

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara republik Indonesia adalah negara yang memiliki potensi sumber daya alam yang melimpah, keanekaragaman hayati dan peninggalan sejarah atau budaya. Berlimpahnya sumber daya alam yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi ketika sumber daya tersebut dikelola dengan baik sesuai dengan apa yang diminati masyarakat, sehingga pemanfaatan sumber daya alam tersebut tidak akan menghabiskan waktu ataupun materi akibat ketidakberhasilan dalam mengelola sumber daya. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor yang memiliki potensi yang layak untuk dikembangkan dan dikelola secara maksimal.

Sistem kepariwisataan terdiri dari kata sistem dan kepariwisataan. Sistem adalah suatu kesatuan yang terdiri atas komponen atau elemen yang dihubungkan bersama untuk memudahkan aliran informasi, materi, atau energi. Sistem juga merupakan kesatuan bagian-bagian yang saling berhubungan yang berada dalam suatu wilayah serta memiliki item penggerak. Pariwisata merupakan suatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi, dikatakan demikian karena pariwisata adalah sebagai suatu proses yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang dan jasa sebagai satu kesatuan produk yang nyata ataupun yang berupa jasa-jasa yang dihasilkan melalui proses produksi.¹

Objek wisata merupakan salah satu sektor potensial yang dikembangkan, sebab keberadaan objek wisata di Indonesia mempunyai peran yang sangat penting sebagai sumber pendapatan negara, khususnya bagi pemerintah daerah. Keuntungan lainnya adalah peningkatan masyarakat yang bekerja dan berusaha di lokasi pariwisata. Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Pariwisata menyatakan bahwa kepariwisataan ditunjuk untuk meningkatkan pendapatan nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran rakyat, memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja, mendorong pembangunan daerah, memperkenalkan dan memberdayakan objek dan daya tarik wisata di Indonesia serta memupuk rasa cinta tanah air dan mempercepat persahabatan antar bangsa.

¹ I Ketut Setia Septa dan Nengah Landra, *Bisnis Pariwisata*, (Bali: CV.Noah Altheia, 2018), 45

Pariwisata suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar, yang mempunyai berbagai komponen seperti ekologi, politik, budaya, sosial, dan lain sebagainya.² Kegiatan pariwisata sebuah aktifitas yang memiliki keterkaitan dan saling mempengaruhi antar sesama aspek. Dari beberapa tahun terakhir dari berbagai media sosial pariwisata sangat trend kepada para pecinta tour and travel maka maraknya pariwisata, pemerintah daerah mulai berbondong-bondong untuk memperkenalkan destinasi wisata yang berada di suatu daerah masing-masing untuk menunjang kegiatan ekonomi suatu daerah. Adanya pariwisata maka sangat membutuhkan masyarakat sekitar sebagai tour guide yang memahami daerah setempat dan ruanglingkup destinasi tersebut, para pedagang sebagai pemenuh kebutuhan wisatawan berkunjung seperti memfasilitasi konsumsi yang di perdagangkan atau alat kebutuhan para wisatawan.

Sistem pariwisata terbagi menjadi empat subsistem yaitu pasar pariwisata, informasi, promosi dan petunjuk lingkungan tujuan wisata dan transportasi beserta komunikasi.³ Di destinasi wisata akan berhubungan dengan sistem lingkungan tujuan wisata yang terdiri dari interaksi timbal balik dan pelayanan fasilitas wisata serta populasi yang di datangi.⁴ Maka dari beberapa aspek yang tertera dalam subsistem pariwisata guna untuk menunjang majunya kegiatan wisata. Pariwisata mengalami peningkatan kontribusinya dari 10% menjadi 17% dari total ekspor barang dan jasa Indonesia dan posisinya sebagai penyumbang devisa terbesar meningkat dari 5 menjadi peringkat 4 dengan devisa sebesar 10 miliar USD. Sementara itu, kontribusinya secara langsung terhadap PDB sudah mencapai 3,8% dan jika memperhitungkan efek penggandaanya, kontribusi pariwisata pada PDB mencapai sekitar 9%.⁵

Indonesia adalah sebuah negara besar, dengan jumlah penduduk terbesar didunia, yakni sebesar 261.890.900 jiwa.⁶ Wilayah Indonesia selain kaya dan indah, juga mempunyai keunikan tersendiri yang jarang dimiliki oleh negara manapun didunia. Keunikan itulah mempunyai nilai jual tinggi kepada bangsa lain didunia internasional.⁷ sebagai negara mayoritas muslim dimana saat ini pemerintah pusat melakukan pengembangan sistem ekonomi syariah terhadap beberapa sektor, salah satunya pariwisata halal. Sistem ekonomi

²Ketut Suwena dan I Gustingurah W, Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata, (Denpasar: Pustaka Larasan,2017), 28

³Ibid,28

⁴Ibid,29

⁵ Kurniawan Gilang Widagyo, Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia, jurnal vol,1No.1,2015, hlm 73

⁶ Badan Pusat Statistik , Diakses www.Bps.go.id pada 27 Februari 2020.

⁷ H muhammadjakfar, *Pariwisata Halal perseptifmultidimensi*, (Malang: MalikiPers,2017),7

syariah menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam perkembangan perbankan syariah, pegadaian syariah, dan khususnya pariwisata syariah.

Citra destinasi sudah tidak asing lagi dalam dunia pariwisata karena pada hakikatnya citralah yang menggerakkan dan mendorong wisatawan menentukan pilihan destinasi wisatanya.⁸ Brand adalah sebuah penanda yang mengidentifikasi sebuah perusahaan, produk, jasa, tempat, dan lain-lain. Dengan menggunakan simbol yang unik dan membedakan dengan produk serupa dipasaran. Berbagai riset empiris menunjukan bahwa branding dapat meningkatkan citra (image) destinasi dan membantu meningkatkan angka kunjungan wisatawan asing ke destinasi tersebut.⁹ Salah satu kriteria utama keberhasilan strategi branding adalah kemampuan untuk menghasilkan citra atau kepribadian yang unik sehingga mampu mendiferensiasikan sebuah destinasi wisata dengan destinasi wisata lainnya.

Dalam lingkup internasional, pariwisata dunia mengalami berbagai perkembangan trend, salah satunya pariwisata halal. Konsep pariwisata halal merupakan segmen wisata dengan memberikan fasilitas kebutuhan dasar yang diperlukan oleh seorang wisatawan muslim sesuai dengan hukum islam, berkaitan dengan fasilitas ibadah, kehalalan makanan minuman serta pendukung lainnya sesuai dengan hukum syariah yang disediakan di destinasi wisata tujuan.

Wisatawan muslim telah menjadi potensi pasar industri pariwisata yang sangat besar. Pew Research Center (2015) menyebutkan bahwa jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sebesar 1.599.700.000 atau 23,2% jumlah penduduk dunia, dan merupakan yang terbesar kedua setelah umat kristiani. Dengan jumlah sebesar itu, wisatawan muslim sangat potensial menjadi target kunjungan wisata.¹⁰

Berbicara mengenai wisata halal tidak hanya berwisata ke tempat-tempat religi atau ziarah dan tempat-tempat nilai sejarah saja, namun lebih ke model pelaksanaannya yang mengutamakan pelayanan berbasis standar halal umat muslim, seperti penyediaan makanan halal, minuman non alkohol dan tempat beribadah yang layak. Konsep wisata syariah adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata.

⁸ I Gusti Bagus Rai Utama, *Pengantar Industri Pariwisata tantangan & peluang Bisnis Kreatif*, (Yogyakarta: deepublish, 2014),125

⁹ Janita Dewi, *Implementasi dan Implikasi Kelembagaan Pemasaran pariwisata yang bertanggung jawab : responsible tourism marketing*, (Yogyakarta: Pinus Book Publisher untuk Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia, 2011), 49

¹⁰ Riska Destiana dan Retno Sunu Astutu, *Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia* , Jurnal Vol.01 No.01 2019. 331. Diakses pada tanggal 16 juli 2020

Nilai syariat islam sebagai salah satu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata.¹¹

Potensi pengembangan pariwisata halal di Indonesia yang cukup menjanjikan semakin kuat dengan *launching* pariwisata syari'ah pada event Indonesia Halal Expo (INDEKS) yang dilaksanakan pada 30 oktober tahun 2013 lalu di Jakarta yang didukung pula oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (kemenparekraf) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam hal aktualisasi Kemetrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif atau yang biasa disebut (Kemenkraf) telah melakukan berbagai pelatihan dan sosialisasi mengenai wisata halal pada empat jenis usaha pariwisata yaitu restoran, hotel, biro perjalanan, dan spa. Kemeterian pariwisata dan ekonomi kreatif juga melakukan sosialisasi dengan beberapa organisasi-organisasi yang bergerak di bidang pariwisata yang ada di Indonesia, seperti perhimpunan Hote dan Restoran Indonesia dan *Associattion Of The Indonesia Tours And Travel*.¹²

Konsep pariwisata halal menjamin ketersediaan kebutuhan dasar umat muslim tetap menjalankan ibadah dan beraktivitas sesuai dengan hukum syariah selama berada di destinasi wisata tujuan.¹³ Menurut mastercard- crescentrating Global Muslim Travel Indeks 2019, ada sembilan (9) kebutuhan dasar pariwisata, yaitu :

1. Makan halal, suatu pelayanan yang dibutuhkan wiatawan muslim sehingga dibutuhkan sertifikasi halal.
2. Fasiliias ibadah, sebagai pemenuhan aktifivitas ibadah wajib 5 waktu umat muslim.
3. Kamar mandi dengan fasiitas kran air, merupakan sarana bersuci dan pembersihan dari hadas
4. Tidak ada sentimen islamofobia, untuk keamanan dan keselamatan wisatawan
5. Penyebab sosial, adanya sadarduri, terhadap orang lain, maupun lingkungan .
6. Pelayanan bulan ramadhan, pengelola penginapan dan tempat makanan halal untuk berbuka puasa
7. Pengalaman berwisata dengan kehidupan muslim , seperti muslim islami yang di dengarkan, situs budaya, interaksi dan komunitas muslim lokal.
8. Tidak ada pelayanan non halal, seperti minuman berakohol dan daging babi
9. Fasilitas rekreasi sesuai dengan hukum islam

¹¹Ibid 74

¹² Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Bisa*, (Jakarta: Gramedia Pustaka,2011)50

¹³ Ibid 336

Pariwisata merupakan salah satu sektor penunjang kemajuan daerah, terutama dengan adanya peraturan mengenai otonomi daerah. Kebijakan ini diberlakukan atas dasar masyarakat daerah modal yang dapat dandalkan untuk kemajuan daerahnya, salah satunya dengan kegiatan pariwisata. Perkembangan sektor wisata sangat memberikan keuntungan daerah yang mempengaruhi pendapatan daerah dan memberikan kesejahteraan masyarakat sekitar. Kehadiran wisatawan lokal, domestik, maupun manca negara sangat memberikan berkah bagi masyarakat sekitar untuk memberikan pekerjaan bagi masyarakat setempat.

Pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi di berbagai negara sudah tidak diragukan lagi. Banyak negara dari beberapa tahun akhir mengarp pariwisata dengan serius dan menjadikan pariwisata dengan serius dan menjadikan pariwisata sebagai sektor unggulan di dalam perolehan devisa, penciptaan lapangan kerja, maupun pengetasan kemiskinan.¹⁴ Sejalan dengan pertumbuhn ekonomi, peningkatan promosi pariwisata Indonesia harus didukung oleh peningkatan biaya perkapita. Kemudian, mengembangkan teknologi informasi dan transportasi lengkap juga sangat mendukung pertumbuhan aksesibilitas pariwisata di Indonesia.¹⁵

Perkembangan ekonomi daerah mendorong peningkatan taraf kesejahteraan yang akan mengurangi angka kemiskinan di suatu daerah setempat. Pariwisata yakni sebuah kegiatan yang mempengaruhi peluang kerja sekaligus mempunyai usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung. Sektor pariwisata berbasis masyarakat menjadi alternatif mengurangi angka kemiskinan karena sektor ini turut andil dalam meningkatkan pendapatan masyarakat kecil. Pariwisata juga sebagai pengerak percepatan pembangunan kemajuan daerah seperti tujuan bapak presiden Joko widodo yaitu pembangunan besar-besaran terfokuskan utama dari desa ke kota, sehingga perekonomian daerah juga tidak akan tertinggal jauh. Pengelolaan pariwisata yang paling tepat yakni tindakan langsung masyarakat untuk bersama-sama membangun suatu destinasi wisata sehingga menjadi destinasi unggulan dan diketahui oleh kalayak umum. Pengembangan pariwisata berbasais masayarakat ini akan berdampak besar tidak hanya bagi pemerintah saja namun masyarakat lokal untuk menambah pemasuakan perekonomian mereka.¹⁶

¹⁴ I Gde Pinanta dan I Ketut Surya Diart., *Pengantar ilmu Pariwisata* (Yogyakarta: CV Andi Offset,2009), 2

¹⁵ Ranga Restu Prayogo, *Perkembangan Pariwisata dalam Perspektif pemasaran* (PT Lontar Digital Asia,2018), 22

¹⁶Nur lisa ginting dan selly veronica Jurnal, *pariwisata berbasis masyarakat pasar buah berastagi*

Pengembangan strategi harus dikaitkan dengan lingkungan, mengingat fungsi strategi membuat jembatan antara misi organisasi dan lingkungannya.¹⁷ Dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat, salah satu cara mengatasi dengan mengiat usaha pembangunan industri skala kecil, termasuk pengembangan wisata pedesaan atau pariwisata halal berbasis masyarakat dimana masyarakat sebagai pengelolaan dan penikmat manfaat secara langsung. Dalam hal ini masyarakat bukan lagi sebagai objek, melainkan sebagai subjek yang terlibat aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan monitoring.

Pengembangan wisata halal berbasis masyarakat tidak jauh beda dengan berbasis masyarakat pada umumnya. Menurut Hadiwijoyo pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sangat penting untuk dikembangkan tidak hanya sebagai wahana pembangunan pedesaan yang berkelanjutan, namun pengembangan berbasis masyarakat sebagai indikator kemajuan sektor pariwisata, selain pemasukan nasional melalui devisa negara, juga meningkatkan tingkat kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat, khususnya di sekitar area objek destinasi wisata karena sebagai distribusi dan daya tarik wisata berada di area pedesaan.¹⁸

Pariwisata berbasis masyarakat sangat penting dikembangkan dimana masyarakat sebagai subjek yang partisipasi aktif sebagai ujung tombak sekaligus sebagai pelaku pariwisata. Oleh sebab itu, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau yang biasa dalam bentuk desa wisata ini ibarat sebuah laboratorium bagi masyarakat untuk melakukan fungsi pariwisata sesuai kapasitas yang dimilikinya. Karena berkembang dan majunya destinasi wisata tidak bisa lepas dari peran penting masyarakat lokal.¹⁹

Keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) sangat ditentukan oleh kesiapan masyarakat untuk terlihat secara langsung. Masyarakat tidak hanya sebagai objek namun masyarakat juga memiliki peran strategis sebagai penentu arah pembangunan pariwisata. Selama ini sektor pariwisata hanya mengedepankan aspek profit tanpa membangun masyarakat lokal sekitar objek wisata.²⁰ Padahal kehidupan masyarakat juga mempunyai nilai jual dengan memperkenalkan sejarah dan keragaman budaya. Misalnya suku madura memperkenalkan adat istiadat dan sosialnya, sesuai dengan konsep CBT

¹⁷ Muchamad zaenuri, *perencanaan strategi kepariwisataan daerah: konsep dan aplikasi*, (Yogyakarta: e-Gov Publishing, 2012), 45

¹⁸ Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Perencanaan Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat Sebuah Pendekatan Konsep*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), 4

¹⁹ Ibid 4

²⁰ Jurnal Geografis, e-ISSN: 2549-7057 Vol.10 No.2, 2008 .162

sebagai pariwisata yang segala sesuatunya di kelola dan dikembangkan oleh masyarakat, dan untuk masyarakat.

Konsep Community Based Tourism (CBT) banyak di terapkan di pedesaan yang memiliki keunikan dan karakteristik khusus untuk menjadi destinasi wisata, antara lain: lingkungan masih alami, budaya dan tradisi yang masih di pegang teguh oleh masyarakat sekitar, makanan khas, kesenian daerah yang unik, serta sistem pertanian sekaligus keakraban yang dikemas dalam sebuah bentuk destinasi wisata yang disebut desa wisata. Faktor lain yang mampu menunjang keberhasilan suatu daerah yaitu kelengkapan fasilitas yang ada seperti penginapan (homestay) tempat makan disebut restaurant, warung makan, tempat beraktifitas di alam yang mencakup pertanian, rafting, berkebun, hiking, memancing dan atraksi lainnya. Dalam hal ini masyarakat akan diajak untuk hidup dan memahami sebagaimana masyarakat setempat, maka dari itu masyarakat sangat dibutuhkan.

Pemberdayaan masyarakat melalui CBT diharapkan dapat memberikan kontribusi ekonomi, baik langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat setempat serta peningkatan kehidupan sosial. Selain masyarakat setempat memperoleh manfaat dari kedatangan wisata, mereka pun dapat menjaga dan mempertahankan budaya lokal serta pelestarian alam di wilayah mereka, karena hal ini sebagai modal utama masyarakat lokal.²¹

Sering kali madura jarang dilirik wisatawan yang datang di Jawa Timur, kebanyakan dari mereka lebih suka mendatangi ibu kota Jawa Timur yakni Surabaya dan Kota Malang yang mempunyai puluhan wisata yang sering dikunjungi. Namun, siapa sangka pula hanya dilirik sebelah mata oleh traveling, Pulau Madura memiliki banyak beberapa wisata indah yang sebegini besar diantaranya masih belum terjamah dan bisa dikatakan baru. Pantai Lon Malang merupakan salah satu wisata di Kabupaten Sampang yang memperkenalkan keindahan pantai dan desiran ombak yang menenangkan wisata yang berkunjung. Pantai Lon Malang bertempat di Jalan Raya Batu Lenger, Desa Bira Tengah, Kecamatan Sokobanah Kabupaten Sampang, Madura, Jawa Timur ini menjadi salah satu objek wisata baru beberapa tahun belakangan ini. Tiket masuk destinasi ini cukup relatif murah dan sangat terjangkau dari semua kalangan.

Wisata Pantai Lon Malang sangat berpengaruh untuk masyarakat sekitar dalam memenuhi kebutuhan ekonomi masyarakat setempat. Sampang juga dikenal akan kental

²¹ Zidni, *Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Berbasis Pariwisata Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Hukum Ekonomi Syariah dan Ahawl as Syahsiyah . Diakses 3 Januari 2021

keislamannya dikarenakan ajaran ulama pada dulunya. Masyarakat setempat juga sangat berpengaruh dalam memfasilitasi adanya wisata bernuansa islami, seperti keamanan yang sangat terjamin, adanya tempat beribadah yang nyaman, dan juga himbauan larangan-larangan yang tidak sesuai syariat islam,serta fasilitas halal lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, untuk mengetahui apakah strategi pengelolaan pengembangan destinasi wisata berbasis CBT dapat menerapkan wisata pariwisata syariah dengan ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

STRATEGI PENGEMBANGAN PANTAI LON MALANG BERBASIS MASYARAKAT DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN KONSEP PARIWISATA SYARIAH DI MADURA

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

1. Bagaimana strategi pengembangan pantai lon malang berbasis masyarakat?
2. Bagaimana implementasi konsep pariwisata syariah pada pengembangan Pantai Lon Malang?

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan:

- a. Untuk mengetahui strategi pengembangan Pantai Lon Malang berbasis masyarakat.
- b. Untuk mengetahui implementasi konsep pariwisata syariah pada pengembangan Pantai Lon Malang

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian yang telah dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti dalam hal pengetahuan maupun pemahaman yang mendalam terkait dengan model dan strategi pengembangan pantai lon malang berbasis masyarakat dalam mengimplementasikan konsep pariwisata islami di Madura, selain itu peneliti juga diharapkan dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan dan turut mempertajam daya pikir dalam bidang yang ditekuni.

- b. Bagi kalangan civitas akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kalangan akademisi program studi ekonomi syariah maupun yang lainnya, sehingga karya tulis ini dapat dijadikan sebagai rujukan referensi oleh semua kalangan dalam kegiatan pembelajaran maupun yang lainnya.

D. Kajian Pustaka

Dalam rangka untuk mencapai hasil penulisan skripsi yang maksimal tanpa ada halangan apapun, peneliti akan memaparkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang tentunya berkaitan dengan penelitian ini, yakni antara lain:

1. Tesis MUH. ZAINI, Program studi program Magister Ekonomi syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim, 2019, dengan judul “Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa menganalisa tentang pengembangan pariwisata yakni dalam mengembangkan produk wisata di Desa Sembalun Lawang masyarakat dari semua pihak kerjasama mengembangkan setiap destinasi yang berada di Desa Wisata Sembalun Lawang seperti mengajak wisatawan untuk belajar menari dan memainkan alat musik tradisional khas Lombok serta meningkatkan promosi melalui media internet ini merupakan promosi yang dilakukan oleh masyarakat Desa Sembalun mengutamakan kekuatan jejaring sosial atau sosial media karena fenomena saat ini hampir *tranding* dalam menggunakan jejaring sosial untuk berinteraksi dengan orang-orang yang dekat maupun jauh, adapun menerbitkan aturan sesuai dengan prinsip syariah yang berlaku bagi para wisatawan dan dalam merespon gelar sebagai wisata halal terbaik dunia masyarakat, pemerintah desa, dan pemerintah daerah setempat bersinergi untuk membangun dan menyiapkan dan melengkapi sarana-prasarana peribadatan di setiap destinasi yang sekiranya dibutuhkan oleh para pengunjung wisatawan muslim baik dari domestik maupun asing. Dan model pengembangan bertumpu pada masyarakat lokal, dalam model ini masyarakat bukan lagi sebagai obyek, melainkan sebagai subyek yang terlibat aktif mulai dari perencanaan, pelaksanaan dan *monitoring*. Selain sebagai pengelola wisata secara langsung masyarakat juga berperan sebagai pemandu wisata dan menyediakan kebutuhan para pengunjung.
2. Skripsi YUNITA, Program studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2015, dengan judul

“Strategi Pengembangan Pariwisata Di Desa Sawarna Kecamatan Bayah Kabupaten Lebak.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan pariwisata di Desa Sawarna yang di dalamnya menggunakan teknik analisis SWOT yang menyatakan adanya faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan organisasi guna mencapai tujuannya. Dan berdasarkan analisa dan perumusan strategi yang telah dilakukan ialah. Strategi menggali potensi wisata alam dan buatan Desa Sawarna untuk meningkatkan daya tarik wisata serta strategin menyusun pemodelan kawasan Desa Sawarna yang di dasari pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan ramah lingkungan dan Strategi meningkatkan kapasitas dan peran masyarakat dalam membangun pariwisata di Desa Sawarna.