

WISATA BERBASIS KOMUNITAS

Ainurrahman

(Penulis, dosen STAIN Pamekasan, Jl. Raya Panglegur Km. 04 Pamekasan.
mahasiswa Program Doktor Pascasarjana UGM Yogyakarta
e-mail: anik_mamang@yahoo.com; 081230185895)

Abstract

Unprofessional tourism village starts from a paradigm stating that a community is lack of both knowledge and skill to manage and to develop its own tourism village. Ideally, a Tourism Village must stand on the principle of community based tourism and community based culture centered. One of the parameters of professional tourism village is determined by the quality of truth and opportunity given by the local government for the community to manage and develop a tourism place. The beauty of nature, cultural tradition, and the community daily life are the three basic components in organizing and expanding a total tourism village.

Kata-kata kunci

komunitas, budaya, wisata

Pendahuluan

Asumsi dasar yang semestinya menjadi komitmen bersama adalah pariwisata jika dikelola secara profesional maka akan memiliki peran yang sangat strategis dalam pembangunan pemberdayaan komunitas di semua daerah di Indonesia. Salah satu kontribusi penting yang dapat disumbangkan dari pengembangan sektor pariwisata itu sendiri adalah pemberdayaan masyarakat atau komunitas lokal. Dengan tumbuh dan berkembangnya sektor pariwisata maka diharapkan kantong-kantong kemiskinan dapat diminimalisir terutama di daerah yang potensial untuk dijadikan kawasan wisata. Masyarakat seharusnya merasakan efek pariwisata dalam

kesehariannya dan sadar, bahwa pariwisata bukan hanya milik segelintir orang¹

Bercermin kepada pola konsumsi wisatawan terutama mancanegara maka dewasa ini banyak bermunculan wisatawan minat khusus yang orientasinya tidak lagi terbelenggu oleh keindahan alam semata, tetapi lebih kepada suatu interaksi baik terhadap budaya, masyarakat maupun alam setempat. Efektifitas dan wujud dari interaksi yang maksimal dapat di-

¹Putra, Eksotisme Sebagai Modal Dasar Pengembangan Desa Wisata, Makalah (Yogyakarta: Diklat Pengelolaan Desa Wisata, 2002), hlm., 1.

realisasikan melalui keunikan suatu kawasan. Terutama jika di kawasan tersebut ditemui hal-hal yang tidak lazim dan berbeda dari keseharian wisatawan tersebut²

Keunikan tersebut dapat tertuang dalam suatu bentuk kebiasaan, aktivitas sehari-hari, ritual serta pola hidup yang harmonis dengan alam. Hal inilah yang disebut dengan eksotisme. Eksotisme di sini didefinisikan sebagai sesuatu yang lain daripada yang lain, tetapi menarik untuk dilihat dan dinikmati atau suatu paham yang mendorong seseorang untuk selalu mencari sesuatu yang lain daripada yang lain³

Berlandaskan semangat untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat serta menyikapi keinginan wisatawan untuk mencari sesuatu hal yang baru (eksotisme), maka konsep desa-wisata merupakan salah satu sarana untuk menyatukan kedua elemen tersebut. Terpeliharanya nilai-nilai tradisional di suatu desa merupakan salah satu daya tarik bagi wisatawan untuk tidak hanya berkunjung namun juga tinggal dalam jangka waktu yang cukup lama di desa tersebut. Tidak diragukan lagi hal ini akan menunjang proses *take and give* baik dari sisi sosial-budaya maupun perekonomian⁴

Yogyakarta sebagai salah satu pusat desa-wisata merupakan salah satu daerah di Indonesia yang sukses dengan pengembangan konsep desa-wisata. Pengemasan sedemikian rupa sehingga dampak dari kunjungan wisatawan terhadap masyarakat desa-wisata cukup signifikan. Selain itu Yogyakarta juga telah mulai melakukan pembenahan sehingga konsep desa-wisata yang

ditawarkan sangat variatif. Salah satu kabupaten yang cukup berhasil dalam pengembangan desa-wisata adalah Kabupaten Sleman. Sedikitnya ada 14 desa-wisata yang telah dikemas menjadi paket wisata agar wisatawan dapat menikmati kehidupan alam pedesaan bersama masyarakat setempat. Jenis kegiatan wisata desa ini terbagi menjadi enam jenis, yaitu Desa wisata budaya, Desa pertanian, Desa wisata agro, Desa wisata fauna, Desa wisata kerajinan, Desa wisata lereng Merapi⁵

Desa wisata pada dasarnya mempunyai dua komponen dasar, yaitu akomodasi dan atraksi. Dalam konsep ini akomodasi diartikan sebagai tempat tinggal penduduk yang disewakan kepada wisatawan. Sedangkan atraksi merupakan wujud keseharian penduduk desa serta *setting* fisik desa yang unik. Kondisi alam pedesaan yang masih alami dengan pertanian tradisionalnya banyak menarik kunjungan wisatawan terutama mancanegara. Rumah-rumah tradisional, kesenian, dan sepeda *onthel* mewarnai kehidupan pedesaan. Wisatawan dapat beraktivitas seperti para petani yang membajak sawah, menanam padi, keliling kampung dengan naik gerobak yang ditarik sapi, memasak dengan kayu serta kehidupan pedesaan sehari-harinya⁶

Tidak tertutup kemungkinan untuk menyulap suatu lahan dan menjadikannya sebagai kawasan wisata yang ber-*setting* desa. Fisik kawasan dibuat sedemikian rupa menyerupai suatu perkampungan atau desa. Kondisi seperti ini dinamakan dengan wisata desa. Kembang Arum di Yogyakarta merupakan salah satu contoh wisata desa. Kawasan ini memiliki sungai dan

²Ibid

³Ibid

⁴Ibid

⁵Ibid., hlm., 2.

⁶Ibid

irigasi buatan. Kawasan ini juga dilengkapi dengan kebun, lahan pertanian, kolam ikan buatan, perpustakaan terbuka dan arena permainan anak-anak. Selain pesona alam, pengelola wisata desa Kembang Arum juga menyajikan paket-paket dengan meramu berbagai unsur budaya agraris Jawa di bidang pertanian, peternakan, perkebunan, perikanan, kuliner, dan kesenian. Pengunjung akan diajari menumbuk padi memakai lesung, membajak sawah dengan kerbau, memainkan musik Kuda Lumping, menanam hingga memanen padi, salak pondoh dan sebagainya. Bahkan pengunjung yang ingin belajar mendalang berbagai jenis wayang pun ada fasilitasnya. Aneka permainan juga tersedia, misalnya bakiak, egrang, panahan, sepak bola lumpur, sepak bola tikus dan sebagainya. Yang hobi mancing juga bisa mengail belut, kepiting, nila, dan tombro. Di area persawahan pun anak-anak bisa melukis dengan berbagai macam media⁷

Pengembangan konsep desa wisata dinilai sangat efektif dalam rangka mengenalkan serta memberi peluang sebesar-besarnya kepada masyarakat pedesaan untuk memahami esensi dunia pariwisata serta menikmati hasil dari kepariwisataan tersebut. Bagi daerah-daerah yang memiliki karakteristik dan keunikan terutama dalam keseharian masyarakat desa, pengembangan konsep ini sangat direkomendasikan. Ada tiga keuntungan yang utama dalam pengaplikasian konsep ini pada suatu daerah. Pertama, dengan adanya desa wisata pengelola ditantang menggali dan mempertahankan nilai-nilai adat budaya yang telah berlangsung selama puluhan

tahun di desa tersebut. Lestarinya nilai-nilai budaya merupakan daya tarik utama bagi wisatawan. Suatu desa tidak akan menarik jika tidak memiliki budaya, adat istiadat yang unik serta *way of living* yang eksotis⁸

Kedua, dengan konsep ini secara otomatis masyarakat desa yang notabene memiliki kemampuan ekonomi yang rendah dapat berperan aktif dalam kelangsungan desa wisata. Dengan kata lain, timbul lahan-lahan pekerjaan baru serta pemberdayaan masyarakat desa akan semakin lebih intensif. Akhir dari konsep ini tentu saja agar peningkatan taraf hidup dan perekonomian masyarakat akan lebih termaksimalkan. Ketiga, masyarakat desa dituntut untuk lebih bersahabat dengan alam sekitar. Lingkungan yang asri, pohon-pohon yang rindang serta terawat adalah salah satu komponen daya tarik desa wisata⁹

Pembangunan kepariwisataan menggunakan kebudayaan secara holistik baik sebagai acuan dasar maupun sebagai tujuan. Dalam hal ini kepariwisataan berfungsi sebagai alat untuk melestarikan kebudayaan dan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik pada sebuah atau berbagai destinasi pariwisata yang memiliki unsur alam, budaya, dan/atau minat khusus yang bersifat unik dan khas.

Konsep Wisata Budaya

Mengingat kata "wisata" sering disalah tafsirkan oleh sebagian besar masyarakat, bahkan setiap kali muncul dan terdengar kata "wisata", mereka sering kali menjustifikasi wisata maksiat. Padahal apabila kita menilik kembali

⁷Ibid

⁸Ibid., hlm., 3.

⁹Ibid

maknanya, kata “wisata” memiliki makna yang baik dan tidak ada unsur maksiat didalamnya sebagaimana yang dipahami oleh sebagian masyarakat. Terlepas dalam prakteknya wisata sering diidentikkan dengan perilaku maksiat (*immoral behaviour*) dan tindakan yang amoral, itu semua adalah kesalahan manusianya semata dan sama sekali tidak ada relevansinya dengan makna “wisata” secara konseptual¹⁰

Wisata berasal dari Bahasa Sansekerta yang terdiri dari dari dua suku kata, yaitu *wis* artinya rumah dan *ata* artinya pergi terus menerus atau mengembara. Jadi wisata artinya pergi keluar dari rumah secara terus menerus. Sedangkan UU No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan memberikan definisi “wisata” adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara¹¹

Perencanaan dan pengembangan kawasan wisata budaya merupakan salah satu bentuk konkret dari pelestarian budaya. Manfaat pengembangan kepariwisataan berkaitan langsung dengan nilai-nilai pelestarian aset budaya. Aset budaya tersebut dapat berfungsi lebih optimal untuk peningkatan dan pemahaman masyarakat terhadap karya-karya budaya bangsa dalam bentuk manajemen pengelolaan kebudayaan dan kepariwisataan yang baik. Kawasan wisata budaya mengandung makna penguatan regulasi

dan penyusunan pondasi kebijakan yang mempermudah dan menjamin pelaku-pelaku di bidang kebudayaan dan kepariwisataan¹²

Kawasan wisata budaya merupakan implementasi yang didasari kepada dua kepentingan, yaitu mengembangkan kebudayaan sebagai bagian penting dalam menumbuhkembangkan kekuatan budaya lokal yang memiliki nilai *unique selling point* sebagai dasar untuk memasyarakatkan keunggulan komparatif dari segi budaya dan kepariwisataan. Pengelolaan kebudayaan dan kepariwisataan pada satu kawasan adalah dalam upaya mensinergikan berbagai kepentingan. Makna dari suatu kawasan merupakan keterpaduan pengelolaan yang memiliki nilai promosi, yaitu *one stop service*. Intinya pada satu tempat dapat diberikan pelayanan dari berbagai jasa usaha pariwisata dan dapat menikmati berbagai sajian kesenian dari kawasan wisata budaya tersebut. Pengelolaan wisata budaya secara terpadu merupakan optimalisasi aset kepariwisataan dan kebudayaan sebagai langkah pemberdayaan masyarakat dengan pendekatan *community based tourism dan community based culture centered*¹³

Pendekatan pemberdayaan masyarakat sesungguhnya memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mengembangkan kemampuannya dan mengelola kawasan wisata sesuai dengan kearifan lokalnya. Pendekatan optimalisasi potensi berupa potensi kebudayaan masih jarang disentuh atau digunakan sebagai indikator keberhasilan pembangunan. Oleh karena itu

¹⁰Tanti Kusriani, dkk., *Model Wisata Islami Pantai Lombang Menuju Sumenep Sebagai Serambi Madinah*, Penjurnalan karya ilmiah edisi 2 (*Research Study Club* (RSC) FIA UB, 2009), hlm., 3.

¹¹Ibid

¹²Gumelar S. Sastrayuda, *Strategi Pengembangan Dan Pengelolaan Resort And Leisure*, Hand Out Mata Kuliah *Concept Resort And Leisure*, (Yogyakarta, 2010), hlm., 3.

¹³Ibid

optimalisasi kebudayaan dan kepariwisataan harus menjadi bagian yang integral dalam proses pembangunan suatu wilayah. Pariwisata berkelanjutan harus bertitik tolak dari kepentingan dan partisipatif masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan wisatawan, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengelolaan sumberdaya wisata dilakukan sedemikian rupa sehingga terjadi proses integritas cultural. Pengelolaan wisata agar dapat berkelanjutan maka produk pariwisata yang ditampilkan harus harmonis dengan kearifan lokal. Dengan demikian masyarakat akan peduli terhadap sumberdaya wisata karena memberikan manfaat sehingga masyarakat merasakan kegiatan wisata sebagai suatu kesatuan dalam kehidupannya. Partisipasi lokal memberikan banyak peluang secara efektif dalam kegiatan pengelolaan wisata dengan memberi wewenang atau kekuasaan pada masyarakat sebagai pengelola wisata dan bukan subjek pasif. Masyarakat dapat mengelola kawasan wisata, membuat keputusan dan melakukan kontrol terhadap kegiatan-kegiatan kepariwisataan sesuai dengan kemampuan mereka.

Refleksi Wisata di Madura

Profesionalitas pengelolaan kawasan wisata bisa dilihat dari beberapa aspek. Pertama, adanya proses pemberdayaan masyarakat atau komunitas lokal. Kedua, adanya interaksi baik terhadap budaya, masyarakat maupun alam setempat. Ketiga, adanya pemetaan yang jelas mengenai berbagai jenis wisata, seperti Desa wisata budaya, Desa wisata pertanian, Desa wisata agro, Desa wisata fauna, Desa wisata kerajinan.

Keempat, adanya dua komponen dasar, yaitu akomodasi dan attraksi. Akomodasi diartikan sebagai tempat tinggal penduduk yang disewakan kepada wisatawan. Sedangkan attraksi merupakan wujud keseharian penduduk desa serta *setting* fisik desa yang unik. Kelima, diciptakannya konsep *unique selling point*. Keenam, diterapkannya *one stop service* dalam suatu kawasan wisata. Ketujuh, *community based tourism dan community based culture centered*¹⁴

Kawasan wisata di Madura begitu banyak dan hampir semuanya kurang dikelola secara profesional, apalagi kalau dikaitkan dengan teori wisata berbasis komunitas. Semua kawasan wisata yang ada di pulau Madura sangat penting untuk memperhatikan dengan sungguh-sungguh mengenai proses pemberdayaan masyarakat. Suatu kawasan wisata yang dalam pengelolaannya menjauhkan diri dari proses pemberdayaan masyarakat, sesungguhnya kawasan wisata tersebut telah tercerabut dari akar sosial-budayanya dan hanya menjadi alat produksi pendapatan asli daerah (PAD). Suatu pengelolaan kawasan wisata pada dasarnya dilarang keras menjadikan komunitas lokal sebagai orang asing di rumahnya sendiri.

Seringkali proses pembangunan termasuk di dalamnya pembangunan kawasan wisata pada akhirnya memposisikan komunitas sebagai pihak yang harus merelakan seluruh aspek kehidupannya pada sekelompok orang di luar komunitasnya. Seakan-akan komunitas dijadikan satu paket dengan proyek pengelolaan kawasan wisata tanpa punya daya tawar sebagai sekelompok orang yang tahu persis bagaimana seharusnya mengelola

¹⁴Putra, *Eksotisme*, hlm., 1-3.

desanya sendiri. Mereka dianggap sekelompok orang yang mesti "diberdayakan" dengan konsep-konsep sekelompok orang yang mengaku paling tahu desa tersebut, padahal mereka baru sekian hari atau sekian bulan berada di desa tersebut. Melakukan pemberdayaan komunitas bukan berarti mengajari komunitas tentang sesuatu yang terbaik untuk mereka. Memberdayakan komunitas adalah proses pencarian (*research*) yang dilakukan bersama komunitas untuk mencari jalan terbaik dalam penyelesaian suatu persoalan. Semua paparan di atas semestinya menjadi landasan berpikir dan bersikap dalam mengelola kawasan wisata di Madura.

Kawasan wisata merupakan suatu tempat pertemuan budaya secara langsung berupa adanya interaksi baik terhadap budaya, masyarakat maupun alam setempat. Kawasan wisata merupakan tempat strategis dalam mengenalkan dan melestarikan budaya setempat, sekaligus memberi kesempatan kepada para pelaku seni-budaya menunjukkan kemampuannya sebagai daya tarik tersendiri. Bisa dipastikan bahwa para wisatawan terutama mancanegara datang ke suatu lokasi wisata tidak hanya mencari suasana alam yang indah, sebab keindahan alam di setiap tempat memiliki ciri khasnya masing-masing.

Tradisi budaya dan *setting* kehidupan desa yang alami justru seringkali menjadi suguhan yang menarik para wisatawan, karena mereka selalu mencari hal baru yang berbeda, setidaknya dari tempat asalnya. Kalau para wisatawan mancanegara lebih tertarik untuk mengenal dan memahami tradisi budaya komunitas setempat dan kehidupan asli komunitas daripada

keindahan alamnya, maka hal itu dikarenakan mereka ingin menjalin komunikasi budaya sebagai bagian pengembangan diri. Tambahan pengetahuan dan wawasan yang diperoleh melalui objek wisata tertentu merupakan fenomena baru yang berusaha menggabungkan aspek keindahan alam dan keunikan budaya tertentu.

Salah satu indikator pengelolaan kawasan wisata secara profesional adalah dikembangkan kawasan wisata dengan memadukan keindahan alam dan tradisi budaya tertentu sebagai satu kesatuan yang unik berdasar pada kearifan lokal komunitas. Indikator tersebut bukanlah tanpa alasan atau suatu konsep wisata yang mengawang-ngawang, tetapi memiliki landasan teoritis yang jelas. Teori yang dimaksud adalah teori pengembangan kawasan wisata berbasis komunitas berupa penciptaan dan/atau naturalisasi desa wisata sesuai dengan kearifan lokal setempat. Proses internalisasi kultural yang telah dilakukan secara turun temurun oleh suatu masyarakat tertentu merupakan dasar berpijak bagi siapapun yang bermaksud mengembangkan kawasan wisata dengan tetap memperhatikan secara sungguh-sungguh suatu komunitas budaya.

Suatu kawasan wisata yang dikelola dan dikembangkan secara demikian pada dasarnya telah mengelaborasi suatu budaya komunitas dalam interaksi budaya yang setara. *Mainstream* kesetaraan budaya dalam era globalisasi dan pasar bebas wajib dikedepankan dalam rangka menata kehidupan komunitas menuju pluralitas kehidupan secara berimbang. Kesetaraan budaya merupakan faktor penting dalam mengawal secara terus-menerus tumbuh

kembangnya interaksi kultural yang bersifat lintas budaya dan lintas negara. Kesetaraan budaya yang ditanamkan secara berkesinambungan dalam seluruh praktik pengelolaan kawasan wisata secara pelan tapi pasti akan menumbuhkan rasa percaya diri menyambut para wisatawan mancanegara. Itulah modal dasar yang diperlukan oleh banyak komunitas di Negeri ini, khususnya masyarakat Madura.

Hasil positif yang bisa diraih dari interaksi kultural secara setara adalah diperolehnya kemampuan pemetaan berbagai jenis wisata, seperti Desa wisata budaya, Desa wisata pertanian, Desa wisata agro, Desa wisata fauna, Desa wisata kerajinan, dan Desa wisata yang lain sesuai dengan kearifan lokal yang dimiliki. Berbagai model Desa wisata yang ada sudah barang tentu tidak dirancang dengan pola *top-down* tetapi lebih difokuskan pada pola *bottom-up*. Pola pemetaan desa wisata secara *top-down* walau tentu ada sisi positifnya, tetapi memuat sisi negatif yang lebih banyak. Salah satu sisi negatif pola *top-down* adalah kemandirian dan *sense of belonging* komunitas menjadi sangat rendah. Pemicunya pasti adalah karena komunitas merasa menjadi orang asing di daerahnya sendiri, dan diperlakukan seakan-akan mereka harus menerima begitu saja pola pikir "pengelola" yang berasal dari luar komunitas.

Pola pikir yang menganggap bahwa mereka tidak memiliki pengetahuan dan kemampuan apapun untuk mengelola dan mengembangkan Desa Wisata di wilayahnya sendiri merupakan awal terjadinya bencana Desa wisata yang tidak profesional. Membina komunitas dalam menciptakan dan mengelola Desa wisata tidaklah berarti bahwa hal itu

menggeser dan menggantikan mereka. Merekalah sesungguhnya pemilik asli budaya dan segala potensi di desa tersebut, dan mereka pulalah yang lebih memahami desa mereka sendiri dibandingkan orang luar. Jika pola pikir seperti itu yang dijadikan sandaran, maka seharusnya merekalah yang harus mengelola dan mengembangkan Desa wisata di wilayahnya dari hulu ke hilir dengan tetap diberi pembinaan untuk semakin menyempurnakan apa yang sudah mereka lakukan.

Wisata berbasis komunitas berupa dikembangkannya Desa wisata sebaiknya diarahkan pada pola pengelolaan yang berorientasi pada pola pikir *bottom-up* dengan *mainstream* kemandirian dan kemampuan komunitas.

Pola *bottom-up* dalam mengelola dan mengembangkan Desa wisata memiliki banyak keuntungan, diantaranya adalah kemandirian dan *sense of belonging* komunitas hampir bisa dipastikan meningkat. Kedua, komunitas akan menjadi tuan rumah di wilayahnya sendiri sehingga pada gilirannya akan mendatangkan kemakmuran bagi kehidupan mereka. Ketiga, kearifan lokal berupa tradisi budaya dan seluruh potensi yang dimiliki secara alami akan keluar dan bersinar untuk menerangi Desa wisata yang ditawarkan pada wisatawan mancanegara. Keempat, model Desa wisata yang akan dikembangkan betul-betul akan didasarkan pada kearifan lokal, potensi desa, dan hasil ijtihad para sespuh dan tokoh komunitas. Babak berikutnya hampir bisa dipastikan, bahwa model Desa wisata yang dipilih akan disenangi, dikelola, dan dikembangkan sesuai dengan kemampuan yang mereka miliki.

Pemetaan Desa wisata yang telah dilakukan oleh komunitas akan bermuara

pada diterapkannya dua komponen dasar pengelolaan dan pengembangannya, yaitu akomodasi dan atraksi. Akomodasi dimaknai sebagai keikhlasan komunitas dalam memfungsikan tempat tinggalnya untuk disewakan kepada wisatawan. Sedangkan atraksi dimaknai sebagai wujud kehidupan keseharian komunitas dan *setting* fisik desa yang unik. Kedua komponen dasar tersebut tidak akan pernah lahir dari pemikiran komunitas manakala komunitas tidak diberi kepercayaan dan kewenangan mengelola dan mengembangkan Desa wisatanya.

Komponen dasar akomodasi sebenarnya dalam hal tertentu membantu Pemerintah Daerah mengurangi menjamurnya "rumah hunian" di setiap kawasan wisata dengan segala efek sampingnya. Wisatawan mancanegara akan mendapat sajian hunian yang unik dan khas komunitas Desa dengan segala keterbatasan, kepolosan, dan keramah tamahan penghuninya. Wisatawan mancanegara akan disuguhi dengan pola kehidupan keseharian komunitas Desa dan *setting* fisik sebuah desa yang unik. Mereka akan diperkenalkan pada seluruh aktivitas penghuni rumah dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, tradisi budaya yang dijalankan dan dilestarikan, kesederhanaan, keakraban, dan bentuk-bentuk atraksi lainnya.

Dua komponen dasar tersebut bagaikan pedang bermata dua yang siap menancap pada nurani, pola pikir, dan emosi wisatawan mancanegara. Wisatawan mancanegara dengan sendirinya akan memiliki kesan mendalam pada Desa wisata pilihan dan bentukan komunitas yang dibalut dengan kearifan lokal dan tradisi budaya setempat. Kesan mendalam memang diharapkan akan selalu muncul pada mereka, sehingga akan ketagihan untuk

mengunjungi kembali di lain waktu. Daya tarik Desa wisata seperti itu tidak terletak pada faktor kemewahan yang disuguhkan, tetapi lebih pada pola kehidupan dan tradisi budaya yang dilakukan dan dilestarikan oleh komunitas secara turun temurun.

Akomodasi dan atraksi dalam konteks Desa wisata merupakan bagian tak terpisahkan dari seluruh konsep pengelolaan dan pengembangan Desa wisata secara profesional. Akomodasi dan atraksi jelas akan menuntaskan kehausan para wisatawan mancanegara yang selalu berperilaku eksotisme dalam melakukan *tour* ke berbagai kawasan wisata. Mereka sebenarnya selalu secara teliti ingin mendapatkan hal baru dari setiap kawasan wisata yang dikunjungi. Akomodasi dan atraksi tidak saja mendekatkan para wisatawan mancanegara pada *setting* fisik desa, tetapi lebih dari itu bisa mendekatkan mereka pada suasana psikologis kehidupan pedesaan.

Desa wisata yang dikemas melalui konsep akomodasi dan atraksi akan berimplikasi pada konsep *unique selling point* berupa berbagai model Desa wisata. *Unique selling point* dalam bentuk kekhasan potensi desa akan menghasilkan Desa wisata budaya, pertanian, agro, fauna, kerajinan, dan Desa wisata religi. Konsep *Unique selling point* sebenarnya ada dua jenis, yaitu bersifat alami dan buatan. Suatu Desa wisata disebut bersifat alami dalam konteks *Unique selling point* apabila kekhasan desa tersebut tidak membutuhkan suatu polesan tertentu. Artinya kekhasannya telah dimiliki dan komunitas tinggal menikmati dan menjualnya sebagai suatu kawasan wisata. Sedangkan yang bersifat buatan memiliki arti, bahwa kekhasan desa

tersebut telah dirancang sedemikian rupa sehingga layak untuk dijual sebagai suatu kawasan wisata tertentu.

Salah satu contoh Desa wisata di kabupaten Pamekasan yang bersifat alami adalah wisata "Api tak kunjung Padam". Wisata seperti ini tidak dirancang dan tidak dipoles sebagai kawasan wisata, tetapi daerah tersebut menjadi kawasan wisata setelah ditemukan adanya kobaran api yang tidak pernah padam. Pemerintah Daerah Pamekasan tinggal mengemasnya saja menjadi kawasan wisata dengan beberapa fasilitas pendukung, sehingga wisatawan dapat menikmatinya. Apakah Pemerintah Daerah Pamekasan mampu menyajikan wisata api tersebut dalam kemasan yang profesional merupakan satu persoalan tersendiri.

Salah satu contoh desa di kabupaten pamekasan yang dapat dijadikan Desa wisata secara buatan adalah desa *Candi Bhurung*. Desa tersebut memiliki potensi berupa kemampuan warganya dalam hal membatik. Kemampuan membatik tersebut tidak akan pernah menjadi kawasan wisata manakala Pemerintah Daerah Pamekasan tidak merancang dan membentuknya sebagai suatu kawasan wisata. Potensi tinggallah potensi begitu saja dan tidak akan pernah menjadi suatu *actus*, jika tidak dibentuk suatu kawasan khas, misalnya sebagai Desa wisata kerajinan. Desa *Candi Bhurung* tidak bisa langsung disuguhkan dan dinikmati sebagai suatu kawasan wisata apabila desa tersebut tidak dibentuk dan dipoles sebagai Desa wisata kerajinan.

Hal itu jelas berbeda kasusnya dengan wisata "Api tak Kunjung padam". Dipoles atau tidak desa yang memiliki "Api tak Kunjung padam" dapat langsung disuguhkan dan dinikmati sebagai suatu kawasan wisata.

Persoalan yang muncul adalah berkenaan dengan pengelolaannya yang profesional atau tidak sebagai suatu suguhan yang menarik atau membosankan. Hal tersebut berbeda kasusnya jika dilekatkan pada desa *Candi Bhurung*, sebab jika desa itu tidak dibentuk sebagai kawasan wisata, maka potensi yang dimiliki desa itu pasti tidak dapat disuguhkan sebagai kawasan wisata. Jadi persoalannya tidak terletak pada proses pengelolaan yang profesional atau tidak, tetapi lebih kepada persoalan mau dibentuk atau tidak sebagai kawasan wisata.

Konsep *unique selling point* pada dasarnya menekankan pada kreativitas pengelolaan dan pembentukan suatu desa menjadi Desa wisata. *Mainstream* kreativitas pengelolaan diperlukan pada suatu desa yang telah memiliki potensi secara alami atau siap saji sebagai suatu kawasan wisata. Sedangkan *Mainstream* kreativitas pembentukan diperlukan pada suatu desa yang belum memiliki potensi siap saji sebagai suatu Desa wisata tertentu. Kedua *mainstream* tersebut sangat jelas membutuhkan konsep dan penanganan yang berbeda, karena memang keduanya memiliki level potensi yang berbeda pula, baik dari aspek konseptualisasinya maupun dari sisi aplikasinya.

Walaupun begitu keduanya pasti memiliki kesamaan, yaitu bagaimana memperlakukan keduanya secara profesional berdasar pada konsep penanganan yang bersifat *bottom-up*. Konsep *unique selling point* suatu Desa wisata tidak lagi boleh disebut profesional jika penanganannya didasarkan pada konsep *top-down* dengan *mainstream* komunitas adalah tidak memiliki kemampuan apapun dalam mengelola dan mengembangkan Desa wisata. Begitu pula sebaliknya, konsep

unique selling point suatu Desa wisata boleh disebut profesional jika penanganannya didasarkan pada konsep *bottom-up* dengan *mainstream* komunitas memiliki kemampuan dalam mengelola dan mengembangkan Desa wisata.

Kematangan konseptualisasi dan aplikasi suatu Desa wisata akan sangat kentara pada saat diterapkannya *one stop service* dalam suatu kawasan wisata. *One stop service* merupakan suatu konsep pengelolaan Desa wisata dalam satu paket penyajiann mulai dari sisi pengelolaan keindahan alamnya, tradisi budaya maupun dari aspek perilaku keseharian komunitasnya. *One stop service* kalau dalam dunia sepakbola disebut dengan istilah *total football*, semua aspek dikelola dan dikembangkan secara utuh sebagai bagian yang saling melengkapi. Keindahan alam suatu Desa wisata, tradisi budaya, dan perilaku keseharian komunitas bukanlah bagian-bagian yang terpisah satu dengan lain. Akan tetapi, kesemuanya merupakan keutuhan yang sederajat dan seukuran dengan tingkat keindahan dan keunikan masing-masing.

Ketika wisatawan berkunjung ke wilayah larangan tokol Pamekasan sebagai lokasi "Api tak kunjung padam" berada, apabila menggunakan konsep *One stop service*, maka sejak memasuki pintu gerbang "Api tak kunjung padam" telah disuguhi musik khas Madura. Beringsut sedikit para wisatawan disajikan tarian khas Madura dengan segala pernak-pernik pakaian khas Madura. Begitu pula ketika keluar dari lokasi "Api tak kunjung padam" wisatawan telah ditunggu oleh berbagai macam sajian kuliner ala Madura dan batik Madura. Sekelumit contoh seperti itu adalah bayangan implementasi konsep *one stop service* di suatu Desa Wisata tertentu.

Satu hal yang pasti adalah profesionalitas pengelolaan dan pengembangan apapun tentang Desa wisata sangat menentukan tingkat variasi implementasi konsep *one stop service*. Hal lain yang seringkali dilakukan dalam suatu kawasan wisata adalah konsep *one stop service* diikuti dengan marginalisasi komunitas sebagai pemilik wilayah dan kaum yang sangat paham dengan wilayahnya sendiri. *One stop service* tetap dengan berdasar pada *mainstream* bahwa komunitas adalah yang paling mengetahui desanya sendiri melebihi orang luar, karena merekalah yang secara turun temurun hidup di tempat tersebut dan menghidupi desanya dengan segala potensi dan kearifan lokal yang dimiliki. Proses pembinaan terhadap suatu Desa wisata bukanlah sebuah alasan untuk memarginalkan komunitas dan menafikan fakta, bahwa merekalah yang paling mengerti daerahnya sendiri. Proses pembinaan pada dasarnya berfungsi melengkapi semua kekurangan yang telah dilakukan komunitas dalam mengelola dan mengembangkan Desa wisata di wilayahnya sendiri. Proses pembinaan tidaklah identik dengan proses pengambil alihan lahan, keindahan alam, tradisi budaya, dan kehidupan keseharian komunitas dengan dalih apapun, termasuk dalih pengelolaan dan pengembangan wisata.

Penutup

Semua pemikiran dalam konteks wisata tersebut di atas – mulai dari pemberdayaan masyarakat atau komunitas lokal, proses interaksi baik terhadap budaya, masyarakat maupun alam setempat, pemetaan yang jelas mengenai berbagai jenis wisata, dikembangkannya dua komponen dasar, yaitu akomodasi dan attraksi,

diciptakannya konsep *unique selling point* sampai konsep *one stop service* – pada akhirnya akan melahirkan konsep dasar wisata "*community based tourism dan community based culture centered*".

Semua berasal dari komunitas dan akan kembali pada komunitas. Semua dikelola dan dikembangkan oleh komunitas dan akan dinikmati oleh komunitas sebagai proses pemberdayaan komunitas. Dengan demikian komunitas dengan segala kearifan lokal, potensi dan tradisi adat-budaya yang dimiliki merupakan dasar dari semua konseptualisasi dan aplikasi Desa wisata yang akan dikelola dan dikembangkan. Keindahan alam, tradisi budaya, dan kehidupan keseharian komunitas semestinya dijadikan dasar berpijak dalam mengelola dan mengembangkan desa wisata dalam satu kesatuan yang utuh. Desa wisata yang dikelola dan dikembangkan secara profesional dapat

diukur dari aspek seberapa besar kepercayaan suatu Pemerintah Daerah yang diberikan kepada komunitas dalam mengelola dan mengembangkan wilayahnya sebagai suatu kawasan wisata. Semakin besar kepercayaan dan kewenangan yang diberikan kepada komunitas, maka sesungguhnya penancangan dan penciptaan Desa wisata yang profesional dengan berbagai model dan jenisnya telah semakin dekat. Sebaliknya, Semakin kecil kepercayaan dan kewenangan yang diberikan kepada komunitas, maka sesungguhnya penancangan dan penciptaan Desa wisata yang profesional dengan berbagai model dan jenisnya akan semakin jauh. Pola pikir dan sikap profesional dalam menciptakan suatu Desa wisata akan memiliki dasar pijakan yang kokoh jika diasalkan pada prinsip *community based tourism dan community based culture centered*. *Wa Allāh a'lam bi al-sawāb* □

