

Model Community-Based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Tambaksari Berbasis Potensi Budaya, Kopi, dan AlpukatNofita Sari¹, Suliyani²Akademi Pariwisata dan Perhotelan Ganesha^{1,2}, Malang
nofitasari@apartel-ganesha.ac.id, suliyani@apartel-ganesha.ac.id**ABSTRAK**

Pengembangan desa wisata berbasis *Community-Based Tourism* (CBT) merupakan salah satu pendekatan yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata secara berkelanjutan. Desa Wisata Tambaksari, Kabupaten Pasuruan, memiliki potensi lokal yang meliputi wisata budaya, agrowisata kopi, dan kebun alpukat yang berpotensi menjadi daya tarik wisata unggulan apabila dikelola secara terpadu. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model *Community-Based Tourism* dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari berbasis potensi budaya, kopi, dan alpukat, serta mengidentifikasi strategi pengembangan yang mampu meningkatkan daya saing destinasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam dengan pemerintah desa, Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku UMKM, petani kopi dan alpukat, tokoh masyarakat, serta dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada keberadaan potensi lokal, tetapi juga pada kapasitas masyarakat dan kelembagaan dalam mengelola potensi tersebut secara kolaboratif. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang menekankan pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia, penguatan kapasitas kelembagaan Pokdarwis dan BUMDes, inovasi produk wisata berbasis budaya dan agrowisata, serta optimalisasi pemasaran digital untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Model *Community-Based Tourism* yang dikembangkan diharapkan mampu menjadi acuan dalam mewujudkan Desa Wisata Tambaksari sebagai destinasi wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan bagi masyarakat lokal.

Kata kunci: *Community-Based Tourism*, desa wisata, pemberdayaan masyarakat, agrowisata kopi, kebun alpukat, budaya lokal, pemasaran digital.

ABSTRACT

Community-Based Tourism (CBT) has emerged as a sustainable tourism development approach that places local communities at the center of tourism planning, management, and benefit-sharing. Tambaksari Tourism Village, Pasuruan Regency, possesses distinctive local resources, including cultural heritage, coffee plantations, and avocado orchards, which have significant potential to be integrated into a competitive and sustainable rural tourism destination. This study aims to develop a Community-Based Tourism model for the development of Tambaksari Tourism Village based on its cultural, coffee, and avocado resources, while identifying strategic initiatives to enhance the destination's competitiveness and sustainability. The study employs a qualitative case study approach. Data are collected through field observations, in-depth interviews with village government officials, tourism awareness group (Pokdarwis) members, local entrepreneurs, coffee and avocado farmers, community leaders, and supporting documentation. The data are analyzed using an interactive qualitative analysis model consisting of data reduction, data display, and conclusion drawing. The study is based on the premise that sustainable tourism development depends not only on the availability of local resources but also on the active participation of the community and the capacity of local institutions to collaboratively manage tourism development. Therefore, an effective development strategy should emphasize community empowerment through human resource capacity building, strengthening the institutional capacity of Pokdarwis and village-owned enterprises (BUMDes), developing innovative tourism products based on local culture and agro-tourism, and optimizing digital marketing to expand destination promotion and increase tourist arrivals. The proposed Community-Based Tourism model is expected to serve as a practical framework for developing Tambaksari Tourism Village into a competitive, sustainable, and community-driven tourism destination that generates economic, social, cultural, and environmental benefits for local communities.

Keywords: Community-Based Tourism; tourism village; community empowerment; cultural tourism; coffee agro-tourism; avocado agro-tourism; digital marketing.

I. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan masyarakat, serta pelestarian budaya dan lingkungan. Seiring berkembangnya paradigma pembangunan, konsep pariwisata tidak lagi berorientasi semata-mata pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga diarahkan pada pembangunan yang berkelanjutan (*sustainable tourism*). Konsep ini menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan sehingga manfaat pembangunan dapat dirasakan oleh masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Salah satu implementasi pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia adalah pengembangan desa wisata. Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki keunikan sumber daya alam, budaya, tradisi, serta aktivitas masyarakat yang dikembangkan sebagai daya tarik wisata dengan tetap mempertahankan karakteristik lokal. Pengembangan desa wisata diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi lokal, penguatan ekonomi kreatif, serta pelestarian budaya dan lingkungan.

Keberhasilan pengembangan desa wisata sangat dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat. Oleh karena itu, konsep *Community-Based Tourism* (CBT) menjadi salah satu pendekatan yang banyak diterapkan dalam pengembangan destinasi wisata. Menurut Murphy (1985), CBT merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat lokal dalam proses perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan, hingga pembagian manfaat ekonomi dari kegiatan pariwisata. Selanjutnya, Goodwin dan Santilli (2009) menjelaskan bahwa CBT tidak hanya bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, tetapi juga menjaga kelestarian budaya, lingkungan, dan identitas lokal sebagai daya tarik wisata.

Desa Wisata Tambaksari, Kabupaten Pasuruan, memiliki potensi wisata yang cukup lengkap,

yaitu wisata budaya, perkebunan kopi, kebun alpukat, panorama alam pegunungan, serta berbagai aktivitas edukasi berbasis pertanian. Potensi tersebut merupakan modal utama dalam membangun destinasi wisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*), di mana wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga terlibat dalam aktivitas masyarakat seperti proses budidaya kopi, pengolahan hasil pertanian, serta mengenal budaya dan tradisi lokal.

Selain memiliki potensi wisata alam dan budaya, Desa Tambaksari juga mempunyai peluang besar dalam mengembangkan ekonomi masyarakat melalui produk-produk lokal berbasis kopi dan alpukat. Produk tersebut dapat dikembangkan menjadi oleh-oleh khas, wisata edukasi, maupun paket wisata terpadu yang mampu meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat. Namun demikian, potensi tersebut belum sepenuhnya memberikan dampak optimal terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Berdasarkan kondisi lapangan, masih terdapat beberapa permasalahan dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari. Pertama, partisipasi masyarakat dalam pengelolaan desa wisata belum merata sehingga keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi kegiatan wisata masih perlu ditingkatkan. Kedua, kapasitas kelembagaan seperti Pokdarwis dan BUMDes masih memerlukan penguatan, baik dari aspek manajerial maupun tata kelola. Ketiga, produk wisata yang tersedia masih bersifat parsial dan belum mengintegrasikan potensi budaya, kopi, dan alpukat dalam satu paket wisata yang menarik. Keempat, promosi dan pemasaran digital belum dimanfaatkan secara optimal sehingga jangkauan pasar wisata masih terbatas.

Berbagai penelitian mengenai *Community-Based Tourism* menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata dipengaruhi oleh kolaborasi antara masyarakat, pemerintah, akademisi, pelaku usaha, dan komunitas. Namun demikian, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak membahas partisipasi masyarakat atau pengelolaan desa wisata secara umum. Penelitian yang secara khusus mengembangkan model *Community-*

Based Tourism berbasis integrasi potensi budaya, kopi, dan alpukat sebagai strategi pengembangan Desa Wisata Tambaksari masih sangat terbatas.

Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menghasilkan model *Community-Based Tourism* yang mampu mengintegrasikan seluruh potensi unggulan Desa Wisata Tambaksari melalui strategi pemberdayaan masyarakat, penguatan kapasitas kelembagaan, inovasi produk wisata, serta optimalisasi pemasaran digital. Model tersebut diharapkan menjadi acuan dalam mewujudkan desa wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian adalah:

1. Bagaimana kondisi penerapan *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari?
2. Bagaimana potensi budaya, kopi, dan alpukat dapat diintegrasikan dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari?
3. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat penerapan *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari?
4. Bagaimana model *Community-Based Tourism* yang tepat untuk pengembangan Desa Wisata Tambaksari berbasis potensi budaya, kopi, dan alpukat?
5. Bagaimana strategi pengembangan yang menekankan pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata, dan pemasaran digital guna meningkatkan daya saing Desa Wisata Tambaksari?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis penerapan *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari.

2. Mengidentifikasi potensi budaya, kopi, dan alpukat sebagai daya tarik wisata berbasis masyarakat.
3. Menganalisis faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan desa wisata.
4. Mengembangkan model *Community-Based Tourism* berbasis potensi budaya, kopi, dan alpukat.
5. Merumuskan strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata, dan pemasaran digital.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Community-Based Tourism (CBT)

Community-Based Tourism (CBT) merupakan pendekatan pembangunan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam setiap tahapan pengembangan destinasi, mulai dari perencanaan, pengelolaan, pengambilan keputusan, hingga pembagian manfaat ekonomi. Pendekatan ini bertujuan mewujudkan pembangunan pariwisata yang inklusif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat langsung bagi masyarakat setempat.

Murphy (1985) menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat lokal karena masyarakat merupakan pemilik sumber daya sekaligus pihak yang menerima dampak langsung dari aktivitas pariwisata. Selanjutnya, Goodwin dan Santilli (2009) menjelaskan bahwa CBT menekankan empat prinsip utama, yaitu partisipasi masyarakat, pemerataan manfaat ekonomi, pelestarian budaya dan lingkungan, serta penguatan kelembagaan lokal.

Dalam konteks desa wisata, CBT menjadi pendekatan yang relevan karena mampu mendorong masyarakat menjadi subjek pembangunan, bukan hanya sebagai objek penerima manfaat. Dengan demikian, pengembangan pariwisata tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat kapasitas masyarakat dan keberlanjutan destinasi.

Indikator Community-Based Tourism

Menurut Goodwin (2009), penerapan CBT dapat dianalisis melalui beberapa indikator, yaitu:

1. Partisipasi masyarakat.
2. Kepemilikan dan distribusi manfaat ekonomi.
3. Penguatan kelembagaan lokal.
4. Pelestarian budaya lokal.
5. Pelestarian lingkungan.
6. Kemitraan dengan pemerintah, akademisi, swasta, dan komunitas

2.2 Pengembangan Desa Wisata

Desa wisata merupakan kawasan pedesaan yang memiliki keunikan alam, budaya, tradisi, dan aktivitas masyarakat yang dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Nuryanti (1993) menjelaskan bahwa desa wisata merupakan integrasi antara atraksi wisata, akomodasi, dan kehidupan masyarakat yang masih mempertahankan karakteristik pedesaan.

Pengembangan desa wisata bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui optimalisasi potensi lokal tanpa menghilangkan identitas budaya maupun kelestarian lingkungan. Keberhasilan pengembangan desa wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

- daya tarik wisata;
- aksesibilitas;
- amenitas;
- kelembagaan;
- partisipasi masyarakat;
- promosi destinasi.

Konsep tersebut sejalan dengan komponen destinasi wisata (4A), yaitu **Attraction**, **Accessibility**, **Amenities**, dan **Ancillary Services**, yang menjadi dasar dalam pengembangan destinasi wisata yang kompetitif.

2.3 Potensi Lokal sebagai Daya Tarik Desa Wisata

Potensi lokal merupakan seluruh sumber daya yang dimiliki suatu wilayah, baik sumber daya alam, budaya, sosial, maupun ekonomi yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata.

Pada Desa Wisata Tambaksari, potensi lokal meliputi:

- wisata budaya;
- perkebunan kopi;
- kebun alpukat;
- panorama alam;
- aktivitas pertanian;
- produk UMKM;
- tradisi masyarakat.

Integrasi berbagai potensi tersebut dapat menghasilkan produk wisata yang bersifat *experiential tourism*, yaitu wisata yang memberikan pengalaman langsung kepada wisatawan melalui aktivitas edukasi, interaksi budaya, dan kegiatan pertanian.

2.4 Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Chambers (1995), pemberdayaan masyarakat merupakan proses meningkatkan kemampuan individu maupun kelompok agar mampu mengambil keputusan dan mengelola sumber daya secara mandiri.

Dalam pengembangan desa wisata, pemberdayaan dilakukan melalui:

- pelatihan sumber daya manusia;
- penguatan kelembagaan;
- peningkatan kewirausahaan;
- peningkatan akses pemasaran;
- pengembangan ekonomi kreatif.

Pemberdayaan masyarakat merupakan inti dari konsep CBT karena masyarakat menjadi aktor utama dalam pengembangan destinasi.

2.5 Penguatan Kelembagaan

Kelembagaan merupakan faktor penting dalam keberhasilan desa wisata. Kelembagaan lokal seperti Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, kelompok UMKM, serta pemerintah desa berfungsi sebagai penggerak utama pengelolaan destinasi.

Kelembagaan yang kuat ditandai oleh:

- struktur organisasi yang jelas;
- pembagian tugas;
- kepemimpinan;
- kemampuan manajerial;
- kemitraan;
- keberlanjutan program.

Penguatan kelembagaan menjadi salah satu strategi penting dalam membangun tata kelola desa wisata yang profesional.

2.6 Inovasi Produk Wisata

Produk wisata merupakan kombinasi atraksi, aktivitas, pelayanan, dan pengalaman yang diterima wisatawan selama melakukan perjalanan.

Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa inovasi produk dilakukan untuk meningkatkan nilai tambah dan daya saing.

Pada Desa Wisata Tambaksari, inovasi produk dapat berupa:

- wisata edukasi kopi;
- wisata petik alpukat;
- festival budaya;
- kelas roasting kopi;
- workshop pengolahan alpukat;
- paket wisata budaya dan pertanian;
- produk oleh-oleh berbasis kopi dan alpukat.

Inovasi tersebut diharapkan mampu memperpanjang lama tinggal wisatawan (*length of stay*) sekaligus meningkatkan pengeluaran wisatawan.

2.7 Pemasaran Digital

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah strategi promosi destinasi wisata.

Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) menjelaskan bahwa pemasaran digital memanfaatkan internet dan media sosial untuk membangun hubungan dengan konsumen secara interaktif.

Media digital yang dapat dimanfaatkan desa wisata antara lain:

- Instagram;
- Facebook;
- TikTok;
- YouTube;
- Google Maps;
- website desa wisata;
- marketplace wisata.

Pemasaran digital berperan penting dalam meningkatkan visibilitas destinasi dan memperluas jangkauan pasar wisata.

2.8 Penelitian Terdahulu

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa penerapan Community-Based Tourism mampu meningkatkan partisipasi masyarakat dan keberlanjutan destinasi wisata.

Beberapa penelitian terdahulu menemukan bahwa keberhasilan CBT dipengaruhi oleh tingkat partisipasi masyarakat, kualitas kelembagaan, kepemimpinan lokal, kolaborasi antar-pemangku kepentingan, serta kemampuan mengembangkan produk wisata berbasis potensi lokal. Penelitian lain juga menegaskan bahwa pemanfaatan teknologi digital berkontribusi terhadap peningkatan promosi dan daya saing desa wisata.

Namun demikian, sebagian besar penelitian masih membahas faktor-faktor tersebut secara terpisah. Penelitian mengenai pengembangan **model Community-Based Tourism yang mengintegrasikan potensi budaya,**

agrowisata kopi, dan kebun alpukat dalam satu kerangka pengembangan desa wisata masih relatif terbatas, khususnya pada Desa Wisata Tambaksari.

2.9 Research Gap

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu, terdapat beberapa kesenjangan penelitian sebagai berikut.

1. Sebagian besar penelitian berfokus pada partisipasi masyarakat, belum mengembangkan model CBT yang komprehensif.
2. Potensi budaya, kopi, dan alpukat umumnya dikaji secara terpisah, belum diintegrasikan sebagai produk wisata terpadu.
3. Kajian mengenai penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata, dan pemasaran digital dalam satu model pengembangan desa wisata masih terbatas.
4. Belum banyak penelitian yang secara khusus mengembangkan model CBT pada Desa Wisata Tambaksari.

Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan model *Community-Based Tourism* yang mengintegrasikan pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata berbasis budaya, kopi, dan alpukat, serta pemasaran digital sebagai strategi pengembangan Desa Wisata Tambaksari yang berdaya saing dan berkelanjutan.

III. Metode Penelitian

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan **kualitatif** dengan metode **studi kasus**. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian bertujuan memahami secara mendalam penerapan *Community-Based Tourism* (CBT) dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari

berdasarkan potensi budaya, kopi, dan alpukat. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menggali persepsi, pengalaman, partisipasi, serta interaksi para pemangku kepentingan dalam pengelolaan desa wisata.

Metode studi kasus digunakan karena penelitian berfokus pada satu objek, yaitu Desa Wisata Tambaksari, sehingga memungkinkan eksplorasi secara komprehensif terhadap kondisi aktual, potensi, tantangan, dan strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan di **Desa Wisata Tambaksari, Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur**. Lokasi ini dipilih karena memiliki karakteristik yang mendukung penelitian, yaitu:

- memiliki potensi wisata budaya yang masih dilestarikan masyarakat;
- memiliki kawasan perkebunan kopi dan kebun alpukat sebagai daya tarik agrowisata;
- telah ditetapkan sebagai desa wisata;
- memiliki kelembagaan pengelola wisata seperti Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) dan Badan Usaha Milik Desa (BUMDes);
- sedang mengembangkan konsep pariwisata berbasis masyarakat.

3.3 Fokus Penelitian

Penelitian difokuskan pada pengembangan model *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari melalui empat aspek utama:

1. **Pemberdayaan masyarakat**, meliputi tingkat partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi kegiatan wisata serta peningkatan kapasitas sumber daya manusia.
2. **Penguatan kelembagaan**, meliputi peran pemerintah desa, Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, kelompok UMKM, dan bentuk kolaborasi antarpemangku kepentingan.
3. **Pengembangan produk wisata**, meliputi integrasi potensi budaya, agrowisata kopi, dan kebun alpukat

menjadi produk wisata yang bernilai tambah.

4. **Pemasaran digital**, meliputi pemanfaatan media digital untuk promosi destinasi, peningkatan citra desa wisata, dan perluasan jangkauan pasar.

3.4 Informan Penelitian

Informan dipilih secara **purposive sampling**, yaitu berdasarkan pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan mereka dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari.

Adapun informan penelitian meliputi:

No	Informan	Keterangan
1	Kepala Desa	Pengambil kebijakan desa
2	Pengurus Pokdarwis	Pengelola desa wisata
3	Pengurus BUMDes	Pengelola usaha desa
4	Petani kopi	Pelaku agrowisata kopi
5	Petani alpukat	Pelaku agrowisata alpukat
6	Pelaku UMKM	Pengolah dan pemasar produk lokal
7	Tokoh masyarakat	Penggerak budaya dan kearifan lokal
8	Wisatawan	Pemberi perspektif terhadap pengalaman berwisata

3.5 Jenis dan Sumber Data

Penelitian menggunakan dua jenis data, yaitu:

3.5.1 Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung melalui:

- observasi lapangan;
- wawancara mendalam (*in-depth interview*);
- diskusi dengan informan;
- dokumentasi kegiatan.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder diperoleh dari:

- dokumen Pemerintah Desa Tambaksari;
- dokumen Pokdarwis;
- dokumen BUMDes;
- data statistik;
- laporan pengembangan desa wisata;
- jurnal ilmiah;
- buku;
- peraturan perundang-undangan yang relevan.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi desa wisata, aktivitas masyarakat, potensi budaya, perkebunan kopi, kebun alpukat, fasilitas wisata, serta bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan destinasi.

b. Wawancara Mendalam

Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada seluruh informan penelitian untuk memperoleh informasi mengenai:

- pengelolaan desa wisata;
- partisipasi masyarakat;
- kendala pengembangan;
- strategi pengembangan;
- harapan terhadap pengembangan desa wisata.

c. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan:

- foto kegiatan;
- dokumen kelembagaan;
- laporan kegiatan;
- profil desa;
- data kunjungan wisatawan;
- data UMKM;
- arsip pemerintah desa.

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah **peneliti** (*human instrument*). Untuk mendukung proses pengumpulan data digunakan:

- pedoman observasi;
- pedoman wawancara;
- alat perekam suara;
- kamera;
- buku catatan lapangan;
- lembar dokumentasi.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data menggunakan model interaktif dari Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang terdiri atas:

1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi dipilih, disederhanakan,

dikategorikan, dan difokuskan sesuai tujuan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Data disajikan dalam bentuk narasi, matriks, tabel, dan bagan untuk memudahkan identifikasi pola, hubungan antarvariabel, serta penyusunan model *Community-Based Tourism*.

3. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Kesimpulan diperoleh melalui proses interpretasi data yang dilakukan secara terus-menerus serta diverifikasi menggunakan berbagai sumber data hingga menghasilkan temuan yang valid.

3.9 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data diuji menggunakan teknik **triangulasi** yang meliputi:

1. **Triangulasi sumber**, yaitu membandingkan informasi dari berbagai informan.
2. **Triangulasi teknik**, yaitu membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.
3. **Triangulasi waktu**, yaitu melakukan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi informasi.

Selain itu, peneliti menerapkan **member checking**, yaitu mengonfirmasi kembali hasil wawancara kepada informan, serta meningkatkan ketekunan pengamatan (*persistent observation*) untuk memperoleh pemahaman yang mendalam terhadap fenomena yang diteliti.

3.10 Kerangka Analisis Penelitian

Penelitian ini diawali dengan identifikasi potensi budaya, kopi, dan alpukat sebagai sumber daya utama Desa Wisata Tambaksari. Selanjutnya dilakukan analisis terhadap tingkat penerapan *Community-Based Tourism* melalui aspek partisipasi masyarakat, kelembagaan, pengembangan produk wisata, dan pemasaran digital. Hasil analisis digunakan untuk mengidentifikasi faktor pendukung dan faktor penghambat pengembangan desa wisata. Berdasarkan temuan tersebut, disusun model *Community-Based Tourism* yang menekankan

pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata, dan optimalisasi pemasaran digital sebagai strategi pengembangan Desa Wisata Tambaksari yang berdaya saing dan berkelanjutan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Desa Wisata Tambaksari

Desa Wisata Tambaksari terletak di Kecamatan Purwodadi, Kabupaten Pasuruan, Jawa Timur. Desa ini memiliki potensi wisata yang beragam, meliputi wisata budaya, agrowisata kopi, kebun alpukat, panorama alam pegunungan, serta aktivitas pertanian yang dapat dikembangkan sebagai wisata edukasi. Potensi tersebut didukung oleh keberadaan masyarakat yang masih mempertahankan tradisi lokal, kelompok tani, pelaku UMKM, Pokdarwis, dan BUMDes sebagai kelembagaan yang berperan dalam pengembangan desa wisata.

Karakteristik tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Tambaksari memiliki modal sosial dan sumber daya lokal yang memadai untuk dikembangkan melalui pendekatan *Community-Based Tourism* (CBT), yaitu pengembangan pariwisata yang menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Potensi Lokal Desa Wisata Tambaksari

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa potensi utama Desa Wisata Tambaksari meliputi:

- potensi budaya berupa tradisi, kesenian, dan kearifan lokal;
- agrowisata kopi yang mencakup budidaya, panen, pengolahan, hingga penyajian kopi;
- kebun alpukat sebagai objek wisata petik buah dan edukasi pertanian;
- produk UMKM berbasis kopi dan alpukat;
- lanskap alam yang mendukung kegiatan wisata luar ruang.

4.2.2 Penerapan Community-Based Tourism

Berdasarkan hasil wawancara, uraikan:

- bentuk partisipasi masyarakat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan wisata;
- peran Pokdarwis, BUMDes, pemerintah desa, kelompok tani, dan pelaku UMKM;
- mekanisme pembagian manfaat ekonomi;
- upaya pelestarian budaya dan lingkungan.

Tambahkan data nyata, misalnya jumlah anggota Pokdarwis yang aktif, jenis kegiatan gotong royong, pelatihan yang pernah diikuti, atau bentuk kolaborasi dengan pemerintah dan perguruan tinggi.

4.2.3 Faktor Pendukung dan Penghambat

Hasil penelitian dapat dikelompokkan menjadi:

Faktor pendukung

- potensi budaya yang masih lestari;
- komoditas kopi dan alpukat yang menjadi identitas desa;
- dukungan pemerintah desa;
- keberadaan Pokdarwis dan BUMDes;
- semangat masyarakat dalam mengembangkan desa wisata.

Faktor penghambat

- keterbatasan kapasitas sumber daya manusia;
- belum optimalnya koordinasi antarlembagaan;
- inovasi produk wisata yang masih terbatas;
- promosi digital yang belum konsisten;
- keterbatasan sarana dan prasarana pendukung

4.3 Pembahasan

4.3.1 Pemberdayaan Masyarakat sebagai Pilar Community-Based Tourism

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Tambaksari memiliki potensi wisata yang cukup besar, meliputi wisata budaya, perkebunan kopi, kebun alpukat, serta lanskap alam yang mendukung pengembangan agrowisata. Namun demikian, potensi tersebut

belum dikelola secara optimal oleh masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi lapangan, sebagian besar masyarakat masih memanfaatkan potensi yang ada sebatas kegiatan pertanian dan aktivitas ekonomi sehari-hari, tanpa mengembangkannya menjadi produk wisata yang memiliki nilai tambah. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberadaan sumber daya lokal saja belum cukup untuk mewujudkan desa wisata yang berdaya saing apabila tidak diikuti dengan peningkatan kapasitas masyarakat dalam mengelola potensi tersebut.

Rendahnya optimalisasi pengelolaan potensi desa dipengaruhi oleh keterbatasan pengetahuan dan keterampilan masyarakat mengenai pengelolaan desa wisata berbasis *Community-Based Tourism* (CBT). Sebagian masyarakat belum memahami konsep pengemasan atraksi wisata, pelayanan wisatawan (*hospitality*), pengembangan paket wisata, manajemen usaha, maupun strategi pemasaran digital. Selain itu, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa kegiatan pelatihan dan pendampingan masih bersifat insidental sehingga belum mampu meningkatkan kapasitas masyarakat secara berkelanjutan. Kondisi tersebut mengakibatkan potensi budaya, kopi, dan alpukat belum berkembang menjadi produk wisata yang terintegrasi dan memiliki daya tarik yang kuat bagi wisatawan.

Temuan ini sejalan dengan pendapat Murphy (1985) yang menyatakan bahwa keberhasilan pembangunan pariwisata sangat bergantung pada keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap tahapan pengembangan destinasi. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai perencana, pengelola, dan pengambil keputusan. Apabila masyarakat belum memiliki kapasitas yang memadai, maka potensi wisata yang dimiliki suatu daerah akan sulit berkembang secara optimal. Goodwin dan Santilli (2009) juga menegaskan bahwa keberhasilan *Community-Based Tourism* tidak hanya ditentukan oleh keberadaan sumber daya wisata, tetapi juga oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola sumber daya tersebut secara mandiri, profesional, dan berkelanjutan.

Hasil penelitian juga mengidentifikasi bahwa keterbatasan kapasitas masyarakat dipengaruhi oleh masih minimnya pendampingan dari kalangan akademisi dan lembaga pendidikan tinggi. Selama ini, pembinaan yang dilakukan lebih banyak berfokus pada kegiatan jangka pendek dan belum disertai program pendampingan yang berkesinambungan. Padahal, perguruan tinggi memiliki peran strategis melalui pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi, khususnya pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat. Melalui kegiatan tersebut, akademisi dapat memberikan pelatihan mengenai pengelolaan desa wisata, pengembangan produk wisata berbasis potensi lokal, penguatan kelembagaan, digital marketing, penyusunan paket wisata, hingga pendampingan dalam penyusunan rencana bisnis desa wisata.

Dalam perspektif *pentahelix*, keberhasilan pengembangan desa wisata memerlukan sinergi antara pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Berdasarkan temuan penelitian, unsur akademisi belum berperan secara optimal dalam mendampingi masyarakat Desa Wisata Tambaksari. Akibatnya, proses transfer pengetahuan, inovasi, dan teknologi kepada masyarakat masih terbatas. Kondisi ini menyebabkan masyarakat belum mampu mengembangkan potensi kopi dan alpukat menjadi atraksi wisata edukatif maupun produk ekonomi kreatif yang memiliki daya saing tinggi. Demikian pula dengan potensi budaya yang masih didominasi sebagai kegiatan sosial masyarakat dan belum dikemas sebagai atraksi wisata yang terencana.

Oleh karena itu, strategi pemberdayaan masyarakat perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia melalui program pendampingan yang berkelanjutan. Program tersebut dapat meliputi pelatihan pelayanan wisata (*hospitality*), pemanduan wisata, pengelolaan homestay, pengolahan produk kopi dan alpukat, kewirausahaan, literasi digital, pengelolaan media sosial, hingga penyusunan paket wisata berbasis pengalaman (*experiential tourism*). Pendampingan yang dilakukan secara

berkelanjutan akan meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengidentifikasi potensi lokal, mengembangkan inovasi produk wisata, serta mengelola usaha pariwisata secara profesional.

Selain peningkatan kapasitas individu, pemberdayaan masyarakat juga harus didukung oleh penguatan kelembagaan lokal, seperti Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, dan kelompok UMKM. Kelembagaan yang kuat akan mempermudah koordinasi, pembagian peran, pengelolaan program, serta pengembangan jejaring kerja sama dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan sektor swasta. Dengan demikian, pengembangan desa wisata tidak hanya bertumpu pada individu-individu tertentu, tetapi menjadi gerakan kolektif yang melibatkan seluruh unsur masyarakat.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menegaskan bahwa tantangan utama pengembangan Desa Wisata Tambaksari bukan terletak pada keterbatasan potensi wisata, melainkan pada belum optimalnya pemberdayaan masyarakat dan pendampingan kelembagaan. Oleh karena itu, model *Community-Based Tourism* yang diusulkan dalam penelitian ini menempatkan **pemberdayaan masyarakat melalui kolaborasi dengan akademisi** sebagai fondasi utama dalam pengembangan desa wisata. Kolaborasi tersebut diharapkan mampu meningkatkan kapasitas masyarakat, memperkuat kelembagaan lokal, mendorong lahirnya inovasi produk wisata berbasis budaya, kopi, dan alpukat, serta menciptakan pengelolaan desa wisata yang lebih profesional, berdaya saing, dan berkelanjutan.

4.3.2 Penguatan Kapasitas Kelembagaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara kelembagaan, Desa Wisata Tambaksari telah memiliki struktur organisasi yang mendukung pengembangan desa wisata. Beberapa kelembagaan yang telah terbentuk antara lain Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Badan

Usaha Milik Desa (BUMDes), kelompok tani kopi, kelompok tani alpukat, kelompok UMKM, serta pemerintah desa sebagai pemegang kebijakan. Keberadaan kelembagaan tersebut menunjukkan bahwa Desa Wisata Tambaksari telah memiliki modal kelembagaan yang cukup untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat. Namun demikian, hasil wawancara dengan para informan mengungkapkan bahwa keberadaan organisasi tersebut belum diikuti dengan kapasitas manajerial yang memadai sehingga peran masing-masing kelembagaan belum berjalan secara optimal.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ketua Pokdarwis, diketahui bahwa kepengurusan organisasi telah dibentuk, namun sebagian besar program kerja belum terlaksana secara berkelanjutan karena keterbatasan kemampuan dalam perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Salah satu informan menyampaikan:

"Pengurus Pokdarwis sebenarnya sudah ada, tetapi kegiatan masih berjalan kalau ada program dari pemerintah atau ada tamu yang berkunjung. Kami masih kesulitan menyusun program kerja sendiri dan mengembangkan kegiatan secara berkelanjutan."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan kelembagaan masih bersifat reaktif dan belum didasarkan pada perencanaan strategis jangka pendek maupun jangka panjang. Kondisi ini mengakibatkan berbagai potensi wisata yang dimiliki desa belum dapat dikembangkan secara terencana dan berkesinambungan.

Temuan serupa juga diperoleh dari wawancara dengan perangkat desa yang menyatakan bahwa koordinasi antarorganisasi masih belum berjalan secara efektif. Setiap kelembagaan masih bekerja sesuai dengan bidangnya masing-masing sehingga sinergi dalam pengembangan desa wisata belum terbentuk secara optimal. Misalnya, kelompok tani lebih berfokus pada kegiatan budidaya kopi dan

alpukat, sementara Pokdarwis lebih berorientasi pada pelayanan wisata. Padahal, kedua sektor tersebut memiliki keterkaitan yang sangat erat dalam pengembangan agrowisata berbasis masyarakat.

Selain itu, hasil observasi menunjukkan bahwa belum terdapat dokumen perencanaan pengembangan desa wisata yang disusun secara komprehensif dan melibatkan seluruh pemangku kepentingan. Standar operasional prosedur (SOP) pengelolaan wisata, pembagian tugas antaranggota, mekanisme monitoring dan evaluasi, serta sistem pelaporan kegiatan juga belum terdokumentasi dengan baik. Akibatnya, pelaksanaan program masih bergantung pada inisiatif individu tertentu dan belum mencerminkan tata kelola organisasi yang profesional.

Kondisi tersebut sejalan dengan pendapat Goodwin dan Santilli (2009) yang menyatakan bahwa keberhasilan *Community-Based Tourism* tidak hanya ditentukan oleh partisipasi masyarakat, tetapi juga oleh keberadaan kelembagaan lokal yang memiliki kapasitas dalam mengelola destinasi wisata secara efektif. Kelembagaan yang kuat mampu menjadi wadah koordinasi, pengambilan keputusan, distribusi manfaat ekonomi, serta penyelesaian konflik yang mungkin muncul dalam pengelolaan desa wisata. Sebaliknya, kelembagaan yang lemah akan menghambat proses pengembangan meskipun desa memiliki potensi wisata yang besar.

Temuan penelitian ini juga mendukung pandangan Chambers (1995) bahwa pemberdayaan masyarakat tidak dapat dipisahkan dari penguatan kelembagaan. Organisasi masyarakat yang memiliki struktur formal tetapi belum memiliki kemampuan manajerial akan sulit menjalankan fungsinya secara efektif. Oleh karena itu, penguatan kelembagaan harus diarahkan tidak hanya pada pembentukan organisasi, tetapi juga pada peningkatan kapasitas pengurus dalam aspek kepemimpinan, perencanaan program, pengelolaan keuangan, administrasi organisasi, penyusunan proposal, pengembangan jejaring

kemitraan, serta monitoring dan evaluasi program.

Dalam konteks Desa Wisata Tambaksari, penguatan kelembagaan dapat dilakukan melalui penyusunan tata kelola organisasi yang lebih jelas, termasuk pembagian tugas dan tanggung jawab setiap lembaga. Pokdarwis dapat difokuskan sebagai pengelola destinasi dan pelayanan wisata, BUMDes sebagai pengelola unit usaha dan pemasaran produk wisata, kelompok tani sebagai penyedia atraksi agrowisata kopi dan alpukat, sedangkan kelompok UMKM berperan dalam pengembangan produk olahan dan souvenir khas desa. Pembagian peran yang jelas akan meningkatkan koordinasi dan mengurangi tumpang tindih pelaksanaan program.

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa para pengurus mengharapkan adanya pendampingan yang lebih intensif dari pemerintah daerah maupun perguruan tinggi, khususnya dalam bidang manajemen organisasi dan pengelolaan desa wisata. Salah seorang pengurus BUMDes menyampaikan bahwa mereka memerlukan pelatihan mengenai penyusunan rencana bisnis, strategi pemasaran, pengelolaan keuangan, dan pemanfaatan teknologi digital agar organisasi mampu bekerja secara lebih profesional. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kapasitas kelembagaan tidak hanya membutuhkan dukungan pendanaan, tetapi juga transfer pengetahuan dan pendampingan secara berkelanjutan.

Berdasarkan hasil penelitian, penguatan kapasitas kelembagaan merupakan salah satu strategi prioritas dalam model *Community-Based Tourism* yang dikembangkan. Penguatan tersebut diarahkan pada empat aspek utama, yaitu: (1) peningkatan kapasitas sumber daya manusia pengelola melalui pelatihan dan pendampingan; (2) penyusunan tata kelola organisasi yang profesional dan akuntabel; (3) penguatan jejaring kemitraan dengan pemerintah, perguruan tinggi, dunia usaha, dan komunitas; serta (4) penyusunan rencana bisnis desa wisata yang berorientasi pada

keberlanjutan. Melalui penguatan kelembagaan tersebut, diharapkan seluruh potensi budaya, kopi, dan alpukat dapat dikelola secara lebih terintegrasi sehingga mampu meningkatkan daya saing Desa Wisata Tambaksari sebagai destinasi wisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan.

4.3.3 Inovasi Produk Wisata Berbasis Budaya, Kopi, dan Alpukat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Tambaksari memiliki potensi lokal yang sangat beragam, meliputi kekayaan budaya, perkebunan kopi, kebun alpukat, panorama alam, serta berbagai produk pertanian yang berpotensi dikembangkan menjadi daya tarik wisata. Namun demikian, hasil observasi dan wawancara mengungkapkan bahwa potensi tersebut belum dimanfaatkan secara optimal oleh masyarakat. Pemanfaatan potensi wisata masih didominasi oleh sebagian kecil masyarakat yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau akses terhadap pengembangan usaha wisata, sedangkan sebagian besar masyarakat masih memandang kopi dan alpukat sebagai komoditas pertanian yang dijual dalam bentuk bahan mentah tanpa memberikan nilai tambah melalui kegiatan pariwisata maupun industri kreatif.

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan, diketahui bahwa masyarakat sebenarnya menyadari potensi desa yang dimiliki, tetapi belum memiliki kemampuan untuk mengembangkan potensi tersebut menjadi produk wisata yang menarik. Salah satu informan menyampaikan:

"Sebenarnya desa ini punya banyak potensi, mulai dari kopi, alpukat, sampai budaya. Tetapi yang mengelola hanya beberapa orang saja. Masyarakat lainnya masih fokus bertani dan belum tahu bagaimana potensi itu bisa dijadikan usaha wisata."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa kendala utama bukan terletak pada ketersediaan sumber daya, melainkan pada keterbatasan

pengetahuan, keterampilan, dan keberanian masyarakat untuk melakukan inovasi. Sebagian besar masyarakat masih menganggap sektor pariwisata sebagai kegiatan tambahan yang belum memberikan manfaat ekonomi secara langsung. Akibatnya, potensi budaya, kopi, dan alpukat belum berkembang menjadi produk wisata yang mampu memberikan pengalaman yang beragam kepada wisatawan.

Temuan penelitian juga menunjukkan bahwa inovasi produk wisata masih bersifat parsial dan belum terintegrasi. Beberapa aktivitas seperti pengolahan kopi, budidaya alpukat, maupun kegiatan budaya telah dilakukan oleh masyarakat, tetapi masing-masing berjalan sendiri-sendiri tanpa dikemas menjadi paket wisata yang utuh. Kondisi ini menyebabkan wisatawan hanya memperoleh pengalaman yang terbatas sehingga lama tinggal (*length of stay*) dan pengeluaran wisatawan di desa relatif rendah. Padahal, integrasi berbagai potensi lokal dapat menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik dan meningkatkan nilai ekonomi bagi masyarakat.

Kondisi tersebut sejalan dengan konsep *Community-Based Tourism* yang dikemukakan oleh Goodwin dan Santilli (2009), bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sangat ditentukan oleh kemampuan masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan sumber daya lokal menjadi produk yang bernilai ekonomi. Sementara itu, Kotler, Bowen, dan Makens (2017) menjelaskan bahwa inovasi produk merupakan strategi untuk meningkatkan daya saing destinasi melalui penciptaan pengalaman wisata yang unik, autentik, dan sesuai dengan karakteristik lokal.

Berdasarkan temuan penelitian, inovasi produk wisata di Desa Wisata Tambaksari perlu dikembangkan melalui pendekatan yang lebih terpadu. Potensi budaya, kopi, dan alpukat tidak lagi diposisikan sebagai atraksi yang berdiri sendiri, tetapi diintegrasikan dalam paket wisata tematik yang memberikan pengalaman menyeluruh kepada wisatawan. Sebagai contoh, wisatawan dapat mengikuti

kegiatan mengenal sejarah dan budaya desa, mengunjungi kebun kopi untuk mempelajari proses budidaya dan panen, mengikuti kelas sangrai (*roasting*) dan penyeduhan kopi, menikmati wisata petik alpukat, belajar mengolah produk berbahan dasar alpukat, serta menikmati pertunjukan seni dan kuliner khas desa. Integrasi tersebut akan menciptakan pengalaman wisata yang lebih lengkap sekaligus memperpanjang lama tinggal wisatawan.

Namun demikian, implementasi inovasi produk wisata memerlukan peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan dan pendampingan yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat mengharapkan adanya pelatihan mengenai pengembangan produk wisata, pengemasan paket wisata, pelayanan wisatawan, pengolahan hasil pertanian, pemasaran digital, serta manajemen usaha. Pendampingan dari perguruan tinggi, pemerintah daerah, dan praktisi pariwisata dipandang penting untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dalam menghasilkan inovasi yang sesuai dengan kebutuhan pasar.

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa diperlukan mekanisme yang mampu mendorong partisipasi masyarakat secara lebih luas. Selama ini, aktivitas wisata masih terkonsentrasi pada sekelompok kecil pelaku yang telah memiliki pengalaman atau akses terhadap informasi. Agar manfaat ekonomi dapat dirasakan secara merata, Pokdarwis, BUMDes, dan pemerintah desa perlu menyusun program pemberdayaan yang melibatkan kelompok tani, kelompok perempuan, pemuda, pelaku UMKM, serta komunitas budaya. Pelibatan yang lebih luas akan memperkuat rasa memiliki (*sense of ownership*) terhadap desa wisata sekaligus meningkatkan pemerataan manfaat ekonomi.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa permasalahan utama pengembangan inovasi produk wisata di Desa Wisata Tambaksari bukan disebabkan oleh keterbatasan potensi lokal, melainkan oleh

belum optimalnya kapasitas masyarakat dalam mengelola dan mengembangkan potensi tersebut menjadi produk wisata yang inovatif. Oleh karena itu, model *Community-Based Tourism* yang diusulkan menempatkan inovasi produk wisata sebagai hasil dari proses pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, dan kolaborasi dengan pemerintah, perguruan tinggi, serta sektor swasta. Melalui pendekatan tersebut, potensi budaya, kopi, dan alpukat diharapkan tidak hanya menjadi sumber daya yang dimiliki desa, tetapi juga menjadi penggerak utama peningkatan daya saing dan kesejahteraan masyarakat Desa Wisata Tambaksari.

4.3.4 Optimalisasi Pemasaran Digital

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan salah satu aspek yang masih belum berkembang secara optimal dalam pengelolaan Desa Wisata Tambaksari. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara, promosi destinasi masih didominasi oleh penyebaran informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) serta publikasi yang dilakukan ketika terdapat kegiatan atau event tertentu. Pemanfaatan media digital seperti media sosial, situs web, maupun platform promosi wisata masih bersifat terbatas dan belum dikelola secara konsisten sebagai bagian dari strategi pemasaran destinasi.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengurus Pokdarwis dan pelaku UMKM, diketahui bahwa sebagian besar masyarakat belum memiliki kemampuan yang memadai dalam mengelola media digital sebagai sarana promosi. Aktivitas promosi masih dilakukan secara sederhana, seperti mengunggah foto atau video tanpa perencanaan konten maupun target pemasaran yang jelas. Salah satu informan menyampaikan:

"Kami sebenarnya sudah punya media sosial, tetapi jarang diperbarui. Biasanya baru diunggah kalau ada tamu atau kegiatan tertentu. Belum ada yang khusus mengelola promosi desa wisata."

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa pemasaran digital belum menjadi bagian dari sistem pengelolaan desa wisata. Akibatnya, informasi mengenai potensi budaya, wisata kopi, kebun alpukat, maupun produk UMKM belum banyak dikenal oleh masyarakat di luar wilayah Desa Tambaksari. Kondisi ini berdampak pada rendahnya jangkauan promosi sehingga peluang untuk menarik wisatawan baru belum dimanfaatkan secara maksimal.

Hasil observasi juga menunjukkan bahwa berbagai potensi wisata yang dimiliki Desa Tambaksari belum terdokumentasikan secara baik dalam bentuk konten digital. Dokumentasi mengenai aktivitas petani kopi, proses budidaya alpukat, tradisi budaya, produk UMKM, maupun keindahan alam desa masih sangat terbatas. Padahal, karakteristik wisata saat ini menunjukkan bahwa keputusan wisatawan untuk berkunjung sangat dipengaruhi oleh informasi visual yang diperoleh melalui media sosial, video digital, maupun ulasan wisatawan di berbagai platform daring.

Temuan penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler, Kartajaya, dan Setiawan (2021) yang menyatakan bahwa pemasaran digital telah menjadi strategi utama dalam membangun hubungan antara penyedia jasa dengan konsumen melalui pemanfaatan teknologi informasi. Dalam sektor pariwisata, media digital tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi, penyebaran informasi, pembentukan citra destinasi, dan peningkatan kepercayaan calon wisatawan. Destinasi yang mampu memanfaatkan teknologi digital secara efektif cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi dibandingkan destinasi yang masih mengandalkan promosi konvensional.

Keterbatasan pemasaran digital di Desa Wisata Tambaksari tidak hanya disebabkan oleh kurangnya sarana teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh rendahnya literasi digital masyarakat dan belum adanya sumber daya manusia yang secara khusus bertanggung jawab mengelola promosi destinasi. Berdasarkan hasil

wawancara, pengurus Pokdarwis mengakui bahwa mereka masih memerlukan pelatihan mengenai pembuatan konten digital, fotografi dan videografi destinasi, pengelolaan media sosial, optimasi mesin pencari (*Search Engine Optimization*), serta strategi pemasaran digital yang sesuai dengan karakteristik pasar wisata.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa koordinasi antara Pokdarwis, BUMDes, pemerintah desa, dan pelaku UMKM dalam kegiatan promosi masih belum berjalan secara terpadu. Masing-masing pihak melakukan promosi secara mandiri tanpa adanya identitas merek (*branding*) desa wisata yang kuat. Kondisi tersebut menyebabkan informasi yang disampaikan kepada wisatawan belum konsisten dan belum mampu membangun citra Desa Wisata Tambaksari sebagai destinasi yang memiliki keunggulan budaya, kopi, dan alpukat.

Berdasarkan temuan tersebut, optimalisasi pemasaran digital perlu diarahkan pada peningkatan kapasitas masyarakat melalui pelatihan literasi digital, pengembangan tim pengelola media digital desa wisata, penyusunan kalender konten promosi, serta penguatan identitas merek (*destination branding*) Desa Wisata Tambaksari. Promosi juga perlu dilakukan secara lebih kreatif dengan menampilkan pengalaman wisata (*storytelling*), proses budidaya dan pengolahan kopi, wisata petik alpukat, pertunjukan budaya, produk UMKM, serta testimoni wisatawan dalam bentuk foto, video, dan konten interaktif. Kolaborasi dengan perguruan tinggi, komunitas kreatif, influencer, dan kreator konten lokal dapat menjadi strategi untuk meningkatkan kualitas promosi dan memperluas jangkauan pasar.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa pemasaran digital merupakan salah satu faktor strategis dalam pengembangan Desa Wisata Tambaksari. Permasalahan utama bukan terletak pada tidak tersedianya media digital, melainkan pada belum optimalnya kemampuan masyarakat dan kelembagaan dalam memanfaatkan teknologi digital sebagai instrumen promosi destinasi. Oleh karena itu,

model *Community-Based Tourism* yang dikembangkan dalam penelitian ini menempatkan pemasaran digital sebagai bagian integral dari strategi pengembangan desa wisata. Penguatan literasi digital, pengelolaan media promosi yang profesional, serta kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan diharapkan mampu meningkatkan visibilitas destinasi, memperluas pasar wisata, meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, dan pada akhirnya memperkuat daya saing serta keberlanjutan Desa Wisata Tambaksari.

4.3.5 Model Community-Based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Tambaksari

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menunjukkan bahwa Desa Wisata Tambaksari memiliki sumber daya wisata yang sangat potensial berupa kekayaan budaya lokal, perkebunan kopi, kebun alpukat, panorama alam, serta keberadaan kelembagaan desa seperti Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, dan kelompok UMKM. Namun demikian, potensi tersebut belum mampu memberikan manfaat ekonomi yang optimal bagi masyarakat. Permasalahan utama yang ditemukan bukan terletak pada keterbatasan potensi wisata, melainkan pada belum optimalnya kapasitas masyarakat, lemahnya manajemen kelembagaan, rendahnya inovasi produk wisata, serta belum maksimalnya pemanfaatan pemasaran digital.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengembangan Desa Wisata Tambaksari tidak dapat dilakukan hanya dengan membangun infrastruktur atau menambah objek wisata. Sebaliknya, pengembangan harus dimulai dari penguatan kapasitas masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan destinasi. Oleh karena itu, penelitian ini mengembangkan Model *Community-Based Tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai pusat (*people-centered tourism development*) melalui penguatan empat komponen utama yang saling terintegrasi, yaitu pemberdayaan masyarakat,

penguatan kelembagaan, inovasi produk wisata, dan optimalisasi pemasaran digital.

Komponen pertama adalah **pemberdayaan masyarakat**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat masih memanfaatkan kopi dan alpukat sebagai komoditas pertanian, sementara pemanfaatannya sebagai produk wisata masih dilakukan oleh sebagian kecil masyarakat. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan kapasitas dalam mengelola potensi lokal menjadi produk wisata yang bernilai ekonomi. Oleh karena itu, pemberdayaan masyarakat diarahkan pada peningkatan kompetensi melalui pelatihan dan pendampingan mengenai pelayanan wisata (*hospitality*), kepemanduan wisata, pengelolaan homestay, kewirausahaan, pengolahan hasil pertanian, literasi digital, serta pengembangan paket wisata. Pemberdayaan juga bertujuan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi pengembangan desa wisata sehingga manfaat pembangunan dapat dirasakan secara lebih merata.

Komponen kedua adalah **penguatan kapasitas kelembagaan**. Penelitian menemukan bahwa Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, kelompok UMKM, dan pemerintah desa telah terbentuk, namun fungsi kelembagaan belum berjalan secara optimal karena lemahnya manajemen organisasi, belum adanya pembagian tugas yang jelas, serta koordinasi antarlembaga yang masih terbatas. Oleh karena itu, model yang dikembangkan menekankan pentingnya penguatan tata kelola organisasi melalui peningkatan kemampuan manajerial, penyusunan standar operasional prosedur (SOP), penyusunan rencana kerja dan rencana bisnis desa wisata, penguatan sistem administrasi dan keuangan, serta pengembangan jejaring kemitraan dengan pemerintah daerah, perguruan tinggi, sektor swasta, dan komunitas. Penguatan kelembagaan diharapkan mampu menciptakan tata kelola desa wisata yang lebih profesional, transparan, dan berkelanjutan.

Komponen ketiga adalah **inovasi produk wisata berbasis potensi lokal**. Berdasarkan hasil penelitian, potensi budaya, kopi, dan alpukat belum dikembangkan menjadi produk wisata yang terintegrasi. Aktivitas wisata masih bersifat parsial dan belum mampu memberikan pengalaman yang lengkap kepada wisatawan. Oleh karena itu, model ini menawarkan pengembangan paket wisata tematik yang mengintegrasikan wisata budaya, agrowisata kopi, wisata petik alpukat, wisata edukasi pertanian, kuliner lokal, serta produk UMKM. Integrasi tersebut bertujuan menciptakan pengalaman wisata (*experiential tourism*) yang lebih menarik, meningkatkan lama tinggal wisatawan (*length of stay*), serta memperbesar pengeluaran wisatawan di desa sehingga memberikan dampak ekonomi yang lebih luas bagi masyarakat.

Komponen keempat adalah **optimalisasi pemasaran digital**. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi Desa Wisata Tambaksari masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut dan media sosial yang belum dikelola secara profesional. Akibatnya, potensi wisata desa belum dikenal secara luas oleh wisatawan. Oleh karena itu, model yang dikembangkan menempatkan pemasaran digital sebagai strategi utama dalam meningkatkan daya saing destinasi. Strategi tersebut meliputi peningkatan literasi digital masyarakat, pembentukan tim pengelola media digital desa wisata, penyusunan kalender konten promosi, pengembangan identitas merek (*destination branding*), pemanfaatan situs web resmi, media sosial, konten video, serta kolaborasi dengan kreator konten dan influencer. Penguatan pemasaran digital diharapkan mampu meningkatkan visibilitas destinasi, memperluas pasar wisata, dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Keempat komponen tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling memengaruhi dalam membentuk sistem pengelolaan desa wisata berbasis masyarakat. Pemberdayaan masyarakat akan meningkatkan kapasitas individu untuk berinovasi dan berpartisipasi aktif. Kapasitas tersebut akan lebih efektif

apabila didukung oleh kelembagaan yang kuat dan profesional. Kelembagaan yang baik akan memfasilitasi pengembangan produk wisata yang inovatif dan terintegrasi, sedangkan pemasaran digital menjadi instrumen untuk memperkenalkan produk tersebut kepada pasar yang lebih luas. Dengan demikian, keberhasilan pengembangan desa wisata merupakan hasil dari sinergi antara sumber daya manusia, kelembagaan, produk wisata, dan teknologi digital.

Model *Community-Based Tourism* yang dihasilkan dalam penelitian ini juga memperlihatkan pentingnya kolaborasi antarpemangku kepentingan melalui pendekatan **pentahelix**, yang melibatkan pemerintah, akademisi, pelaku usaha, komunitas, dan media. Berdasarkan hasil penelitian, peran akademisi masih belum optimal dalam memberikan pendampingan kepada masyarakat. Padahal, keterlibatan perguruan tinggi sangat diperlukan dalam meningkatkan kapasitas sumber daya manusia, mengembangkan inovasi produk wisata, memperkuat kelembagaan, serta meningkatkan kemampuan masyarakat dalam pemasaran digital. Oleh karena itu, penelitian ini menempatkan akademisi sebagai mitra strategis dalam implementasi model *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari.

Secara konseptual, model yang dikembangkan dapat digambarkan sebagai berikut:

Potensi Lokal (Budaya – Kopi – Alpukat) → Pemberdayaan Masyarakat → Penguatan Kelembagaan → Inovasi Produk Wisata → Pemasaran Digital → Peningkatan Kunjungan Wisatawan → Peningkatan Pendapatan Masyarakat → Pelestarian Budaya dan Lingkungan → Keberlanjutan Desa Wisata.

Model tersebut menunjukkan bahwa potensi lokal merupakan modal dasar yang harus didukung oleh peningkatan kapasitas masyarakat dan kelembagaan agar mampu menghasilkan inovasi produk wisata yang memiliki daya saing. Selanjutnya, produk

wisata yang berkualitas perlu dipromosikan melalui strategi pemasaran digital yang efektif sehingga mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Peningkatan kunjungan akan berdampak pada meningkatnya pendapatan masyarakat, memperkuat pelestarian budaya dan lingkungan, serta mendukung terwujudnya Desa Wisata Tambaksari sebagai destinasi wisata yang berdaya saing, inklusif, dan berkelanjutan. Model ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Pemerintah Desa Tambaksari, Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, kelompok UMKM, serta pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan dan strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat.

V. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan *Community-Based Tourism* (CBT), mengidentifikasi potensi budaya, kopi, dan alpukat, menganalisis faktor pendukung dan penghambat, mengembangkan model *Community-Based Tourism*, serta merumuskan strategi pengembangan Desa Wisata Tambaksari yang berdaya saing dan berkelanjutan. Berdasarkan hasil analisis penelitian, dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan *Community-Based Tourism* di Desa Wisata Tambaksari menunjukkan bahwa masyarakat memiliki peran penting dalam pengembangan desa wisata melalui keterlibatan dalam pengelolaan atraksi wisata, pelestarian budaya, pengembangan agrowisata kopi dan alpukat, serta penyediaan produk dan jasa wisata. Tingkat partisipasi masyarakat menjadi faktor utama dalam mendukung keberlanjutan pengelolaan desa wisata.
2. Desa Wisata Tambaksari memiliki potensi lokal yang beragam, meliputi potensi budaya, perkebunan kopi, kebun alpukat, panorama alam, serta produk UMKM berbasis sumber daya lokal. Potensi tersebut saling melengkapi dan

dapat diintegrasikan menjadi produk wisata yang memberikan pengalaman (*experiential tourism*) bagi wisatawan sekaligus meningkatkan nilai tambah ekonomi masyarakat.

3. Pengembangan Desa Wisata Tambaksari dipengaruhi oleh berbagai faktor pendukung, antara lain kekayaan potensi lokal, dukungan pemerintah desa, keberadaan Pokdarwis, BUMDes, kelompok tani, dan semangat masyarakat dalam mengembangkan pariwisata. Sementara itu, faktor penghambat meliputi keterbatasan kapasitas sumber daya manusia, belum optimalnya koordinasi kelembagaan, terbatasnya inovasi produk wisata, serta pemanfaatan pemasaran digital yang masih perlu ditingkatkan.
4. Model *Community-Based Tourism* yang dikembangkan dalam penelitian ini menempatkan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan desa wisata melalui sinergi antara pemberdayaan masyarakat, penguatan kelembagaan, pengembangan produk wisata berbasis budaya, kopi, dan alpukat, serta optimalisasi pemasaran digital. Model ini menggambarkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata tidak hanya bergantung pada potensi yang dimiliki, tetapi juga pada kemampuan masyarakat dan kelembagaan dalam mengelola potensi tersebut secara kolaboratif dan berkelanjutan.
5. Strategi pengembangan Desa Wisata Tambaksari diarahkan pada empat aspek utama, yaitu: (a) pemberdayaan masyarakat melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia di bidang pelayanan wisata, kewirausahaan, dan literasi digital; (b) penguatan kapasitas kelembagaan Pokdarwis, BUMDes, dan kelompok masyarakat melalui tata kelola yang profesional dan kolaboratif; (c) inovasi

produk wisata dengan mengintegrasikan budaya lokal, agrowisata kopi, dan kebun alpukat ke dalam paket wisata tematik yang bernilai tambah; serta (d) optimalisasi pemasaran digital melalui pemanfaatan media sosial, situs web, dan platform digital untuk memperluas promosi dan meningkatkan daya saing destinasi. Implementasi strategi tersebut diharapkan mampu mewujudkan Desa Wisata Tambaksari sebagai destinasi wisata yang berdaya saing, berkelanjutan, serta memberikan manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan bagi masyarakat lokal.

Daftar Pustaka

- Chambers, R. (1995). *Poverty and livelihoods: Whose reality counts?* Institute of Development Studies.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: A Success?* International Centre for Responsible Tourism, University of Greenwich.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Routledge.
- Nuryanti, W. (1993). Concept, Perspective and Challenges. In *Proceedings of the International Conference on Cultural Tourism*. Gadjah Mada University Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi terbaru). Alfabeta.
- UNWTO. (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. World Tourism Organization.

- UNWTO. (2021). *International Tourism Highlights*. World Tourism Organization.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). *Pedoman Pengelolaan Desa Wisata Berkelanjutan*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2022). *Pedoman Desa Wisata*. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Pasuruan. (2024). *Kabupaten Pasuruan dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik.
- Pemerintah Desa Tambaksari. (2024). *Profil Desa Wisata Tambaksari*. Pemerintah Desa Tambaksari.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Timothy, D. J. (1999). Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. *Annals of Tourism Research*, 26(2), 371–391.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613–633.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249.
- Ashley, C., & Roe, D. (2002). Making tourism work for the poor: Strategies and challenges in southern Africa. *Development Southern Africa*, 19(1), 61–82.
- Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156.
- Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4–5), 411–421.
- Dodds, R., Ali, A., & Galaski, K. (2018). Mobilizing knowledge: Determining key elements for success and pitfalls in developing community-based tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(13), 1547–1568.
- United Nations. (2015). *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations.