

# Model Pengembangan Wisata Berbasis Masyarakat di Desa Kemetul Kabupaten Semarang

<sup>1</sup>Aswin Fitriansyah\*, <sup>2</sup>Ambar Tri Hapsari, <sup>3</sup>Diah Mariana, <sup>4</sup>Hardian Mursito

<sup>1</sup>Universitas PGRI Indraprasta

\*Corresponding Author:

aswin.fitriansyah@gmail.com

ambar.trihapsari@gmail.com

dia.nisalya@gmail.com

ianmursito@gmail.com

## Abstrak

Pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata berdasarkan faktor-faktor pendukung dan penghambat di Desa Kemetul, serta menganalisis strategi pariwisata berbasis komunitas di desa tersebut. Kegiatan pengabdian dilakukan di Desa Kemetul, Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang, menggunakan metode kualitatif dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan Kepala Desa Kemetul, Ketua POKDARWIS Sekar Kanthil, masyarakat lokal, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang. Data kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT. Hasil pengabdian menunjukkan bahwa Desa Kemetul memiliki banyak potensi wisata yang dapat menjadi daya tarik. Desa Kemetul perlu mempertimbangkan penguatan produk unggulan, strategi pengembangan daya tarik wisata yang berkelanjutan, serta strategi untuk pengembangan kelembagaan dan sumber daya manusia. Rekomendasi dari pengabdian ini diharapkan dapat mendorong kolaborasi antara pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan stakeholder terkait untuk mengambil tindakan nyata dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis komunitas di Desa Kemetul, sehingga dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat serta menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal.

**Keywords:** Strategi Pengembangan, Pariwisata Berbasis Komunitas, Pariwisata Pedesaan.

## 1. PENDAHULUAN

Pada tahun 1995, World Tourism Organization (WTO) mencatat adanya peningkatan dalam pariwisata alternatif (Sahawi, 2015). Pariwisata alternatif ini mengedepankan penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan untuk masa depan, termasuk *green tourism*, *soft tourism*, *low-impact tourism*, *eco-tourism*, *responsible*

*tourism, sustainable tourism, dan rural tourism* (Hunter & Green, 1995; Mowforth & Munt, 1998). Salah satu bentuk pariwisata alternatif yang dapat dikembangkan saat ini adalah desa wisata. Konsep desa wisata semakin relevan dengan adanya perubahan paradigma pembangunan pariwisata yang lebih menekankan pada aspek sosial, ekologis, dan keterlibatan masyarakat lokal. Menurut Zebua (2016), desa wisata adalah area pedesaan yang memiliki ciri khas tertentu dan menawarkan keunikan fisik serta kehidupan sosial dan budaya masyarakat setempat sebagai daya tarik utama.

Desa Kemetul di Kecamatan Susukan, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah, adalah salah satu desa yang dipilih oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang untuk dikembangkan menjadi desa wisata dari total 208 desa. Pembangunan Desa Kemetul sebagai desa wisata dimulai secara resmi pada 18 Juni 2011. Kebijakan ini mendapat dukungan positif dari warga setempat, yang terlihat dari pembentukan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) oleh masyarakat pada 10 Juni 2011. Namun, Desa Kemetul menghadapi tantangan berupa kurangnya kesiapan dan kesadaran masyarakat terhadap pariwisata. Warga merasa bahwa beralih ke sektor pariwisata berarti meninggalkan pekerjaan utama mereka. Selain itu, masyarakat belum siap menerima banyak wisatawan. Mereka percaya bahwa dengan membangun fasilitas dan infrastruktur modern, desa ini akan lebih menarik bagi wisatawan.

Selain menghadapi tantangan berupa kurangnya kesiapan dan kesadaran masyarakat terhadap pengembangan desa wisata, Desa Kemetul juga mengalami kendala dalam hal promosi. Meskipun telah memanfaatkan aplikasi seperti Facebook, blog, serta media seperti koran dan brosur, upaya promosi yang dilakukan Desa Kemetul masih kurang menarik dan tidak cukup atraktif bagi wisatawan. Padahal, Desa Kemetul memiliki beragam potensi wisata, termasuk wisata seni dan budaya, wisata kuliner, wisata alam, wisata pertanian, dan wisata bisnis.

Desa Kemetul juga menonjolkan kehidupan pedesaan dan kearifan lokal sebagai salah satu daya tarik utama bagi wisatawan. Desa ini mengembangkan pariwisata dengan konsep Pariwisata Berbasis Masyarakat, yang mengintegrasikan isu-isu pemberdayaan masyarakat lokal serta keberlanjutan budaya dan lingkungan. Penelitian ini akan mengkaji bagaimana pengembangan desa wisata dapat memberikan nilai tambah, tidak

hanya pada aspek lingkungan dan ekonomi, tetapi juga pada peran dan tanggung jawab masyarakat dalam proses tersebut.

Berangkat dari kondisi tersebut, pengabdian ini bertujuan untuk:

- 1) Mengetahui potensi wisata Desa Kemetul Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang berdasarkan faktor pendukung dan penghambat dan
- 2) Mengetahui dan menganalisis strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Desa Kemetul Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang.

## **2. METODE**

Metode penelitian yang digunakan dalam pengabdian ini adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, di mana peneliti sebagai instrumen kunci dan hasil penelitian lebih menekankan makna dari pada generalisasi (Sugiyono, 2015). Penelitian kualitatif bertujuan untuk proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu dan kelompok, menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Penelitian ini mengambil lokasi di Desa Kemetul Kecamatan Susukan Kabupaten Semarang. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan-pendekatan personal dan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi terkait topik dan masalah dalam penelitian. Informan yang diambil adalah Kepala Desa Kemetul, ketua dan anggota kelompok sadar wisata (POKDARWIS) Sekar Kanthil, beberapa masyarakat Desa Kemetul, dan pemerintah Dinas Kabupaten Semarang. Penelitian ini juga mengambil data arsip Kepala Desa sebagai bahan pelengkap. Hasil akhir dari analisis data berupa rekomendasi dan disampaikan ke pihak yang terkait guna pengembangan wisata di Desa Kemetul.

## **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Dukungan Masyarakat Lokal Terhadap Pengembangan Desa Wisata**

Masyarakat Desa Kemetul memang mendukung pembangunan desa wisata, tetapi dalam prakteknya hanya sebagian kecil masyarakat yang terlibat. Masyarakat belum memahami kebutuhan tentang sadar wisata. Lemahnya dukungan masyarakat ternyata

dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu kurangnya pengetahuan dan pemahaman tentang pariwisata, serta kepercayaan diri masyarakat yang masih kurang. Untuk meningkatkan pemahaman dan kepercayaan diri masyarakat, Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang memberikan penyuluhan dan pelatihan bagi masyarakat desa. Dinas Pariwisata juga mengajak beberapa masyarakat khususnya dari anggota POKDARWIS untuk melakukan studi banding ke desa-desa wisata yang sudah berkembang. Selain itu, masyarakat juga didorong untuk mengikuti lomba desa wisata di lingkup Jawa Tengah.

Dinas Pariwisata Kabupaten Semarang menginginkan masyarakat menjadi lebih mandiri dan siap mengembangkan desa wisata dengan strategi yang mereka rancang sendiri. Pemerintah tidak akan terus-menerus menunggu masyarakat untuk meningkatkan kesadaran wisata, tetapi dengan mendorong mereka untuk belajar dan mencoba hal-hal baru, masyarakat diharapkan dapat menemukan cara yang efektif untuk mengembangkan Desa Kemetul. Saat ini, warga mulai membangun gazebo di tepi sawah, menjual makanan dan minuman, serta menawarkan paket wisata, menunjukkan bahwa kesadaran akan pengembangan pariwisata di Desa Kemetul mulai tumbuh.

Saat ini, masyarakat semakin aktif mengikuti pelatihan sebagai pemandu wisata dan terlibat dalam diskusi-diskusi desa. Mereka mulai memanfaatkan keterampilan yang dimiliki dan menyumbangkan barang-barang untuk mendukung pengembangan desa wisata. Keterlibatan warga Desa Kemetul juga terlihat dari pembangunan berbagai fasilitas pendukung, seperti taman baca, gazebo, toilet umum, perluasan area parkir, dan lain-lain. Beberapa warga juga membuat paket wisata pedesaan yang dipasarkan ke luar kota, seperti paket *grass track*, pertunjukan tari dan reog, serta penjualan makanan khas Desa Kemetul. Selain itu, masyarakat aktif menjaga keamanan, mengelola lahan parkir, menjaga kebersihan, dan mempromosikan desa wisata.

### **Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata Kemetul**

Untuk mengembangkan dan mengoptimalkan Desa Kemetul sebagai desa wisata maka analisis SWOT digunakan untuk menyusun strategi-strategi berdasarkan pada kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman. Tabel 1 dan 2 akan menampilkan

sintesa faktor kekuatan dan kelemahan serta sintesa faktor-faktor kesempatan dan ancaman Desa Wisata Kemetul.

**Tabel 1.** Sintesa Faktor-Faktor Kekuatan dan Kelemahan Desa Kemetul

| Faktor-Faktor Strategi Internal          | SP | K | SP x K    | Bobot         |
|------------------------------------------|----|---|-----------|---------------|
| <b>Kekuatan (S)</b>                      |    |   |           |               |
| 1. Potensi Sumber Daya Alam              | 4  | 4 | 16        | $16/64 = 0,3$ |
| 2. Potensi Sumber Daya Budaya            | 3  | 4 | 12        | $12/64 = 0,2$ |
| 3. Dukungan Masyarakat                   | 2  | 4 | 8         | $8/64 = 0,1$  |
| 4. Potensi Sumber Daya Manusia           | 3  | 4 | 12        | $12/64 = 0,2$ |
| 5. Infrastruktur                         | 4  | 4 | 16        | $12/64 = 0,2$ |
| <b>Total SP x K</b>                      |    |   | <b>64</b> | <b>1.0</b>    |
| <b>Kelemahan (W)</b>                     |    |   |           |               |
| 1. Kelembagaan Belum Maksimal            | 2  | 4 | 8         | $8/44 = 0,2$  |
| 2. Potensi Wisata Yang Belum Tergarap    | 2  | 4 | 8         | $8/44 = 0,2$  |
| 3. Belum Ada Kerjasama Dengan Pihak Luar | 3  | 4 | 12        | $12/44 = 0,3$ |
| 4. Tumbuhnya Sikap Komersial             | 1  | 4 | 4         | $4/44 = 0,1$  |
| 5. Atraksi Belum Menjadi Daya Tarik      | 2  | 4 | 8         | $8/44 = 0,2$  |
| <b>Total SP x K</b>                      |    |   | <b>44</b> | <b>1.0</b>    |

**Tabel 2.** Sintesa Faktor-Faktor Kesempatan dan Ancaman Desa Kemetul

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal                       | SP | K | SP x K    | Bobot         |
|--------------------------------------------------------|----|---|-----------|---------------|
| <b>Kesempatan (O)</b>                                  |    |   |           |               |
| 1. Trend Pariwisata Desa                               | 4  | 4 | 16        | $16/52 = 0,3$ |
| 2. Peran Masyarakat Dalam Pelestarian Budaya           | 3  | 4 | 12        | $12/52 = 0,2$ |
| 3. Kebijakan Pemerintah Dalam Pengembangan Desa Wisata | 2  | 4 | 8         | $8/52 = 0,1$  |
| 4. Teknologi dan Informasi Masuk Desa                  | 3  | 4 | 12        | $12/52 = 0,2$ |
| 5. Kerjasama dengan Pelaku Wisata                      | 3  | 4 | 12        | $12/52 = 0,2$ |
| <b>Total SP x K</b>                                    |    |   | <b>60</b> | <b>1.0</b>    |
| <b>Ancaman (T)</b>                                     |    |   |           |               |
| 1. Kondisi Politik Global                              | 1  | 4 | 4         | $4/48 = 0,1$  |
| 2. Kondisi Politik Nasional                            | 3  | 4 | 12        | $12/48 = 0,2$ |
| 3. Travel Warning di Beberapa Negara                   | 2  | 4 | 8         | $8/48 = 0,2$  |
| 4. Daya Saing Pariwisata                               | 4  | 4 | 16        | $16/48 = 0,3$ |
| 5. Bencana Alam                                        | 2  | 4 | 8         | $8/48 = 0,2$  |
| <b>Total SP x K</b>                                    |    |   | <b>48</b> | <b>1.0</b>    |

Setelah mengetahui sintesa faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan

ancaman, berikutnya pada Tabel 3 dan 4 akan menampilkan faktor-faktor strategik internal (IFAS) dan faktor-faktor strategik eksternal (EFAS).

**Tabel 3.** Faktor-Faktor Strategik Internal (IFAS)

| Faktor-Faktor Strategi Internal          | Bobot | Peringkat | Bobot x Peringkat |
|------------------------------------------|-------|-----------|-------------------|
| <b>Kekuatan (S)</b>                      |       |           |                   |
| 1. Potensi Sumber Daya Alam              | 0,3   | 4         | 1.2               |
| 2. Potensi Sumber Daya Budaya            | 0,2   | 3         | 0.6               |
| 3. Dukungan Masyarakat                   | 0,2   | 2         | 0.2               |
| 4. Potensi Sumber Daya Manusia           | 0,2   | 3         | 0.6               |
| 5. Infrastruktur                         |       | 4         | 0.8               |
| <b>Kelemahan (W)</b>                     |       |           |                   |
| 1. Kelembagaan Belum Maksimal            | 0.2   | 2         | 0.4               |
| 2. Potensi Wisata Yang Belum Tergarap    | 0.2   | 2         | 0.4               |
| 3. Belum Ada Kerjasama Dengan Pihak Luar | 0.3   | 3         | 0.9               |
| 4. Tumbuhnya Sikap Komersial             | 0.1   | 1         | 0.1               |
| 5. Atraksi Belum Menjadi Daya Tarik      | 0.2   | 2         | 0.4               |

**Tabel 4.** Faktor-Faktor Strategik Eksternal (EFAS)

| Faktor-Faktor Strategi Eksternal                       | Bobot | Peringkat | Bobot x Peringkat |
|--------------------------------------------------------|-------|-----------|-------------------|
| <b>Kesempatan (O)</b>                                  |       |           |                   |
| 1. Trend Pariwisata Desa                               | 0.3   | 4         | 1.2               |
| 2. Peran Masyarakat Dalam Pelestarian Budaya           | 0.2   | 3         | 0.6               |
| 3. Kebijakan Pemerintah Dalam Pengembangan Desa Wisata | 0.1   | 2         | 0.2               |
| 4. Teknologi dan Informasi Masuk Desa                  | 0.2   | 3         | 0.6               |
| 5. Kerjasama dengan Pelaku Wisata                      | 0.2   | 3         | 0.6               |
| <b>Ancaman (T)</b>                                     |       |           |                   |
| 1. Kondisi Politik Global                              | 0.1   | 1         | 0.1               |
| 2. Kondisi Politik Nasional                            | 0.2   | 3         | 0.6               |
| 3. Travel Warning di Beberapa Negara                   | 0.2   | 2         | 0.4               |
| 4. Daya Saing Pariwisata                               | 0.3   | 4         | 1.2               |
| 5. Bencana Alam                                        | 0.2   | 2         | 0.4               |

Berdasarkan tabel IFAS dan EFAS, maka dapat dibuat Matriks SWOT yang terdiri atas empat kuadran seperti yang ditunjukkan oleh Tabel 5 di bawah ini.

**Tabel 5:** Matriks SWOT

| IFAS | KEKUATAN (S)                  | KELEMAHAN (W)                         |
|------|-------------------------------|---------------------------------------|
|      | 1. Potensi Sumber Daya Alam   | 1. Kelembagaan Belum Maksimal         |
|      | 2. Potensi Sumber Daya Budaya | 2. Potensi Wisata yang Belum Tergarap |
|      | 3. Dukungan                   | 3. Belum Ada Kerjasama                |

|                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| EFAS                                                                                                                                                                                                                               | Masyarakat<br>4. Potensi Sumber Daya Manusia<br>5. Infrastruktur                                                                                                           | Dengan Pihak Luar<br>4. Tumbuhnya Sikap Komersial<br>5. Atraksi Belum Menjadi Daya Tarik                                                                                     |
| KESEMPATAN (O)<br>1. Trend Pariwisata Desa<br>2. Peran Masyarakat Dalam Pelestarian Budaya<br>3. Kebijakan Pemerintah Dalam Pengembangan Desa Wisata<br>4. Teknologi dan Informasi Masuk Desa<br>5. Kerjasama dengan Pelaku Wisata | STRATEGI (SO)<br>1. (1.2, 1.2) (Kuat, Kuat)<br>2. (0.8,0.6)(Lemah, Lemah)<br>3. (0.3,0.2) (Lemah, Lemah)<br>4. (0.8,0,6) (Lemah, Lemah)<br>5. (0.4, 0.4) (Lemah, Lemah)    | STRATEGI (WO)<br>1. (0.4, 1.2) (Lemah, Kuat)<br>2. (0.6, 0.6) (Lemah, Lemah)<br>3. (0.9, 0.2) (Lemah, Lemah)<br>4. (0.1, 0.2) (Lemah, Lemah)<br>5. (0.2, 0.4) (Lemah, Lemah) |
| ANCAMAN (T)<br>1. Kondisi Politik Global<br>2. Kondisi Politik Nasional<br>3. Travel Warning Di Beberapa Negara<br>4. Daya Saing Pariwisata<br>5. Bencana Alam                                                                     | STRATEGI (ST)<br>1. (1.2, 0.2) (Kuat, Lemah)<br>2. (0.6, 0.6) (Lemah, Lemah)<br>3. (0.3, 1.2) (Lemah, Kuat)<br>4. (0.8, 1.2) (Lemah, Kuat)<br>5. (0.4, 0.4) (Lemah, Lemah) | STRATEGI (WT)<br>1. (0.4, 0.2) (Lemah, Lemah)<br>2. (0.6, 0.6) Lemah, Lemah)<br>3. (0.9, 0.6) Lemah, Lemah)<br>4. (0.2, 1.2) (Lemah, Kuat)<br>5. (0.6, 0.4) (Lemah, Lemah)   |

Hasil perhitungan faktor internal dan eksternal Desa Kemetul menggunakan analisis SWOT akan menghasilkan koordinat yang dapat dilihat pada Gambar 2. Pada Gambar 2 menunjukkan bahwa Desa Kemetul berada pada posisi Kuadran 1. Kuadran 1 menjelaskan jika Desa Kemetul masih berada pada posisi yang baik karena ada kekuatan yang dimanfaatkan untuk meraih peluang yang menguntungkan. Analisis strategi yang digunakan dalam Kuadran 1 adalah pengembangan (strategi agresif).

Hasil perhitungan dari masing-masing kuadran dapat digambarkan pada Tabel 6 berikut :

**Tabel 6.** Hasil Perhitungan dari Masing-Masing Kuadran

| Kuadran | Posisi Titik | Luas Matrik | Ranking | Prioritas Strategi |
|---------|--------------|-------------|---------|--------------------|
| I       | (3.3, 3.3)   | 10.89       | 1       | Pengembangan       |

|     |            |      |   |            |
|-----|------------|------|---|------------|
| II  | (2.7, 3.3) | 8.91 | 2 | Stabilitas |
| III | (2.7, 3.0) | 8.1  | 4 | Pencucian  |
| IV  | (3.3, 3.0) | 9.9  | 3 | Kombinasi  |

a. Strategi SO dalam Pengembangan Desa Wisata Kemetul

Strategi SO dalam pengembangan Desa Wisata Kemetul dijabarkan sebagai berikut: (1) Menggali potensi wisata yang ada di Desa Kemetul kemudian dikembangkan menjadi daya tarik bagi wisatawan, (2) Membuat produk-produk wisata khas Desa Kemetul, (3) Mengemas berbagai atraksi alam dan budaya yang ada di Desa Kemetul untuk ditawarkan kepada wisatawan, (4) Melakukan kerjasama dengan biro perjalanan dan para pemangku kepentingan pariwisata untuk turut mengembangkan Desa Wisata Kemetul, (5) Memanfaatkan Sumber Daya Manusia yang ada, (6) Meningkatkan promosi Desa Kemetul dengan segala potensi dan keunikannya dengan memanfaatkan kemajuan Teknologi dan Informasi.

b. Strategi WO Dalam Pengembangan Desa Wisata Kemetul

Strategi WO dalam pengembangan Desa Wisata Kemetul dijabarkan sebagai berikut: (1) Memperkuat organisasi kelembagaan Desa Kemetul, (2) Menciptakan produk-produk khas, (3) Membuat daya tarik wisata yang inovatif, atraktif, dan menarik, (4) Mengajak dan meningkatkan kesadaran pariwisata kepada masyarakat, (5) Membentuk image Desa Kemetul sebagai salah satu tempat wisata alternatif pedesaan dengan memasyarakatkan pariwisata dan mempariwisatakan masyarakat sekitar, (6) Menjalin kerjasama dengan berbagai pihak yang berkompeten dengan pariwisata, seperti biro perjalanan wisata, organisasi-organisasi wisata, LSM, dan pemerintah.

c. Strategi ST Dalam Pengembangan Desa Wisata Kemetul

Strategi SO dalam pengembangan Desa Wisata Kemetul adalah sebagai berikut: (1) Menawarkan potensi wisata kepada pihak luar, baik kepada pemerintah maupun pihak swasta, (2) Mengadakan kunjungan komparatif atau benchmarking sebagai bahan perbandingan kepada daerah-daerah yang memiliki

karakteristik potensi sejenis dan lebih awal berkembang, (3) Memperkenalkan Desa Kemetul kepada masyarakat luas.

d. Strategi WT Dalam Pengembangan Desa Wisata Kemetul

Strategi WT dalam pengembangan Desa Kemetul dapat dijabarkan sebagai berikut: (1) Menyadari berbagai kelemahan yang ada di Desa Kemetul, kemudian berusaha mencari pemecahan, (2) Menyadarkan masyarakat bahwa desa wisata tidak dapat berjalan tanpa dukungan-dukungan dari semua pihak (*stakeholders*) termasuk masyarakat itu sendiri, (3) Menciptakan produk unggulan, meningkatkan infrastruktur, dan memaksimalkan partisipasi masyarakat terhadap pengembangan Desa Wisata Kemetul.

#### **4. KESIMPULAN**

Dilihat dari aspek potensi wisata yang ada, Desa Kemetul didukung dengan aksesibilitas jalan raya yang memadai, namun masih perlu petunjuk jalan untuk memudahkan wisatawan yang akan datang. Fasilitas penunjang di Desa Kemetul sudah layak, seperti air bersih, sumber daya listrik, sistem telekomunikasi, lahan parkir, toilet umum, warung makan, dan tempat sampah. Desa Kemetul mempunyai atraksi dan daya tarik seperti wisata alam, wisata budaya, kegiatan spiritual masyarakat, wisata kesenian, wisata buatan, homestay, wisata pertanian, wisata peternakan, *home industry*, dan wisata adventure. Desa Kemetul juga membentuk Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) yang bernama Sekar Kanthil, Lembaga Pemerintahan Desa, dan Pertahanan Sipil.

Dukungan masyarakat lokal Desa Kemetul terhadap perencanaan dan pengembangan desa wisata sudah sejalan dengan prinsip pariwisata berbasis masyarakat. Masyarakat Desa Kemetul sudah ikut andil dan terlibat dalam pengembangan desa wisata, mulai dari perencanaan (*master plan*), pengambil keputusan, pelaksanaan, dan menikmati hasilnya. Masyarakat terlibat dalam penyediaan sarana dan prasarana penunjang wisata seperti; pertanian dan peternakan, penyedia sarana transportasi dan akomodasi, menjaga

kebersihan, mengelola parkir, dan menjadi pemandu wisata. Namun ternyata belum semua masyarakat terlibat dalam pengembangan desa wisata tersebut.

Strategi pengembangan Desa Wisata Kemetul dilakukan menggunakan analisis SWOT dengan melakukan strategi pengembangan kelembagaan dan SDM, strategi promosi, strategi penguatan produk unggulan, dan strategi pengembangan daya tarik wisata berkelanjutan. Strategi pengembangan kelembagaan dan SDM dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan kepercayaan diri masyarakat dengan menanamkan mindset pentingnya menjaga keberlangsungan budaya dan alam. Menyiapkan SDM berkualitas dengan pelatihan-pelatihan dan melakukan studi banding ke desa wisata yang sudah berkembang. Strategi promosi dengan melakukan kerjasama dengan pihak luar seperti Biro Perjalanan Wisata, membuat brosur, *flyer*, atau banner yang lebih atraktif, dan memanfaatkan internet sebagai sarana promosi. Strategi pengembangan produk unggulan dengan menggali potensi wisata yang ada di Desa Kemetul, meningkatkan sarana dan prasarana penunjang. Strategi pengembangan daya tarik wisata berkelanjutan dengan cara menjaga dan melestarikan lingkungan alam dan budaya, serta masyarakat berperan dan diberdayakan dengan baik.

## Referensi

- Beeton, S. 2006. *Community Development Through Tourism*. Australia: Landlinks.
- Blackstock, K. 2005. *A Critical Look at Community Based Tourism*. Community Development Journal Vol 40 No 1: Oxford University Press and Community Development Journal 2005.
- Burns, P.M., Novelli, M. 2008. *Tourism Development; Growth, Myths, and Inequalities*. USA: CABI North American Office.
- Craig, J.C., R.M. Grant. 1996. Strategic Management. *The Fast-Track MBA Series*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Firdaus, H. 2015. *Pariwisata Ditargetkan Sumbang Devisa Terbesar*. Jakarta: Kompas. <http://print.kompas.com/baca/2015/06/16/Pariwisata-Ditargetkan-Sumbang-Devisa-Terbesar>.
- Flippo, E. B., 1987. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Erlangga.
- Freedman, L. 2013. *Strategy; A History*. New York: Oxford University Press.

- Grede, R. 2008. *5 Strategi Ampuh Berbisnis*. Yogyakarta: PT Bentang Pustaka
- Gunawan, M. Ortis, O. 2012. *Rencana Strategis: Pariwisata Berkelanjutan dan Green Jobs Untuk Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf & International Labour Organization.
- Halbertsma, M. Stripriaan A.V., & Ulzen. P.V., 2011. *The Heritage Theatre: Globalisation and Cultural Heritage*. Newcastle: Cambridge Scholars Publishing.
- Hijriati, E., Mardiana R. 2014. *Pengaruh Ekowisata Berbasis Masyarakat Terhadap Perubahan Kondisi Ekologi, Sosial, dan Ekonomi di Kampung Batusuhuna Sukabumi*. Bogor: Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat Fakultas Ekologi Manusia IPB. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, ISSN : 2302 - 7517, Vol. 02, No. 03, halaman: 146 -159. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/sodality/article/view/9422>.
- Irfandi. 2015. *Pengembangan Model Latihan Sepak Bola dan Bola Voli (Studi Penelitian Pada Atlet Putra-Putri Di Banda Aceh*. Yogyakarta: Deepublish.
- Jones, S.. 2004. *Community Based Ecotourism; The Significance of Social Capital. Great Britain: Elsevier*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 2, pp. 303-324, 2005.
- Jupir, M.M. 2003. Implementasi Kebijakan Pariwisata Berbasis Kearifan Lokal (Studi Di Kabupaten Manggarai Barat). Malang: Fakultas Ilmu Administrasi Publik Universitas Brawijaya. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*. E-ISSN: 2338-1647. <http://www.jitode.ub.ac.id/index.php/jitode/article/viewFile/105/pdf>.
- Mediatama Perkasa. 2015. *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat*. <http://mediatamaperkasa.weebly.com/pariwisata-berbasis-masyarakat.html>.
- Mowforth, M., Munt I., 1998. *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Muhyi, Herwan Abdul, Zaenal Muttaqin, & Healthy Nurmalasari. 2016. *HR Plan & Strategi; Strategi Jitu Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Nasdian, F. T., 2014. *Pengembangan Masyarakat*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Natalia, D., 2006. *Geografi*. Jakarta: Grasindo.
- Nugraheni, E.. 2002. *Sistem Pengelolaan Ekowisata Berbasis Masyarakat di Taman Nasional (Studi Kasus Taman Nasional Gunung Halimun)*. Bogor: Program Pascasarjana, Institut Pertanian Bogor.
- Nuryanti, W., 1999. *Heritage, Tourism and Local Communities*. Yogyakarta: UGM Press.

- Okazaki, E., 2008. A Community Based Tourism Model: Its Conception. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 16, No. 5, 2008.
- Priasukmana, S. & Mulyadin, R.M. 2001. Pembangunan Desa Wisata: Pelaksanaan Undang-Undang Otonomi Daerah. *Info Sosial Ekonomi*, Vol. 2 No.1 (2001) pp. 37-44. <http://puspijak.org/uploads/info/v2n1-4DsOt.pdf>.
- Raharjana, D.T., 2012. Membangun Pariwisata Bersama Rakyat: Kajian Partisipasi Lokal Dalam Membangun Desa Wisata Di Dieng Plateau. *Kawistara*, Vol. 2, No. 3, Desember 2012:225-237. <file:///E:/3935-6368-1-SM.pdf>.
- Rozalena, A. Dewi, S.K. 2016. *Panduan Praktis Menyusun Pengembangan Karir dan Pelatihan Karyawan*. Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Sahawi, M. El. 2015. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat*. Bogor: Fakultas Ekologi Manusia Institut Pertanian Bogor.
- Samsudin, S. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Satria, D., 2009. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang. Malang: Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya. *Jurnal of Indonesian Applied Economics*, Vol. 3 No. 1 Mei 2009, 37-47. <http://jiae.ub.ac.id/index.php/jiae/article/viewFile/136/105>.
- Shankar, V., Carpenter, S.G.. 2012. *Handbook of Marketing Strategy*. UK: Edward Elgar Publishing Limited. Siagian, S. P., 2004. *Teori Aplikasi dan Motivasinya*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Soekarya T., 2011. *Peningkatan Ekonomi Kerakyatan Melalui Pengembangan Desa Wisata*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata.
- Stone, L.S. Stone, T. M., 2010. *Community-Based Tourism Enterprises: Challenges and Prospects for Community Participation; Khama Rhino Sanctuary Trust, Botswana*. University of Botswana Library: *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 19, No. 1, Januari 2011, 97- 114.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (mix methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarto, H, S., 2009. *Inovasi, Partisipasi, dan Good Governance; 20 Prakarsa Inovatif dan Partisipatif di Indonesia*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sutadji. 2010. *Perencanaan dan Pengembangan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Dee Publish.

- Syafi'i, M, & Suwandono, S. 2015. Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono, Kecamatan Sayung, Kabupaten Demak. Semarang: UNDIP. *Jurnal Ruang*, Vol. 1 No. 2, April 2015, 61-70. ISSN 1858-3881. <http://ejournal2.undip.ac.id/index.php/ruang/article/view/85/34>.
- Utama, I G.B.R., 2013. *Pengembangan Wisata Kota Sebagai Pariwisata Masa Depan Indonesia*. Badung-Bali: Universitas Dhyana Pura.
- Utama, I.G.B.R., 2016. *Pengantar Industri Pariwisata; Tantangan dan Peluang Bisnis Kreatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Vellas, F., Becherel L., 1999. *Pemasaran Pariwisata Internasional – Sebuah Pendekatan Strategis*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Venuemagz, 2015. Referensi MICE Indonesia. <http://www.venuemagz.com/artikel/news/2015/10/tahun-2016-pariwisata-menyumbang-devisa-rp172-triliun/>.
- Wihasta, C. R., Prakoso, H.B.S., 2012. Perkembangan Desa Wisata Kembang Arum dan Dampaknya Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Donokerto Kecamatan Turi. Yogyakarta: UGM. *Jurnal Bumi Indonesia*, Vol. 1 No.1 2012. [www.kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id). <http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=1003&nk=1>.
- Zebua, M., 2016. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.