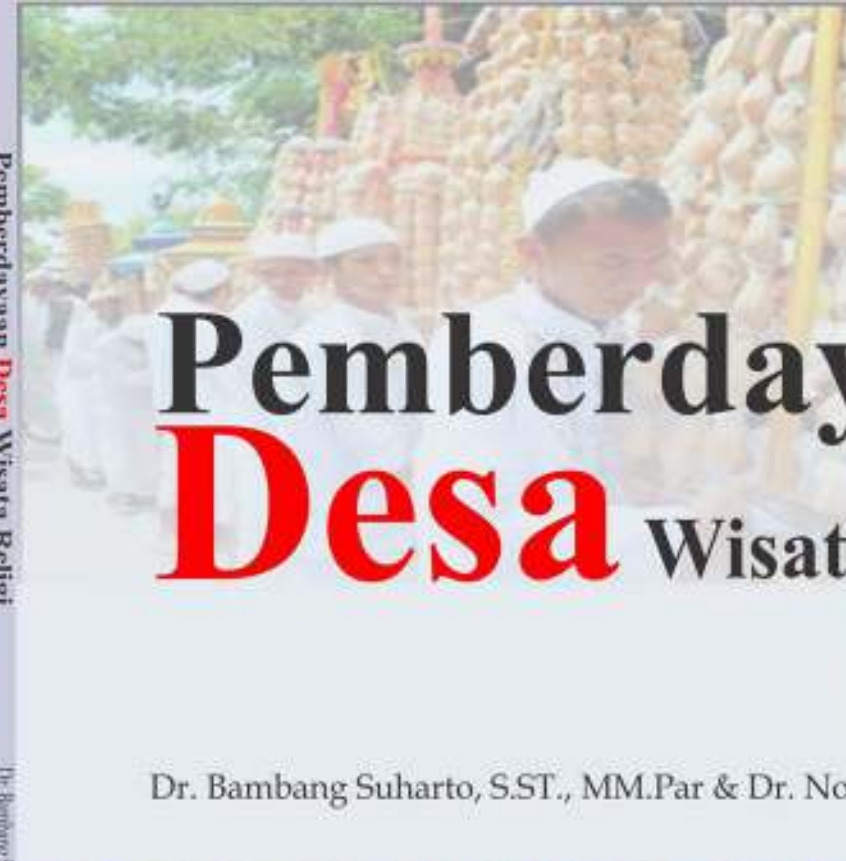


Pemberdayaan **Desa** Wisata Religi

Dr. Bambang Suharto, S.ST., MM.Par & Dr. Novianty Djafri., M.Pd.I

Pemberdayaan **Desa** Wisata Religi

Dr. Bambang Suharto, S.ST., MM.Par & Dr. Novianty Djafri., M.Pd.I



Pemberdayaan Desa Wisata Religi

Dr. Bambang Suharto, S.ST., MM.Par & Dr. Novianty Djafri., M.Pd.I



IP. 47.09.2017

Pemberdayaan Desa Wisata Religi

Dr. Bambang Suharto, S.ST., MM.Par & Dr. Novianty Djafri., M.Pd.I

Pertama kali diterbitkan dalam bahasa Indonesia
oleh **Ideas Publishing**, September 2017

Alamat: Jalan Gelatik No. 24 Kota Gorontalo

Surel: infoideaspublishing@gmail.com

Anggota Ikapi, No. 001/Ikapi/Gtlo/II/2014

ISBN : 978-602-6635-36-5

Penata Letak: Dede Yusuf

Ilustrasi dan Sampul: Abd Hanan Nugraha

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian
atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari penerbit

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Hak Cipta

Pasal 4

Hak cipta merupakan hak eksklusif bagi Pencipta atau Pemegang Hak Cipta untuk mengumumkan atau memperbanyak Ciptaannya, yang timbul secara otomatis setelah suatu ciptaan dilahirkan tanpa mengurangi pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Ketentuan Pidana

Pasal 112

Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (3) dan/atau Pasal 52 yang dimiliki Pencipta dilarang dihilangkan, diubah, atau dirusak untuk Penggunaan Secara Komersial, dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).

Pasal 115

Setiap Orang yang tanpa persetujuan dari orang yang dipotret atau ahli warisnya melakukan Penggunaan Secara Komersial, Penggandaan, Pengumuman, Pendistribusian, atau Komunikasi atas Potret sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 untuk kepentingan reklame atau periklanan untuk Penggunaan Secara Komersial baik dalam media elektronik maupun non elektronik, dipidana dengan pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kami panjatkan kehadiran Allah Swt. yang telah memberikan semua rahmat dan karunia-Nya sehingga kami dapat menyusun buku ini. Pada kesempatan ini kami mengucapkan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada semua pihak yang telah membantu hingga selesainya buku ini. Semoga amal baik yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda. Amin.

Pemasaran dan promosi desa wisata religi, perlu dikembangkan melalui, tim pemasaran dan promosi, dalam bentuk travelling (untuk paket wisata), MoU dengan pihak pemerintah dan dinas terkait, serta dalam melakukan pemasaran Wisata Religi, sebaiknya dapat menerapkan beberapa strategi diantaranya ialah strategi Manajemen, komunikasi, bahasa dan peningkatan perekonomian melalui promosi dan pemasaran melalui media sosial, media cetak, serta strategi pemasaran Online, brosur, fliyer, spanduk dan lainnya

Semoga buku ini dapat dijadikan sebagai sumber referensi ilmiah dan bermanfaat bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II KONSEP TINJAUAN UMUM DESA WISATA	
A. Pengertian Pariwisata	5
B. Jenis-Jenis Pariwisata	7
C. Destinasi Desa Bongo Dalam Perubahan Sosio Kultural	13
D. Desa Wisata Dalam Konteks Industri Wisata	26
BAB III PENGEMBANGAN PUSAT WISATA BERDASARKAN REFLEKSI DI BERBAGAI NEGARA MAJU	
A. Desa Wisata	31
B. Pengembangan Tempat Wisata di Thailand	31
C. Pengembangan Tempat Wisata di Bangkok	35
D. Culture Heritage Management and Tourism	38
E. <i>Wat Arun Thailand</i>	39
BAB IV POTENSI DESA WISATA	43
BAB V PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN DESA WISATA 45	
BAB VI MANAJEMEN STRATEGIK PEMIMPIN DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA	47
BAB VII POTENSI DESA WISATA RELIGI	49
BAB VIII PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN DESA WISATA	53
BAB IX MANAJEMEN STRATEGIK PEMIMPIN	55
BAB X PENUTUP	59
DAFTAR PUSTAKA	61



BAB I

PENDAHULUAN

Provinsi Gorontalo memiliki Desa Bongo yang terkenal dengan sebutan desa wisata religi, Desa Bubohu. Desa Bongo berasal dari bahasa daerah yang artinya buah kelapa. Dengan demikian fikiran kita langsung tertuju pada sebuah desa yang memiliki banyak tumbuh buah kelapa. Akan tetapi hamper sebagian besar masyarakatnya bukanlah petani kelapa melainkan bekerja sebagai nelayan, hal ini menyatakan keunikan bahwa di desa bongo/bubohu, memiliki daerah perairan yang luas, terdapat banyak tempat potensi, diantaranya adalah pantai, sehingga menjadi pusat wisata yang basis religi.

Untuk desa Desa bubohu/bongo yang di titikberatkan pada sejarah pengembangan, budaya dan religinya. Adapun

pengembangan pusat wisata religi bubohu desa bongo ini sesuai observasi lapangan, masih di kelola secara individu, yang digagas oleh seorang tokoh masyarakat dan anggota dewan, yang di danai melalui yayasan Yotama milik pribadi. Sehingga pola pengembangannya masih secara perorangan, sehingga sistim managerialnya masih di tentukan oleh orang pribadi.

Namun keberadaan dari tempat wisata religi bubphu bongo ini dapat dapat menjadi pusat perhatian masyarakat sekitar desa bongo dan dari luar daerah, karena dalam waktu tertentu seperti pada saat kegiatan religi (perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW), masyarakat selalu menantikannya dengan melakukan acara yang sudah di persiapkan oleh masyarakat sekitarnya.

Berdasarkan hal ini pemerintah daerah masih belum masuk pada bagian pengelolaan wisata ini, sehingga untuk pengambilan keputusan dan stratejiknya belum terlalu birokrat, sehingga dalam kegiatan kunjungan belum ada kebijakan dan policy yang harus di sepakati antar pengunjung dengan pemilik tempat wisata religi desa bubohu, karena pengelolaannya belum secara corporate, belum diswastakan atau dipihak ketigakan.

Jika wisata ini di kelola oleh pemerintah dengan baik, maka tempat ini akan dapat meningkatkan pendapatan daerah dan terlebih untuk masyarakat sekitar akan dapat menambah taraf hidup masyarakat melalui peningkatan perekonomian.

Padahal desa bongo ini memiliki memiliki potensi pariwisata yang beraneka ragam mulai dari flora, fauna dan kekayaan ragam budaya yang dapat dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata. Seharusnya Pemerintah Daerah saat ini mendukung dan memfasilitasi keberadaan desa wisata yang ada dengan cara membuat kebijakan dan aturan serta memberikan pembinaan dan turut memasarkan di berbagai event yang terselenggara.

Kebijakan dan aturan yang dibuat oleh pemerintah dapat memberikan pelayanan yang baik melalui kode etik mengunjungi, fasilitas, sarana dan prasaranana untuk pengantaran dalam wisata, penyediaan aksesnya dan lainnya. Memberikan pembinaan, misalnya dapat di rekrut pegawai yang dapat memberikan informasi dengan bahasa yang jelas dan pelayanan yang baik terhadap setiap pengunjung yang datang. Promosi untuk pengembangan desa wisata secara optimal dan untuk event yang di selenggarakan secara oleh kesadaran masyarakat melalui partisipasi masyarakat di Desa

wisata bongo ini berdiri atas prakarsa warga masyarakat dan pemuda yang sadar akan wisata yang didasarkan pada komitmen dan dorongan pemerintah yang kuat untuk menggalipotensi yang dimiliki dan berupaya untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan warga sekitar. Desa wisata religi bubuhu di bongo mempunyai berbagai unggulan yang siap disuguhkan ke wisatawan diantaranya suasana khas pedesaan yang masih tradisional dan alami dilengkapi dengan berbagai ragam budaya seperti budaya gorontalo yang mengagungkan lahirnya nabi Muhammad SAW.

Potensi desa bongo, yang harus lebih dikembangkan adalah; pantai, lingkungan yang hijau, potensi desa, makanan khas desa bongo. Kerajinan dari hasil potensi desa, ini diprediksi dapat berkembang dengan cepat karena tekad dan komitmen yang kuat dari pengelola dengan memasarkan ke berbagai tempat seperti sekolah, perguruan tinggi bahkan berbagai instansi pemerintah dan swasta baik di provinsi gorontalo dan luar kota.

Hal ini akan berkembang jika ada dukungan dari pemerintah kabupaten, pemerintah provinsi dan swasta yang komitmen dalam mengembangkan desa wisata religi bubuhu di desa bongo kabupaten gorontalo, provinsi gorontalo.



BAB II

KONSEP TINJAUAN UMUM DESA WISATA

A. Pengertian Pariwisata

Beberapa Pengertian pariwisata menurut (Undang-Undang Nomor 90 Tahun 1990)

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati objek dan daya tarik wisata
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata
3. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut

4. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut;
5. Kepariwisataaan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata;
6. Usaha pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan
7. Objek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata;
8. Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Pariwisata adalah suatu aktivitas dari yang dilakukan oleh wisatawan ke suatu tempat tujuan wisata di luar keseharian dan lingkungan tempat tinggal untuk melakukan persinggahan sementara waktu dari tempat tinggal, yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk mencari nafkah dan namun didasarkan atas kebutuhan untuk mendapatkan kesenangan, dan disertai untuk menikmati berbagai hiburan yang dapat melepaskan

lelah dan menghasilkan suatu travel experience dan hospitality service

B. Jenis-Jenis Pariwisata

Desa wisata adalah suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keaslian baik dari segi sosial budaya, adat-istiadat, keseharian, arsitektur tradisional, struktur tata ruang desayang disajikan dalam suatu bentuk integrasi komponen pariwisata antara lain seperti atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung.

Comment [VP

Pengembangan pariwisata pedesaan merupakan dampak dari adanya perubahan minat wisatawan terhadap daerah destinasi wisata. Tumbuhnya tren dan motivasi perjalanan wisata minat khusus yang menginginkan wisata yang kembali ke alam, interaksi dengan masyarakat lokal, serta tertarik untuk mempelajari budaya dan keunikan lokal sehingga mendorong pengembangan wisata pedesaan. Pariwisata pedesaan merupakan model pariwisata baru, sering juga dikenal dengan pariwisata minat khusus (special interest tourism).

Obyek wisata pedesaan merupakan suatu desa yang mempunyai sarana atau obyek yang mendukung kegiatan kepariwisataan dan mempunyai potensi besar dalam sektor

pariwisata, sehingga layak untuk dijadikan dan dikembangkan menjadi objek wisata baru.a.Pengertian Desa Wisata Menurut Chafid Fandeli secara lebih komprehensif menjabarkan desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya,adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya (Chafid Fandeli, 2002). Pengertian Desa Wisata Menurut Chafid Fandeli secara lebih komprehensif menjabarkan desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya (Chafid Fandeli, 2002).Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata

cara dan tradisi yang berlaku. Suatu desa wisata memiliki daya tarik yang khas (dapat berupa keunikan fisik lingkungan alam perdesaan, maupun kehidupan sosial budaya masyarakatnya) yang dikemas secara alami dan menarik sehingga daya tarik perdesaan dapat menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011: 1).

Ada dua pengertian tentang desa wisata: (1) Apabila tamu menginap disebut desa wisata; (2) Apabila tamu hanya berkunjung disebut wisata desa. Masyarakat adalah penggerak utama dalam desa wisata. Masyarakat itu sendiri yang mengelola pariwisata tersebut, sehingga tidak ada investor yang bisa masuk untuk mempengaruhi perkembangan desa wisata itu sendiri. Apabila ada suatu desa wisata yang dikelola oleh investor berarti desa tersebut bukanlah desa wisata dalam arti sebenarnya (Hasbullah Asyari, 2010: 2).

Masyarakat menjadikan rumah-rumah mereka atau sebagian kamar-kamar mereka menjadi tempat tinggal tamu sementara (homestay) dalam suatu desa wisata. Akan menjadi komplis apabila tamu-tamu bisa menikmati keseharian rakyat (live in) merasakan sajian makan dan jenis atraksi kebudayaan desa. Desa wisata akan

sukses kalau seluruh anggota masyarakat baik kepala keluarga, ibu-ibu rumah tangga, pemuda, dan anak-anak ikut mendukung keberadaan desa wisata tersebut (Hasbullah Asyari, 2010: 3)

Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) yang dimaksud dengan desa wisata adalah suatu daerah wisata yang menyajikan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari sisi kehidupan sosial, ekonomi, budaya, keseharian, adat istiadat, memiliki arsitektur dan tata ruang yang khas dan unik, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkannya komponen kepariwisataan (Soetarso Priasukmana, 2001: 37).

Desa wisata dalam artian sederhana merupakan suatu obyek wisata yang memiliki potensi seni dan budaya unggulan di suatu wilayah perdesaan yang berada di pemerintah daerah. Desa wisata merupakan sebuah desa yang hidup mandiri dengan potensi yang dimilikinya dan dapat menjual berbagai atraksi-atraksinya sebagai daya tarik wisata tanpa melibatkan investor. Berdasarkan hal tersebut pengembangan desa wisata merupakan realisasi dari undang-undang otonomi daerah (UU No.22/99), maka dari itu

setiap kabupaten perlu memprogramkan pengembangan desa wisata sesuai dengan pola PIR tersebut.

Tujuan dan sasaran pembangunan desa wisata (dalam Soetarso Priasukmana, 2001: 38), antara lain. 1) Mendukung program pemerintah dalam program kepariwisataan dengan penyediaan program alternatif. 2) Menggali potensi desa untuk pembangunan masyarakat desa setempat. 3) Memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk.

Syarat dan faktor pendukung pembangunan desa wisata.

- a) Memiliki potensi daya tarik yang unik dan khas yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik kunjungan wisatawan (sumber daya wisata alam, sosial, dan budaya)
- b) Memiliki dukungan ketersediaan SDM (Sumber Daya Manusia) lokal.
- c) Memiliki alokasi ruang untuk pengembangan fasilitas pendukung, g seperti sarana dan prasarana berupa komunikasi dan akomosiasi.

Kegiatan pariwisata komponen-komponen pariwisata akan saling terkait dalam pendukung pengembangan suatu kawasan. Komponen pariwisata dibagi atas dua faktor, yaitu komponen penawaran (supply) dari pariwisata dan komponen permintaan (demand) dari pariwisata. Sediaan pariwisata mencakup segala

sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan meliputi atraksi wisata, akomodasi, transportasi, infrastruktur, fasilitas pendukung. Sedangkan permintaan atau demand pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubung dalam permintaan pariwisata yaitu pengunjung dan masyarakat

Berdasarkan analisa yang dilakukan mengenai karakteristik Desa Bongo telah diketahui bahwa karakteristik desa wisata yang dibedakan kedalam dua aspek, aspek sosial dan aspek fisik. Untuk karakteristik aspek sosial terdiri dari kegiatan sehari-hari masyarakat dan sistem adat yang masih berlaku. Untuk karakteristik aspek fisik terdiri dari sarana dan prasarana yang terdapat di Desa Bongo. Dalam penjelasan mengenai karakteristik aspek sosial Desa Bongo, terdapat 2 karakteristik aspek sosial dari kehidupan sehari-hari dan adat istiadatnya. Kegiatan sehari-hari masyarakat Desa Bongo menyesuaikan dengan kondisi kawasan yang sebagian kecil penggunaan lahannya di manfaatkan untuk pertanian. Masyarakat di Desa Bongo memilih di perairan sebagai nelayan untuk kehidupinya dalam mata pencahariannya. Untuk sistem adat istiadat masyarakat yang berpedoman pada kebiasaan turuntemurun yaitu menjadikan pemuka agama (tokoh masyarakat) dan orang tua

sebagai teladan dalam kehidupan sehari-hari, dan juga seluruh masyarakat Desa Bongo yang memeluk agama Islam ditunjukkan.

Comment [VP

C. Destinasi Desa Bongo Dalam Perubahan Sosio Kultural

Destinasi Wisata (Daerah Tujuan Wisata) Sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, menjelaskan beberapa pengertian istilah kepariwisataan, antara lain.

- a. Wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok mengunjungi suatu tempat dan bertujuan untuk rekreasi, pengembangan pribadi, atau untuk mempelajari keunikan daya tarik suatu tempat wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara
- b. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai layanan fasilitas yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.
- c. Daerah tujuan wisata dapat disebut juga dengan destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta

masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Leiper (dalam Gde Pitana, 2005: 99) mengemukakan bahwa suatu daerah tujuan wisata (destinasi wisata) adalah sebuah susunan sistematis dari tiga elemen. Seorang dengan kebutuhan wisata adalah inti/pangkal (keistimewaan apa saja atau karekteristik suatu tempat yang akan mereka kunjungi) dan sedikitnya satu penanda (inti informasi). Seseorang melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor-faktor yang menjadi daya tarik yang membuat seseorang rela melakukan perjalanan yang jauh dan menghabiskan dana cukup besar. Suatu daerah harus memiliki potensi daya tarik yang besar agar para wisatawan mau menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata. Menurut Jackson (dalam Gde Pitana, 2005: 101) suatu daerah yang berkembang menjadi sebuah destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa hal yang penting, seperti. a.Menarik untuk klien.

b.Fasilitas-fasilitas dan atraksi.c.Lokasi geografis. d.Jalur transportasi.e.Stabilitas politik. f. Lingkungan yang sehat. g.Tidak ada larangan/batasan pemerintah. Suatu destinasi harus memiliki berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan agar kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi dan merasa nyaman.

Berbagai kebutuhan wisatawan tersebut antara lain, fasilitas transportasi, akomodasi, biro perjalanan, atraksi (kebudayaan, rekreasi, dan hiburan), pelayanan makanan, dan barang-barang cinderamata (Gde Pitana, 2005: 101). Tersedianya berbagai fasilitas kebutuhan yang diperlukan akan membuat wisatawan merasa nyaman, sehingga semakin banyak wisatawan yang berkunjung. Salah satu yang menjadi suatu daya tarik terbesar pada suatu destinasi wisata adalah sebuah atraksi, baik itu berupa pertunjukan kesenian, rekreasi, atau penyajian suatu paket kebudayaan lokal yang khas dan dilestarikan. Atraksi dapat berupa keseluruhan aktifitas keseharian penduduk setempat beserta setting fisik lokasi desa yang memungkinkan berintegrasinya wisatawan sebagai partisipasi aktif seperti Perayaan keagamaan Islam (Maulid Nabi Muhammad SAW), profil sejarah; fosil kayu, kunjungan tempat belajar dan destinasi masjid di dalam laut seperti yang ada di Desa Wisata Krebet, ada atraksi memainkan alat musik tradisional, membajak sawah, menanam padi, melihat kegiatan budaya masyarakat setempat, dan lain-lain (Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011: 13). Atraksi merupakan komponen yang sangat vital, oleh karena itu suatu tempat wisata tersebut harus memiliki

Comment [VP

keunikan yang bisa menarik wisatawan. Fasilitas-fasilitas pendukungnya juga harus lengkap agar kebutuhan wisatawan terpenuhi, serta keramahan masyarakat tempat wisata juga sangat berperan dalam menarik minat wisatawan. Faktor-faktor tersebut harus dikelola dengan baik, sehingga menjadikan tempat tersebut sebagai destinasi wisata dan wisatawan rela melakukan perjalanan ke tempat tersebut. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata merupakan interaksi antar berbagai elemen. Ada komponen yang harus dikelola dengan baik oleh suatu destinasi wisata adalah wisatawan, wilayah, dan informasi mengenai wilayah. Atraksi juga merupakan komponen vital yang dapat menarik minat wisatawan begitu juga dengan fasilitas-fasilitas yang mendukung.

Setiap manusia atau masyarakat pasti selalu mengalami perubahan. Perubahan yang dialami masing-masing masyarakat tidaklah sama, ada yang cepat dan mencolok dan ada pula yang tersendat. Perubahan tersebut dapat mengarah pada kemajuan maupun kemunduran. Pada intinya bahwa perubahan pada hakikatnya merupakan fenomena manusiawi dan fenomena alami. Perubahan adalah suatu proses yang menyebabkan terjadi perbedaan dari keadaan semula dengan sesudahnya. Perubahan

dapat diketahui apabila ada perbedaan dari bentuk awal dan bentuk akhir (Soemantri, 2011: 1). Kata perubahan sering dihubungkan dengan kata sosial dan budaya. Perubahan sosial dimaksudkan adanya proses yang dialami dalam kehidupan sosial yaitu perubahan yang mengenai sistem dan struktur sosial. Perubahan sosial dapat mengenai nilai-nilai sosial, pola-pola perilaku organisasi, susunan lembaga kemasyarakatan, lapisan dalam masyarakat, kekuasaan dan wewenang, interaksi sosial dan sebagainya. Perubahan sosial dapat terjadi karena direncanakan dan tidak direncanakan. Perubahan yang direncanakan merupakan perubahan yang diperkirakan oleh pihak-pihak yang menghendaki perubahan dalam masyarakat, sedangkan perubahan yang tidak direncanakan terjadi seperti akibat dari perang, penjajahan, atau bencana alam (Soerjono Soekanto, 2006: 269-274). Perubahan budaya adalah proses yang terjadi dalam budaya yang menyebabkan adanya perbedaan yang dapat diukur setelah terjadi dalam kurun waktu tertentu (Soemantri, 2011: 2). Budaya dapat diartikan sebagai segala daya upaya dan kegiatan manusia dalam mengubah dan mengolah alam. Perubahan kebudayaan mencakup semua bagian kebudayaan termasuk di dalamnya kesenian, ilmu pengetahuan, teknologi,

filsafat, dan lain-lain. Perubahan sosial mencakup perubahan norma, sistem nilai sosial, pola-pola perilaku, stratifikasi sosial, lembaga sosial, dan lain-lain. Perubahan sosial merupakan hal yang penting dalam perubahan kebudayaan. Beberapa ahli sosiologi (dalam Soerjono Soekanto, 2006: 262-263) mengemukakan rumusan mengenai pengertian perubahan sosial budaya, antara lain sebagai berikut. a. Selo Soemardjan menyatakan bahwa perubahan sosial budaya adalah segala perubahan pada lembaga-lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosial, termasuk di dalamnya nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku diantara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Gillin dan Giliin menyatakan bahwa perubahan sosial budaya merupakan suatu variasi dari cara-cara hidup yang diterima, yang disebabkan oleh perubahan kondisi geografis, kebudayaan materiil, komposisi penduduk, ideologi serta adanya difusi ataupun penemuan-penemuan baru dalam masyarakat.

William F. Ogburn mengemukakan bahwa perubahan sosial budaya adalah perubahan yang mencakup unsur-unsur kebudayaan, baik kebudayaan materiil maupun non materiil.

Kingsley Davis mengartikan bahwa perubahan sosial budaya adalah perubahan-perubahan yang terjadi dalam struktur masyarakat. Umumnya para teoritis mendefinisikan atau menganggap perubahan sosial adalah variasi sementara dalam satu perkara atau lebih, sebagai berikut: a). Berkaitan dengan jumlah populasi dari satu unit sosial. b).Tingkat perilaku penduduk dalam jangka waktu tertentu.c). Struktur sosial atau pola interaksi antar individu. d.Pola-pola kebudayaan, seperti perubahan nilai. Salah satu teori yang merupakan bagian dari perubahan sosial adalah teori dari Neil Smelser. Menurut Smelser (dalam Robert H. Lauer, 1993: 118-120) faktor yang menentukan perubahan sosial beberapa diantara perkara sebagai berikut; a. Keadaan struktural untuk berubah, menyangkut penelitian struktur sosial mengetahui implikasinya bagi perubahan yang melekat di dalam struktur itu.b) Dorongan untuk berubah, secara tersirat berarti bahwa kondisi menguntungkan secara struktural itu sendiri sebenarnya belum memadai. Masih perlu diperlukan sejenis kekuatan yang cenderung ke arah perubahan. Kekuatan ini mungkin berupa kekuatan dari dalam (internal), ataukekuatan dari luar (eksternal). c).Mobilisasi untuk berubah, berkaitan dengan arah perubahan. Arah perubahan

tergantung pada cara-cara memobilisasi sumber-sumber dan cara penggunaannya untuk mempengaruhi perubahan. Selanjutnya mobilisasi itu sendiri berkaitan erat dengan kepemimpinan yang terlibat dalam perubahan. d). Pelaksanaan kontrol sosial, kontrol sosial ini mungkin berwujud kekuatan yang mapan seperti media massa, pejabat pemerintah, dan pemimpin agama. Mereka mungkin berperan dalam menentukan arah perubahan yang akan terjadi. Peneliti menggunakan teori Smelser diatas untuk menganalisis faktor yang menentukan suatu perubahan. Perubahan sosio kultural yang terjadi di desa bongo relevan dengan perubahan sosio dusun Krebet sebagai bahan perbandingan kajian teori tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi seperti yang dikemukakan oleh Smelser tersebut. Smelser melalui karyanya *The Industrial Revolution* (dalam Robert H. Lauer, 1993: 120-122) menyusun faktor-faktor yang menentukan perubahan. Smelser menentukan tujuh langkah dalam urutan perubahan, jika desa bongo akan berkembang menuju manajemen perubahan nanti, maka untuk kasus dalam masyarakat industri urutannya sebagai berikut: a) Planning; perencanaan produktivitas; Ketidakpuasan yang berasal dari kegagalan untuk mencapai tingkat produktivitas yang memuaskan

Comment [VP

dan dari kesadaran tentang potensi untuk mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. b). Gangguan psikis dalam bentuk reaksi emosional menyimpang yang tepat dan aspirasi yang tidak realistis. c).Penyelesaian ketegangan secara tersembunyi dan memobilisasi sumber-sumber pendorong dalam upaya untuk “menyadari implikasi sistem nilai yang ada”. d). Mendorong dan membangkitkan ide sebanyak-banyaknya tanpa menetapkan tanggungjawab bagi pelaksanaanya atau akibat akibatnya. e). Berupaya menetapkan ide-ide khusus, sehingga wiraswastawan akan melibatkan diri mereka sendiri dengan ide-ide itu. f). Pelaksanaan perubahan oleh wiraswastawan yang diberi ganjaran dengan keuntungan atau dihukum dengan kerugian keuangan sebagai tanggapan konsumen atau pembaharuan yang mereka lakukan. g). Rutinisasi melalui penerimaan keuntungan sebagai bagian taraf hidup dan penerimaan perusahaan mereka menjadi fungsi produksi yang rutin. Jika nanti Desa bongo menuju Perubahan yang dialami masyarakat akan melangkah dan akanperubahan tersebut. Jika masyarakatmerasa tidak puas dengan keadaan perekonomian masyarakatnya, masyarakat desa bongo akan terdorong untuk mencari ide agar keluar dari jerat kemiskinan.

Mereka menetapkan ide untuk inovasi kerajinan seperti daerah Jawa terkenal dengan kerajinan batik, Bali terkenal dengan media kayu, sehingga masyarakat Bongo dapat berubah menjadi masyarakat pengrajin karawo dan menuju pada daerah industri dan tujuan destinasi sebagai pelaku pariwisata. Kegiatan tersebut terus berlanjut, kemudian telah menjadi rutinitas dan berlangsung sebagai Desa wisata.

Comment [VP]

Pengembangan pariwisata perdesaan merupakan dampak dari adanya perubahan minat wisatawan terhadap daerah destinasi wisata. Tumbuhnya tren dan motivasi perjalanan wisata minat khusus yang menginginkan wisata yang kembali ke alam, interaksi dengan masyarakat lokal, serta tertarik untuk mempelajari budaya dan keunikan lokal sehingga mendorong pengembangan wisata perdesaan. Pariwisata perdesaan merupakan model pariwisata baru, sering juga dikenal dengan pariwisata minat khusus (special interest tourism).

Obyek wisata perdesaan merupakan suatu desa yang mempunyai sarana atau obyek yang mendukung kegiatan kepariwisataan dan mempunyai potensi besar dalam sektor pariwisata, sehingga layak untuk dijadikan dan dikembangkan

menjadi objek wisata baru.a.Pengertian Desa Wisata Menurut Chafid Fandeli secara lebih komprehensif menjabarkan desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya,adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya (Chafid Fandeli, 2002). Pengertian Desa Wisata Menurut Chafid Fandeli secara lebih komprehensif menjabarkan desa wisata sebagai suatu wilayah pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian desa, baik dari segi kehidupan sosial budaya, adat istiadat, aktifitas keseharian, arsitektur bangunan, dan struktur

tata ruang desa, serta potensi yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik wisata, misalnya: atraksi, makanan dan minuman, cinderamata, penginapan, dan kebutuhan wisata lainnya (Chafid Fandeli, 2002).Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi, dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata

cara dan tradisi yang berlaku. Suatu desa wisata memiliki daya tarik yang khas (dapat berupa keunikan fisik lingkungan alam perdesaan, maupun kehidupan sosial budaya masyarakatnya) yang dikemas secara alami dan menarik sehingga daya tarik perdesaan dapat menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut (Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata, 2011: 1). Ada dua pengertian tentang desa wisata: (1) Apabila tamu menginap disebut desa wisata; (2) Apabila tamu hanya berkunjung disebut wisata desa. Masyarakat adalah penggerak utama dalam desa wisata. Masyarakat itu sendiri yang mengelola pariwisata tersebut, sehingga tidak ada investor yang bisa masuk untuk mempengaruhi perkembangan desa wisata itu sendiri. Apabila ada suatu desa wisata yang dikelola oleh investor berarti desa tersebut bukanlah desa wisata dalam arti sebenarnya (Hasbullah Asyari, 2010: 2). Masyarakat menjadikan rumah-rumah mereka atau sebagian kamar-kamar mereka menjadi tempat tinggal tamu sementara (homestay) dalam suatu desa wisata. Akan menjadi komplis apabila tamu-tamu bisa menikmati keseharian rakyat (live in) merasakan sajian makan dan jenis atraksi kebudayaan desa. Desa wisata akan sukses kalau seluruh anggota masyarakat baik kepala keluarga, ibu-ibu rumah tangga, pemuda,

dan anak-anak ikut mendukung keberadaan desa wisata tersebut (Hasbullah Asyari, 2010: 3) Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) yang dimaksud dengan desa wisata adalah suatu daerah wisata yang menyajikan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari sisi kehidupan sosial, ekonomi, budaya, keseharian, adat istiadat, memiliki arsitektur dan tata ruang yang khas dan unik, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta memiliki potensi untuk dikembangkannya komponen kepariwisataan (Soetarso Priasukmana, 2001: 37). Desa wisata dalam artian sederhana merupakan suatu obyek wisata yang memiliki potensi seni dan budaya unggulan di suatu wilayah perdesaan yang berada di pemerintah daerah. Desa wisata merupakan sebuah desa yang hidup mandiri dengan potensi yang dimilikinya dan dapat menjual berbagai atraksi-atraksinya sebagai daya tarik wisata tanpa melibatkan investor. Berdasarkan hal tersebut pengembangan desa wisata merupakan realisasi dari undang-undang otonomi daerah (UU No.22/99), maka dari itu setiap kabupaten perlu memprogramkan pengembangan desa wisata sesuai dengan pola PIR tersebut.

b. Tujuan dan sasaran pembangunan desa wisata (dalam Soetarso Priasukmana, 2001: 38), antara lain. 1) Mendukung program pemerintah dalam program kepariwisataan dengan penyediaan program alternatif. 2) Menggali potensi desa untuk pembangunan masyarakat desa setempat. 3) Memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk.

c. Syarat dan faktor pendukung pembangunan desa wisata.

a) Memiliki potensi daya tarik yang unik dan khas yang mampu dikembangkan sebagai daya tarik kunjungan wisatawan (sumber daya wisata alam, sosial, dan budaya) b) Memiliki dukungan ketersediaan SDM (Sumber Daya Manusia) lokal. c) Memiliki alokasi ruang untuk pengembangan fasilitas pendukung. g) seperti sarana dan prasarana berupa komunikasi dan akomodasi,

D. Desa Wisata Dalam Konteks Industri Wisata

Menurut Wiendu (1993), desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata biasanya memiliki kecenderungan kawasan pedesaan yang memiliki kekhasan dan daya tarik sebagai tujuan wisata.

Tipe Desa Wisata

Menurut pola, proses, dan tipe pengelolanya desa atau kampung wisata terbagi dalam dua bentuk yaitu tipe terstruktur dan tipe terbuka (Wiendu,1993).

1. Tipe Terstruktur

Tipe terstruktur ditandai dengan karakter sebagai berikut:

- a. Lahan terbatas yang dilengkapi dengan infrastruktur yang spesifik untuk kawasan tersebut. Kelebihan tipe ini adalah dalam citra yang ditumbuhkan mampu menembus pasar internasional.
- b. Lokasi pada umumnya terpisah dari masyarakat lokal sehingga dampak negatif yang ditimbulkan diharapkan terkontrol dan pencemaran sosial budayayang akan terdeteksi sejak dini.
- c. Lahan tidak terlalu besar dan masih dalam tingkat kemampuan perencanaan yang integratif dan terkoordinir sehingga diharapkan menjadi agen untuk mendapatkan dana internasional sebagai unsur utama menangkap jasa dari hotel-hotel berbintang.

2. Tipe Terbuka

Tipe ini ditandai dengan karakter tumbuh dan menyatunya kawasan dengan struktur kehidupan, baik ruang maupun pola masyarakat lokal. Distribusi pendapatan yan didapat dari wisatawan dapat

langsung dinikmati oleh penduduk lokal, akan tetapi dampak negatifnya cepat menjalar menjadi satu ke dalam penduduk lokal sehingga sulit dikendalikan.

Syarat Untuk Menjadi Desa Wisata

Suatu kawasan dikatakan dapat menjadi desa wisata harus memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut (Syamsu dalam Prakoso, 2008):

1. Faktor kelangkaan adalah sifat dari atraksi wisata yang tidak bias dijumpai atau langka di tempat lain.
2. Faktor kealamiahannya adalah sifat atraksi wisata yang belum pernah mengalami perubahan akibat campur tangan manusia.
3. Keunikan, yakni sifat atraksi wisata yang memiliki keunggulan komparatif dibanding objek wisata lain.
4. Faktor pemberdayaan masyarakat yang mampu menghimbau agar masyarakat ikut serta dan diberdayakan dalam pengelolaan objek wisata di daerahnya.

Desa wisata dilihat sebagai bentuk industri pariwisata yang berupa kegiatan mengaktualisasikan perjalanan wisata identik meliputi sejumlah kegiatan yang bersifat menghimbau, merayu, mendorong wisatawan sebagai konsumen agar menggunakan

produk dari desa wisata tersebut atau mengadakan perjalanan wisata ke desa wisata tersebut atau disebut pemasaran desa wisata. Komponen produk pariwisata itu sendiri terdiri atas angkutan wisata, atraksi wisata, dan akomodasi pariwisata (Soekadijo, 2000).

Menurut Suswanto (2007) pada hakekatnya pengertian produk wisata adalah keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati oleh wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya sampai ke daerah tujuan wisata hingga kembali kerumah dimana ia berangkat semula. Sedangkan Bukart dan Medlik (dalam Yoeti,1996:151) mendeskripsikan produk wisata sebagai susunan produk yang terpadu, yang terdiri dari obyek wisata, atraksi wisata, transportasi (jasa angkutan), akomodasi dan hiburan di mana tiap unsur dipersiapkan oleh masing-masing perusahaan dan ditawarkan secara terpisah.

Produk wisata yang ditawarkan dan beroperasi pada ekonomi pasar. Kondisi itu memungkinkan desa wisata tersebut ditinggalkan oleh wisatawan karena perubahan kondisi demand dan supply yang berkembang di pasar global. Dimana setiap penawaran akan menciptakan permintaannya sendiri (Jhingan, 1990). Tiap terjadi produksi produk akan ada pendapatan yang besar sama dengan

nilai produksi sehingga dalam keseimbangan, peningkatan produksi akan selalu diiringi peningkatan pendapatan dan akhirnya diiringi juga oleh peningkatan permintaan. Kondisi ini mengharuskan desa wisata mampu memberikan diferensiasi produk yang beranekaragam dan tanggap terhadap perubahan kondisi pasar.

Produk wisata sebagai salah satu obyek penawaran dalam pemasaran pariwisata memiliki unsur-unsur utama yang terdiri 3 bagian (Oka A. Yoeti, 2002:211) :

1. Daya tarik daerah tujuan wisata, termasuk didalamnya citra yang dibayangkan oleh wisatawan.
2. Fasilitas yang dimiliki daerah tujuan wisata, meliputi akomodasi, usaha pengolahan makanan, parkir, transportasi, rekreasi dan lain-lain.
3. Kemudahan untuk mencapai daerah tujuan wisata tersebut.



BAB III

PENGEMBANGAN PUSAT WISATA BERDASARKAN REFLEKSI DI BERBAGAI NEGARA MAJU

A. Desa Wisata

Desa wisata dapat di teropong melalui wilayah atau daerah bahkan Negara. Jika potensi desa termenej dengan baik maka akan berdampak pada pengembangan Negara yang dapat di kenali dengan ciri khas yang dimiliki oleh suatu Negara. Ciri khas itu melambangkan pada berbagai icon, namun dapat juga melalui potensi desa yang dimiliki oleh suatu Negara tersebut. Berdasarkan hal ini maka, ada beberapa Negara yang sukses dengan pengembangan wisata negaranya, diantaranya:

Comment [VP

B. Pengembangan Tempat Wisata di Thailand

Thailand sebagai negara di Asia Tenggara penerima devisa terbesar dari sektor pariwisata, maka kontrol terhadap

pengembangan pariwisata sangatlah perlu. Salah satu hal yang diperlukan adalah dengan manajemen lingkungan pariwisata. Dengan adanya peningkatan kegiatan di tempat - tempat wisata di Thailand yang terus meningkat mengakibatkan jumlah wisatawan ke Thailand yang juga meningkat. Peningkatan jumlah wisatawan tersebut juga berdampak pada lingkungan. Oleh karena itu sangat perlu adanya program melestarikan ekologi melalui pengelolaan kawasan pariwisata guna memenuhi prinsip - prinsip pembangunan berkelanjutan.

Proses pengembangan pariwisata berkelanjutan pada prinsipnya adalah menjaga atau menyeimbangkan keuntungan ekonomi, sumberdaya alam, dan pelestarian lingkungan. Untuk melaksanakan proses pengembangan pariwisata yang berkelanjutan diperlukan kerjasama dari berbagai pihak.

Alasan mengapa kontrol pengembangan tempat wisata di Thailand lebih ke pelestarian ekologi adalah : Menurut pengalaman Thailand bahwa jumlah pengunjung taman nasional pada tahun 1981 berjumlah 2,5 juta dan pada tahun 1993 meningkat hingga 11 juta pengunjung. Situasi ini membawa dampak pada lingkungan sehingga control terhadap pemeliharaan ekologis sangatlah

diperlukan. Pengelolaan lingkungan hidup ini bertujuan untuk juga untuk memberi kenyamanan pada masyarakat dan untuk pengunjung. Pengelolaan ini dilakukan dengan penggabungan antara Peraturan, Promosi, Pendidikan, dan Tindakan.

Melalui peraturan, pemerintah telah terus merevisi undang-undang yang berkaitan dengan pelestarian lingkungan hidup berkualitas dengan maksud untuk menemukan solusi praktis dan efektif untuk masalah lingkungan. Diberi nama "*the Enhancement and Conservation of the National Environmental Quality Act. of B.E. 2535 (1992)*"

Beberapa ketentuan penting yang termuat dalam undang - undang tersebut antara lain :

- *The Polluter Pays Principle*

Siapa saja yang menyebabkan polusi harus membayar keuangan publik dan swasta. Hal ini untuk mengurangi polusi di daerah tujuan wisata

- *Designation of Environmental Conservation and Protection Zones*

Semua aktifitas manusia di daerah spt taman nasional tidak boleh merusak lingkungan.

- *Pollution Control Zones*

Daerah2 yang terkena dampak pencemaran dan kemerosotan kualitas lingkungan hidup perlu diatasi dengan tindakan yang cepat dan tepat.

- *Special Working Group*

Kelompok kerja ditunjuk untuk memecahkan masalah pada tujuan wisata utama yang telah mengalami pertumbuhan sangat cepat, seperti Pattaya dan Phuket.

Melalui promosi, *The Tourism Authority of Thailand (TAT)* membuat sebuah promosi untuk membuat masyarakat sadar lingkungan konservasi tempat wisata di Thailand. Promosi dilakukan melalui media massa seperti : radio, televisi, koran, dan majalah. Promosi ini telah terealisasi di Thailand sampai sekarang, bahkan promosi telah berkembang melalui internet sehingga semua penjuru dunia bisa mengakses.

Melalui pendidikan, TAT mengadakan program pelatihan untuk murid, mahasiswa, pemerintah, karyawan perusahaan, dan karyawan usaha sektor pariwisata. Pelatihan difokuskan pada pengetahuan pelestarian lingkungan.

Selain itu, juga terdapat control dari masyarakat. Hal ini dengan adanya komunitas yang disebut dengan *CBET (Community*

Based Ecotourism). CBET dikelola dan dijalankan oleh masyarakat itu sendiri, keputusan manajemen dibuat masyarakat dan keuntungan secara langsung untuk masyarakat.

Berdasarkan "*the Quebec Declaration on Ecotourism*" , *ecotourism* meliputi prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan. Prinsip-prinsip pariwisata yang berkelanjutan itu meliputi

1. Kontribusi aktif untuk konservasi alam dan warisan budaya
2. Termasuk masyarakat lokal dan adat dalam perencanaan ini, kontribusi pengembangan dan pengoperasian untuk kesejahteraan mereka
3. Menjelaskan warisan alam dan budaya pada tujuan para pengunjung

C. Pengembangan Tempat Wisata di Bangkok

Bangkok dikenal dengan sebutan *City of Angels*, atau oleh penduduk lokal disebut dengan 'Krung Thep'. Ibukota Thailand ini memelihara warisan tua sekaligus menyambut terbuka hal-hal baru dengan antusias penuh. Bangkok dianggap sebagai salah satu tempat wisata favorit dunia dan sekarang Bangkok menduduki peringkat teratas di Asia tenggara dan nomor 3 di Asia.

Bangkok adalah pintu masuk turis ke Thailand. Diperkirakan sekitar 15 juta wisatawan mancanegara datang ke Bangkok setiap tahunnya.

Beberapa tempat wisata di Bangkok adalah :

- Kuil dan pusat budaya

Grand Palace dan Wat Phra Kaeo Merupakan tempat Emerald Buddha, dan istana Raja.

- Chatuchak Weekend Market

Datang saja ke Chatuchak Week End Market di Bangkok untuk melihat model pengaturan PKL yang apik sekaligus untuk memanjakan mata. Lokasinya berada pada kawasan yang luas di dekat stasiun bus dan perhentian BTS (*sky train*) Mo-Chit. Pasar tersebut memang dirancang khusus untuk mewedahi para PKL dalam memperoleh sarana untuk menjual barang dagangannya. Sebagai pasar akhir pekan, pada hari kerja lokasinya berubah menjadi lahan kosong yang dimanfaatkan untuk area parkir.

- Vimanmek Mansion

Merupakan bangunan jati terbesar di dunia, dibangun tahun 1901 oleh Raja Chulalongkorn (Rama V). Menyimpan harta dan koleksi tak ternilai dari abad ke 19 dan awal 20, beserta museum kerajinan

seperti nielloware, sutra Thai dengan berbagai desain unik, dan aneka perhiasan.

- Wat Pho

Di dekat Grand Palace, terdapat kuil yang dibangun di tahun 1688 ini sebagai tempat Reclining Buddha.

- Wat Arun (Temple of Dawn)

Salah satu lambang kota Bangkok yang terkenal ini berada di tepi sungai Chao Phraya dan memantulkan cahaya yang sangat indah karena dilapisi porselen.



Dari tempat - tempat wisata di Bangkok tersebut, menunjukkan bahwa jenis pariwisata di Bangkok adalah wisata warisan budaya. Untuk itu diperlukan lembaga - lembaga yang sesuai untuk mengontrol perkembangan pariwisata di Bangkok.

TOT (*the Tourist Organization of Thailand*) merupakan organisasi yang secara aktif memimpin perkembangan industri di Bangkok. TOT secara umum mempromosikan pariwisata di Bangkok dengan promosi yang fokus pada istana - istana Bangkok, candi - candi, pusat perbelanjaan, dan kehidupan malam.

Selain TOT, UNESCO Bangkok (terletak di Bangkok) juga mempunyai beberapa program yang berkaitan dengan pariwisata antara lain :

D. Culture Heritage Management and Tourism

Manajemen warisan kebudayaan dan pariwisata ("*Culture Heritage Management and Tourism*"). Model ini sudah diterapkan dari tahun 1999 - 2003 dengan partisipasi dari beberapa situs kebudayaan, antara lain :

- Bhaktapur, Nepal (part of Kathmandu Valley World Heritage Site)
- Hoi An World Heritage Site, Viet Nam

- Kandy World Heritage Site, Sri Lanka
- Levuka World Heritage Site, Fiji
- Lijiang World Heritage Site, China
- Luang Prabang World Heritage Site, Lao PDR
- Melaka Tentative List site, Malaysia
- Vigan World Heritage Site, Philippines

Dalam latar belakang perkembangan pariwisata di daerah, proyek tersebut mengembangkan mekanisme untuk partisipasi di antara *stakeholders*, memberi jarak antara pemerintahan pusat hingga anggota - anggota komunitas lokal. Dengan kerjasama tinggi, situs - situs tersebut telah menciptakan kerangka lembaga industri pariwisata budaya yang berkelanjutan yang bermanfaat untuk semua dan menjaga sumberdaya warisan budaya dari komunitas proyek tersebut.

E. Wat Arun Thailand

Disebut juga *Temple of The Dawn*, merupakan salah satu lambang kota Bangkok yang berada di tepi barat sungai Chao Phraya. Tempat wisata di Bangkok ini sangat indah terutama saat memantulkan cahaya fajar dan senja karena dilapisi porselen. Wat Arun mulai buka pukul 08.00 hingga 17.30 setiap hari. Wisata ini

berlokasi di Arun Amarin Road, tepi barat sungai Chao Phraya dan dapat pula dicapai dengan feri bolak-balik dari pier ThaTien N8, didekat Wat Pho.



Kompleks Perdagangan Chao Phraya

Setelah di tetapkan sebagai kawasan wisata, sungai Chai Phraya juga berkembang menjadi tempat wisata belanja di Bangkok karena bermunculan toko-toko di bantaran sungai seperti:

- *River City Shopping Complex*

River City Shopping Complex merupakan pusat kerajinan dan barang antik terbesar di Asia Tenggara. Letak tempat ini bersebelahan dengan hotel Royal Orchid Sheraton. Tempat ini menjual berbagai barang-barang kerajinan seperti guci, patung, kerajinan khas

Thailand dll. Pusat belanja ini menjadi salah satu tempat wisata di Bangkok yang menjadi tujuan utama banyak wisatawan mancanegara.

Selain barang - barang kerajinan khas Thailand, *River City Shopping Complex* juga terdapat "Sala Thai" yaitu tempat refleksi pijat tradisional Thailand, *River City Haircut* dan 4 restoran mewah. Yang menarik dari *River City Shopping Complex*, para pengunjung dapat melihat pemandangan sekitar *River City* seperti *China Town*, *The Royal Barge Museum*, *Temple of Dawn (Wat Arun)* dan *Temple of Emerald Buddha (Wat Pra Kaew)*.

- *The Asian Heritage Shopping Centre*

Asian Heritage Shopping Centre atau terkenal dengan *OP Place* ini letaknya juga tidak jauh dengan hotel *Royal Orchid Sheraton* letaknya hanya dibelakang hotel *Orchid*.



Koleksi yang dapat ditemukan di *OP Place* adalah *handicrafts, antiques, jewellery, carpets, textiles, paintings*, dan sutera Thailand. Pemerintah kota Bangkok berhasil mengembangkan paket wisata pesiar disungai Chao Phraya dan kanal-kanalnya dengan *cruise dinner* maupun kegiatan pasar terapung (*floating market*) di kawasan Damnern Saduak sehingga tempat wisata di Bangkok ini sekarang menjadi pusat daya tarik wisata Thailand bahkan dunia.

Demikian salah satu bentuk pengembangan pariwisata yang terpadu dari Thailand khususnya kota Bangkok. Saat ini tempat wisata di Bangkok menjadi salah satu tempat wisata yang banyak dikunjungi wisatawan dari berbagai belahan dunia dan menjadi tempat wisata yang menjadi andalan Thailand.



BAB IV

POTENSI DESA WISATA

Potensi desa wisata merupakan desa yang memiliki berbagai kelebihan, keunikan dan karakteristik khusus untuk menjadi kawasan yang di maksud untuk di tuju dalam aktivitas kegiatan liburan, kunjungan, kegiatan pembelajaran, pendidikan, pengabdian, buku dan lain sebagainya.

Potensi desa wisata adalah kawasan pengembangan objek pariwisata konvensional. Banyak pendapat dari para ahli tentang perlunya pengembangan desa wisata sebagai salah satu jawaban dari sisi-sisi negatif pariwisata itu sendiri.

Desa wisata adalah sebuah kawasan pedesaan yang memiliki beberapa karakteristik khusus untuk menjadi daerah tujuan wisata. Di

kawasan ini, penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli. Selain itu, beberapa faktor pendukung seperti makanankhas, sistem pertanian dan sistem sosial turut mewarnai sebuah kawasan desa wisata. Di luar faktor-faktor tersebut, alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga merupakan salah satu faktor terpenting dari sebuah kawasan tujuan wisata. atau dengan kata lain desawisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Desa wisata sudah sejak lama didengungkan sebagai alternative. Potensi desa wisata berkembang melalui Prinsip pengembangan pariwisata, yaitu azas manfaat bagi masyarakat setempat, dimana prioritas untuk menikmati hasil-hasil pembangunan aspek pariwisata semestinya dinikmati oleh masyarakat setempat (Imron, 2013).

Berdasarkan pendapat diatas maka potensi desa wisata adalah pengembangan objek pariwisata yang dikembangkan secara konvensional yang berdasarkan konservasi manajemen. Indikator potensi desa wisata adalah: partisipasi masyarakat: sosial dan ekonomi. Akomodasi dan daya dukung.



BAB V

PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN

DESA WISATA

Di era otonomi ini, pengembangan pariwisata menjadi pilihan. Pariwisata dipandang dapat menjadi alat penarik investasi di daerah yang sangat potensial. Jika dibandingkan dengan sektor lain, yakni: sector industri, sektor pertanian dan sektor primer lainnya, pariwisata memiliki banyak keunggulan, diantaranya: pengembangan pariwisata merupakan yang paling cepat dapat dilaksanakan, bisa dilaksanakan dengan metode yang paling mudah, dan kendalanya relatif lebih sedikit. Sektor lain akan lebih mudah mendapatkan kendala. Industri pariwisata juga menawarkan cara yang cepat untuk membangun industri pendukung, yakni:

hotel, restoran, penyewaan bus wisata, sewa perahu, industri souvenir, dan lainnya (Gunawan dan Ina Herlina, 2000).

Pengembangan desa wisata, bermakna pengembangan suatu wilayah desa, dengan memanfaatkan unsur- unsur yang ada di dalam masyarakat dan desa, akan berfungsi sebagai atribut kesatuan yang terpadu dan memiliki tema. Desa yang berubah menjadi produk wisata mampu menyediakan dan memenuhi serangkaian kebutuhan perjalanan, baik aspek daya tarik maupun berbagai fasilitas pendukungnya. Dengan demikian desa wisata sebagai sebuah obyek wisata yang sudah dikembangkan demikian rupa sehingga daya tariknya dikelola dengan baik dengan senantiasa mempertahankan sifat keasliannya. Karena desa wisata sudah dikelola sebagai sebuah produk wisata desa wisata, maka di situ sudah dapat dikenali dengan jelas; obyek wisatanya/ daya tariknya, sarana pendukung pariwisatanya, dan pengelola serta pengelolaannya. Tujuan dari pengelolaan ini adalah agar desa itu memiliki spesifikasi, dan selanjutnya supaya menjadi obyek wisata alternatif. Indikator: aspek daya tarik lokasi, ketersediaan sarana dan prasarana.



BAB VI

MANAJEMEN STRATEGIK PEMIMPIN DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA

Manajemen strategic pemimpin dalam pengembangan desa wisata dapat mengembangkan melalui fungsi manajemen: perencanaan desa wisata, perorganisasian, pengembangan dan evaluasi. Untuk pengembangan wisata.

Manajemen Strategik Pemimpin Dalam Pengembangan Pariwisata, merujuk pada peraturan Pariwisata. Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari suku kata "pari" berarti berkeliling atau bersama, dan suku kata "wisata" berarti perjalanan. Dalam UU RI No.10 Tahun 2009 pariwisata adalah berbagaimacam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas

serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Ada beberapa komponen pokok yang secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata yaitu sebagai berikut : a. *Traveler* yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas. b. *Visitor* yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan dan tujuan perjalanannya bukan untuk mencari nafkah, pendapatan, atau penghidupan di tempat tujuan. c. *Tourist* yaitu bagian dari *visitor* yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah yang dikunjungi (WTO, 2005)



BAB VII

POTENSI DESA WISATA RELIGI

Potensi desa wisata religi bubohu di desa bongo, pengembangannya hanya di fokuskan pada 3 potensi, yaitu; potensi sejarah, budaya dan religi. Selanjutnya potensi desa masih di kelola secara individu oleh pemilik yayasan, belum ada kerjasama antara pemerintah, swasta danlainnya

Bagaimana pengembangan potensi wisata religi desa bongo?masih terfokus pada; potensi a) sejarah berdirinya desa wisata religi, b) budaya (mengangkat tradisi budaya islami yang mengakar di masyarakat sebagai suatu daya tarik pariwisata yakni Perayaan Maulid Nabi yang saat ini telah dikemas dalam sebuah bentuk *event* Festival Walima. Nama Walima (dalam bahasa Arab,

berasal dari kata *'aulim'* yang diartikan oleh bahasa Persia. *'Kanduri'* dalam bahasa Indonesia *'Kenduri'* yang artinya adalah pesta makan setelah berdoa kepada Allah SWT) mulai memasyarakat di Desa Bongo pada tahun 1937. Walima merupakan bagian perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW Setiap tanggal 12 Rabiul Awal Tahun Hijiriah. Pada awalnya perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW diadakan di rumah-rumah penduduk karena sarana ibadah pada saat itu belum ada. Perayaan Maulid Nabi diadakan dalam bentuk dikili (zikir) dimulai setelah isya sampai jam 11 pagi atau sekitar 15-16 jam. Siangnya dilanjutkan dengan salawat dan doa kepada Nabi Muhammad SAW, serta memohon kepada Allah SWT semoga masyarakat Desa Bongo selalu dalam lindungan-Nya dan dimudahkan rejeki, dijauhkan dari bencana. Pada akhir doa zikir pengunjung dan pezikir mendapatkan kue Walima. Tahun 1980-an perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW sudah semakin meriah, warga yang ada diluar Desa Bongo bahkan yang ada diluar daerah Gorontalo turut merayakan doa Maulid Nabi Muhammad SAW di Desa Bongo. Satu minggu sebelum pelaksanaanya warga dari luar desa mulai berdatangan. Bagi warga yang tidak berkesempatan untuk menghadiri acara tersebut, hanya mengirim dana kepada

keluarganya untuk dibuatkan Walima) dan c) religi (Wisata Religius ini adalah ketika hari Perayaan Kelahiran Nabi Besar Mohammad SAW (12 Rabiul'awal). Di hari tersebut kita akan menyaksikan Ritual-ritual keagamaan yang di kolaborasikan dengan kebudayaan Masyarakat Bongo. Ratusan bahkan Ribuan Kue Tradisional yang dibentuk dalam Wadah Raksasa bisa di saksikan ketika di Arak dari Rumah-rumah warga menuju masjid Kampung Bongo. Itulah ritual religi di desa Bongo Gorontalo dan masih banyak hal yang indah dan unik bisa di nikmati di desa bongo. Hal ini sesuai dengan wawancara direktur yayasan yotama : bapak Adnan berahim

Desa wisata religi bubohu di desa Bongo memiliki masyarakat dengan potensi suasana khas pedesaan, dengan kultur budaya dan religi keagamaan Islam yang toleran. Lokasi desa dengan suasana desa di sekitar sepanjang jalannya adalah pantai, sehingga sangat potensial untuk di kembangkan wisata air dan pengembangan potensi laut dan cocok untuk lokasi kuliner ikan karena lokasi daerah perairan.

Untuk pengembangan Potensi Desa Wisata Religi dapat dilihat dari partisipasi masyarakat dalam mengembangkan desa wisata ini di lihat dari tingginya angka partisipasi masyarakat

dalam indikator kepedulian dan empati masyarakat untuk acara religi dalam nilai-nilai agama silam dan budaya sehingga dapat diukur pada potensi sosial masyarakat yang kategori sangat baik dengan nilai 90.84%. Untuk sisanya dapat ditingkatkan melalui; potensi kelautan, perikanan, pendidikan, lingkungan kesehatan dan perekonomian, agar potensi wisata ini meningkat.



BAB VIII

PENGEMBANGAN DAN PEMASARAN

DESA WISATA

Strategi pengembangan desa wisata religi, pengelolaannya masih secara tradisional dan lokal, masih menyentuh pada kolektif, pengelolaannya secara individu, dalam penggabungan oleh yayasan Yotama dan PKBM SMK Pariwisata, belum ada organisasi-organisasi, pihak pemerintah dan Pihak swasta dalam mengelola Desa wisata Religi Bubuhu.

Hal ini sesuai dengan wawancara kepada direktur yayasan yotama : bapak Adnan berahim, sebagai berikut; Bagaimana pengembangan wisata religi desa bongo? Pengelolaannya masih individu dilakukan oleh yayasan yotama.

Pemasaran dan promosi desa wisata religi, perlu dikembangkan melalui, tim pemasaran dan promosi, dalam bentuk travelling (untuk paket wisata), MoU dengan pihak pemerintah dan dinas terkait, serta dalam melakukan pemasaran Wisata Religi, sebaiknya dapat menerapkan beberapa strategi diantaranya ialah strategi Manajemen, komunikasi, bahasa dan peningkatan perekonomian melalui promosi dan pemasaran melalui media sosial, media cetak, serta strategi pemasaran Online, brosur, fliyer, spanduk danlainnya. Jika ini termenej dengan baik dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, hal ini sejalan dengan hasil buku dari pendapat Imron (2015) bahwa: Pengembangan desa wisata dapat meningkatkan pendapatan asli daerah



BAB IX

MANAJEMEN STRATEGIK PEMIMPIN

Hasil buku untuk Strategi pengelolaan hanya oleh ide penggagas dari pemilik individu, yang sudah dilakukan secara efektif. Namun untuk manajemen strategic pemimpin untuk indicator keterlibatan pemerintah kabupaten dan provinsi gorontalo dalam pengembangan desa wisata religi di desa bongo belum optimal. Di tunjukkan dengan indicator daya dukung pemerintah tidak ada responden yang menjawab, selanjutnya untuk indikator sarana dan prasarana berada pada nilai 74% dengan kategori cukup, sebab untuk sarana akses jalan pada kendraan umum, kurang memadai, dengan demikian untuk perhatian pada sarana dan

prasarana menjadi bagian penting yang harus disediakan oleh pemerintah.

Adapun dalam meningkatkan Strategi pemerintah dalam mendukung keterlibatan pemerintah kabupaten dalam pengembangan desa religi di desa bongo, maka pemerintah kabupaten; diharapkan dapat membentuk diantaranya ialah Kelompok pemerhati lingkungan Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya Religi Bubohu (PPKWBRB), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dengan memberdayakan Instansi/dinas pariwisata, serta kelompok kerja (POKJA). 2) strategi pengelolaan Kampung wisata Religi Bubohu pengelolaannya secara individu, dalam peng gagasan oleh yayasan Yotama dan PKBM SMK Pariwisata, belum ada organisasi-organisasi, pihak pemerintah dan Pihak swasta dalam mengelola Desa wisata Religi Bubohu. 3) Strategi Pemasaran yang tidak optimal. Kesimpulan dalam buku ini adalah potensi wisata budaya yang ada sungguh menarik. Strategi pengelolaan hanya oleh ide penggagas dari pemilik individu, yang sudah dilakukan secara efektif, melalui tingginya angka partisipasi masyarakat sebesar 90.84%. Namun tidak diimbangi oleh daya dukung berupa sarana dan prasarana, yang hanya pada nilai 74%

dengan kategori cukup, pada sarana akses yang kurang memadai dan perhatian prasarana dalam Usaha pemasaran dan promosinya yang dilakukan belum maksimal.



BAB X

PENUTUP

Kesimpulan dalam buku ini adalah

1) potensi wisata budaya yang ada sungguh menarik. 2) Strategi pengelolaan hanya oleh ide penggagas dari pemilik individu, yang sudah dilakukan secara efektif, melalui tingginya angka partisipasi masyarakat sebesar 90.84%. Namun tidak diimbangi oleh daya dukung berupa sarana dan prasarana, yang hanya pada nilai 74% dengan kategori cukup, pada sarana akses yang kurang memadai dan perhatian prasarana dalam Usaha pemasaran dan promosinya yang dilakukan belum maksimal. 3) Belum optimalnya dukungan pemerintah dalam mengembangkan desa wisata religi ini, sehingga dukungan dalam bentuk kebijakan dan aturan serta bantuan sarana

dan prasarana menjadi perhatian penting yang harus di berikan oleh pemerintah.

Saran

(1) Untuk pihak pemerintah Provinsi sebagai Top Leader; dapat merencanakan, mengorganisir dan mengembangkan Desa Religi Bubohu melalui: Pengelolaan Potensi Pantai Laut, potensi Cagar Alam Budaya, Potensi Kerajinan Unggulan, Potensi atraksi budaya sebagai *event* budaya religi disamping ritual kegiatan religi mauled nabi dan makanan khas Desa Bubohu serta Bangun Kemitraan Internal dan Ekternal dengan luar negeri. (2) Untuk Pimpinan Kabupaten; diharapkan dapat membentuk diantaranya ialah Kelompok pemerhati lingkungan Panitia Pengelola Kampung Wisata Budaya Religi Bubohu (PPKWBRB), Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) dengan memberdayakan Instansi/dinas pariwisata, serta kelompok kerja (POKJA). Dalam melakukan pemasaran, Kampung Wisata Religi menerapkan beberapa strategi diantaranya ialah strategi Manajemen, Pariwisata dan peningkatan perekonomian melalui promosi dan pemasaran melalui media sosial, media cetak, serta strategi pemasaran Online.

Daftar Pustaka

Gunawan, Myra P. dan Ina Herlina.(2000). *Garis Besar Perencanaan Pembangunan dan Pemasaran Pariwisata Di Tingkat Lokal Dan Wilayah*. Bandung. Pusat Buku Kepariwisata ITB.

Imron, M. Bashori Imron (2013). *Desa Wisata Bernuansa Budaya : Desa Adat Penglipuran Kabupaten Bangli Bali*. Dalam Ujud Tahajuddin, dkk. 2013. *Community Empowerment dalam Industri Pariwisata: Praktek Pemberdayaan Komunitas Lokal oleh Industri Kreatif Pendukung Pariwisata*. Jakarta, PT Gading Inti Prima

Imron, M. Bashori (2015). Meretas Jalan Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) Melalui Desa Wisata. *Jurnal Bina Praja Vol. 7 Nomor 4 Desember 2015*. Jurnal Terakreditasi diterbitkan oleh Balitbang Dalam Negeri, Kementerian Dalam Negeri.

UU RI No.10 Tahun 2009

EFILOG

Lokasi Desa Bongo

Desa Bongo adalah sebuah desa kecil yang berada bagian selatan Kabupaten Gorontalo Provinsi Gorontalo. Kata “**Bongo**” adalah bahasa Gorontalo dari Buah Kelapa. Desa bongo kaya akan kelapa yang tumbuh dimana-mana. Desa ini tidak memiliki banyak pohon kelapa, kehidupan masyarakatnya bukanlan petani kelapa melainkan bekerja sebagai nelayan yang hebat. dan untuk informasi sebagai hal yang menurut saya cukup unik dan perlu ketahui tentang desa kecil memiliki karakteristik desa dengan banyak potensi alam, lingkungan, social, budaya, ekonomi, wisata danlainnya dapat langsung di temui di desa bongo.

Ini Informasi Foto lokasi Desa Bongo, Kabupaten Gorontalo



Berdasarkan informasi yang saya dapatkan dari beberapa tokoh masyarakat, Desa bongo dulunya adalah sebuah kampung kecil yang bernama kampung Bubohu yang kemudian oleh pemerintah daerah dirubah menjadi Desa Bongo. Jarak Tempuh desa Bongo akan memakan waktu \pm 30 menit perjalanan dari Pusat Kota Gorontalo. Tempat ini sangat baik untuk lokasi wisata dan untuk photographer Landscape, karena suasana pantai dan alam yang sangat indah serta memiliki kelebihan, salah satu Spot menaring yang tak bisa anda lewatkan adalah Keindahan Kampung nelayan Tanjung Kramat.



Memasuki Pintu gerbang desa Bongo, maka akan terasa suasana desa yang begitu Religius. Karna masyarakat desa tersebut termasuk masyarakat yang kental dengan nilai-nilai agama Islam. dan suasana Religius tersebut akan lebih terasa ketika memasuki Pesantren Alam Bubohu yang didirikan oleh Yosep Tahir Ma'ruf yang lebih dikenal dengan sebutan Yotama. Beliau adalah salah satu tokoh masyarakat Desa Bongo yang juga pengusaha yang cukup berhasil di Jakarta. Berdasarkan keterangan Yotama, Pesantren alam Bubohu sengaja didirikan untuk menunjukkan pada manusia bahwa alam bisa memberikan pelajaran besar untuk manusia baik dari sisi pendidikan ilmiah maupun agama. Yang unik dalam pesantren ini adalah para santrinya bukanlah para santri-santri layaknya pesantren pada umumnya melainkan Hewan Tumbuhan dan Benda-benda mati di sekitar alam pesantren tersebut. Alasan dari Yotama mendirikan pesantren ini adalah untuk memperlihatkan kepada manusia gar manusia yang punya akal fikiran harusnya tidak dikalahkan oleh hewan dan tumbuhan yang hidup teratur berdasarkan syari'at yang diajarkan dalam kitab suci agama islam yaitu Al-Qur'an.

Selain pesantren, terdapat juga berbagai macam ornamen unik yang tersebar di desa Bongo. Misalnya Pondok-pondok peristirahatan yang berbentuk seperti Toyopo (Wadah Kue ketika masyarakat Bongo merayakan Hari Maulid Nabi Besar Mohammad SAW) dan tidak lupa juga bangunan yang paling menarik adalah masjid Kubah emas yang terletak di Puncak Gunung desa Bongo.



Waktu yang tepat mengunjungi desa Wisata Religius ini adalah ketika hari Perayaan Kelahiran Nabi Besar Mohammad SAW (12 Rabiul'awal). Di hari tersebut kita akan menyaksikan kegiatan Ritual-ritual keagamaan yang di kolaborasikan dengan kebudayaan Masyarakat Bongo. Ratusan bahkan Ribuan Kue Tradisional yang

dibentuk dalam Wadah Raksasa bisa anda saksikan ketika di Arak dari Rumah-rumah warga menuju masjid Kampung Bongo. Itulah sedikit informasi seputar desa Bongo Gorontalo dan tentunya masih banyak hal yang indah dan unik bisa kita dapat nikmati di tempat ini.



(Dokumentasi juli 2016)

Inovasi Pemimpin Wisata Religi Bubohu

Pendirian desa wisata ini sepenuhnya oleh perorangan yakni; Yosef Tahir Ma'ruf dan Pembangunan yang diprakarsai oleh tokoh masyarakat setempat, (wawancara; Pembina Yayasan Desa Bubohu; Yosef Tahir Ma'ruf).

Inspirasi pembuatan desa wisata bubohu ini oleh pak Yosep, menyulap wilayah yang semula kering dan gersang menjadi hijau rimbun dan berlimpah air. Kini, Dusun Bubohu di Desa Bongo, telah berubah menjadi Desa Wisata Religius Bubohu seluas lebih kurang 400 hektare.

Pengembangan wisata desa bubohu, terintegrasi melalui; Bidang lingkungan berhubungan dengan wisata dan agama, sebab dalam lingkungan tempat wisata dapat menciptakan masyarakat yang menyadari dan memegang teguh kearifan lokal yang diwariskan oleh para pendahulu kita, maka berhubungan dengan budaya dan agama semua paham ekstrem atau kebudayaan asing akan terbendung dengan sendirinya, sehingga berkurangnya Teror dan kurangnya tingkat kebudayaan tradisi Indonesia di generasi muda karena kita sedikit demi sedikit sudah mengikis kearifan lokal, dengan demikian adanya tempat wisata dapat meningkatkan

pemahaman masyarakat akan kelestarian budaya dan memberikan kesadaran dan pemanfaatan dalam menjaga lingkungan dalam kesadaran kearifan lokal untuk menjaga tradisi budaya dan agama.

Wawancara: Pembina Yayasan; Yosef Tahir Ma'ruf ; Untuk Inovasi di desa bubohu, apa rancangan ide dan gagasan dalam pengembangan wisata pantainya? Gorontalo sebagai salah satu atau icon di Indonesia yang akan memiliki Masjid bawah laut pertama di dunia. Masjid tersebut akan dibangun di Dusun Buboho, Provinsi Gorontalo, namun ide ini masih menjadi konsep karena belum di bahas dan belum menarik perhatian pemerintah gorontalo dalam merancang dan menjadi prioritas dalam skala wisata atau destinasy, sebab untuk suatu rekreasi belum menjadi pilihan tepat oleh masyarakat gorontalo dalam mengisi masa liburannya dalam berwisata, ini lah bentuk sosialisasi lokasi wisata kampung religi di desa bongo.

Berdasarkan hal diatas maka pemerintah kabupaten dapat membuat rancangan program kegiatan, berdasarkan rekomendasi melalui peraturan Desa, master plan, rancangan biaya, pemasaran melalui travelling, promosi hotel, pamphlet, reklame dan lainnya.

Perencanaan inovasi pantai desa wisata bubohu, menurut Pembina, pemrakarsa Desa Bubohu, Yosep Tahir Ma'ruf (Yotama; 29 Maret 2015) bahwa melalui konsep desa wisata bubohu terus mendorong, menumbuhkan dan mempopulerkan tempat-tempat wisata di desa ini, melalui, orang perorang, kelompok masyarakat dan dari informasi setiap tamu yang datang dari luar daerah untuk melakukan kegiatan kunjungan kerja atau undangan kegiatan di provinsi gorontalo, ini berupa partisipasi yang di berikan tanpa standar biaya masuk untuk mengunjungi.

Rancangan inovasi Masjid yang rencananya akan dibangun di kawasan objek wisata religius Desa Bongo, Kecamatan Batudaa Pantai, Kabupaten Gorontalo penampakannya nantinya bila dilihat dari atas akan berbentuk seperti cincin. Bentuk tersebut diadopsi dari cincin dua raja (*Hulonthalangi* dan *Limutu*) yang dibuang di Danau Limboto sebagai tanda perdamaian. "Ini merupakan masjid pertama di bawah laut dan satu-satunya di dunia," kata Yotama di Gorontalo, Senin (29/05/2015).

Motivasi Ekstrinsik Masyarakat

Kegiatan keagamaan di Masyarakat; Desa Wisata Religius Bubohu sudah menjadi salah satu tujuan wisata di Provinsi

Gorontalo. Salah satu kegiatan budaya di desa ini adalah peringatan Maulid Nabi Muhammad SAW setiap 12 Rabiul Awal dalam kalender Islam.

Pada hari itu, antara lain ditampilkan tolangga, berwujud miniatur kubah masjid dari rangkaian bambu yang dihiasi *Kolombengi* (kue bolu kering). Kolombengi ini kemudian dimakan bersama hadirin.

Strategi Pengelolaan Desa Wisata

Bidang Pendidikan; Langkah Strategis edukasi, sosialisasi, bimbingan dan pelatihan.

Bidang Lingkungan: Pemanfaatan potensi desa, melalui kebersihan dan penghijauan tanaman.

Bidang Ekonomi: pemberdayaan UMKM, UKK dan pusat penjualan potensi desa bongo

Bidang Pariwisata; merencanakan pengelolaan secara melembaga, mengorganisir proses sistem pembayaran yang dapat diakses secara melembaga, melalui online atau lainnya, membuat aturan (regulasi dan policy) untuk membuat peraturan secara melembaga, agar tempat wisata ini tersosialisasi dengan luas. Hal ini sesuai dengan pendapat: Menurut Goeldner il. ali es., *tourism*

policy adalah: Suatu kelompok peraturan, ketentuan, tujuan dan strategi untuk pengembangan/promosi, yang menyediakan suatu kerangka untuk mengambil keputusan secara kolektif dan individual yang mempengaruhi pengembangan pariwisata secara langsung, serta aktifitas harian dalam suatu destinasi. Dapat dikatakan bahwa kebijakan pariwisata mencoba untuk menyediakan pengalaman pengunjung yang berkualitas dan memberikan “profit”/keuntungan kepada para stakeholder destinasi sambil memastikan bahwa destinasi tidak dikompromi dalam integritas lingkungan, sosial dan budaya. Terdapat beberapa fungsi dari kebijakan pariwisata, yakni sebagai berikut : Mendefinisikan “rules of the game” yakni kerangka yang menjadi dasar untuk “operator operator” pariwisata. Dengan demikian dapat dilakukan oleh pengelola baik individu ini dapat ditawarkan secara melembaga luas, dengan strategi sebagai berikut: 1. Prioritas aktivitas pengelolaan dan pengembangan. 2. Berupa arahan (direction) dan bimbingan untuk semua stakeholder pariwisata. 3 memfasilitasi pengunjung, melalui informasi. 4. Memberikan ruang agar dapat tersosialisasi luas, untuk peran dan kontribusi pariwisata. 5. membuka ruang agar investor dapat berperan dalam pengembangan wisata desa bubo.

Strategi Pemasaran

Informasi strategi mengacu pada kebijakan yang melibatkan SKPD atau dinas yang kompetendalam mengoperasionalkan kegiatan wisata.

Pemimpin dalam menciptakan desa wisata harus memiliki Goals biasanya termasuk aspek-aspek seperti meningkatkan kepuasan pengunjung, diversifikasi pasar pariwisata, meningkatkan kontribusi pariwisata kepada ekonomi local, dan mengembangkan potensi pariwisata suatu daerah. Sementara *objectives* adalah lebih spesifik (khusus) dan berhubungan dengan tindakan-tindakan yang aktual. *Objectives* bertujuan untuk mengarahkan tindakan yang akan membantu mencapai goal-goal pembangunan. Jadi objectives harus lebih realistis, dapat diukur dan mampu dicapai dalam jangka waktu yang ditentukan.