

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Negara Republik Indonesia merupakan negara yang sangat luas dan kaya dengan segala keanekaragamannya, baik dari alam, budaya, agama, suku sampai bahasanya yang sangat beragam. Dengan berlimpahnya potensi yang ada tersebut dapat dikelola dan dimanfaatkan dengan sebaik mungkin sesuai dengan apa yang paling diminati masyarakat sehingga nantinya dapat dijadikan sebagai salah satu faktor pendorong untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Keadaan geografis Negara Indonesia menjadikan Indonesia memiliki kekayaan yang sangat melimpah. Indonesia tidak hanya memiliki pantai-pantai tropis yang indah, namun Indonesia juga memiliki gunung-gunung dan danau yang tidak kalah memukau. Selain itu, berbagai macam spesies flora dan fauna yang tersebar luas di daratan maupun lautan menambah keindahan negeri ini, hal tersebut yang menjadikan faktor pendukung bagi pengembangan pariwisata. Sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan dan mempunyai peluang besar jika dikembangkan. Pariwisata merupakan salah satu pemanfaatan sumber daya alam yang dapat bernilai ekonomi tinggi bagi suatu daerah yang mengelola sumber daya alam yang ada menjadi suatu tempat wisata yang dapat menarik pengunjung baik dari dalam maupun luar negeri.

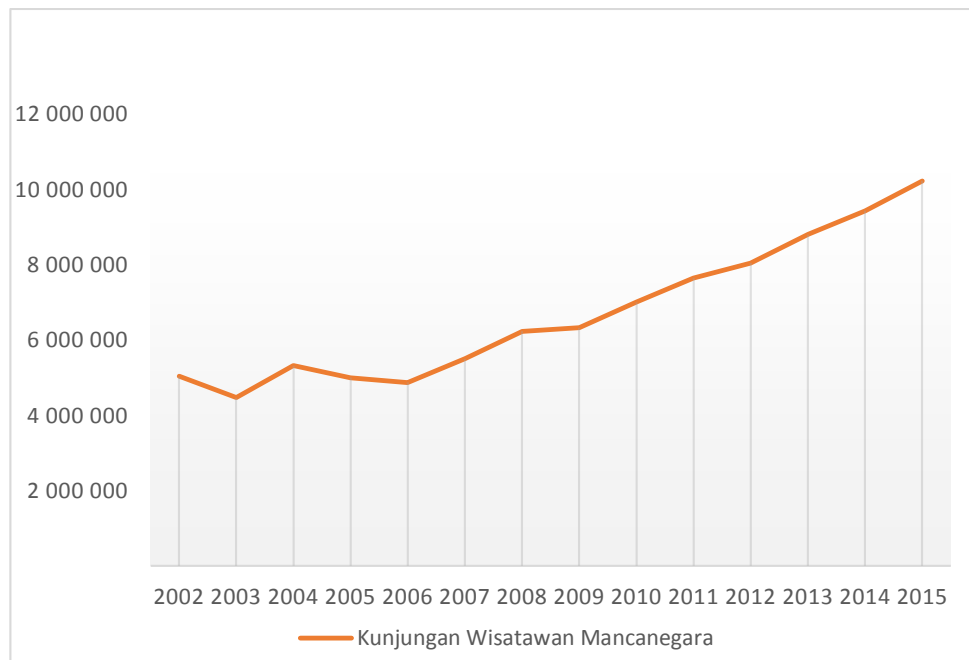
Pariwisata merupakan salah satu hal yang sangat penting bagi negara, terutama Indonesia. Pariwisata kini menjadi andalan pendulang devisa negara,

dengan adanya pariwisata ini, suatu negara khususnya pemerintah daerah akan mendapatkan pemasukan dari setiap objek wisata. Berkembangnya sektor pariwisata akan menarik menarik sektor-sektor lain untuk berkembang pula, seperti sektor pertanian, sektor industri, sektor perkebunan, sektor peternakan dan sektor-sektor lainnya. Mata rantai yang terjadi akibat kegiatan pariwisata tersebut akan mampu menyerap tenaga kerja sehingga dapat mengurangi angka pengangguran serta meningkatkan angka kesempatan kerja. Pariwisata juga merupakan hal yang sangat dibutuhkan oleh setiap individu, karena aktivitas berwisata bagi seseorang dapat meningkatkan daya kreatif, menghilangkan kejenuhan kerja, relaksasi, bisnis, kesehatan serta pariwisata spiritualisme.

Akhir – akhir ini negara Indonesia terus menerus melakukan upaya pengembangan pariwisata dengan penelitian dan observasi terhadap obyek – obyek wisata yang ada. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui potensi-potensi dan permasalahan yang terjadi di setiap obyek guna untuk mencari solusinya. Langkah lain yang sedang dilakukan adalah promosi, promosi ini sangat bermacam – macam dari mulai promosi dengan media cetak, media elektronik, maupun dengan media sosial yang bertujuan agar masyarakat lebih mengenal dan mengetahui keberadaan obyek – obyek wisata dan ikut serta dalam pengembangannya. Upaya – upaya yang dilakukan sudah mulai menemui titik terang, hal ini dibuktikan dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia yang semakin tinggi dari tahun ke tahun.

Grafik 1.1 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sejak tahun 2002 – 2015 yang mengalami peningkatan. Pada tahun 2002 jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia adalah sebanyak 5.033.400 jiwa dan menurun pada tahun 2003 menjadi 4.467.021 jiwa. Dari tahun

2004 sampai dengan tahun 2009, kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia masih cenderung fluktuatif. Akan tetapi, sejak tahun 2010 sampai 2015 kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia terus mengalami kenaikan hingga mencapai 10.230.775 jiwa.



Sumber : Badan Pusat Statistik 2015

Grafik 1.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia Tahun 2002 – 2015 (Jiwa)

Dari grafik 1.1 dapat diketahui bahwa perkembangan sektor pariwisata di Indonesia memang sangat pesat. Hal ini didukung dengan banyaknya obyek – obyek wisata yang sangat beranekaragam di setiap daerah dan memiliki ciri khas masing-masing sehingga wisatawan – wisatawan banyak datang berkunjung baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Namun dalam pengembangannya haruslah tetap memperhatikan kelestarian alam dan budaya yang menjadi obyek utama dalam sektor pariwisata. Hal ini berdasarkan Undang – Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, dimana dalam pasal 6 telah disebutkan bahwa : “Pembangunan kepariwisataan dilakukan

berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata”.

Perkembangan sektor pariwisata yang sangat pesat ini tidak lepas dari peran serta masyarakat sebagai salah satu stakeholders pembangunan yang prinsipnya memiliki wewenang dan tanggung jawab tersendiri terhadap pengelolaan pariwisata di daerahnya masing – masing. Keterlibatan masyarakat inilah yang kemudian menjadi akar lahirnya konsep wisata berbasis masyarakat atau sering disebut dengan *Community Based Tourism* (CBT). *Community Based Tourism* (CBT) adalah pariwisata yang berbasis komunitas, dimana masyarakat memiliki wewenang dan penentu dalam berbagai aspek pembangunan pariwisata itu sendiri (Sugiarti, 2009).

Konsep pembangunan wisata ini tidak cenderung berorientasi pada maksimalisasi pendapatan dan menguntungkan kalangan tertentu. Namun, semua berakar pada kesadaran kebutuhan dan partisipasi masyarakat lokal, yang kemudian dikelola dengan menggunakan asas demokrasi (dari masyarakat, oleh masyarakat, dan untuk masyarakat). Konsep tersebut juga sejalan dengan semangat kepariwisataan Indonesia yang telah diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Pasal 2 dimana penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia harus berdasarkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Pendekatan yang berbasis komunitas merupakan salah satu pendekatan yang memiliki nilai strategis, yang salah

satunya diyakini dapat menciptakan produk wisata yang bercirikan kekhasan budaya setempat.

Di Jawa Timur, pengembangan pariwisata juga terus mengalami peningkatan. Hal ini bisa dilihat dari meningkatnya wisatawan asing yang berkunjung ke obyek – obyek wisata yang ada di Jawa Timur.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan Mancanegara Yang Datang Ke Jawa Timur Tahun 2015 – 2016 (Jiwa)

No	Kebangsaan	2015	2016
1	Malaysia	44.034	49.849
2	Singapura	21.773	22.277
3	Tiongkok	16.688	16.314
4	Taiwan	8.842	9.140
5	Jepang	6.024	5.754
6	India	4.739	4.703
7	Amerika	5.341	5.634
8	Korea Selatan	3.595	3.770
9	Thailand	4.280	7.148
10	Australia	2.942	2.495
Jumlah 10 Negara		118.258	127.084
Lainnya		82.593	93.486
Jumlah Wisatawan		200.851	220.570

Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur 2016

Jumlah wisatawan mancanegara yang datang berkunjung ke Jawa Timur setiap tahunnya mengalami kenaikan, hal ini dapat dilihat pada tahun 2015 dan 2016. Kenaikan wisatawan mancanegara terbanyak adalah dari Malaysia yaitu sebesar 49.849 jiwa atau naik 13,21 persen. Jumlah wisatawan terbanyak kedua datang dari negara Singapura yaitu sebanyak 22.277 jiwa atau naik 2,31 persen.

Jumlah wisatawan mancanegara dari Tiongkok, Jepang dan India mengalami penurunan masing – masing -2,24 persen, -4,48 persen dan -0,76 persen. Penurunan terbanyak adalah wisatawan asal Australia yakni sebesar -15,19 persen.

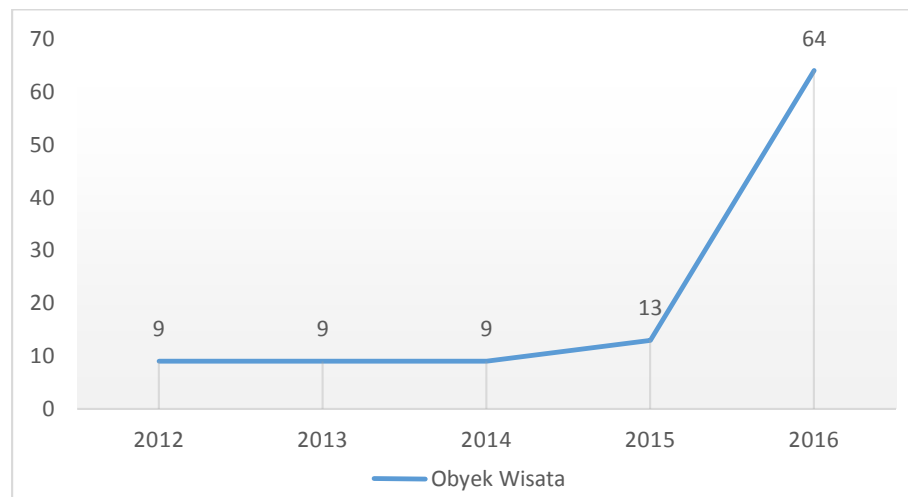
Secara total, wisatawan mancanegara yang datang ke Jawa Timur mengalami kenaikan sebanyak 19.719 pengunjung atau sebesar 9,82 persen dibanding tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa obyek – obyek wisata yang ada di Jawa Timur dapat menarik minat wisatawan untuk datang berkunjung. Gunung Bromo merupakan salah satu obyek yang banyak dikunjungi para wisatawan mancanegara.

Kenaikan jumlah wisatawan mancanegara di Jawa Timur tidak lepas dari peran Pemerintah Provinsi Jawa Timur dan masyarakat dalam membangun dan mengembangkan sektor pariwisata dengan memanfaatkan potensi – potensi yang ada serta menggunakan sumber daya yang tersedia secara efektif dan efisien. Beberapa daerah di Jawa Timur sudah melakukan hal tersebut, salah satunya yakni Kabupaten Banyuwangi, Kabupaten Malang. Daerah – daerah tersebut telah dapat menambah pendapatan daerahnya dari sektor pariwisata melalui obyek – obyek wisata yang ada. Setiap daerah memang memiliki keanekaragaman dan potensi sendiri, sehingga Pemerintah Daerah dapat melaksanakan otonomi daerah sebagaimana telah diatur dalam Undang – Undang Republik Indonesia No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yang pada prinsipnya memberikan kewenangan seutuhnya kepada daerah untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat menurut prakarsa sendiri sesuai aspirasi masyarakat serta kondisi objektif daerahnya. Mengacu pada Undang – Undang tersebut, maka

selanjutnya daerah dapat menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan memanfaatkan potensi yang ada secara mandiri dan berkelanjutan.

Kabupaten Sumenep merupakan sebuah daerah yang terletak di ujung timur Pulau Madura Provinsi Jawa Timur, Kabupaten ini memiliki luas wilayah 2.093,45 km². Kabupaten Sumenep memiliki berbagai macam obyek wisata diantaranya wisata alam, wisata budaya, wisata religi, wisata kuliner, wisata sejarah dan wisata kesehatan. Banyaknya obyek wisata ini memiliki daya tarik yang sangat beragam dan sangat berpotensi untuk dikembangkan sebagai sektor unggulan di Kabupaten Sumenep sehingga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat maupun pendapatan daerah. Dengan berbagai macam obyek wisata yang dimiliki tersebut, tentunya Kabupaten Sumenep layak untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW) yang harus dikunjungi bagi para wisatawan lokal maupun mancanegara.

Seiring berjalannya waktu, perkembangan obyek – obyek wisata di Kabupaten Sumenep semakin tahun semakin mengalami peningkatan. Perkembangan pariwisata yang pesat ini berdasar pada program Visit Sumenep Year 2018, maka dari itu beberapa destinasi wisata yang ada terus dibenahi dan dikembangkan. Hal ini dibuktikan dengan grafik perkembangan obyek – obyek wisata di Kabupaten Sumenep pada tahun 2012 sampai 2016.



Sumber : Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga Kabupaten Sumenep

Grafik 1.2 Perkembangan Jumlah Obyek Wisata Kabupaten Sumenep Tahun 2012 – 2016

Grafik 1.2 menunjukkan bahwa jumlah obyek wisata di Kabupaten Sumenep mengalami peningkatan disetiap tahunnya. Pada tahun 2012 sampai 2014 jumlah obyek wisata hanya terdapat 9, namun pada tahun selanjutnya mengalami kenaikan hingga 13 obyek wisata. Pada tahun 2016 jumlah obyek wisata yang ada di Kabupaten Sumenep sangat mengalami peningkatan yang sangat pesat dari tahun sebelumnya sampai terdapat 64 obyek wisata yang tersebar di beberapa tempat di Kabupaten Sumenep. Obyek wisata tersebut tidak hanya wisata alam, namun juga ada wisata budaya, sejarah, dan wisata – wisata lainnya. Dengan demikian, Kabupaten Sumenep dapat dikatakan mampu untuk bersaing dengan daerah lain yang telah mengembangkan sektor pariwisata sebelumnya.

Salah satu obyek wisata yang ada di Kabupaten Sumenep adalah Telaga Kermata. Telaga Kermata berada di Desa Saronggi Kecamatan Saronggi Kabupaten Sumenep atau sekitar sepuluh kilometer ke selatan dari pusat kota. Telaga yang hanya memiliki luas sekitar 2.500 meter persegi ini dulunya sebuah

danau alami yang digunakan sebagai sumber irigasi untuk sawah – sawah di sekitarnya. Seiring perkembangan zaman, telaga yang memang sudah ada sejak kolonial belanda ini mulai dibangun dan dikelola untuk menjadi sebuah obyek wisata. Di Telaga Kermata ini sudah dibangun berbagai macam wahana yang dapat menambah daya tarik para wisatawan diantaranya speed boat, perahu air, spot – spot untuk berfoto dan yang lainnya. Rindangnya pepohonan yang mengelilingi telaga ini dan ditambah lagi dengan jernihnya air dan ikan – ikan yang ada didalamnya menambah eksotisnya obyek wisata ini.

Menurut ketua pengelola, Misrawi menyatakan bahwa telaga yang mulai dikelola dan dikembangkan sejak awal bulan Maret 2017 ini sudah banyak didatangi oleh para wisatawan. Perbaikan terus dilakukan oleh masyarakat setempat sebagai pengelola, dari mulai sarana dan prasarana yang dapat menunjang pengembangan pariwisata. Hal tersebut bertujuan agar para wisatawan lebih tertarik untuk datang berkunjung ke Telaga Kermata ini. Selain itu, beberapa strategi promosi juga dilakukan antara lain di media sosial, dan pengadaan lomba bagi para pengunjung di setiap minggunya sehingga para wisatawan tertarik untuk mengenal obyek wisata yang masih di bilang baru ini. Di setiap harinya, pengunjung sudah mulai berdatangan terlebih pada hari – hari libur. Bukan hanya anak – anak yang datang, namun juga orang – orang dewasa sudah mulai tertarik untuk berkunjung ke wisata ini. Pengembangan dan pengelolaan obyek wisata Telaga Kermata memang hanya dilakukan oleh masyarakat setempat dari mulai pemerintah desa, karang taruna maupun warga sekitar tanpa adanya campur tangan pemerintah daerah.

Pembangunan obyek wisata Telaga Kermata masih belum optimal dilakukan karena masih banyak permasalahan dan kekurangan yang menjadi

kendala dalam pengembangannya. Dengan demikian *Community Based Tourism* (CBT) dapat dijadikan sebagai salah satu bentuk paradigma baru pembangunan pariwisata yang mengusung prinsip – prinsip pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) demi pencapaian masyarakat yang sejahtera (Nasikun, 2001). Sedangkan menurut Stradas dalam penelitian Astuti (2010), konsep ini tidak berfokus pada tingkat pendapatan yang tinggi, akan tetapi hanyalah sebuah alat bantu bagi masyarakat untuk dapat mencari dan mendapatkan tambahan pendapatan.

Pengembangan pariwisata berbasis komunitas ini sudah mulai diterapkan di berbagai tempat. Salah satu daerah yang berhasil menerapkan konsep ini adalah Mae Kan Pong, Thailand. Hal ini dibuktikan dengan rata – rata pendapatan dari sektor pariwisata mencapai U\$ 175 dari seluruh total pendapatan rata – rata sektor non pariwisata U\$ 750 per tahunnya. Selain di Mae Kan Pong Thailand, di Nammat Mai Village Laos dan Chambok Kamboja juga cukup sukses dengan penerapan konsep pariwisata berbasis komunitas.

Selain daerah – daerah yang berhasil menerapkan konsep *Community Based Tourism* (CBT) diatas, ada pula daerah – daerah yang masih mengalami kegagalan seperti beberapa daerah di afrika latin. Kegagalan ini disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya pengelolaan yang masih kurang baik dan juga keterbatasan akses pasar.

Hal – hal tersebut yang menjadi latar belakang dari penelitian ini, maka sangatlah penting untuk melakukan penelitian guna memecahkan masalah sekaligus mengetahui “*Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas*

(Community Based Tourism/CBT) Pada Obyek Wisata Telaga Kermata Saronggi Kabupaten Sumenep”

1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan yang terdapat pada latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan yang hendak diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengelolaan dan pengembangan obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep ?
2. Bagaimana kesesuaian antara pengelolaan dan pengembangan obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep dengan konsep pengembangan pariwisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism/CBT*) ?
3. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dari model pengelolaan pariwisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism/CBT*) pada obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang hendak dicapai oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengelolaan dan pengembangan obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep.
2. Untuk mengetahui kesesuaian antara pengelolaan dan pengembangan obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep dengan model pengembangan pariwisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism/CBT*).

3. Untuk mengetahui faktor pendukung dan faktor penghambat dari model pariwisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism/CBT*) pada pengelolaan dan pengembangan obyek wisata Telaga Kermata di Desa Saronggi Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan pertimbangan untuk pengembangan pariwisata khususnya di Desa Saronggi dan Kabupaten Sumenep di masa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan kepada masyarakat atau lembaga pemerintahan terkait pengembangan pariwisata berbasis *Community Based Tourism (CBT)*.