbeda – beda namun masih dalam kawasan Kuta, Legian, Seminyak, dan Nusa Dua. Penelitian ini mengambil objek lulusan STIPAR Triatma Jaya yang lulus pada tahun 2012 dari jenjang Diploma II

sampai Diploma III program studi perhotelan konsentrasi manajemen, food & beverage, dan akomodasi perhotelan. Berikut ini gambaran umum lulusan STIPAR Triatma Jaya tahun 2012:

JENJANG	KONSENTRASI	JUMLAH
DIPLOMA II	AKOMODASI	49
DIPLOMA II	FOOD & BEVERAGE	144
DIPLOMA III	MANAJEMEN	18
DIPLOMA III	FOOD & BEVERAGE	4
<b>TOTAL</b>		<b>215</b>

**5. Kualitas Pelayanan Lulusan STIPAR Triatma Jaya yang bekerja di industri perhotelan**

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan

pengguna terhadap lulusan STIPAR Triatma Jaya terhadap atribut yang ditawarkan.

**Analisis Kualitas Pelayanan pada Dimensi *Tangible***

Pada dimensi *tangible* dinilai berdasarkan indikator seperti: Penampilan fisik dan kebersihan tubuh staff, Kerapian berpakaian dari staff, dan kemampuan berkomunikasi dengan tamu dan karyawan. Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1  
Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *tangible*

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
Penampilan fisik dan kebersihan tubuh staff	170	164	103,65	Sangat puas
Kerapian berpakaian dari staff	170	163	104,29	Sangat puas
kemampuan berkomunikasi dengan tamu dan karyawan.	166	149	111,40	Sangat puas

Dari keseluruhan hasil analisis diatas pada tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi *tangible* rata-rata pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya menyatakan sangat puas, hal ini

ditunjukkan dari tingkat kesesuaian rata-rata diatas 100%

**2. Analisis Kualitas Pelayanan pada Dimensi *Reliability***



Pada dimensi *reliability* dinilai berdasarkan indikator seperti: memberi pelayanan sesuai dengan harapan tamu, melayani secara cepat, tepat dan benar

sesuai dengan prosedur, Kemampuan untuk memberikan saran dan alternative yang terbaik untuk konsumen

Hasil analisisnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.2  
Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *reliability*

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
memberi pelayanan sesuai dengan harapan tamu	166	159	104,40	Sangat puas
Melayani secara cepat, tepat dan benar sesuai dengan prosedur	166	155	105,16	Sangat Puas
Kemampuan untuk memberikan saran dan alternative yang terbaik untuk konsumen	163	138	118.11	Sangat Puas

Dari keseluruhan hasil analisis diatas pada tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi *reliability* rata-rata pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya menyatakan sangat puas, Hal ini ditunjukkan dengan tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi *reliability* diatas 100%.

Pada dimensi *responsiveness* dinilai berdasarkan indikator seperti karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen, kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen, mampu memberi pelayanan pada jam kerja lebih panjang

#### Analisis Kualitas Pelayanan pada Dimensi *Responsiveness*

Tabel 4.3  
Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *responsiveness*

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
Karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen	161	149	106,71	Sangat puas
Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	159	145	106,89	Sangat Puas
Mampu memberi pelayanan pada jam kerja lebih panjang	155	156	103,84	Sangat puas



Dari keseluruhan hasil analisis diatas pada tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi *responsiveness* rata-rata pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya menyatakan sangat puas, baik dari indikator karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen, kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen, mampu member pelayanan pada jam kerja lebih panjang.

#### **Analisis Kualitas Pelayanan pada Dimensi *Assurance***

Pada dimensi *assurance* dinilai berdasarkan indikator seperti dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik, Lulusan STIPAR Triatma Jaya memiliki keahlian dan pengetahuan karyawan sesuai bidangnya, Mampu member rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel.

Tabel 4.4  
Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *assurance*

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
Dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik,	162	149	108.72	Sangat puas
Lulusan STIPAR Triatma Jaya memiliki keahlian dan pengetahuan karyawan sesuai bidangnya,	161	156	103.20	Sangat Puas
Mampu member rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel	164	150	109.33	Sangat puas

Dari keseluruhan hasil analisis diatas pada tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi *assurance*, rata-rata pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya menyatakan sangat puas, baik dari indikator dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik. Lulusan STIPAR Triatma Jaya memiliki keahlian dan pengetahuan karyawan sesuai bidangnya, Mampu member rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel

#### **Analisis Kualitas Pelayanan pada Dimensi *Empaty***

Pada dimensi *empati* dinilai berdasarkan indikator seperti selalu bersedia membantu tamu, memiliki kemampuan yang baik untuk selalu member informasi yang diperlukan oleh tamu hotel, perhatian khusus dan menciptakan hubungan yang baik dengan tamu.



Tabel 4.5

Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari dimensi *Empaty*

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
Selalu bersedia membantu tamu	164	161	101,86	Sangat puas
Memiliki kemampuan yang baik untuk selalu memberi informasi yang diperlukan oleh tamu hotel	162	156	103,84	Sangat puas
Perhatian khusus dan menciptakan hubungan yang baik dengan tamu	162	156	103,84	Sangat puas

Dari keseluruhan hasil analisis diatas pada tingkat kesesuaian yang dilihat dari dimensi empati, rata-rata pengguna menyatakan sangat puas, baik dari indikator selalu bersedia membantu tamu, memiliki kemampuan yang baik untuk selalu member informasi yang diperlukan oleh tamu hotel, perhatian khusus dan menciptakan hubungan yang baik dengan tamu. Selanjutnya faktor-faktor tingkat kinerja dan kepentingan tersebut dimasukkan pada diagram kartesius yang dibagi menjadi 4 kuadran dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Kuadran A

Adalah tingkat kinerja atas atribut kualitas pelayanan dinilai **sangat** sesuai (harus lebih ditingkatkan) dari keinginan dan harapan pengguna lulusan, sehingga lulusan STIPAR Triatma Jaya harus lebih meningkatkan kinerja agar optimal dan

penanganannya harus menjadi prioritas utama. Yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Selalu bersedia membantu tamu
- Memiliki kemampuan yang baik untuk selalu memberi informasi yang diperlukan oleh tamu hotel
- Lulusan STIPAR Triatma Jaya memiliki keahlian dan pengetahuan karyawan sesuai dengan bidangnya

#### 2. Kuadran B

Adalah tingkat kinerja atas atribut kualitas pelayanan dinilai telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pengguna, sehingga lulusan STIPAR Triatma Jaya dalam pelaksanaannya cukup dengan mempertahankan. Adapun yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- Melayani secara cepat, tepat dan benar sesuai dengan prosedur
- Kemampuan untuk memberikan saran dan alternative yang terbaik untuk konsumen



- c. Karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen
- d. Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen
- e. Dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik dan benar
- f. Mampu memberi rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel

### 3. Kuadran C

Adalah tingkat kinerja atas atribut kualitas pelayanan dinilai oleh pengguna lulusan tidak terlalu penting, sehingga lulusan STIPAR Triatma Jaya dapat melakukan perbaikan dalam prioritas rendah.

Adapun yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- a. Penampilan fisik dan kebersihan tubuh dari staff
- b. Mampu memberi pelayanan pada jam kerja lebih panjang

### 4. Kuadran D

Adalah tingkat kinerja atas atribut kualitas pelayanan berada pada posisi tinggi berlebih, sedangkan keinginan pengguna lulusan untuk menilai kinerja kualitas pelayanan rendah, sehingga lulusan perlu menyesuaikannya agar dapat mengefisienkan sumberdaya perusahaan, seperti:

- a. Dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik dan benar
- b. Kemampuan berkomunikasi dengan tamu dan karyawan

Tabel 4.6  
Hasil Analisis Kualitas Pelayanan pada Lulusan STIPAR Triatma Jaya

Indikator	Skor Kinerja	Skor Kepentingan	- X	- Y	Tingkat Kesesuaian	Penilaian
<b>1. Tangible</b>						
Penampilan fisik dan kebersihan tubuh dari staff	164	170	4.86	4.64	103,65	Sangat Puas
Kerapian berpakaian dari staff	163	170	4.86	4.66	104,29	Sangat puas
Kemampuan berkomunikasi dengan tamu dan karyawan	149	166	4.74	4.30	111,40	puas
<b>2. Reliability</b>						
Memberi pelayanan sesuai dengan harapan tamu	159	166	4.74	4.54	104,40	Sangat puas



**Sekolah Tinggi Pariwisata Triatma Jaya, L.k. Herindiah kartika yuni &  
Putu Agus Prayogi**

---

Melayani secara cepat, tepat dan benar sesuai dengan prosedur	155	163	4.66	4.43	105,16	Sangat puas
Kemampuan untuk memberikan saran dan alternatif yang terbaik untuk konsumen	138	163	4.60	3.94	118,11	Sangat puas
<b>Responsiveness</b>						
Karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen	149	161	4.50	4.30	106,71	Sangat puas
Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen	145	159	4.43	4.14	106,89	Sangat puas
Mampu member pelayanan pada jam kerja lebih panjang	156	155	4.62	4.50	103,84	Sangat puas
<b>4.Assurance</b>						
Dapat meyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik dan benar	149	162	4.60	4.26	108,72	Sangat puas
Lulusan Stipar Triatma Jaya memiliki keahlian dan pengetahuan karyawan sesuai dengan bidangnya	156	161	4.69	4.46	103,20	Sangat Puas
Mampu member rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel	150	164	4.69	4.29	109,33	Sangat puas
<b>5.Empaty</b>						
Selalu bersedia membantu tamu	161	164	4.68	4.60	101,86	Sangat puas
Memiliki kemampuan yang baik untuk selalu member informasi yang diperlukan oleh tamu hotel	156	162	4.63	4.46	103,84	Sangat puas
Perhatian khusus dan menciptakan hubungan yang baik dengan tamu	156	162	4.63	4.46	103,84	Sangat puas

Sumber: Hasil olah data kuesioner



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. SIMPULAN

Dari hasil penilaian kinerja dimensi kualitas pelayanan berdasarkan tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pengguna lulusan merasa sangat puas terhadap kinerja pelayanan yang telah diberikan oleh pihak lulusan STIPAR Triatma Jaya, berdasarkan tingkat kesesuaian dari perbandingan perbandingan total atau keseluruhan kinerja dengan kepentingan pengguna lulusan.

2. Faktor-faktor kinerja kualitas pelayanan yang dinilai telah sesuai dengan harapan sehingga ini perlu dipertahankan adalah:

- a. Melayani secara cepat, tepat dan benar sesuai dengan prosedur
- b. Kemampuan untuk memberikan saran dan alternative yang terbaik untuk konsumen
- c. Karyawan mampu dan bertanggungjawab untuk menindaklanjuti keluhan konsumen
- d. Kecepatan dan ketepatan karyawan dalam menangani keluhan konsumen
- e. Dapat menyakinkan konsumen bahwa kebutuhannya akan tertangani dengan baik dan benar
- f. Mampu memberikan rasa aman dan nyaman kepada tamu hotel

#### B. SARAN.

Berdasarkan simpulan di atas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang dapat bermanfaat bagi lulusan STIPAR Triatma Jaya sebagai berikut:

a. Perlunya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan dan secara terus menerus yang berdasarkan kepentingan dan harapan pengguna lulusan, sehingga kedepannya pengguna lulusan STIPAR Triatma Jaya selalu merasa puas dan mendorong loyalitas dan kerjasama terus menerus dengan lulusan STIPAR Triatma Jaya.

b. Meningkatkan ketrampilan / keahlian serta pengetahuan lulusan melalui penguasaan pekerjaan yang ditangani serta selalu bertindak secara cepat, tepat dan benar sesuai dengan prosedur yang ada di perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

Alma Buchari, 2004. *Manajemen Pemasaran dn Pemasaran Jasa*, edisi ke 6 Penerbit CV

Alfabeta, Bandung.

Elisabeth, YM, 2005 *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen pada*

*PT. Japlap Internasional Bali*, STIE Triatma Mulya.

Fakultas Tarbiyah dan Kegurua 2010. *Pengembangan wawasan profei guru*, UIN SGO Bandung. Indrawathy, 2011, *Analisis kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wisatawan*

*pada Hotel The Villas Bali & spa.*

Manulang,, M. 2000. *Dasar dasar manajemen cetakan ke 2*. Penerbit Ghalia Indonesia Jakarta.

Tjiptono Fandy, 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi 2 ANDI, Yogyakarta

Supranto J.1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk enaikan Pangsa Pasar* Penerbit Rineka Cipta, Jakarta

# KONFLIK AIR BERSIH SEBAGAI AKIBAT PENGEMBANGAN SARANA PARIWISATA PADA KAWASAN BALI SELATAN DILIHAT DARI PERSPEKTIF PERUNDANG-UNDANGAN

I Made Bayu Wisnawa<sup>\*1</sup> & I Ketut Sutapa<sup>\*2</sup>

Dosen STIPAR Triatma Jaya

bayu.wisnawa@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*1</sup>

ketut.sutapa@triatma-mapindo.ac.id<sup>\*2</sup>

## ABSTRACT

*The development of tourism which is centered on the southern part of Bali considered to raise prestige in the international tourism area. On the other hand, the negative effects were also accompanied: environmental degradation, which is marked by the increasing scarcity of clean water availability. This paper aims to study water conflicts in southern Bali Tourism development result from the standpoint of law, particularly UU No 7 Tahun 2004 on Water Management, and relation to UU No 10 Tahun 2009 on Tourism. Structural Fungsionalismen theory, conflict and social change are also used in this study. The results are (i) the rule of law in the governance of water still needs to be improved, (ii) laws need to be reviewed, especially in the privatization of water into the business activities particularly related to tourism, (iii) cooperation among tourism stakeholders in water use and (iv) water Conservation*

**Keywords:** *water conflict, tourism development.*

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan alat yang diharapkan mampu memberikan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat, sehingga pengembangan pariwisata selalu menjadi prioritas utama bagi pemerintah. Sebagai konsekuensinya industri pariwisata membutuhkan berbagai sumber daya (alam, manusia, mesin, uang, dan metode) untuk dapat memberikan layanan yang memuaskan bagi wisatawan. Seringkali terjadi benturan-benturan dalam pemenuhan kebutuhan tersebut, bahkan pengembangan pariwisata menimbulkan berbagai

macam dampak negatif bagi kehidupan masyarakat, seperti perusakan lingkungan, dan sosial budaya. Yang, M. et. al, (2009) Oleh karenanya dibutuhkan perundang-undangan yang dijadikan pedoman untuk melaksanakan aktifitas oleh segenap pemangku kepenetangan (*stakeholder*) antara lain : pemerintah, pengusaha, masyarakat dan wisatawan.

Dari sisi kelembagaan pemerintah sebagai eksekutif tentunya harus menjalankan peraturan perundangan pariwisata yang sudah ditetapkan. Demikian pula perwakilan rakyat yang



tergabung dalam DPR, MPR, harus mampu menyerap berbagai aspirasi masyarakat yang terkait dengan pengembangan pariwisata dan mampu memperjuangkannya dalam setiap penentuan kebijakan yang akan ditetapkan oleh eksekutif. Mahkamah Agung, Mahkamah Konstitusi dan Kepolisian sebagai penegak hukum juga dituntut untuk mampu melaksanakan fungsinya dalam mengakkan hukum dan segenap perundang-undangan yang merupakan produk hukum demi terciptanya keadilan dalam praktik pariwisata.

Pengembangan pariwisata di Bali menyisakan kondisi yang cukup memprihatinkan. Selain isu sampah, kemacetan, polusi, komodifikasi, hegemoni budaya, ada satu hal yang menjadi isu mendasar sebagai dampak pengembangan konsep *mass tourism* di Bali. Kekurangan air bersih di kawasan Bali selatan merupakan sebuah kenyataan yang terjadi akibat praktik pariwisata yang tidak mengindahkan aturan-aturan yang berlaku. Kekurangan air bersih tercermin dari kegagalan panen yang beberapa daerah subak yang menggunakan aliran *Tukad Ayung*, dan jeritan penduduk kota Denpasar akan ketersediaan air bersih (Strauß, S. ,2011). Hasil inventarisasi Departemen Energi dan Sumber Daya Mineral (Dep. ESDM), di Bali terdapat 42 cekungan air tanah (Dwiyanto, dalam Widarto 2009), dengan potensi air tanah mencapai sekitar 51 miliar m<sup>3</sup>/ tahun. Adanya potensi air tanah tersebut semestinya

dapat memberikan kontribusi yang signifikan dalam pemenuhan kebutuhan akan air bersih bagi masyarakat.

Beckerson dan Walton dalam Harp.S.L (2007) menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata untuk resort di Inggris Raya menimbulkan permasalahan pada air bersih untuk pemenuhan kebutuhan SPA. Hal ini menunjukkan bahwa ketika pariwisata berkembang dengan pesat akan menimbulkan konsekuensi pemenuhan kebutuhan sarana berwisata, sementara sumber daya alam sangat terbatas. Terganggunya subsistem air tanah di suatu daerah akan mengakibatkan menurunnya kuantitas dan kualitas air tanah di daerah tersebut, yang pada akhirnya akan mengakibatkan penurunan kualitas dan kesejahteraan hidup masyarakatnya (Widarto, 2009).

Penegakan hukum yang lemah sudah menjadi kenyataan yang harus segera diperbaiki, yang dapat ditunjukkan dari berbagai penelitian internasional mengenai penegakkan hukum terhadap berbagai kasus-kasus yang terjadi di Indonesia Fredriksson, G. M., & Nijman, V. (2004); Walmsley, S. F., & White, A. T. (2003). Kondisi ini juga menunjukkan bahwa sesungguhnya Indonesia memiliki produk hukum berupa perundang-undangan yang berkualitas, hanya saja mental pengelola dan masyarakat masih banyak yang kurang sadar hukum.



Air merupakan kebutuhan primer yang membutuhkan jaminan akses bagi seluruh rakyat, di mana Pasal 33 ayat (3) Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 menyatakan “bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan diergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Air bersih bersifat terbatas, sementara pertumbuhan penduduk dan kebutuhannya akibat pariwisata bersifat tidak terbatas.

Industri pariwisata di Bali mempengaruhi berbagai sektor perekonomian lainnya untuk tumbuh. Kondisi ini mengakibatkan peningkatan kebutuhan air yang dapat berdampak positif dan negatif bagi kuantitas dan kualitas sumberdaya air yang ada. Widarto (2009) Dampak positif timbul dari peningkatan kuantitas sumberdaya air akibat adanya kegiatan penyediaan sarana dan prasarana yang diperlukan manusia seperti pembangunan dam, bendungan dan sebagainya. Di sisi lain, berbagai aktivitas pariwisata ini juga berdampak negatif pada sumberdaya air yang ada seperti pencemaran, penurunan muka air tanah, penurunan permukaan tanah (*amblesan* atau *subsidence*) yang ditimbulkan pengambilan kuantitas air yang tidak memperhatikan siklus hidrologi yang ada, dan sebagainya.

Akibat adanya hubungan timbal balik dan interaksi antara manusia dan sumberdaya air yang

ada dan lingkungan lainnya. Maka penurunan kualitas dan kuantitas sumberdaya air yang ada juga akan mengakibatkan kemerosotan dalam kehidupan manusia itu sendiri. Akumulasi interaksi berbagai kerusakan sumber air yang ada pada akhirnya dikhawatirkan menimbulkan bencana di Bali, khususnya Bali selatan di masa-masa yang akan datang, seperti : banjir, longsor, penurunan muka air tanah, amblesan, dan intrusi air laut.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah penegakkan hukum terkait dengan krisis air pada pengembangan pariwisata di Wilayah Bali Selatan?
2. Usaha apa yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan pengembangan pariwisata dan ketersediaan air di Wilayah Bali Selatan?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **UU No 10 Tahun 2009 Kepariwisataan**

Menyatakan bahwa

1. Kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia;
2. Kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang



- dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional;
3. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global;
  4. Azas yang digunakan dalam pengembangan kepariwisataan manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan, dan kesatuan.
  5. Kepariwisata bertujuan untuk melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
  6. Kepariwisata dilaksanakan dengan prinsip menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
  7. Kepariwisata dilaksanakan dengan prinsip memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup.
  8. Kepariwisata dilaksanakan dengan prinsip menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antar pemangku kepentingan.
  9. Pemerintah dan Pemerintah Daerah mendorong penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing di bidang kepariwisataan sesuai dengan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.
  10. Pemerintah mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.
  11. Setiap orang berkewajiban untuk membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata.

#### **UU No 7 Tahun 2004 Pengelolaan Air**

Menyatakan bahwa

1. Sumber daya air merupakan karunia Tuhan Yang Maha Esa yang memberikan manfaat untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia dalam segala bidang;



2. Dalam menghadapi ketidakseimbangan antara ketersediaan air yang cenderung menurun dan kebutuhan air yang semakin meningkat, sumber daya air wajib dikelola dengan memperhatikan fungsi sosial, lingkungan hidup dan ekonomi secara selaras;
3. Pengelolaan sumber daya air perlu diarahkan untuk mewujudkan sinergi dan keterpaduan yang harmonis antarwilayah, antarsektor, dan antargenerasi;
4. Sejalan dengan semangat demokratisasi, desentralisasi, dan keterbukaan dalam tatanan kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara, masyarakat perlu diberi peran dalam pengelolaan sumber daya air;
5. Konservasi sumber daya air adalah upaya memelihara keberadaan serta keberlanjutan keadaan, sifat, dan fungsi sumber daya air agar senantiasa tersedia dalam kuantitas dan kualitas yang memadai untuk memenuhi kebutuhan makhluk hidup, baik pada waktu sekarang maupun yang akan datang.
6. Pendayagunaan sumber daya air adalah upaya penatagunaan, penyediaan, penggunaan, pengembangan, dan pengusahaan sumber daya air secara optimal agar berhasil guna dan berdaya guna.
7. Sumber daya air dikelola berdasarkan asas kelestarian, keseimbangan, kemanfaatan umum, keterpaduan dan keserasian, keadilan, kemandirian, serta transparansi dan akuntabilitas
8. Sumber daya air dikelola secara menyeluruh, terpadu, dan berwawasan lingkungan hidup dengan tujuan mewujudkan kemanfaatan sumber daya air yang berkelanjutan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat
9. Sumber daya air mempunyai fungsi sosial, lingkungan hidup, dan ekonomi yang diselenggarakan dan diwujudkan secara selaras.
10. Negara menjamin hak setiap orang untuk mendapatkan air bagi kebutuhan pokok minimal sehari-hari guna memenuhi kehidupannya yang sehat, bersih, dan produktif.

### **Perda No 2 Tahun 2012 Pariwisata Budaya**

Menyatakan bahwa :

1. Penyelenggaraan Kepariwisataan Budaya Bali dilaksanakan berdasarkan pada asas manfaat, kekeluargaan, kemandirian, keseimbangan, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, adil dan merata, demokratis, kesetaraan dan kesatuan yang dijiwai oleh nilai-nilai Agama Hindu dengan menerapkan falsafah Tri Hita Karana.



2. Kepariwisataaan Bali bertujuan untuk melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya
3. Pembangunan kepariwisataan Bali diarahkan pada melestarikan lingkungan alam Bali sebagai basis penyangga kehidupan masyarakat dan kebudayaan Bali secara berkelanjutan
4. Pembangunan Kepariwisataan Budaya Bali dilakukan berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Bali.
3. Pengembangan sektor kepariwisataan yang berlandaskan kebudayaan Daerah Bali yang dijiwai Agama Hindu, diarahkan pada kepariwisataan berbasis masyarakat melalui pengembangan wisata perdesaan (desa wisata), wisata agro, wisata eko, wisata bahari, wisata budaya, wisata spiritual dengan penyediaan kelengkapan sarana dan prasarana daya tarik pariwisata yang tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan daya dukung dan pengembangan ekonomi kerakyatan

#### **Perda No 16 Tahun 2009 RTRW**

Menyatakan bahwa :

1. Bahwa ruang merupakan komponen lingkungan hidup yang bersifat terbatas dan tidak diperbaharui yang harus dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai satu kesatuan ruang dalam tatanan yang dinamis berlandaskan kebudayaan Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu sesuai dengan falsafah Tri Hita Karana;
2. Tri Hita Karana adalah falsafah hidup masyarakat Bali yang memuat tiga unsur yang membangun keseimbangan dan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungannya yang menjadi sumber kesejahteraan, kedamaian, dan kebahagiaan bagi kehidupan manusia.
4. Lokasi kegiatan pertambangan pengambilan air bawah tanah tersebar di seluruh wilayah kabupaten/kota dengan kapasitas pengeboran sesuai dengan potensi yang tersedia dan pemanfaatannya mengacu pada ketentuan penatagunaan air;
5. Pemanfaatan semua lahan-lahan yang sudah mendapatkan pengairan tetapi belum dimanfaatkan sebagai lahan sawah, khususnya di wilayah Kabupaten Tabanan, Badung, Gianyar, Jembrana, dan Buleleng

#### **Teori Fungsionalisme Struktural**

Teori ini dipandang relevan dalam penelitian pengaruh peningkatan infrastruktur pariwisata terhadap konflik air. Menurut Sanderson (1993) strategi



fungsiionalisme struktural adalah gagasan tentang kebutuhan-kebutuhan masyarakat. Penganut teori ini menganut sistem kerja biologis sebagai sistem sosial kehidupan individu dalam suatu masyarakat.

Pemikiran fungsiionalisme struktural sebagai suatu sistem seperti yang disampaikan Parson, menetapkan empat persyaratan fungsional yaitu: (1) setiap sistem harus menyesuaikan diri dengan lingkungannya, (2) setiap sistem harus memiliki suatu alat untuk mobilisasi sumber daya untuk mencapai tujuan, (3) setiap sistem harus mempertahankan koordinasi internal kesatuannya dan (4) setiap sistem harus mempertahankan dirinya sedapat mungkin dalam keadaan yang seimbang (*equilibrium*).

Dengan demikian setiap struktur sosial dalam suatu masyarakat dapat berfungsi apabila: (1) setiap masyarakat merupakan suatu struktur elemen-elemen yang mantap dan stabil, (2) setiap masyarakat merupakan elemen-elemen yang terintegrasi dengan baik, (3) elemen-elemen dalam suatu masyarakat mempunyai fungsi yakni memberikan sumbangan pada bertambahnya masyarakat itu sebagai suatu sistem. (4) setiap struktur sosial yang berfungsi didasarkan pada suatu konsesus nilai diantara para anggotanya.

Berdasarkan pandangan di atas artinya teori fungsiionalisme struktural melakukan analisis

dengan melihat masyarakat sebagai sebuah sistem dari interaksi antar manusia dan berbagai institusinya dengan segala sesuatu disepakati bersama termasuk nilai dan norma. Teori ini menjunjung tinggi pada harmoni, konsistensi dan keseimbangan dalam masyarakat. Dengan demikian teori ini dipandang sangat relevan untuk melihat dinamika konflik yang terjadi .

### **Teori Konflik**

Ritzer (2005:15) menyatakan teori konflik sebenarnya berada dalam satu naungan paradigma dengan teori fungsional struktural, akan tetapi keduanya memiliki sudut pandang yang berbeda. Teori fungsional struktural menilai konflik adalah fungsional. Sementara teori konflik menyoroti fakta sosial berupa wewenang dan posisi yang justru merupakan sumber pertentangan sosial. Perbedaan posisi itu pada gilirannya dapat memicu timbulnya konflik dalam masyarakat.

Ide pokok teori konflik dapat dibagi menjadi tiga sebagai berikut. *Pertama*, masyarakat senantiasa berada dalam proses perubahan yang ditandai dengan adanya pertentangan terus-menerus di antara unsur-unsurnya; *Kedua*, setiap elemen memberikan sumbangan terhadap disintegrasi sosial dan *ketiga*, keteraturan yang terdapat dalam masyarakat hanyalah disebabkan oleh adanya tekanan atau pemaksaan kekuasaan dari



atas oleh golongan yang berkuasa. Sebagai lawannya teori struktural mengandung pula tiga pemikiran pokok. *Pertama*, masyarakat berada dalam kondisi statis atau tepatnya, bergerak dalam kondisi keseimbangan; *kedua*, setiap elemen atau institusi memberikan dukungan terhadap stabilitas dan *ketiga*, anggota masyarakat terikat secara informal oleh norma, nilai dan moralitas umum.

Selanjutnya Johnson dan Duinker dalam Mitchell (2003) menuliskan “Konflik adalah pertentangan antar banyak kepentingan, nilai, tindakan atau arah serta sudah merupakan bagian yang menyatu sejak kehidupan ada”. Definisi konflik menurut Kovach dijelaskan dalam Hadi (2004) adalah suatu perjuangan mental dan spiritual manusia yang menyangkut perbedaan berbagai prinsip, pernyataan dan argumen yang berlawanan. Hadi (2004) menjelaskan bahwa dalam istilah asing, konflik (*conflict*) dibedakan dengan sengketa (*dispute*). Namun dalam penggunaan secara umum di Indonesia, istilah konflik selalu ditukarkan (*interchangeably*) dengan sengketa.

Beberapa penyebab atau akar timbulnya konflik, dinyatakan oleh Mitchell (2003), adalah sebagai berikut : (1) Perbedaan pengetahuan atau pemahaman (informasi/fakta); (2) Perbedaan nilai (prinsip); (3) Perbedaan kepentingan (alokasi untung rugi); dan (4) Perbedaan latar belakang

personal/sejarah. Adapun Santosa dalam Hadi (2004), membedakan konflik dalam beberapa kategori. Pertama konflik sebagai persepsi dinyatakan karena adanya perbedaan kebutuhan, kepentingan, keinginan atau nilai dari seseorang/pihak dengan orang/pihak lain. Kedua, konflik sebagai perasaan ditandai dengan munculnya reaksi emosional terhadap situasi atau interaksi yang memperlihatkan adanya ketidaksesuaian. Ketiga, konflik sebagai tindakan merupakan bentuk ekspresi perasaan dan pengartikulasian dari persepsi kedalam tindakan untuk memperoleh sesuatu kebutuhan yang memasuki wilayah kebutuhan orang lain.

Secara garis besar, Hadi (2004) menggolongkan bentuk-bentuk konflik lingkungan sebagai konflik peninggalan masa lalu dan sebagai konflik di era reformasi. Bentuk konflik peninggalan masa lalu umumnya diwarnai oleh adanya pertentangan pemanfaatan sumber daya alam. Konflik ini bisa antara pemerintah dan pengusaha di satu pihak dengan masyarakat di pihak lain. Konflik juga ditimbulkan karena dominasi atau sentralisasi kekuasaan pemerintah yang sangat kuat. Adapun bentuk konflik di era reformasi dinyatakan oleh Hadi (2004) makin beragam. Konflik terjadi bisa antar pemerintah, antar sektor, antar daerah dan antar masyarakat sendiri. Teori



konflik ini sangat membantu dalam menganalisa komparasi konflik air yang terjadi di kawasan Bali selatan.

### **Teori Perubahan Sosial**

Perubahan sosial adalah perubahan dalam struktur sosial dan dalam pola-pola hubungan sosial antara lain mencakup sistem status, hubungan-hubungan dalam keluarga, sistem-sistem politik, kekuasaan dan perubahan penduduk (Suparlan dalam Bhasma, 2003:38). Terjadinya perubahan sosial pada umumnya dapat disebabkan oleh pengaruh intern dan ekstern. Pengaruh intern antara lain bertambah atau berkurangnya penduduk, penemuan-penemuan baru, terjadinya suatu pertentangan, revolusi masyarakat. Sedangkan pengaruh ekstern biasanya bersumber pada lingkungan alam seperti bencana alam, pengaruh kebudayaan masyarakat lain atau peperangan.

Bentuk perubahan sosial dibedakan dalam beberapa bentuk:

- a. Perubahan yang terjadi secara lambat dan perubahan-perubahan yang terjadi secara cepat.
- b. Perubahan yang kecil pengaruhnya dan perubahan yang besar pengaruhnya
- c. Perubahan yang dikehendaki (*intended-change*) atau perubahan yang direncanakan (*Planned-change*) dan perubahan yang tidak dikehendaki (*unintended-change*) atau perubahan yang

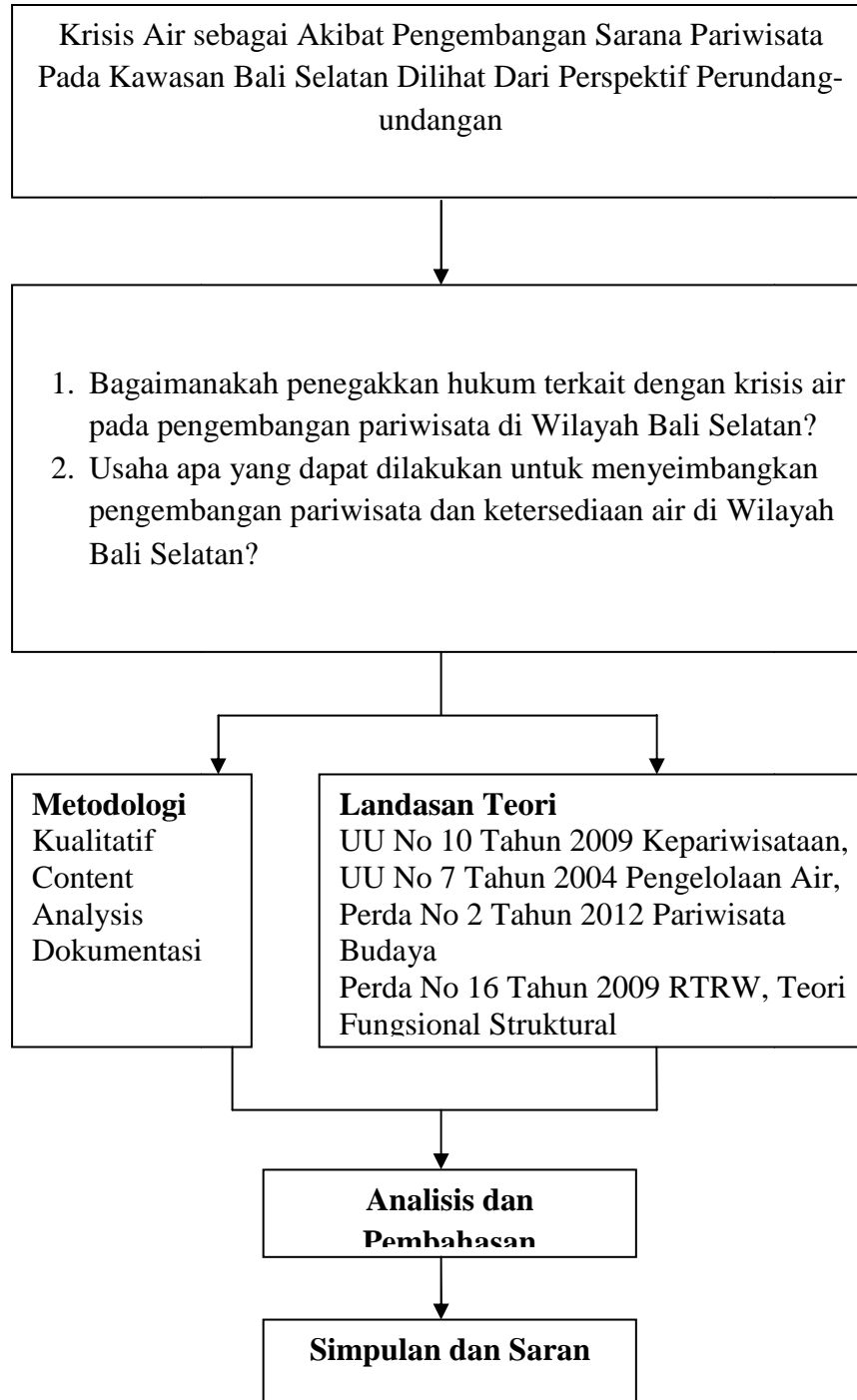
tidak direncanakan (*unplanned-change*) (dalam Sajogo, 122:1985)

Berdasarkan teori tunggal mengenai perubahan sosial menyatakan penyebab perubahan dalam masyarakat menunjukkan kepada satu faktor (Sajogyo dalam Widiartha, 2010: 27). Teori tunggal ini menyatakan bahwa mungkin ada satu variabel tunggal yang menggerakkan terjadinya perubahan dan yang menjadi ciri atau pola tunggal pula. Perubahan sosial dapat terjadi karena lahirnya suatu pendapat baru (inovasi) dalam sistem atau masyarakat seperti teknik baru bentuk organisasi baru dan falsafah baru. Ruang lingkup perubahan-perubahan sosial meliputi unsur-unsur kebudayaan baik yang material maupun yang inmaterial (Ougburn dalam Soekanto, 2002: 303). Perubahan diperlukan untuk memenuhi kebutuhan manusia, yaitu kebutuhan primer yang mencakup aspek spiritual maupun aspek materialnya. Kebutuhan primer senantiasa berkembang, sehingga harus selalu disesuaikan dengan tantangan-tantangan yang dihadapi dari lingkungan sosial maupun lingkungan alam (Soekanto, 1983).

Selain itu dapat dikatakan bahwa perubahan terjadi adalah untuk mencapai suatu kesempurnaan, dimana kesempurnaan ini dapat memberi kemudahan bagi manusia



## METODOLOGI





## **PEMBAHASAN**

### **Penegakkan Hukum Terkait dengan Krisis Air pada Pengembangan Pariwisata di Wilayah Bali Selatan**

Potensi air tanah di Indonesia terdapat pada 396 (Said, HD, 2005) cekungan Air Tanah, yaitu 88 cekungan di Jawa, 27 di Sumatera, 18 di Kalimantan, 82 di Sulawesi, 42 di Bali, 42 di NTT, 9 di NTB, 69 di Maluku, dan 47 di Papua. Dari sejumlah cekungan tersebut baru beberapa cekungan saja yang dipetakan secara terperinci. Sementara itu berdasarkan peraturan Permen PU No.397 1989 tentang pembagian wilayah sungai, maka dari 90 wilayah sungai terdapat 15 wilayah sungai lintas provinsi, 73 wilayah sungai dalam satu provinsi dan 2 wilayah sungai yang dikelola oleh BUMN.

Berdasarkan UU no 7 tahun 2004, maka visi pengelolaan sumberdaya air adalah terwujudnya kemanfaatan sumber daya air berkelanjutan yang sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat (pasal 3). Sedangkan misinya adalah melakukan konservasi Sumber daya air, pendayagunaan sumber daya air (penatagunaan, penyediaan, penggunaan, pengembangan dan pengusaha). Pengendalian dan penanggulangan daya rusak air, Pemberdayaan dan peningkatan peran masyarakat, dunia usaha, dan pemerintah. Dan terakhir

peningkatan ketersediaan dan keterbukaan data dan informasi SDA.

Pada UU tersebut di atas disebutkan bahwa air tanah yang merupakan sumberdaya alam yang terbatas, kerusakannya sulit dipulihkan, dan bahwasannya pendayagunaan sumber daya air harus mengutamakan air permukaan. Hal tersebut menjadi dasar penyusunan kebijakan pengelolaan dan pemanfaatan air tanah, yang dalam pelaksanaannya membutuhkan peran serta dan komitmen yang kuat dari semua pihak terkait.

Dampak-dampak negatif yang ditimbulkan oleh adanya perubahan pada siklus hidrologi di suatu daerah yang akan berdampak pada neraca airnya dapat berupa penurunan muka airtanah (MAT), yang mengakibatkan semakin sulitnya memperoleh airtanah, intrusi air asin di daerah yang berbatasan dengan pantai, dan amblesan tanah (land subsidence). Hal-hal ini sebetulnya dapat dicegah, bahkan dapat diperbaiki, apabila dilakukan perencanaan dan pengawasan yang baik dalam melakukan pengelolaan sumberdaya air yang ada dengan memperhatikan siklus hidrologi, neraca air, kebutuhan air untuk air bersih, pertanian dan industri, serta langkah-langkah yang harus diambil oleh semua pihak

**Gambar 1. Telaah Hukum Mengenai Kepariwisata dan Konservasi Air**

UU No 10 Tahun 2009 Kepariwisata	<p>MENIMBANG bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional;</p> <p>PASAL 33 AYAT 2 C mengenai Koordinasi bidang prasarana umum yang mencakupi jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan;</p> <p>PASAL 5 d Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup</p>
UU No 7 Tahun 2004 Pengelolaan Air	<p>PASAL 2</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Sumber daya air dikelola berdasarkan asas kelestarian, keseimbangan, kemanfaatan umum, keterpaduan dan keserasian, keadilan, kemandirian, serta transparansi dan akuntabilitas</li><li>✓ Sumber daya air dikelola secara menyeluruh, terpadu, dan berwawasan lingkungan hidup dengan tujuan mewujudkan kemanfaatan sumber daya air yang berkelanjutan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat</li></ul> <p>PASAL 5</p> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Negara menjamin hak setiap orang untuk mendapatkan air bagi kebutuhan pokok minimal sehari-hari guna</li></ul>
Perda No 2 Tahun 2012 Pariwisata Budaya	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Penyelenggaraan Kepariwisata Budaya Bali dilaksanakan berdasarkan pada asas manfaat, kekeluargaan, kemandirian, keseimbangan, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, adil dan merata, demokratis, kesetaraan dan kesatuan yang dijiwai oleh nilai-nilai Agama Hindu dengan menerapkan falsafah Tri Hita Karana.</li><li>2. Kepariwisata Bali bertujuan untuk melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya</li><li>3. Pembangunan kepariwisataan Bali diarahkan pada melestarikan lingkungan alam Bali sebagai basis penyangga kehidupan masyarakat dan kebudayaan Bali secara berkelanjutan</li><li>4. Pembangunan Kepariwisata Budaya Bali dilakukan berdasarkan Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Provinsi Bali.</li></ol>
Perda No 16 Tahun 2009 RTRW	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Bahwa ruang merupakan komponen lingkungan hidup yang bersifat terbatas dan tidak diperbaharui yang harus dimanfaatkan secara berkelanjutan sebagai satu kesatuan ruang dalam tatanan yang dinamis berlandaskan kebudayaan Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu sesuai dengan falsafah Tri Hita Karana;</li><li>2. Tri Hita Karana adalah falsafah hidup masyarakat Bali yang memuat tiga unsur yang membangun keseimbangan dan keharmonisan hubungan antara manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, dan manusia dengan lingkungannya yang menjadi sumber kesejahteraan, kedamaian, dan kebahagiaan bagi kehidupan manusia.</li><li>3. Pengembangan sektor kepariwisataan yang berlandaskan kebudayaan Daerah Bali yang dijiwai Agama Hindu, diarahkan pada kepariwisataan berbasis masyarakat melalui pengembangan wisata perdesaan (desa wisata), wisata agro, wisata eko, wisata bahari, wisata budaya, wisata spiritual dengan penyediaan kelengkapan sarana dan prasarana daya tarik pariwisata yang tetap memperhatikan kelestarian lingkungan dan daya dukung dan pengembangan ekonomi kerakyatan</li><li>4. Lokasi kegiatan pertambangan pengambilan air bawah tanah tersebar di seluruh wilayah kabupaten/kota dengan kapasitas pengeboran sesuai dengan potensi yang tersedia dan pemanfaatannya mengacu pada ketentuan penatagunaan air;</li><li>5. Pemanfaatan semua lahan-lahan yang sudah mendapatkan pengairan tetapi belum dimanfaatkan sebagai lahan sawah, khususnya di wilayah Kabupaten Tabanan, Badung, Gianyar, Jembrana, dan Buleleng</li></ol>

Tampak sinkron antara perundang-undangan yang mengatur pariwisata dengan penggunaan air. Undang-undang No 10 Tahun 2009 tentang

kepariwisataan, Perda Nomor 2 Tahun 2012 tentang pariwisata budaya dan Perda No 16 Tahun 2009 tentang RTRW semuanya mengacu



pada kelestrian lingkungan dan terjaganya ketersediaan air bersih.

### **Kelemahan dari Sisi Perundang-undangan**

Namun jika ditelaah lebih lanjut, beberapa persoalan yang muncul dalam UU No.7 Tahun 2004 tentang Sumber Daya Air berkaitan dengan keterlibatan pihak swasta dalam proses pengelolaannya. Hal ini tidak terlepas dari pergeseran makna air yang sebelumnya merupakan barang publik berubah menjadi komoditas yang lebih mementingkan aspek ekonomi yang akhirnya berorientasi pada mencari keuntungan (Harjanti,2012) Kelahiran UU Nomor 7 Tahun 2004 sangat memberikan kelonggaran kepada pihak asing dalam pengelolaan sumber daya air di Indonesia. Pergeseran makna ini dapat dilihat pada Pasal 9 ayat (1), Pasal 11 ayat (3) dan Pasal 14 UU No 7 Tahun 2004 yang dilaksanakan dengan PP No 16 Tahun 2005 tentang SPAM (Sistem Penyediaan Air Minum). Ruang masuk swasta dalam pengelolaan air sangat besar, dimana pada pasal 37 ayat (3) “dalam hal BUMN dan BUMD sebagaimana dimaksudkan dalam ayat (2) tidak dapat meningkatkan kuantitas dan kualitas pelayanan SPAM di wilayah pelayanannya, BUMN atau BUMD atas persetujuan dewan pengawas/komisaris dapat mengikutsertakan koprasi, badan

usaha swasta dan atau masyarakat dalam penyelenggaraan di wilayah pelayanannya.

### **Kelemahan dari Sisi Penegakkan Hukum**

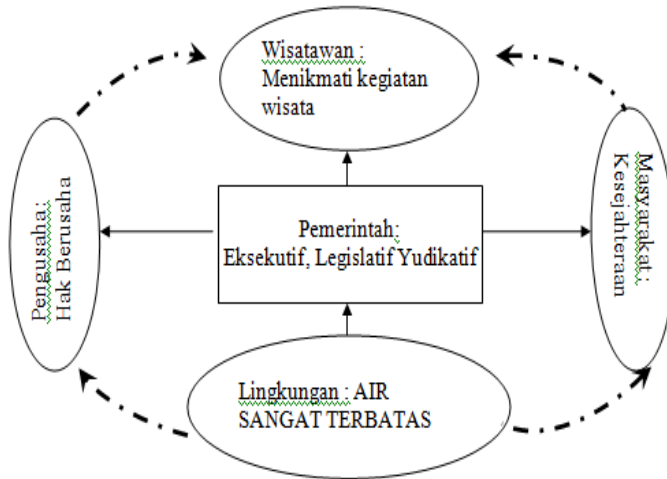
Terjadinya permasalahan mengenai langkanya air menunjukkan adanya kesenjangan. Hal ini dapat disebabkan karena kurang tegasnya penegak hukum dalam menertibkan pembangunan sarana pariwisata ditempat-tempat yang seharusnya tidak boleh dibangun, seperti kawasan jalur hijau, sempadan pantai, sempadan jurang, dsb yang menyebabkan alih fungsi lahan dan mempengaruhi ketersediaan air.

Apabila penegakkan hukum dilakukan dengan baik tentunya tidak terjadi kelangkaan air di wilayah Bali Selatan.

### **Usaha yang Dapat Dilakukan untuk Menyeimbangkan Pengembangan Pariwisata dan Ketersediaan Air di Wilayah Bali Selatan**

Pengembangan pariwisata harus disertai dengan kebijakan untuk mengurangi dampak pembangunan terhadap lingkungan dan mampu mengangkat pengembangan pariwisata (Yang,M. et.al, 2009).

Gambar 2 Penyebab Konflik Air



Melihat kenyataan yang ada, upaya yang dapat dilakukan dalam tata kelola air sehingga mampu mewujudkan kelestarian lingkungan dan ketersediaan air di masa depan adalah :

1. Peninjauan ulang terhadap produk hukum yang mengatur penggunaan air agar tetap berorientasi pada kepentingan rakyat dan jauh dari intervensi pihak asing yang ingin memanfaatkan sumber daya air Indonesia untuk kepentingan bisnis.
2. Perlu adanya kajian terhadap penggunaan air tanah, khususnya di wilayah kantong wisata yang tidak terencana dengan baik (Kuta, Sanur) jangan sampai menimbulkan dampak yang tidak diinginkan seperti tanah longsor.
3. Penegakkan hukum dengan lebih baik.

4. Kerjasama antar seluruh stakeholder sangat dibutuhkan, oleh karenanya peranan akademisi dalam menyuarakan kebenaran sangat vital.
5. Konservasi air .

## SIMPULAN

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Penegakkan hukum di Bali mengenai tata kelola air masih perlu dibenahi, melihat fenomena konflik dan krisis air akibat pengembangan pariwisata menunjukkan kekurangsempurnaan dalam praktik penyelenggaraan hukum. Dari sisi produk hukum UU No 7 Tahun 2004 tentang tata kelola air masih perlu ditinjau ulang mengenai privatisasi pengelolaan sumber daya air jangan sampai mengorbankan kepentingan khalayak/masyarakat
2. Upaya yang dapat dilakukan untuk menyeimbangkan kebutuhan air di wilayah Bali selatan adalah dengan peninjauan ulang terhadap produk hukum yang berlaku, penegakkan hukum yang lebih baik, meningkatkan kerjasama antar *stakeholder* pariwisata, dan konservasi air.



#### DAFTAR PUSTAKA

- Fredriksson, G. M., & Nijman, V. (2004). Habitat use and conservation status of two elusive ground birds (*carpococcyx radiatus* and *polyplectron schleiermacheri*) in the sungai wain protection forest, east kalimantan, indonesian borneo. *Oryx*, 38(3), 297-303. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/222299427?accountid=62693>
- Harjanti, Wiwik. 2012. Hak Atas Air Dalam Konstitusi Negara dan Pengelolaannya di Indonesia (Right of Water in Indonesian Constitution and its Management). Samarinda : Universitas Mulawarman.
- Harp, S. L. (2007). Histories of tourism: Representation, identity and conflict. *Journal of Social History*, 41(1), 220-221. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/198937845?accountid=62693>
- <http://www.balipost.com/mediadetail.php?module=detailberita&kid=10&id=81102>
- International Seminar on Tourism Harmonization Development, Faculty of Tourism, Udayana, Denpasar, 27 April 2010.
- Macrae, G. S., Arthawiguna, I. W., & A. (2011). Sustainable agricultural development in bali: Is the subak an obstacle, an agent or subject? *Human Ecology*, 39(1), 11-20. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10745-011-9386-y>
- Mullins, P. (1999). Managing tourism in cities: Policy, process and practice. *Urban Studies*, 36(11), 2003-2005. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/236287155?accountid=62693>
- RachmiHandayani, IGAK. 2006. Krisis Air, Illegal logging dan Penegakan Hukum Lingkungan di Indonesia. Yuditisa Edisi No 69. [http://eprints.uns.ac.id/766/1/Krisis\\_Air\\_Illegal\\_Logging\\_Dan\\_Penegakkan\\_hukum\\_Lingkungan\\_Di\\_Indonesia.pdf](http://eprints.uns.ac.id/766/1/Krisis_Air_Illegal_Logging_Dan_Penegakkan_hukum_Lingkungan_Di_Indonesia.pdf)
- Ruzza, C. (2000). Environmental sustainability and tourism in european policy-making. *Innovation*, 13(3), 291-310. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/211945596?accountid=6269>



- Suardana, I Wayan Gendo.2011. Krisis Air di Bali dan Konflik yang Menyertainya <http://walhibali.org/tag/konflik-air>
- Strauß, S. (2011). Water conflicts among different user groups in south bali, indonesia. *Human Ecology*, 39(1), 69-79. doi:<http://dx.doi.org/10.1007/s10745-011-9381-3>
- Trisnawati, Hikmah.2011.Dampak Infrastruktur Pariwisata Terhadap Konflik Air di Kabupaten Badung dan Tabanan. Thesis. Program Pasca Sarjana Kajian Pariwisata Universitas Udayana. Denpasar : Universitas Udayana
- Walmsley, S. F., & White, A. T. (2003). Influence of social, management and enforcement factors on the long-term ecological effects of marine sanctuaries. *Environmental Conservation*, 30(4), 388-407. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/203164964?accountid=62693>
- Widarto, Djedi Setyo.2009. Dampak Kerusakan Pengambilan Air Tanah Berlebih di Indonesia [http://portal.ristek.go.id/colu\\_mns.php?page\\_mode=detail&id=29](http://portal.ristek.go.id/colu_mns.php?page_mode=detail&id=29)
- Wyasa Putra, Ida Bagus dkk, *Hukum Bisnis Pariwisata*, Denpasar, PT. Refika Aditama, 2001
- Yang, M., Hens, L., Ou, X., & De Wulf, R. (2009). Tourism: An alternative to development? reconsidering farming, tourism, and conservation incentives in northwest yunnan mountain communities. *Mountain Research and Development (Online)*, 29(1), 75-81. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1020691666?accountid=62693>
- Zu-yong, W., Ju-qin, S., & Fu-hua, S. (2013). Study on the model building for the influence of the water environment on urban tourism ecological capacity. *Journal of Applied Sciences*, 13(10), 1760-1766. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1458313423?accountid=62693>

# **STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI BERAWA SEBAGAI DAYA TARIK WISATA BERBASIS KERAKYATAN DI KABUPATEN BADUNG**

**I Wayan Kartimin<sup>\*1</sup> & I Wayan Arta Artana<sup>\*2</sup>**

Dosen STIPAR Triatma Jaya

ian\_Baskara@yahoo.co.id<sup>\*1</sup>, Wynartana2000@yahoo.com<sup>\*2</sup>

## **ABSTRACT**

Based on the Badung Regency's Regulation number 7 Year 2005 about tourist attractive destination in Badung regency, it is stated that until 2008, Badung regency has thirty three tourist destinations. One of the tourist attractive destinations, which is feasible to be developed in Badung regency is Berawa Beach, located at Berawa sub-village, Tibubeneng village, north Kuta district. It is substantially developed as a community based tourist attractive destination. The problems raised in this research are: (1) what potencies does Berawa Beach have related with four important components in tourism; (2) how the local people as host have been involved in the development of Berawa beach; and (3) what strategies can be implemented in organizing and developing Berawa beach in the future time.

This research is aimed at (1) to identify the Berawa beach's potencies; (2) to identify how the local community as host have been actively involved in organizing and developing Berawa beach; (3) to know the most effective strategies that can be implemented in this community based tourism.

The data used in this research is qualitative and quantitative data with a purposive sample taken. The data has been collected and analyzed by descriptive qualitative and SWOT analysis.

The results of this study shows, that Berawa Beach tourist attractive destination has a decent variety of tourism potential to be developed and has fulfilled four (4) important components in the tourism industry which are known as the four A's: Attraction (tourist attractions), Accesibility (access to reach the tourist areas), Amenity (facilities and tourism services), and ancillary (institutional and human resources supporting tourism). Beside that, the local community as host have been involved in providing tourists service facilities and in developing Berawa Beach. In the future time, Berawa beach can be developed by implementing some strategies, such as strategy, ST, WO, WT strategy.

The results of this study is expected can give some positive contributions in planning, developing strategies for Berawa beach in the future time, and one day it will give a good economical impact on the development of local community, and local social culture.

**Keywords:** beach attractive destination, community based tourism, tourism.



## LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan ekonomi alternatif yang menjanjikan bagi suatu negara atau daerah yang memiliki keterbatasan dalam hal sumber daya alam, namun memiliki keunikan budaya dan atau panorama alam. Potensi budaya dan panorama alam yang indah dapat dikembangkan menjadi pesona dan daya tarik bagi wisatawan, baik wisatawan manca negara (wisman) maupun wisatawan nusantara (wisnus). Demikian juga halnya amanat UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, dimana kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Kepariwisata berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Kepariwisata bertujuan untuk: meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, mengatasi pengangguran, menghapus kemiskinan, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperlancar persahabatan antar bangsa, dan

memerkukuh jati diri dan kesatuan bangsa (Disparda Bali, 2009:1). Dalam tujuan tersebut, jelas terlihat bahwa industri pariwisata dikembangkan di Indonesia dalam rangka mendatangkan dan meningkatkan devisa negara (state revenue). Dengan kata lain, segala usaha yang berhubungan dengan kepariwisataan merupakan usaha yang bersifat komersial dengan tujuan utama mendatangkan devisa negara. Selain itu, pengembangan kepariwisataan juga bertujuan untuk memperkenalkan dan mendayagunakan keindahan alam dan kebudayaan Indonesia. Ini berarti, pengembangan pariwisata di Indonesia tidak terlepas dari potensi yang dimiliki oleh Indonesia untuk mendukung pariwisata tersebut. Indonesia memiliki keragaman budaya yang sangat menarik. Keragaman budaya ini dilatari oleh adanya agama, adat istiadat yang unik, dan kesenian yang dimiliki oleh setiap suku yang ada di Indonesia. Di samping itu, alamnya yang indah akan memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan baik itu alam pegunungan (pedesaan), alam bawah laut, maupun pantai. Bagi Indonesia, pariwisata telah banyak berperan dalam peningkatan devisa negara, sehingga sektor ini telah dijadikan sektor utama selain minyak bumi dan gas.

Di Indonesia, pariwisata telah dikembangkan di berbagai provinsi, termasuk salah satunya di Provinsi Bali. Provinsi Bali merupakan salah satu dari 33 provinsi di Indonesia yang terdiri dari Pulau Bali, Pulau Nusa Penida, Nusa Lembongan, Ceningan, Menjangan dan Nusa Dua



yang memiliki wilayah seluas 5.636,66 Km<sup>2</sup> (Disparda Bali, 2008:1). Bali sebagai bagian dari wilayah Indonesia juga mengembangkan pariwisata sebagai salah satu andalan pembangunan. Daya tarik utama adalah keunikan budaya Hindu yang telah berkembang berabad-abad di Bali, selain keindahan alamnya yang juga sangat memukau. Oleh karena itulah, konsep pengembangan pariwisata di Bali adalah pariwisata budaya, yaitu jenis pariwisata yang dalam perkembangan dan pengembangannya menggunakan kebudayaan daerah Bali yang dijiwai oleh Agama Hindu yang merupakan bagian dari kebudayaan nasional sebagai potensi dasar yang paling dominan, yang di dalamnya tersirat satu cita-cita adanya hubungan timbal balik antara pariwisata dan kebudayaan sehingga keduanya meningkat secara serasi, selaras, dan seimbang (Peraturan Daerah Tingkat I Bali Nomor 3 Tahun 1991 Pasal 1 huruf j).

Pada tahun 2009, Bali telah mampu mencapai jumlah kunjungan wisatawan manca negara (wisman) sebanyak 2.229.945 orang. Jumlah ini meningkat dari tahun sebelumnya yang hanya mencapai jumlah sebanyak 1.968.892 orang wisatawan datang ke Bali secara langsung dari luar negeri (Disparda Bali dalam BTN, 2010:6).

Bali merupakan pusat pariwisata Indonesia Bagian Tengah dan sebagai salah satu daerah tujuan wisata yang terkemuka di dunia. Bali juga memiliki berbagai potensi yang menunjang pertumbuhan kepariwisataan. Potensi-potensi tersebut mencakup potensi alam, manusia dan kebudayaan.

Pada dekade terakhir, pembangunan pariwisata di Indonesia khususnya di Bali menunjukkan kecenderungan terus meningkat. Tercatat dari tahun 2004 sampai tahun 2008, jumlah wisatawan mancanegara yang langsung datang ke Bali mengalami peningkatan rata-rata 9,5% pertahun. Kuatnya daya tarik pariwisata Bali secara umum tercermin dari rata-rata lama tinggal wisatawan mancanegara, yaitu tahun 2004 selama 9 hari dan pada tahun 2008 selama 11 hari atau meningkat 10,55% pertahun dengan tingkat hunian kamar hotel berbintang mencapai 69,6% pada tahun 2008 (Disparda Bali, 2008).

Badung merupakan salah satu kabupaten di Bali yang memiliki berbagai potensi pariwisata, dan hampir seluruh daerahnya telah ditetapkan sebagai kawasan pariwisata. Potensi-potensi ini memang terus digali dan ditumbuhkembangkan sebagai modal pengembangan pariwisata ke depan. Salah satu potensi yang sudah dikenal luas namun perlu lebih dikembangkan lagi adalah daya tarik wisata pantai yang ada di Kabupaten Badung.

Arah kebijakan pembangunan di Kabupaten Badung terbagi menjadi 3 (tiga) wilayah pembangunan yaitu Badung Utara, Badung Tengah, dan Badung Selatan. Wilayah Badung Utara yang meliputi: Kecamatan Petang dan Kecamatan Abiansemal dengan dominasi aktivitas pada sektor perkebunan diarahkan pada komoditas ekspor dan penunjang pariwisata. Selain itu, terdapat pula potensi alam sebagai DTW, konservasi air tanah, industri kecil



dan kerajinan rumah tangga. Wilayah Badung Utara diarahkan pada wisata agro dan wisata peternakan dalam arti luas. Wilayah pembangunan Badung Tengah meliputi Kecamatan Mengwi dengan dominasi aktivitas pertanian tanaman pangan, pariwisata, pengembangan fisik kota dan sebagainya. Pengembangan potensi kepariwisataan Badung Tengah diarahkan pada pariwisata budaya. Wilayah pembangunan Badung Selatan yang meliputi Kecamatan Kuta, Kuta Utara dan Kuta Selatan didominasi oleh aktivitas pariwisata, perdagangan, pusat pendidikan dan lain-lain (Disparda Badung, 2008:5).

Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan yang dimiliki Kabupaten Badung. Hal ini terbukti lebih dari 90 % pendapatan daerah Badung diperoleh dari sektor Pariwisata. Pengembangan kepariwisataan selalu berpedoman pada pariwisata budaya, potensi alam, sarana rekreasi lainnya merupakan penunjang kepariwisataan (Disparda Badung, 2008:5).

Berdasarkan Peraturan Bupati Badung Nomor: 7 Tahun 2005 tentang Daya Tarik Wisata (DTW) di Kabupaten Badung, hingga tahun 2008 Kabupaten Badung memiliki dua puluh enam buah DTW alam, tujuh buah DTW budaya, satu buah DTW remaja dan tiga buah DTW buatan. Jumlah keseluruhan DTW di Kabupaten Badung sebanyak tiga puluh tujuh buah DTW yang tersebar pada enam kecamatan. (Disparda Badung, 2008:17). Kemudian ketiga puluh tujuh daya tarik wisata tersebut diklasifikasikan menjadi wisata alam dan wisata budaya dengan tiga kategori kelompok

DTW sesuai dengan tingkat perkembangannya, yaitu;

Daerah tujuan wisata (DTW) yang sudah berkembang: Pantai Kuta, Pantai Nusa Dua, Blahkiuh, Pantai Tanjung Benoa, Pantai Peti Tenget, Pantai Suluban, Water Boom, Sangeh, Taman Ayun, Uluwatu, Pura Sada Kapal, dan Garuda Wisnu Kencana (GWK)

Daerah tujuan wisata (DTW) yang belum berkembang: Jembatan Tukad Bangkung, Taman Reptil, Pura Keraban Langit, dan Pura Puncak Tedung.

Daerah tujuan wisata (DTW) yang akan berkembang: Pantai Cangu, Pantai Labuhan Sait, Tanah Wuk, Desa Petang, Air Terjun Nungnung, Pantai Geger, Pantai Jimbaran, Wisata Agro Plaga, Pantai Berawa, Pantai Nyang Nyang, Pantai Padang Padang, Pantai Batu Pageh, Pantai Samuh, Pantai Kedongan, Pantai Seseh, Alas Pala Sangeh, Taman Rekreasi Hutan, Desa Baha, Pantai Batu Belig, Pantai Tanjung Benoa (Pulau Penyu), dan Monumen Tragedi Kemanusiaan.

Salah satu potensi wisata yang cukup signifikan untuk digali dan dikembangkan yang ada di Kabupaten Badung dan yang sering dikunjungi wisatawan namun belum berkembang secara maksimal adalah daya tarik wisata Pantai Berawa.

Pantai Berawa merupakan salah satu daya tarik wisata yang terletak di sebelah barat Pantai Petitenget, termasuk wilayah Banjar Berawa, Desa Tibubeneng, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. Pantai ini memiliki potensi berupa pemandangan laut yang cukup indah, *sunset*, pasir putih yang landai yang bisa dijadikan sarana



berjemur untuk wisatawan, untuk olah raga selancar (*surfing*), dan tempat melaut bagi nelayan yang ada di sekitar pantai. Selain sebagai tempat rekreasi pantai ini juga memberikan kontribusi pendapatan ekonomi bagi nelayan di sekitarnya. Di tepi Pantai Berawa terdapat Pura Dalem Prancak yang oleh masyarakat sekitarnya difungsikan sebagai tempat pelaksanaan ritual keagamaan seperti melasti, dilengkapi dengan fasilitas umum berupa parkir untuk wisatawan, wantilan, adanya kios-kios dan warung makanan. Di sekitar tepi pantai juga sudah banyak tersedia sarana akomodasi tempat penginapan berupa hotel dan vila, yang disediakan untuk wisatawan.

Sebagian besar wisatawan yang berkunjung ke Pantai Berawa adalah memanfaatkan potensi ombaknya untuk kegiatan berselancar dan mandi. Pantai Berawa juga sudah memenuhi empat (4) komponen penting dalam industri pariwisata yang dikenal dengan istilah empat A, yaitu *Attraction* (atraksi wisata), *Accessibility* (akses untuk mencapai daerah wisata), *Amenity* (fasilitas dan jasa wisata), dan *Ancillary* (kelembagaan dan sumber daya manusia pendukung kepariwisataan). Pantai Berawa juga digunakan sebagai ajang rekreasi bagi wisatawan lokal disaat hari raya dan hari libur. Pantai Berawa yang terbentang sepanjang hampir lima kilometer merupakan tempat yang sangat strategis karena mudah dijangkau dari pusat pariwisata Kuta, Denpasar, Bandara Ngurah Rai, dan juga dari Tanah Lot. Dengan akses yang sangat mudah ini sangat memungkinkan Pantai Berawa bisa dikembangkan sebagai wisata alam

sehingga bisa menjadi alternatif bagi wisatawan yang ingin menikmati suasana pantai yang masih alami, terhindar dari berbagai pencemaran dan kerumunan pedagang acung. Sementara fasilitas penunjang yang belum terdapat di pesisir pantai adalah berupa *Art Shop* dan *Money Changer*.

Dari data lapangan yang diperoleh penulis dari Balai Penyuluh Pertanian Kecamatan Kuta Utara, menyebutkan bahwa jumlah lahan pertanian sebelum Pantai Berawa dikembangkan adalah seluas 2.260 hektar, alih fungsi lahan terjadi seluas 819,7 hektar, dan sisanya 1.440,3 hektar masih berupa lahan produktif.

#### **RUMUSAN MASALAH**

Masyarakat menyadari bahwa Pantai Berawa memiliki berbagai potensi alam yang dapat dikembangkan sebagai modal pengembangan daerah tujuan wisata di Kabupaten Badung. Namun, masyarakat di Desa Tibubeneng belum mampu mengidentifikasi permasalahan-permasalahan yang ada di Pantai Berawa. Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, masalah yang ingin diteliti dalam thesis ini dapat dirumuskan sebagai berikut.

- 1). Potensi-potensi apakah yang ada yang ada di Pantai Berawa?
- 2). Bagaimana keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan Pantai Berawa?
- 3). Bagaimana strategi pengelolaan dan pengembangan DTW Pantai Berawa ke depan?



## 2. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini secara khusus adalah sebagai berikut.

Mengidentifikasi potensi-potensi yang ada di lingkungan Pantai Berawa.

Mengidentifikasi sejauh mana masyarakat lokal telah ikut berpartisipasi secara aktif dalam pengelolaan serta pengembangan Pantai Berawa.

Mengetahui strategi yang paling sesuai dalam pengelolaan dan pengembangan Pantai Berawa sebagai DTW yang berbasis kerakyatan.

### STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI BERAWA

Setelah mengetahui gambaran perkembangan wilayah Desa Tibubeneng sebagai daerah yang memiliki pantai yang cukup mendukung untuk sebuah pengembangan pariwisata pantai, namun belum tampak adanya perkembangan yang berarti, maka perlu strategi pengembangan daerah tujuan wisata pantai ini untuk masa-masa mendatang. Strategi pengembangan ini diharapkan mampu memberikan solusi alternatif guna pengembangan pariwisata di daerah ini. Strategi yang dimaksud diperoleh dari hasil analisis SWOT, dengan memadukan antara faktor-faktor internal yakni *strengths* (kekuatan-kekuatan) dan *Weaknesses* (kelemahan-kelemahan), dengan faktor-faktor eksternal yakni

*Opportunities* (peluang-peluang) dan *Treaths* (kendala-kendala).

### Kekuatan (*Strength*) Wilayah Pantai Berawa

Sebagai wilayah pengembangan pariwisata, Desa Tibubeneng memiliki kekuatan-kekuatan (*strengths*) yang dapat dijadikan modal pengembangan wilayah ini. Berdasarkan hasil pengolahan data di lapangan, nampak beberapa kekuatan-kekuatan yang dimiliki wilayah ini di antaranya sebagai berikut.

### Potensi sumber daya alam

Potensi sumber daya alam yang dimiliki Pantai Berawa cukup mengesankan. Pemandangan alam pantainya yang indah, ombak lautnya yang sangat bagus untuk berselancar (*surfing*), pasir putihnya yang menawan untuk berbagai aktivitas pantai, kesejukan udaranya, serta adanya asset lingkungan pantai lainnya menjadi bukti bahwa potensi sumber daya alam di daerah ini cukup potensial untuk dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata favorit.

### Adanya potensi sumber daya budaya

Pantai Berawa merupakan salah satu lokasi yang memiliki nilai budaya Hindu yang tinggi, wilayah ini memiliki aset budaya yang cukup beragam. Pantai Berawa juga mampu menghasilkan berbagai atraksi wisata terutama menyangkut kegiatan spiritual/keagamaan masyarakat sekitarnya.



### **Adanya dukungan sumber daya manusia dan dukungan masyarakat**

Kemampuan sumber daya manusianya khususnya untuk kepentingan pariwisata, ternyata cukup mendukung. Hal ini terbukti dari cukup banyaknya warga masyarakat tersebut yang telah berkecimpung pada sektor pariwisata. Salah satu pilar pariwisata dalam konsep *stakeholders* pariwisata yakni masyarakat lokal (*host*) sudah terpenuhinya.

### **Lokasi strategis**

Lokasi DTW Pantai Berawa, di Desa Tibubeneng yang ada dikawasan pantai selatan kabupaten Badung khususnya kecamatan Kuta Utara secara geografis lokasi pantai sangat memadai untuk dijadikan tempat wisata pantai terintegrasi dengan pengembangan wisata lainnya. Karena sudah tersedianya berbagai amenities pariwisata Berbagai amenities untuk mendukung kegiatan pariwisata telah tersedia di wilayah ini.

### **Kelemahan (*Weakness*) Wilayah Pantai Berawa**

Di samping adanya kekuatan-kekuatan yang dimiliki Wilayah Pantai Berawa, berbagai sisi kelemahannya pun ada. Kelemahan-kelemahan ini merupakan hal-hal yang tidak dimiliki atau tidak ada di wilayah tersebut. Kelemahan-kelemahan ini merupakan faktor internal disamping kekuatan-kekuatan yang dimiliki.

Berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah dikumpulkan di lapangan, maka dapat digambarkan kelemahan-kelemahannya adalah sebagai berikut.

### **Belum adanya lembaga pengelolaan pariwisata**

Lembaga pengelola pariwisata khususnya lembaga pengelola seharusnya sudah ada, namun karena satu dan lain hal maka lembaga pengelolaan ini sampai sekarang belum kunjung dibentuk.

### **Beberapa potensi belum tergarap**

Beberapa potensi belum tergarap yang mana sesungguhnya memiliki berbagai potensi yang dapat dikembangkan untuk tujuan pariwisata.

### **Keterbatasan dana**

Terbatasnya dana yang ada dalam pengembangan pariwisata ini juga merupakan kelemahan yang dimiliki. Sampai saat ini belum ada masyarakat lokal yang berminat menanamkan modalnya untuk membangun pariwisata di wilayah ini.

### **Belum adanya kerjasama dengan pihak luar.**

Kerjasama dengan pihak lain dalam hal pariwisata khususnya dengan Biro Perjalanan Wisata atau *travel agent* perlu dilakukan, sehingga berbagai potensi wisata yang dimiliki akan diketahui dan



mau dijual oleh mereka kepada wisatawan.

### **Atraksi wisata yang telah ada belum mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan**

Sebuah obyek wisata akan sangat diminati oleh wisatawan jika daerah tersebut mampu menawarkan atraksi wisata yang unik dan menarik. Atraksi wisata yang unik dan menarik serta tidak ada duanya di tempat lain, sehingga wisatawan merasakan masih sama dengan daerah wisata lainnya

### **Peluang *(Opportunity)* Pengembangan Wilayah Pantai Berawa**

Dalam penyusunan strategi pengembangan suatu wilayah, di samping mempertimbangkan faktor-faktor internal, juga menggunakan faktor-faktor eksternal. Salah satu dan faktor ini adalah merupakan peluang-peluang eksternal.

Berbagai peluang eksternal yang ada dalam pengembangannya dapat digambarkan seperti di bawah ini.

### **Adanya perubahan trend pariwisata dari *mass tourism* ke *quality tourism***

Hal ini akan menguntungkan daerah-daerah pengembangan pariwisata alternatif, seperti pariwisata pedesaan yang dikembangkan.

### **Adanya peran serta masyarakat dalam pelestarian budaya**

Kesadaran masyarakat khususnya masyarakat lokal yang ada di sekitar Pantai Berawa dalam melestarikan budaya mereka turut menjadi peluang positif dalam pengembangan pariwisata pantai ini ke depan.

### **Kebijakan pemerintah dalam pengembangan Pantai Berawa Sebagai daerah tujuan wisata alam**

Adanya kebijakan pemerintah khususnya Pemerintah Kabupaten Badung dalam pengembangan DTW Pantai Berawa membuktikan bahwa pantai ini memang layak untuk dikembangkan serta memiliki peluang untuk maju seperti DTW-DTW lainnya yang ada di Kabupaten Badung.

### **Sudah pesatnya teknologi informasi**

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sekarang ini telah berimplikasi pada pengembangan suatu daerah tujuan wisata.

### **Tersedianya sarana transportasi**

Dengan adanya pelayanan transportasi yang disediakan masyarakat akan memudahkan wisatawan untuk masuk dan keluar DTW ini.

### **Meningkatkan hubungan kerjasama dengan pelaku pariwisata**

Agar bisa lebih dikenal oleh wisatawan, sudah selayaknya promosi secara gencar harus terus dilakukan. Salah satu cara efektif agar dapat melakukan



promosi dengan baik, yaitu dengan mengadakan hubungan kerjasama dengan pelaku jasa pariwisata, seperti dengan Travel Agent, *tour guide*, hotel, dan sebagainya.

### **Hambatan/ancaman (*Threat*) Pengembangan Wilayah Pantai Berawa**

Selain dari adanya peluang-peluang yang merupakan faktor eksternal, pengembangan pariwisata pada suatu daerah hendaknya mampu mengidentifikasi hambatan-hambatannya. Berdasarkan hasil observasi serta pengolahan data di lapangan menunjukkan adanya hambatan-hambatan/ancaman dalam pengembangan pariwisata di daerah ini. Adapun hambatan/ancaman tersebut seperti berikut.

### **Menurunnya nilai-nilai budaya sehingga tumbuhnya sikap komersil**

Dengan adanya pengaruh globalisasi yang telah memasuki wilayah tradisional masyarakat sampai kepedesaan, nilai-nilai budaya masyarakat yang sebelumnya dijunjung tinggi secara perlahan nilainya mulai menurun. Disisi lain penurunan nilai-nilai budaya tersebut menimbulkan adanya sikap komersial masyarakat.

### **Keamanan daerah Bali**

Kegiatan pariwisata sangat identik dengan keamanan suatu wilayah atau daerah tujuan wisata. Masalah keamanan merupakan masalah utama dan menjadi prioritas bagi wisatawan

yang berkunjung ke suatu Negara, termasuk Indonesia, khususnya di Pulau Bali. Kejadian Bom Bali jilid I dan II telah memberikan pengalaman dan pelajaran yang sangat berarti bagi Pulau Bali sebagai daerah tujuan Wisata Internasional. Pasca kejadian tragedi bom tersebut, nyaris pariwisata di Bali mengalami kelumpuhan total. Hal ini menunjukkan bahwa keamanan merupakan salah satu indikator penentu kepariwisataan.

### **Kondisi politik global**

Kondisi politik yang terjadi secara global turut menentukan kondisi pariwisata dunia. Semakin kondusif kondisi politik global maka pertumbuhan industry pariwisata semakin membaik.

### **Kondisi politik nasional**

Pengembangan suatu daerah pariwisata atau daerah tujuan wisata juga sangat dipengaruhi oleh faktor kondisi politik nasional. Dampak politik nasional juga berpengaruh terhadap kepariwisataan di Indonesia.

### **Kondisi politik global dan pengeluaran travel warning oleh beberapa Negara**

*Travel warning* dikeluarkan oleh suatu negara kepada Negara lainnya karena adanya ancaman gangguan keamanan pada negara tersebut. Selain itu, isu penyakit tertentu juga mempengaruhi pengeluaran *travel warning* tersebut. Pengeluaran *Travel warning* oleh suatu Negara terhadap Indonesia akan mempengaruhi kepariwisataan nasional.



### **Adanya kecenderungan alih fungsi lahan pertanian**

Adanya kecenderungan alih fungsi lahan dari fungsi pertanian produktif menjadi lahan perumahan dan pertokoan mengakibatkan berkurangnya lahan terbuka hijau, sehingga mengurangi keasrian alam. Alih fungsi lahan secara keseluruhan berada di Subak Dawas, Daksina, Semat, Bantan, Perancak, dan Subak Banjar Sari. Peruntukkan lahan adalah untuk pembangunan perumahan, vila/hotel, restoran, perusahaan, pasar, ruko, dan gudang. Luas lahan pertanian pada Tahun 2004 adalah 387 Hektar, Tahun 2005 menjadi 385 Hektar (alih fungsi lahan seluas 2 Hektar), dan dari Tahun 2006 sampai 2009 lahan pertanian berjumlah 356 Hektar (alih fungsi lahan seluas 31 Hektar). Tahun 2010 jumlah lahan pertanian menjadi 362 Hektar (alih fungsi lahan 25 Hektar). Hal ini diakibatkan karena adanya 6 Hektar lahan yang sudah dikeringkan, fungsinya dikembalikan lagi sebagai lahan pertanian produktif (Monografi Wilbin Tububeneng, 2010).

### **Pemanasan Global (*Global warming*)**

Isu adanya *globing warming* yang telah meluas belakangan ini turut menjadi faktor penghambat perkembangan kepariwisataan. Sekarang ini banyak lembaga pecinta lingkungan menuduh perkembangan industri pariwisata di berbagai belahan dunia menjadi penyebab terjadinya pemanasan global akibat berkurangnya lahan terbuka hijau,

pembangunan rumah kaca, dan penggunaan alat-alat elektronik yang berlebihan.

### **Isu Kesehatan**

Jenis-jenis penyakit seperti HIV, AIDS, Rabies, Kolera, dan lain-lain yang mewabah di suatu daerah tujuan wisata juga merupakan factor yang menjadi ancaman bagi daerah tersebut, mengingat wisatawan sangat memperhatikan tingkat heginitas daerah yang dikunjungi.

Dari kedua faktor internal dan eksternal yang dijabarkan dalam kekuatan, kelemahan, peluang, serta hambatan tersebut, diperoleh beberapa strategi yang dikenal dengan strategi SWOT, yang terdiri dari strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT yang dipergunakan untuk menganalisis strategi pengembangan Pantai Berawa seperti

### **Strategi Pengembangan Wilayah Pantai Berawa.**

Strategi yang digunakan untuk pengembangan Pantai Berawa adalah sebagai berikut.

#### **Strategi SO**

Strategi SO merupakan strategi yang menggunakan kekuatan-kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada. Strategi SO dalam pengembangan lokasi wisata dirumuskan dengan menggunakan berbagai kekuatan yang Wisata/*Travel Agent* yang biasanya membawa wisatawan. Memanfaatkan SDM yang ada serta kesiapan masyarakat dalam mendukung pembangunan



pariwisata wilayah Pantai Berawa.

Mengadakan promosi. Promosi mengenai wilayah Pantai Berawa dengan segala potensi dan keunikannya perlu dilakukan secara terus menerus. Promosi ini dapat dilakukan dengan mengadakan even-even wisata , di samping promosi melalui Biro Perjalanan Wisata dan selebaran yang memuat tentang informasi secara lengkap.

### **Strategi WO dalam Pengembangan Wilayah Pantai Berawa**

Strategi WO merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang. Strategi WO dalam pengembangan wilayah tempat wisata ke depan dapat dijabarkan sebagai berikut.

Membentuk organisasi pengelolaan obyek/tempat wisata. Organisasi ini dapat dibentuk oleh masyarakat setempat bekerja sama dengan pemerintah yang nantinya akan dapat merumuskan segala sesuatu mengenai pengembangan pariwisata di wilayah ini.

Menggarap berbagai potensi yang dimiliki Desa, menjadikan obyek wisata alternatif yang inovatif, atraktif, dan menarik, Berbagai potensi yang ada dan mungkin dikembangkan hendaknya digarap secara optimal, sehingga dapat menarik minat wisatawan yang berkunjung ke lokasi tersebut.

Mengajak masyarakat yang memiliki modal untuk mau menanamkan modalnya pada sektor pariwisata khususnya dalam penggarapan berbagai

potensi yang ada, untuk tujuan pengembangan pariwisata.

Membentuk *image* Pantai Berawa sebagai salah satu tempat wisata pantai dengan memasyarakatkan pariwisata dan mempariwisatakan masyarakat sekitar. Hal ini dapat dilakukan dengan terus menerus mengajak masyarakat untuk berperan aktif dalam menggalakkan pariwisata di daerah ini, dengan memanfaatkan aktivitas sosial masyarakat untuk tujuan pariwisata, seperti pemasangan penjor secara rutin di lingkungannya, mengadakan berbagai pertunjukkan kesenian yang diadakan secara rutin di wantilan desa, sehingga wisatawan akan tertarik untuk menyaksikannya.

Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang berkompeten dengan pariwisata seperti, Biro Perjalanan Wisata, organisasi-organisasi pariwisata, serta dengan pemerintah, khususnya Pemerintah Kabupaten Badung. Dengan adanya kerjasama ini, diharapkan semua pihak bertanggung jawab atas pengembangan pariwisata di daerah ini.

### **Strategi ST dalam Pengembangan Wilayah Pantai Berawa**

Strategi ST merupakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi berbagai hambatan yang ada. Strategi dalam pengembangan wilayah Pantai Berawa ke depan dapat dirumuskan dengan memanfaatkan berbagai kekuatan yang ada dalam menjawab berbagai hambatan/tantangan yang dihadapi.



Adapun strategi dimaksud adalah sebagai berikut :

Menawarkan berbagai potensi yang ada kepada pihak luar, baik kepada pihak pemerintah maupun pihak swasta untuk menggarap berbagai potensi yang ada dalam rangka pengembangan pariwisata di daerah tersebut.

Mengadakan kunjungan komparatif pada daerah-daerah yang memiliki karakteristik potensi sejenis dan lebih awal berkembang.

Memperkenalkan kepada masyarakat luas baik wisman maupun wisnu berbagai potensi yang layak dikunjungi.

#### **7.5.4. Strategi WT dalam Pengembangan Wilayah Pantai Berawa**

Strategi WT merupakan strategi yang meminimalkan kelemahan-kelemahan Untuk menghindari hambatan-hambatan. Strategi WT dalam pengembangan wilayah tempat wisata dimasa yang akan datang akan dapat dilakukan strategi berikut.

Menyadari berbagai kelemahan yang ada di Desa Tibubeneng, Pantai Berawa kemudian berusaha untuk mencari pemecahannya sehingga ke depan pariwisata di wilayah ini dapat dikembangkan sebagaimana pariwisata daerah lainnya.

Menyadari pariwisata adalah sebuah sistem yang melibatkan semua pihak (*stake holder*) serta komponen masyarakat yang ada. Jika hal ini telah disadari maka pengembangan pariwisata di daerah ini perlu direduksi, diarahkan, dengan melibatkan semua pihak, baik

masyarakat, pihak pemerintah dan pihak swasta.

Mengajukan proposal kepada pemerintah, khususnya Pemerintah Kabupaten Badung mengenai pembangunan kembali (*rebuilding*) wilayah Pantai Berawa sehingga ke depan pariwisata di wilayah ini dapat berkembang dengan baik.

#### **SIMPULAN DAN SARAN-SARAN**

*Hasil analisis data yang diperoleh dalam penelitian dengan menggunakan metode pendekatan beberapa teori dan kajian serta uraian pada bagian sebelumnya yang dikaitkan dengan judul "Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Berawa" di Desa Tibu Beneng Kuta Utara Badung. Dapat didiskripsikan atas dasar teori yang relevan dengan topik penelitian ini.*

#### **Simpulan**

Bertolak dari kajian teori dapat disimpulkan sebagai berikut.

Potensi pengembangan wilayah Pantai Berawa didukung adanya beberapa potensi pariwisata seperti:

Aksesibilitas (*accessibility*) jalan raya menuju ke daerah tujuan wisata Pantai Berawa yang sudah memadai.

Fasilitas (*amenity*) penunjang seperti: air bersih, sumber daya listrik, system telekomunikasi, sarana akomodasi, tempat parkir, kamar mandi dan toilet, serta warung makan dan minum.

Atraksi wisata (*attraction*): keindahan alam, ombak untuk



kegiatan *surfing*, hamparan pasir putih, jalur penunggang kuda (*horse riding track*), lingkungan yang masih asri, dan kegiatan spiritual masyarakat.

Kelembagaan (*anciliary*), seperti: Lembaga Penyelenggara Pemerintah Desa, Badan Permusyawaratan Desa, Lembaga Pemberdayaan Masyarakat, Pertahanan Sipil (Hansip), Pendidikan Kesejahteraan Keluarga (PKK), Karang Taruna Desa, Lembaga Jasa Pengelolaan Parkir, Organisasi Angkutan Wisata, serta Lembaga Balawisata.

Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan dalam perencanaan dan pengembangan Pantai Berawa, konsep yang digunakan adalah pariwisata berbasis kemasyarakatan, dengan mengedepankan keterlibatan masyarakat lokal dalam pembangunan pariwisata di daerah ini. Dalam perencanaannya, Pemerintah Kabupaten Badung sudah mensosialisasikan kepada masyarakat setiap kebijakan yang berkaitan dengan daerah tujuan wisata Pantai Berawa, sehingga masyarakat sudah dilibatkan sejak awal dalam membuat *site plan* Pantai Berawa. Dalam pengembangannya, masyarakat lokal sudah terlibat dalam penyediaan sarana dan prasarana penunjang pariwisata, seperti: penyediaan jasa akomodasi dan restoran, pedagang *souvenir*, penyedia jasa transportasi, pedagang minuman ringan, penyewaan papan selancar, pelayanan pijat, adanya sanggar kesenian, penyediaan pelayanan, menjaga keamanan, dan kebersihan.

Strategi pengembangan Pantai Berawa dapat dirumuskan sebagai berikut.

Strategi SO seperti: menggali berbagai potensi wisata yang ada, mengkemas berbagai atraksi seni budaya masyarakat, memanfaatkan SDM dalam mendukung pembangunan pariwisata, mengadakan promosi-promosi mengenai wilayah Pantai Berawa.

Strategi WO dalam pengembangan DTW Pantai Berawa seperti: membentuk organisasi pengelolaan obyek/tempat wisata, menggarap berbagai potensi yang dimiliki Desa, mengajak masyarakat yang memiliki modal untuk mau menanamkan modalnya pada sektor pariwisata, membentuk *image* Pantai Berawa sebagai salah satu tempat wisata pantai, menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang berkompeten dengan pariwisata seperti, Biro Perjalanan Wisata, organisasi-organisasi pariwisata, serta dengan pemerintah, khususnya Pemerintah Kabupaten Badung.

Strategi ST seperti : menawarkan berbagai potensi yang ada kepada pihak luar, mengadakan kunjungan komparatif pada daerah-daerah yang memiliki karakteristik potensi sejenis, memperkenalkan kepada masyarakat luas baik wisman maupun wisnu berbagai potensi yang layak dikunjungi.

Strategi WT dalam pengembangan DTW Pantai Berawa seperti : kelemahan yang ada di Desa Tibubeneng dicarikan



pemecahannya, pariwisata adalah sebuah sistem yang melibatkan semua pihak (*stake holder*) serta komponen masyarakat yang ada, mengajukan proposal kepada pemerintah Kabupaten Badung mengenai pembangunan kembali (*rebuilding*) wilayah Pantai Berawa.

#### DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2008. *Metoda dan Teknik Menyusun Tesis*. Alfabeta Bandung

Anonim, 2009. *U.U. RI NO. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan*.

-----, 1991. *Perda Provinsi Bali No. 3. Tentang Pariwisata Budaya*.

-----, 2005. *Peraturan Bupati Badung tentang Daya Tarik Wisata di Kabupaten Badung*.

-----, 2009. *Data Monografi Desa Tibubeneng*.

-----, 2009. *Laporan Kegiatan Perbekel Desa Tibubeneng*.

-----, 1999. *Ketetapan MPR RI Nomor IV Tahun 1999. Tentang Garis-Garis*

*Besar Haluan Negara*.

-----, 2010. *Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata*. Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia

Antara, Made. 2008. *Kumpulan Materi Kuliah Kajian Pariwisata*. Denpasar: Universitas Udayana.

Ardika, I Wayan, 2001. *Pembangunan Pariwisata Bali Berkelanjutan Yang berbasis Kerakyatan*. Denpasar.

Bangun, N. C. 2003. *Strategi Pengembangan Agrowisata sebagai Pariwisata*

*Alternatif di Desa Barusjahe Kabupaten Karo Sumatera Utara* (tesis).

Denpasar: Universitas Udayana.

Bendes, I Gde, 2003. *Kumpulan Materi Mata Kuliah Pariwisata Berkelanjutan*. Denpasar: Kajian Pariwisata Universitas Udayana.

Budiastawa, Putu. 2009. *Wisata Eko-Spiritual sebagai alternatif pengembangan*

*Bukit Bangli di Kabupaten Bangli* (Tesis Program Magister Pariwisata). Denpasar: Universitas Udayana.

Budiharsono, Sugeng. 2001. *Teknik Analisis Pembangunan Wilayah Pesisir dan Lautan*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Burkart, A.Jdan Medlik, S.1981. *Tourism Past, Present nad Future*. London:

Heinman

Butler. R.W.1980. *The Concept of Tourism Area Cycle of Evolution: Implications for the Management of resources*. The Canadian Geographer.

Dahuri R, Rais, Ginting, Sitepu. 1996. *Pengelolaan Sumber Daya Wilayah Pesisir Pantai dan Lautan Secara Terpadu*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Dinas Pariwisata Propinsi Bali. *Statistik Pariwisata di Bal 2008*. Denpasar: Disparda, 2008.

Dinas Pariwisata Propinsi Bali. *Data Obyek Dan Daya Tarik Wisata Tahun 2008*.

Denpasar : Disparda, 2008.

Dinas Pariwisata Kabupaten Badung. *Selayang Pandang Dalam Angka 2008*.

Denpasar : Disparda, 2008

Da Costa, Dominggus, 2005. *Strategi Pembangunan Obyek Wisata Bu'at Menjadi*



- Kawasan Wisata di Kabupaten Timor Tengah Selatan.*(Tesis Program Magister Pariwisata). Denpasar: Universitas Udayana.
- Glueck, William F dan Lawrence R. Jauch. 1991. *Manajemen Strategi dan Kebijakan Perusahaan.*Terjemahan: Murad dan Henry Sitanggang. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.
- Kaplan, David, Manner A.A. 2000. *Teori Budaya.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Keraf. 2000. *Dimensi Budaya, Ekologi Pesisir dan Laut dalam Pembangunan Wisata Bahari,* Naskah Seminar, Denpasar, Kajian Budaya Universitas Udayana.
- Korten, David. 1987. *Community Management.* New Delhi : Kumarian Press.
- Kotler, Philip dan Keith Cox. 1980. *Manajemen dan Strategi Pemasaran.* Terjemahan: Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Jakarta: PT.Grafitas Offset.
- Koentjaraningrat. 1981. *Metode-metode Penelitian Masyarakat,* Jakarta: Penerbit PT Gramedia.
- Lundberg. 1997. *Ekonomi Pariwisata.* Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Manasse, Mallo. 1986. *Metodologi Penelitian Sosial.* Jakarta: Karunia.
- Machtucha, 2005. *Strategi Pengembangan Obyek Wisata Bahari Kawasan Pesisir Pantai Kenjeran di Kota Surabaya.* Tesis. Denpasar : UNUD.
- Mill, Robert Christie, Alih Bahasa Sastro Tribudi. 2000. *Tourism The International Business,* Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Nasikun. 1997. *Model Pariwisata Pedesaan: Permodelan Pariwisata Pedesaan Untuk Membangun Pedeseaan Yang Berkelanjutan.* Bandung: ITB.
- Nugroho, Dian Adhi.2004. *Penilaian Wisatawan Terhadap Obyek dan Daya Tarik Wisata Pantai Cunggu Sebagai Obyek Wisata Alam di Kabupaten Badung.* Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Nasution, S. 2007. *Metode Research.* Jakarta: Bumi Aksara.
- Palmer, et al. 2004. *Land, Environmental Externalities and Tourism Development.*Social Sciences Research Network Electronic Paper Collection:  
<http://ssrn.com/abstrac=504423>.
- Paturusi, Syamsul Alam.2007.*Pengembangan Kawsan Pariwisata.* Denpasar : Press UNUD.
- Pitana, I. Gde, 1996. *Dinamika Masyarakat dan Kebudayaan Bali.* Denpasar:  
Bali Post.
- Pitana, I GD.1999. *Pelangi Pariwisata Bali.* Denpasar. Bali Post.
- Porter, Michael.E. 1985. *Competative Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance.* New York : The Free Press.
- Rangkuti, Freddy.2001. *Manajemen Strategi.* Jakarta :PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti Fredy. 2003. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis.* Jakarta: Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- Ross, Glenn F. 1998. *Psykologi Pariwisata.* Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.



- Saragih, Yansen Marthen Irianto. 2009. *Pengembangan Daya Tarik Wisata Aternatif di Pulau Mansimnam, Kecamatan Manokwari Timur, Papua Barat*. Tesis Program Megister Pariwisata. Universitas Udayana Denpasar.
- Stark, Radney. 1987. *Sociology*. California. Wadsworth Publishing Company Belment.
- Sudatana, I Made A, 2005. *Analisis Penilaian Wisatawan Terhadap Produk Wisata Water Sport di Pantai Tanjung Benoa*. Tugas Akhir. Denpasar: Sekolah Tinggi Pariwisata Bali.
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Jakarta : CV. Alfabeta.
- Sukarsa, 1998. *Pengantar Pariwisata*, Denpasar, Program Pariwisata Universitas Udayana.
- Soemarwoto, Otto. 1997. *Paradigma Baru Pengelolaan Lingkungan Hidup*. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Suyitno, 2001; “*Perencanaan Wisata*” Yogyakarta: Kanisius.
- Suwantoro, Gamal, SH. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yoyakarta : ANDI Yogyakarta, 2001.
- Sukarno, Teguh Hadi.2007. *Strategi Pengembangan Rekreasi Di Obyek Wisata Tanjung Benoa*. Tesis : UNUD.
- Swarbrooke, J. 1998. *Sustainable Tourism Management*. London : CABI Publishing.
- Wahyudi, A.S. 1996. *Manajemen Strategik*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Widjaya, A.W.1995. *Percanaan sebagai Fungsi Manajemen*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Word Tourism Oraganization.1999. *International Tourism : A Global Perspective*. Madrid. Spain.
- Word Tourism Oraganization.2003. *Sustainable Development Of Ecotourism : A Compilation Of Good Practices in SMEs*. Madrid. Spain
- Wahab S, Gromang F. 1996. “*Manajemen Kepariwisataaan*”. Jakarta: Penerbit Pradnya Paramita.
- Yoeti, Oka. 1982. *Tour and Travel Management*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- , 1986. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung : Angkasa.
- , 1997. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Jakarta : Pradnya Paramita.