

Model Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat Pada Manajemen Pariwisata Pedesaan (Studi Kasus Pada Desa Wisata Dieng Kulon)

Muhammad Irwan Setiawan¹ Veta Lidya Delimah Pasaribu²

1, 2) Program Studi Administrasi Bisnis, FHISIP, Universitas Terbuka, Indonesia

*Correspondent e-mail: irwanmura2@gmail.com, veta01889@unpam.ac.id

Abstrak

Salah satu upaya peningkatan ekonomi pedesaan dapat dilakukan dengan mengembangkan pariwisata pedesaan. Sektor pariwisata dinilai mampu mendorong pengembangan sektor ekonomi lainnya. Pariwisata juga berkontribusi dalam meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan. Paradigma mengharapakan masyarakat untuk mengambil peran baik sebagai subjek maupun objek pembangunan. Dataran Tinggi Dieng sebagai objek wisata memiliki berbagai macam atraksi. Wisata pedesaan dirancang oleh masyarakat setempat untuk objek wisata di Dieng. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana model implementasi *Community Based Tourism* dilakukan terhadap pengembangan pariwisata pedesaan Dieng Kulon. Penelitian ini bersifat kualitatif, yang menggunakan data primer yang diambil dari Teknik Observasi dan *Focus Group Discussion*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan *Participatory Rural Appraisal (PRA)*. Hasil Penelitian ini telah menemukan model Pariwisata Berbasis Masyarakat yang telah dilakukan dalam pengembangan pariwisata pedesaan Dieng Kulon melalui pembentukan Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata) dan Pokja (Kelompok Kerja) di delapan bidang. Model Pariwisata Berbasis Masyarakat yang telah diuji dan diimplementasikan dalam penelitian ini dapat melengkapi model-model dalam temuan penelitian sebelumnya, yang menunjukkan peran dan fungsi masing-masing pelaku pengembangan pariwisata. Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu: penelitian ini hanya dilakukan di satu desa wisata, yaitu Desa Wisata Dieng Kulon dan waktu penelitian yang terbatas sehingga analisis data mungkin belum optimal. Saran untuk penelitian selanjutnya, bagi pemerintah dan masyarakat setempat, diharapkan dapat mengembangkan pariwisata yang lebih baik dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Serta bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang Pariwisata Berbasis Masyarakat atau *Community Based Tourism* dan pariwisata desa di berbagai desa wisata di Indonesia.

Kata Kunci: Pariwisata Berbasis Masyarakat, *Community Based Tourism*, Partisipasi Masyarakat, Desa Wisata, Desa Wisata Dieng Kulon

Abstract

One of the efforts to improve the rural economy can be done by developing rural tourism. The tourism sector is considered capable of encouraging the development of other economic sectors. Tourism also contributes to increasing employment opportunities and income. The paradigm expects the community to take a role as both the subject and object of development. The Dieng Plateau as a tourist attraction has various attractions. Rural tourism is designed by the local community for tourist attractions in Dieng. This study aims to identify how the Community Based Tourism implementation model is carried out on the development of rural tourism in Dieng Kulon. This study is qualitative, using primary data taken from Observation Techniques and Focus Group Discussions. The analysis used in this study is qualitative descriptive and Participatory Rural Appraisal (PRA). The results of this study have found a Community Based Tourism model that has been carried out in the development of rural tourism in Dieng Kulon through the formation of Pokdarwis (Tourism Awareness Groups) and Pokja

(Working Groups) in eight fields. The Community Based Tourism model that has been tested and implemented in this study can complement the models in the findings of previous studies, which show the role and function of each actor in tourism development. This study has several limitations, namely: this study was only conducted in one tourist village, namely Dieng Kulon Tourism Village and the limited research time so that data analysis may not be optimal. Suggestions for further research, for the government and local communities, are expected to develop better tourism and increase community participation in tourism management. And for further researchers, they can conduct further research on Community Based Tourism and village tourism in various tourist villages in Indonesia.

Keywords: *Community Based Tourism, Community Based Tourism, Community Participation, Tourism Village, Dieng Kulon Tourism Village*

PENDAHULUAN

Mengembangkan pariwisata pedesaan adalah alternatif untuk mengembangkan ekonomi pedesaan. Diperkirakan bahwa industri pariwisata memiliki kemampuan untuk mendorong pertumbuhan sektor ekonomi. Selain itu, pariwisata meningkatkan kesempatan kerja dan pendapatan. Pengembangan pariwisata di suatu daerah dapat menyebabkan lebih banyak lapangan kerja untuk diciptakan bagi masyarakat yang tinggal di sekitarnya. Dengan demikian, pendapatan masyarakat yang hidup di sekitar pengembangan pariwisata akan meningkat seiring munculnya bisnis baru.

Indonesia memiliki pesona alam pedesaan dan budaya yang melimpah di setiap daerah dengan keunikannya yang berbeda-beda. Hal ini membuat pariwisata Indonesia menjadi salah satu industri yang pengembangannya harus didorong. Menurut Teodoro et al (2018), pariwisata pedesaan dianggap sebagai strategi pembangunan pedesaan karena merupakan program yang langsung mempengaruhi dan melibatkan masyarakat dan memiliki dampak besar pada masyarakat setempat. Hal ini telah dibuktikan oleh Ibanescu et al (2018) dalam sebuah penelitian yang dilakukan di daerah pedesaan di Rumania, yang menemukan bahwa pariwisata benar-benar dapat berkontribusi pada pertumbuhan berkelanjutan di daerah pedesaan.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional Tahun 2010-2025 menyatakan bahwa " Upaya untuk meningkatkan kesadaran, kemampuan, akses, dan

peran masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidup dan kemandirian individu dan kelompok dikenal sebagai pemberdayaan masyarakat. Hal ini diperkuat dengan temuan dari penelitian, yang menunjukkan bahwa keberlanjutan pembangunan pariwisata pedesaan dipengaruhi oleh peran serta masyarakat lokal dalam *decision making*, pemberdayaan masyarakat, dan pengetahuan masyarakat tentang pariwisata.

Menurut Soekarya (2021), banyak potensi daya tarik wisata alam dan budaya, sejalan dengan fakta bahwa sebagian besar populasi Indonesia tinggal di pedesaan. Jadi, macam-macam atraksi pariwisata harus dikembangkan sehingga masyarakat akan mendapatkan manfaat yang besar terkait dengan potensi pedesaan yang ada dengan menciptakan kawasan wisata pedesaan.

Di banyak daerah, pemerintah mengembangkan pariwisata pedesaan yang ke depannya diharapkan akan memberikan *multiplier effect* yang tinggi bagi desa atau daerah sekitarnya. Hal ini sesuai dengan penelitian Škuflić dan Štoković (2021), yang menyebutkan bahwa industri pariwisata dapat menjadi motor penggerak dalam mengatasi masalah ekonomi di suatu

wilayah. Pariwisata pedesaan dan berbagai program terkait dapat dianggap sebagai poros utama strategi pembangunan desa yang dapat melindungi tatanan sosial ekonomi yang rapuh dalam jangka pendek, dan menciptakan pembangunan berkelanjutan dalam jangka panjang (Giannakis, 2019). Pengembangan pariwisata pedesaan dinilai dapat mendongkrak perekonomian masyarakat.

Keterlibatan aktif masyarakat dapat dilakukan dalam pengelolaan pariwisata pedesaan sebagai upaya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat desa dengan memanfaatkan potensi yang ada, konsep pariwisata berbasis masyarakat akan sangat cocok. Pariwisata berbasis masyarakat telah ditunjukkan sebagai salah satu upaya untuk meningkatkan ekonomi pedesaan (Johnson, 2020). Masyarakat setempat sangat terlibat dalam pembangunan pariwisata pedesaan karena mereka mengenali dan memahami potensi daerah mereka dengan baik. Selain itu, keterlibatan ini sangat penting untuk memperoleh bantuan dan memastikan bahwa masyarakat setempat melihat manfaat dan kebutuhan program ini. Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi Nomor 13 Tahun 2020 membagi prioritas penggunaan dana desa tahun 2021 menjadi 8 tipologi desa dan 18 tujuan SDG desa mulai tahun 2021–2030. Ini juga memungkinkan penggunaan konsep pariwisata berbasis masyarakat.

Banyak atraksi di wisata pedesaan yang telah mengundang wisatawan lokal atau luar negeri. Hal ini membawa dampak pada peningkatan aktivitas ekonomi di pariwisata pedesaan ini. Peran *Community Based Tourism* dalam pariwisata pedesaan ini telah mendukung kesejahteraan masyarakat setempat. Pengelolaan *Community Based Tourism* (CBT) juga sesuai dengan prinsip-prinsip dalam pariwisata berkelanjutan, yaitu memiliki skala kecil namun mampu membawa manfaat besar bagi masyarakat setempat (Murphy, 2013). Ini juga disampaikan oleh penelitian (Inskeep, 2018) bahwa masyarakat memiliki peran besar dalam pengelolaan dan penyediaan fasilitas bagi para wisatawan yang berkunjung. Hal ini tentu menjadi contoh yang sangat baik bagi pengelolaan pariwisata pedesaan. Sehingga, tujuan dari penelitian ini yaitu mengidentifikasi model implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat yang telah dilakukan dalam mengembangkan pariwisata

pedesaan Dieng Kulon.

Dataran Tinggi Dieng merupakan salah satu daerah dengan banyak potensi wisata alam di Jawa Tengah. Terletak di ketinggian 2.100 mdpl dengan pemandangan yang indah, kawasan ini menjadi pilihan peristirahatan sejak lama. Tempat yang sejuk dan alami, didukung oleh berbagai potensi alam dan budaya secara ajaib mengundang orang untuk datang. Ada beberapa wisata pedesaan di daerah ini yang menjadi tujuan wisatawan domestik maupun mancanegara. Wisata Pedesaan Dieng Kulon, sebagai salah satu wisata pedesaan di daerah ini, terletak di Kabupaten Wonosobo di Timur dan Selatan, sedangkan di Barat berbatasan dengan Desa Karang Tengah. Luasnya sekitar 337.846 Ha wilayah perbukitan, yang dulunya merupakan kawasan konservasi, sekarang menjadi kebun kentang. Sekitar 163.603 ha adalah area pertanian, dan 186,9 ha adalah area hutan lindung.

Desa Dieng Kulon dianggap sebagai lokasi dengan akses dan fasilitas yang relatif berkembang dibandingkan dengan daerah desa lainnya, menjadi titik awal perencanaan wisata pedesaan di Dataran Tinggi Dieng. Selain lokasinya yang strategis karena sangat dekat dengan tempat-tempat utama yang termasuk dalam zona satu dalam peta zonasi wisata Dataran Tinggi Dieng, homestay memiliki fasilitas pendukung seperti area parkir, toko souvenir, kantor informasi, dan lainnya. Pengelola UPTD Dieng, menawarkan beberapa fasilitas yang ada, tetapi masyarakat setempat juga menawarkan fasilitas seperti penginapan, transportasi wisata, dll.

Wisata Pedesaan Dieng Kulon dapat dilihat secara detail sebagai berikut: (1) Tempat wisata alam: Danau Bale Kambang, Kawah Sikidang, Gasiran Aswotomo, Sendang Sedayu, Kompleks Candi, dan Danau Semurup; (2) Tempat wisata budaya: Agrowisata & *Living Culture* masyarakat Dieng, Pertunjukan Budaya Perawatan Rambut Keriting (Festival Budaya Dieng), Batik Kayu Dewa, Miniatur Candi Dieng, Wisata Kuliner Dieng; (3) Atraksi buatan: *Adventure Tour*.

Pengembangan pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon perlu dikelola dengan baik agar memberikan manfaat yang maksimal bagi masyarakat lokal. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang implementasi pariwisata berbasis masyarakat pada manajemen pariwisata pedesaan di Desa Wisata Dieng Kulon.

RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, Bagaimana implementasi model pariwisata berbasis masyarakat dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi model pariwisata berbasis masyarakat dapat meningkatkan partisipasi masyarakat dan kesadaran masyarakat terhadap pentingnya pariwisata di Desa Wisata Dieng Kulon.

METODE

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif, menggunakan teknik observasi dan *Focus Group Discussion*. Sumber informasi data dalam penelitian ini adalah informasi dari narasumber. *Key person* dari penelitian ini adalah ketua klaster pariwisata Dieng, ketua LPP kewirausahaan dan ketenagakerjaan, pegiat wisata masyarakat, perwakilan masyarakat, wisatawan, dan akademisi. Analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif deskriptif dan *Participatory Rural Appraisal* (PRA). Sugiyono (2013) menyatakan analisis kualitatif digunakan dalam penelitian ini karena dapat menunjukkan bagaimana implementasi model *Community Based Tourism* dilakukan. Berbagai informasi yang dikumpulkan dari narasumber digambarkan melalui model diagram yang menerangkan penerapan model ini.

Dalam penelitian ini, juga digunakan Analisis Penilaian Pedesaan Berpartisipasi (PRA). PRA adalah metode untuk mempelajari kondisi dan kehidupan pedesaan dari, dengan, dan oleh masyarakat pedesaan. Dengan kata lain, PRA

adalah pendekatan kelompok yang memungkinkan masyarakat pedesaan untuk berbagi, meningkatkan, dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan pedesaan, serta untuk membuat rencana dan karena metode ini dianggap dapat memberikan informasi yang akurat tentang fenomena yang terjadi di sekitar objek penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Upaya mengenali potensi diri telah dilakukan oleh masyarakat Dieng Kulon. Hal ini adalah awal yang sangat baik bagi masyarakat. Berbagai macam atraksi atau daya tarik wisata sebagai Modal untuk mengembangkan pariwisata seperti seni, makanan tradisional, kerajinan tangan, kegiatan pertanian, dan permainan tradisional anak-anak adalah "sesuatu" yang dapat dikemas sebagai tawaran wisata masyarakat. Modal atraksi harus didukung oleh kesadaran masyarakat untuk berpartisipasi dan mengambil peran dalam mengembangkan pariwisata lokal melalui lembaga wisata lokal seperti Kelompok Sadar Wisata/ Pokdarwis (*Tourism Awareness Group*). Pemerintah harus mendukung untuk mendirikan Pokdarwis di setiap kabupaten atau kawasan wisata. Pokdarwis adalah lembaga sosial yang didirikan sebagai sarana penghubung untuk serius mengatur wisata di wilayah mereka. Untuk mengembangkan bisnis wisata desa secara lebih serius, orang harus lebih sadar akan diri mereka sendiri dan lingkungannya. Beralih dari ekonomi pertanian ke ekonomi jasa bukanlah tugas yang mudah. Masyarakat harus dilatih untuk menemukan berbagai masalah internal dan eksternal. Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel.

Tabel 1. Peluang wisata dan peluang pengembangan

Jenis	Potensi	Peluang Pengembangan
	Daya Tarik	

Fisik/A lam	Lansekap Bukit	Program <i>tracking</i>
	Air terjun	Program <i>tracking</i>
	Danau	Wisata air (perahu)
	Kompleks Candi	Area penjualan tanaman khusus Dieng
Biotik/ Vegetasi	Carica	Demplot kebun Carica
	Purwaceng	Demplot kebun Purwaceng
	Terong Belanda	Demplot kebun Terong Belanda
	Jambu Bunut	Taman Jambu Bunut Demplot
Sosial Budaya	Seni: Tari Rampak Yakso, Perawatan Rambut Gimbal	Pertunjukan budaya, studio tari
	Museum	Wisata pendidikan: arkeologi, sejarah, dan pembelajaran
		panas bumi

Tabel di atas menunjukkan bahwa ada "kesadaran bersama" akan peluang yang dapat dicapai yang tidak terbatas pada mendirikan homestay. Dengan kesadaran ini, masyarakat dapat membuat rencana model wisata pedesaan yang sesuai dengan nilai lokal. Hal ini juga akan meningkatkan peran masyarakat desa dan kesiapan mereka untuk menjadi pelaku usaha jasa daripada hanya menjadi petani kentang. Selain itu, mereka diajak untuk mempertimbangkan kemungkinan pengembangan program masa depan yang tidak hanya bergantung pada ciri khas Dieng, seperti danau, candi, dan kawah, tetapi juga mengundang wisatawan ke tempat tersebut untuk belajar pertanian, kebun kentang, dapur, sehingga terjadi integrasi antara pariwisata dan sektor pertanian. Pariwisata masuk ke desa tidak menggantikan aktivitas ekonomi utama masyarakat; sebaliknya, itu membantu rumah tangga petani mengembangkan sektor jasa sebagai alternatif tambahan (Vital et al., 2020). Selama tinggal di homestay dan menikmati kehidupan petani Dieng, wisatawan akan mendapatkan pengalaman baru. Untuk mengembangkan desa

sebagai objek wisata, perlu diingat bahwa masyarakat setempat bukan hanya orang yang duduk diam. Hal ini sesuai dengan gagasan tentang pariwisata berbasis masyarakat yang diterapkan.

Lingkungan pedesaan dapat dilihat baik sebagai objek wisata maupun subjek. Desa bukan hanya tujuan pariwisata, tetapi juga penyelenggara, artinya masyarakatnya menerima manfaat langsung dari hasil yang dihasilkan desa (Suansri, 2013). Kegiatan interaksi yang terjalin antara wisatawan sebagai tamu dan masyarakat akan timbul pengalaman budaya. Kegiatan sosial kemasyarakatan, perumahan masyarakat pribadi dan komunal, pembinaan dan pengelolaan yang mempunyai maksud peningkatan sumber daya manusia dalam keterampilan manajemen administrasi untuk kegiatan pedesaan atau pariwisata itu sendiri, dan pariwisata itu sendiri, adalah beberapa contoh dari interaksi budaya ini. Kegiatan pariwisata dapat mencakup atraksi dan akomodasi. Program atraksi dapat mencakup upacara adat, seni pedesaan, olahraga, program makan dan minum, dan sebagainya (Capone, 2015). Namun, tempat tinggal bagi wisatawan yang ingin tinggal sebentar juga diperlukan untuk akomodasi. Hunian khusus dapat digunakan sebagai akomodasi dengan melakukan perbaikan dan menjaga kebersihan sehingga dapat memenuhi standar minimal kesehatan dan kenyamanan.

Metode Participatory Rural Appraisal (PRA) digunakan untuk menghasilkan pemetaan atraksi dalam pariwisata pedesaan, yang dilakukan oleh masyarakat. Penyediaan objek/daya tarik wisata merupakan hal utama yang mendorong munculnya aktivitas pariwisata. "Sesuatu untuk dilihat" dalam bentuk atraksi harus tersedia untuk menjadikannya objek wisata (Oka, 2022). Ini merupakan hal yang sama dengan apa yang bisa ditawarkan kepada para wisatawan ketika tinggal di *homestay*. Melalui diskusi dengan masyarakat terlihat bahwa masyarakat memahami tentang objek wisata sebagai daya tarik selama ini dan juga potensi distribusi yang dapat ditegakkan sebagai atraksi berbasis pertanian di desa Dieng Kulon. Desa ini termasuk dalam kawasan "poros" pariwisata Dataran Tinggi Dieng dan memiliki posisi strategis yang baik berkat sarana pendukung pariwisata seperti sub terminal, kompleks Candi Arjuna, restoran, balai pertemuan Withliem, dan fasilitas lainnya. Kompleks Candi Arjuna adalah "titik nol" di mana pusat pelayanan wisata Dataran Tinggi Dieng dimulai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki pemahaman tentang sumber daya dan atraksi yang sering dikunjungi oleh wisatawan dan tempat-tempat yang pemandu lokal sering meminta wisatawan untuk dikunjungi, seperti Museum Kailasa, Candi Bima, Bale Kambang, dan Kawah Sikidang. Wisata alam seperti Danau Merdada masih menjadi bagian dari Kabupaten Banjarnegara. Selain itu, hasil pemetaan daya tarik wisata ini memberikan pengetahuan tentang kemungkinan objek wisata alternatif yang ada di wilayah pedesaan atau dengan memanfaatkan sumber daya pertanian lokal untuk menjadi objek wisata. Ini termasuk pertanian Purwaceng, pertanian jambu biji Bunut, terong belanda, peternakan domba Dieng dengan bulu tebal, dan pusat wisata untuk membuat keripik kentang, carica, dan makanan ringan lainnya.

Dalam mengidentifikasi implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat, hubungan peran antar lembaga yang terkait dengan pengembangan pariwisata pedesaan harus diidentifikasi (Fafurida, 2020). Ini dilakukan untuk menyadarkan bahwa membangun pariwisata bukan hanya tanggung jawab masyarakat, namun butuh kolaborasi untuk mendorong pelaksanaan pengembangan pariwisata. Masyarakat pedesaan Dieng Kulon juga membentuk Dieng Pandawa. Organisasi ini dikenal

sebagai Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan bekerja sama dengan pemerintah untuk melaksanakan dan mengawasi kegiatan pariwisata di wilayah Dieng, khususnya di Kecamatan Batur, Kabupaten Banjarnegara. Apa yang dilakukan masyarakat Dieng Kulon masih menjadi "embrio" termasuk pembentukan Kelompok Sadar Wisata (*Pokdarwis*) bernama Dieng Pandawa. Beberapa program yang termasuk dalam *Pokdarwis* adalah: Pokja keselamatan ketertiban pariwisata, Pokja *home industry* (makanan khusus), Pokja *homestay*, Pokja pemandu wisata, Pokja seni dan budaya

ya, Pokja agrowisata, Pokja kerajinan/cinderamata, Pokja pemasaran. Selain *Pokdarwis*, hasil *Focus Group Discussion* juga menghasilkan identifikasi lembaga lain yang memiliki hubungan dengan masyarakat di desa Dieng Kulon. Ketika ditelepon, ini dapat disajikan dalam matriks tabel.

Tabel 2. Peran aktor pendukung pengembangan pariwisata pedesaan Dieng Kulon

Pihak	Peran
Pemerintah	<ul style="list-style-type: none"> • Mendukung dana dan program peningkatan kapasitas HRD pelaku wisata • Mengadakan acara dan festival • Kebijakan terkait pengembangan kawasan pariwisata • Mitra pengelolaan pariwisata pedesaan • Memfasilitasi pengembangan fasilitas fisik dan non fisik kawasan wisata pedesaan • Branding, Advertising, Selling
Universitas	<ul style="list-style-type: none"> • Penelitian dan pengabdian • Program KKN (Program Pengabdian kepada Masyarakat)

	<ul style="list-style-type: none"> • Pelatihan pelaku wisata HRD • Bantuan bisnis
Swasta / Industri	<ul style="list-style-type: none"> • Investasi • Pembukaan bisnis pariwisata • Tanggung Jawab Sosial Perusahaan
Masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> • Pembentukan <i>Pokja</i> atau <i>Pokdarwis</i> • Manajemen pariwisata pedesaan • Penyediaan <i>homestay</i> • Usaha pariwisata (kuliner, jasa transportasi, home industry, safety service, agrowisata, kerajinan tangan)
Media	<ul style="list-style-type: none"> • Branding, Periklanan, Penjualan

Pengembangan berbagai macam atraksi wisata di daerah Dieng didukung oleh peran masyarakat, pemerintah, swasta, perguruan tinggi, dan media. Model implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat dalam mengembangkan pariwisata pedesaan Dieng Kulon dilakukan melalui pemanfaatan peran masyarakat dalam *pokdarwis* dan *pokja* di delapan bidang. Pokja tersebut meliputi pokja keamanan ketertiban pariwisata, pokja *home industry* (makanan khusus), pokja *homestay*, pokja pemandu wisata, pokja seni dan budaya, pokja agrowisata, pokja kerajinan/souvenir, pokja pemasaran.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan partisipatif. Hal itu secara khusus diterapkan dalam wisata pedesaan di Desa Dieng Kulon. Penelitian ini dilakukan karena anggapan suksesnya pembangunan termasuk pariwisata harus melibatkan masyarakat sebagai subjek. Terlebih, metode ini dilakukan supaya tidak terjadi kegagalan seperti model pembangunan sebelumnya yang kurang partisipatif. Akibatnya, pendekatan pembangunan partisipatif dianggap sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan

proses perencanaan sebelumnya atau untuk mengutamakan proses pembelajaran dari dan dengan masyarakat setempat. Hasil penelitian tersebut telah menghasilkan rumusan bahwa keberadaan kawasan Dieng sebagai destinasi nasional bahkan internasional mampu menarik perhatian para wisatawan. Meskipun model pariwisata konvensional dalam bentuk pariwisata masif masih dominan, masih ada peluang untuk menarik wisatawan yang ingin lebih dekat dengan kehidupan masyarakat pedesaan. Sebagai tanggapan terhadap ketidakpastian pertanian, sebagian besar masyarakat Desa Dieng memiliki dorongan dan motivasi bersama untuk mengembangkan sektor pariwisata. Manajemen pariwisata berbasis pedesaan sudah ada di tingkat masyarakat. Selain itu, penelitian ini telah menghasilkan model perencanaan partisipatif. Hasilnya memberikan pemahaman tentang berbagai potensi dan masalah yang terkait dengan pengembangan pariwisata Dieng, serta hubungan antara peran dan fungsi dari berbagai lembaga yang dianggap memberikan kontribusi terhadap pariwisata Dieng Kulon khususnya dan Dataran Tinggi Dieng secara keseluruhan. Penelitian juga menemukan cara untuk menerapkan pariwisata berbasis masyarakat untuk mengembangkan pariwisata pedesaan Dieng Kulon. Untuk Saran penelitian selanjutnya yaitu kebijakan lebih lanjut, model ini dapat diterapkan di banyak daerah yang memiliki karakteristik yang sama dengan mengedepankan pariwisata pedesaan.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu: penelitian ini hanya dilakukan di satu desa wisata, yaitu Desa Wisata Dieng Kulon dan waktu penelitian yang terbatas sehingga analisis data mungkin belum optimal. Saran untuk penelitian selanjutnya, bagi pemerintah dan masyarakat setempat, diharapkan dapat mengembangkan pariwisata yang lebih baik dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata. Serta bagi peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian lebih lanjut tentang CBT dan pariwisata desa di berbagai desa wisata di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategies in Marketing Evangeline Products to Increase Company Competitiveness at PT. Griff Prima Abadi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 175-184.
- Agatha, D. C., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PERALATAN RUMAH TANGGA BERBAHAN PLASTIK PADA PT. BE BEST INTERNATIONAL DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 37-45.
- Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(9), 13703-13726.
- Alfadillah, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Effective Promotion Strategies in Online Transportation Companies Impacting Their Use. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 245-254.
- Al Jabar, L., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Strategic Leadership Role of Foundation Leaders in Improving the Quality of Education at Various Levels Education: Case Study on Bi Ashokal Hajar Foundation. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2), 63-85
- Apriliani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of the Application of Customer Relationship Management to Support Skincare Repurchase Interest on the Tiktok WJ LOVE Platform. *International Journal of Asian Business and Development*, 1(4), 231-244.
- ARDIANSYAH, F., & PASARIBU, V. (2024). TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP AND INTRINSIC MOTIVATION ON EMPLOYEE PERFORMANCE IN THE MECHANICAL DIVISION OF PT. ASTRA INTERNASIONAL (TBK) TOYOTA AUTO 2000 BUMI SERPONG DAMAI BRANCH, SOUTH TANGERANG. *WEST SCIENCE BUSINESS AND MANAGEMENT Учредители: PT. Sanskara Karya Internasional*, 2(3), 867-874.
- Ariqa, N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction of Ubasyada Cooperative in Ciputat Market, South Tangerang. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(3), 277-290.
- Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1106-1117.
- Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, 3(1), 90-103.
- Fahrezi, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Prices and Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Paramita Ban Workshop Cipete, South Jakarta Period 2023. *Global Journal Indexing*.
- Fatrecia, S. T., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategy Brand Awareness in Increasing Sales in the Fashion Industry Based on Online Data. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 81-96.
- Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING: Journal of Business, Management and*

- Accounting*, 5(2), 696-706.
- Frawesti, M., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart Lebak Picung Branch Rangkasbitung. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(9), 585-598.
- Hakim, A. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Customer Satisfaction of Mortar Cement at PT. Alam Gemilang Ghaizi Rangkasbitung. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 67-80.
- Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1158-1174.
- Hardiansyah, N. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Healthy Alert Personal Selling Strategy at PT Mitra Antar Putra in South Jakarta. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 101-118.
- Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1).
- Hidayat, L., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 2(5), 9041-9052.
- Jalaludin, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). ANALISIS PEMASARAN SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN TITIK UNIT BANK SAMPAH DIGITAL DI KOTA SERANG BANTEN. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, 1(3), 190-204.
- Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analysis of the Effect of Promotion, Product Quality and Packaging Design on Purchasing Decisions. *Lamongan Islamic University*.
- Makarim, F., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Factors of Customer Purchasing Power for Fashion Products in the Digital Era. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 345-356.
- Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 147-154.
- Muttaqin, A. K., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 943-970.
- Nabila, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 287-306.
- Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(3), 121-135.
- Pahrudin, P., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance at PT Tunas Mekar Farm, Bogor Regency. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 172-186.
- Pangestu, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025).

- QRIS Ease of Access Strategy and its Impact on Public Interest in Digital Payment in Sumbermulyo Village, Pesanggaran, Banyuwangi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(4), 197-208.
- Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, 2(8), 1223-1238.
- Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiati, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, 10(2), 620-626.
- Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1445-1458.
- PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, 130771(1,160,097,156), 1-22.
- Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, 19(2), 156-167.
- Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, 1(4), 77-92.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37-49.
- Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77-83.
- Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(1), 155-163.
- Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at Jakmart Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(4), 199-210.
- Puspitasari, D., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Emado's Restaurant at PT. Emado's Kebab Indonesia, Ceger Raya Branch-Pondok Aren, South Tangerang. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, 4(2), 273-286.
- Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 97-110.
- Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, 2(9), 1479-1490.

- Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujouexcloset. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, 5(2), 1360-1372.
- Sunatajaya, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Product Quality on the Decision to Purchase Car Carpet Products at CJ Accessories Stores at BSD Autopart. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(8), 529-542.
- Sutiawan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Avocado Kocok 88 Entrepreneurship, Poris Indah Branch. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, 3(6), 329-344.
- Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, 4(1), 97-110.
- Tifani, R. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Based on Product Quality at Segitiga Bermuda Coffee and Eatery Pamulang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 2467-2478.
- Yuda, A. P. (2024). The Influence of Brand Awareness and Word of Mouth on the Decision to Use the FLIP Application (Case Study of Young Mothers in the dBestMom Community). *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 89-100.
- Yulianty, I. N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Promotion and Price on Buyer Satisfaction of Luwak White Coffee Products at Pondok Aren Distributors. *Asian Journal of Applied Business and Management*, 3(2), 161-172.
- Capone, F. (2016). *Tourist Clusters, Destinations and Competitiveness*. London: Routledge.
- Chambers, R. (2013). *PRA (Participatory Rural Appraisal) Memahami Desa Secara Partisipatif*. Yogyakarta: Kanisius.
- Fafurida, F., Oktavilia, S., Prajanti, D.W.P., Mareta, Y. A. (2020). Tourism and economic development in Indonesia. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(3): 6476-6479.
- Giannakis, E. (2019). The role of rural tourism on the development if rural areas: The case of Cyprus. *Romanian Journal of Regional Science*, 8(1): 38-53.
- Ibanescu, B.C., Stoleriu, O.M., Munteanu, A., Iațu, C. (2018). The impact of tourism on sustainable development of rural areas: Evidence from Romania. *Sustainability*, 10(10): 3529.
- Inskeep, E. (2018). National and regional tourism planning: methodologies and case studies. *Journal of Vacation Marketing*, 2(4): 382-384.
- Johnson, P.A. (2020). Realizing rural community based tourism development: Prospects for social-economy enterprises. *Journal of Rural and Community Development*, 5(1): 150-162.
- Murphy, P.E. (2013). *Tourism: A Community Approach*. 1st Edition. London: Routledge.

- Oka, Y. (2022). *Introduction to Tourism Science*. Bandung: Angkasa.
- Škuflić, L., Štoković, I. (2021). Demand function for Croatian tourist product: A panel data approach. *Modern Economy*, 2: 49-53.
- Soekarya, T. (2021). Improving the people's economy through the development of tourist villages: An input for development in kakaskapen two, barnacles and punten. Ministry of Culture and Tourism, Jakarta.
- Suansri, P. (2013). *Community Based Tourism Handbook*. Thailand. Responsible Ecological Social Tourism Project. (REST)
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. CV Alfabeta.
- Teodoro, A., Dinis, I., Simões, O., Gomes, G. (2018). Success factors for small rural tourism units: An exploratory study in the Portuguese region of Serra da Estrela. *European Journal of Tourism Research*, 17: 136- 148.
- Vital, K., Uladzimir, G., Alena, P., Ina, S. (2020). Sustainable development modeling of agritourism clusters. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(2): 118- 127.