

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT: INOVASI SOSIAL PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT PADA KAMPUNG WISATA BISNIS TEGALWARU

Fatih Muhammad Fakhri Al Mubarak¹, Rini Andarini¹, Agus Sudono²

¹Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

²Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial,
Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia

Abstract: Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru merupakan desa wisata yang menawarkan wisata edukasi bisnis sebagai produk wisatanya. Kampung Wisata bisnis Tegalwaru sebagai satu-satunya desa wisata dengan konsep wisata edukasi bisnis di seluruh Indonesia dapat dibuktikan dengan statusnya sebagai desa mandiri dan desa percontohan yang model konsep pemberdayaan desanya digunakan oleh pemerintah untuk mengembangkan desa lain yang memiliki potensi untuk diberdayakan.

Keywords: Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat, Inovasi Sosial, Pemberdayaan Masyarakat, Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru

Abstrak: *The Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru is a tourist village that offers business education tours as a tourism product. The Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru throughout Indonesia can be proven by its status as an independent village and a pilot village whose village empowerment concept model is used by the government to develop other villages that have the potential to be empowered.*

Kata kunci: *Community Based Tourism, Social Innovations, Community Empowerment, Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru*

PENDAHULUAN

Beragam pilihan destinasi wisata di Indonesia sebagai sarana rekreasi maupun edukasi saat ini menjadikan pariwisata Indonesia memiliki segudang destinasi yang unik dan menarik. Wisatawan dapat memilih jenis dan atraksi apapun yang diinginkan, ketersediaan destinasi wisata di setiap daerah tak luput menjadi identitas suatu daerah tersebut yang menjadi motivasi wisatawan untuk berkunjung baik wisatawan lokal maupun interlokal. Sejak 2019 lalu sektor pariwisata ditetapkan sebagai sektor unggulan pembangunan nasional oleh pemerintah Indonesia, menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar dan tercepat pertumbuhannya. Bahkan sektor industri pariwisata menjadi inti ekonomi Indonesia jangka panjang untuk tahun-tahun ke depan. Berbagai jenis destinasi wisata marak bermunculan dikarenakan peluang dari industri pariwisata memiliki potensi yang masih amat besar. Salah satu faktor yang melatar belakangi pariwisata merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level bawah masyarakat. Destinasi pariwisata yang telah terbukti mendatangkan sumber pendapatan pada masyarakat lokal salah satunya terdapat jenis pariwisata yang berbasis komoditi atau komunitas dalam hal ini desa sangat berperan penting

didalamnya. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf) menyatakan bahwa pandemi COVID-19 telah mengubah banyak hal termasuk tren pariwisata saat ini, pariwisata alternatif menjadi tujuan baru salah satunya difokuskan kepada desa wisata yang dianggap akan menunjang gaya hidup masyarakat Indonesia pasca pandemic. UU No.10/2009 tentang Kepariwisataan Pasal 4 menyebutkan kepariwisataan bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestrakan alam, lingkungan, dan sumber daya, serta mamajukan kebudayaan. Berdasarkan hal tersebut jelas pariwisata harus memiliki dampak positif bagi masyarakat dan mampu membangkitkan potensi yang ada termasuk potensi pariwisata yang dimiliki desa. Desa bertemakan desa wisata saat ini berkembang pesat di seluruh daerah yang ada di Indonesia. Berbagai jenis serta konsep desa wisata bermunculan dengan inovasi yang unik sesuai dengan aset yang dimiliki oleh setiap desa yang dirancang berdasarkan karakteristik geografis wilayah, kebudayaan setempat masyarakatnya, hasil pertanian dan peternakan yang diolah, serta kolaborasi partisipatif seluruh masyarakat untuk menonjolkan keunggulan yang dimiliki.

KAJIAN LITERATUR

Dewasa ini paradigma pemberdayaan masyarakat muncul sebagai isu adanya kenyataan faktual akan kesenjangan ekonomi yang belum terselesaikan terutama antara masyarakat di pedesaan. Berdasarkan paradigmanya, pemberdayaan masyarakat didasari dengan adanya penempatan masyarakat sebagai pusat perhatian sekaligus pelaku utama pembangunan serta pembangunan terpusat kepada masyarakat yang merupakan proses pembangunan yang mendorong prakarsa masyarakat yang berawal dari bawah (Alfitri, 2011).

Mengutip konsep pemberdayaan oleh Friedmann dalam (Wrihatnolo dan Riant, 2007) terkait munculnya konsep pemberdayaan sebagai konsep alternatif pembangunan yang pada intinya menekankan otonomi pengambilan keputusan dari suatu kelompok masyarakat yang berlandaskan sumber daya pribadi, partisipatif, demokratis dan pembelajaran sosial melalui pengalaman langsung.

Konsep pemberdayaan masyarakat mencakup pengertian community development (pembangunan masyarakat) dan community based development (pembangunan yang bertumpu pada masyarakat) dan tahap selanjutnya muncul istilah community driven development sebagai pembangunan yang diarahkan masyarakat atau sebagai pembangunan yang digerakkan oleh masyarakat. (Dwidjowijoto, 2007).

Pemberdayaan pada hakikatnya adalah untuk menyiapkan masyarakat agar mampu dan mau secara aktif berlaku partisipatif dalam setiap program dan kegiatan dalam upaya pembangunan yang bertujuan untuk memperbaiki muni hidup atau kesejahteraan baik dalam pengertian ekonomi, sosial, fisik maupun mental (Mardikanto, 2010)

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif Pendekatan kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif dimana peneliti berusaha mengerti kejadian atau fenomena secara alami tanpa ada unsur manipulasi fenomena yang sedang diamati (Crotty 1998; Hoepfl 1997; Sekaran 2000 dalam Sarosa 2012).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sejarah singkat perusahaan

Desa Tegalwaru merupakan wilayah pedesaan pada umumnya. Letak wilayah di lereng gunung salak dimanfaatkan oleh sebagian masyarakat untuk bercocok tanam. Selain itu masyarakat Desa Tegalwaru sebagian besar memiliki usaha mikro atau usaha kecil berbasis home industry. Melihat

potensi yang dimiliki oleh masyarakat sekitar, Yayasan Kuntum Indonesia (YKI) menggagas dibentuknya Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru. Yayasan Kuntum Indonesia digagas oleh ibu Tatiek Kancaniati dan bergerak dalam melayani masyarakat perdesaan, terutama dalam membentuk dan meningkatkan kapasitas pemberdayaan ekonomi. Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru (KWBT) beridiri sejak tanggal 18 juni 2008 yang diawali dari keinginan untuk membantu masyarakat terutama jandajanda yang berada di Desa Tegalwaru agar dapat memiliki penghasilan tambahan maupun penghasilan utama untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Banyaknya angka perikahan dini serta tingkat perceraian di daerah sekitarnya membuat ibu Tatiek Kancaniati tertantang untuk mensejahterakan masrakat sekitarnya.

Struktur Organisasi Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru

Menurut Robbins & Judge (2014: 231) Struktur organisasi adalah untuk menunjukkan bagaimana tugas pekerjaan secara formal dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasijian secara formal. Kemudian (2016: 322) mereka mendefinisikan bahwa struktur organisasi adalah pengaturan formal pekerjaan dalam suatu organisasi. Struktur ini, yang dapat ditampilkan secara visual dalam bagan organisasi, juga melayani banyak tujuan.



Gambar 1 Struktur Organisasi KWBT

Profile Mitra UMKM di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru

1. Wayang Golek

Nama: Golek Waris

Pemilik: Risna Jaya

Unit usaha: Kesenian & Kerajinan

Jumlah karyawan: 3

Golek Waris merupakan salah satu UMKM yang bermitra dengan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru yang bertempat di Kampung

Cikarawang RT 02/04 Desa Tegalwaru Kecamatan Ciampea Kabupaten Bogor. Berawal dari kegemaran bapak Risna membuat wayang sedari umur 12 tahun dan akhirnya berlanjut menjadi usaha yang dilakoni hingga saat ini dengan motivasi tetap melestarikan kebudayaan yang semakin kurang digemari oleh masyarakat di era modern ini. Golek waris berdiri pada tahun 2006 yang berawal dari kegemaran sang pemilik untuk melestarikan budaya wayang yang sudah sedari dulu menjadi suatu wilayah kesenian yang digunakan sebagai sarana hiburan serta edukasi kepada masyarakat Indonesia. Bermodalkan skill membuat wayang dengan proses pengerjaan 7 (tujuh) hari untuk membuat satu wayang golek dengan peralatan seadanya membuat sang pemilik kewalahan dalam pengerjaannya dan tidak dapat memenuhi target produksi. Pendistribusian juga hanya perseorangan Word of Mouth (WOM) dari satu orang ke orang lainnya, terlihat pemasaran belum menyebar dan pendistribusian masih belum terkelola dengan baik. Selama ini bapak Risna sebagai pembuat dan penjual melakukan penjualan di sekitar wilayah yang terdekat dari destinasi wisata seperti Taman Mini Indonesia Indah, Kebun Raya Bogor dan Taman Impian Jaya Ancol. Pada tahun 2008 melalui tawaran untuk bermitra dengan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru akhirnya bapak Risna termotivasi untuk bermitra untuk dapat memperluas pasar serta upgrade cara marketing yang lebih baik lagi terutama tertarik untuk mendapatkan kunjungan dari wisatawan yang datang.

2. Nama: My Qeena by Kirana Stuff

Pemilik: Merry Sasmita

Unit usaha: Tas & Dompet

Jumlah karyawan: 30

My Qeena by Kirana Stuff merupakan salah satu UMKM yang memproduksi tas di Desa Tegalwaru. Berdiri sejak tahun 2013 berawal dari idealisme ibu Merry untuk memiliki tas dengan brand milik sendiri dimana disekitarnya banyak usaha pembuatan produk tas yang tidak memiliki brand dimana produksi barang-barang KW. Pada 2013 diawali dengan nama Kirana Stuff, pada tahun 2017 ingin mematenkan nama Kirana Stuff namun nama tersebut sudah terpakai oleh brand lain di HAKI sehingga pada tahun 2017 di ubah namanya menjadi My Qeena by Kirana Stuff.

3. Nama: Kerupuk

Pemilik: Agus Kurniadi

Unit usaha: Produksi makanan

Jumlah karyawan: 50

UMKM kerupuk yang dilakoni oleh bapak Agus merupakan usaha turun temurun yang dikelola oleh keluarganya sejak tahun 1982. Keadaan usaha turun temurun ini berjalan sebagai unit usaha dengan metode yang masih lampau. Manajemen bisnis yang seadanya serta produksi dengan alat-alat manual yang sangat membutuhkan karyawan yang

banyak serta sulit memenuhi kebutuhan pasar masih terbelang lambat. 4. Nama: Imah Gendang

Pemilik: Yahya Kurniawan

Unit usaha: Kesenian & Kerajinan

Jumlah karyawan: 3

Awal mula terbentuknya usaha produksi gendang dari tahun 1990 secara turun temurun sebagai bentuk pelestarian kebudayaan music tradisional yang ingin dipertahankan nilainya. Memiliki ciri khas sebagai gendang Tol-Tak dimana suara yang dihasilkan memiliki keunikannya tersendiri. Keadaan usaha dengan peralatan tradisional masih dipertahankan sampai saat ini, namun keterbatasan modal menjadi faktor utama yang melatar belakangi bapak Yahya untuk bermitra dengan Kampung Wisata Bisnis pada tahun 2008.

Hasil Penelitian

Wawancara dilaksanakan mulai dari bulan Mei sampai dengan Agustus 2022 terhadap 6 orang narasumber yakni 2 orang narasumber utama, serta 4 orang narasumber pendukung. Narasumber yang berhasil diwawancarai intensif dengan nama Tatiek Kancaniati selaku owner dari Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru serta bapak R. Haerudin sebagai kepala Desa Tegalwaru yang bertugas sedari awal pendirian Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru berjalan. Wawancara dengan owner dilaksanakan sebanyak 2 kali yakni pada hari Rabu 11 Mei 2022 serta pada hari Jumat 17 Juni 2022, wawancara dengan kepala desa dilaksanakan pada hari Sabtu 2 Juli 2022, dan untuk para mitra UMKM di Desa Tegalwaru wawancara terlaksana pada Minggu 23 Juli 2022 hingga Selasa 2 Agustus 2022. Data yang tidak terungkap melalui wawancara dilengkapi dengan data hasil observasi partisipatif pafa rentang waktu bulan April sampai dengan bulan Agustus 2022. Untuk memperkuat substansi data hasil wawancara dan observasi kemudian dilakukan penelusuran terhadap arsip dokumentasi yang ada berdasarkan jejak digital media online. Semua data hasil penelitian berdasarkan fokus pertanyaan penelitian sebagai berikut:

Strategi Pemberdayaan Masyarakat berbasis Pariwisata sebagai metode pembentukan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru

Pemberdayaan masyarakat sudah bukan menjadi hal umum bagi proses peningkatan kesejahteraan ekonomi dengan basis apapun. Salah satunya adalah 60 pemberdayaan berbasis pariwisata dengan tujuan mensejahterakan masyarakat. Konsep CBT (Community Based Tourism) atau pemberdayaan masyarakat berbasis pariwisata mempunyai prinsip-prinsip yang dapat digunakan sebagai tool of community development bagi masyarakat local (citacion)

- a. Mengakui, mendukung dan mempromosikan pariwisata yang dimiliki

- masyarakat. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Tentu yang pertama adalah silaturahmi dulu untuk menyamakan atau menyampaikan niat baik kita untuk membuat wisata bisnis itu bukan hanya sekedar mencari profit oriented tetapi membantu dari sisi pasar. Yang pertama kita lakukan izin dulu kepihak Desa Tegalwaru dan Kecamatan Ciampea bahwa kita punya ide Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dan akhirnya pihak pemerintah sangat mendukung dan kemudian kita analisis usaha-usaha yang sehat dari sisi perhitungannya produksinya menguntungkan kemudian produknya baik dari sisi kualitasnya dan kita wawancarai setelah itu kita nilai baik lalu kita buat MoU untuk mengikat mitra karena ingin melihat mereka mau atau tidak untuk memenuhi hak dan kewajiban menjadi mitra Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru karena mereka harus mengajarkan, menyampaikan dan mereka mau dengan kompensasi setiap pengunjung dikenakan tarif tiket paket wisata yang berbeda-beda tergantung jenis yang dipilihnya.
- b. Melibatkan anggota masyarakat sejak awal pada setiap aspek. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Ketika Gerakan partisipatif masyarakat itu terlibat banyak gitu. Jadi inikan memang dari awal pariwisata ini basisnya pemberdayaan jadi memang sebanyak-banyaknya melibatkan banyak orang agar terjadinya gerakan partisipatif gitu. Jadi misalkan tamu dating yang menjemput tuh tour guidenya tukang ojek, ada mobil odongodong kita kerjasama, yang masak ada kelompok ibu-ibu berdaya, ya pokoknya dilibatkan masyarakat.
- c. Mempromosikan kebanggaan masyarakat Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Jujur saja kita ga pernah tuh dateng-dateng ke sekolah menawarkan, mempresentasikan gitu untuk bisa berkunjung kesini, ataupun beriklan kita tuh belum pernah melakukan hal-hal itu, pemasarannya masih ya update di Instagram, di facebook, sama kebanyakan melihat dari sosial media dan juga dari mulut-kemulut gitu. Sisanya ya

- dari TV, Koran sejenis media cetak dan media elektronik aja."
- d. Meningkatkan kualitas hidup. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Dulu status desa adalah sangat tertinggal bayangkan mulai dari tingkat indeks kemiskinannya masih lebih dari 38% dari sisi pendidikannya dari sisi kesehatannya masih banyak yang gizinya buruk dan lain sebagainya. Nah dengan adanya Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru di tahun 2010 indeks desa meningkat bahkan sempat menjadi desa yang mandiri dan menjadi desa berkembang. Jadi perubahan dari tingkat angka kemiskinan saja kurang lebih hanya sekitar 18% itu saya pernah ngecek sendiri datanya dari Kementrian Sosial dari 13.800 penduduk Tegalwaru itu yang masih terdata sebagai masyarakat ekonomi rendah sekitar 11.100 penduduk, belum lagi dari sisi ekonomi masyarakatnya belum masuk ke Radio belum masuk ke TV, Koran, dan media lainnya ya akita selama menjadi Kampung Wisata Bisnis hamper semua media cetak maupun elektronik TV juga ini mengekspos semua produk-produk kita."
- e. Menjamin sustanbilitas lingkungan. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Untuk lingkungan tersendiri terlihat sih ya disini jadi lebih tertata lah dan kalau soal keberlanjutan sudah pasti ya, lingkungan alam juga masih ada bahkan hasil dari produksi UMKM pun ya tidak menghasilkan limbah yang banyak juga" Selain itu Bapak R.
- f. Memelihara karakter dan budaya lokal yang unik. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: "Di sini aja kita ada dua UMKM kerajinan kesenian tradisional yang pertama ada wayang golek dan yang kedua ada gendang nah ini justru kita pertahankan terus unit usahanya agar kebudayaan kita masih terus terjaga begitu terutama kebudayaan sunda yang kita wariskan dari leluhur kita" Selain itu Bapak R. Haerudin selaku kepala Desa Tegalwaru mengatakan bahwa: "Budaya lokal ya tegalwaru ini kan ada ya justru kita berusaha agar tetap terjaga kelestariannya dan justru wayang golek dari kita saja sudah sangat terkenal istilahnya banyak sekali diliput juga dari

- TV dan media lainnya seperti itu” Berdasarkan hasil dari wawancara tersebut dapat diperoleh bahwa Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru sudah memelihara karakter serta budaya local dalam hal ini budaya sunda yang unik dan terus dipertahankan hingga saat ini.
- g. Membantu mengembangkan crosscultural learning.
Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru, mengatakan bahwa: “Apa ya kalau soal ini sih tidak ada ya” Selain itu Bapak R. Haerudin selaku kepala Desa Tegalwaru mengatakan bahwa: “Mungkin kalau soal ini ya bisa ditanyakan langsung ke Ibu Tatiek yang lebih memahami ya dalam artian beliau lah meperkasa program ini kan” Berdasarkan hasil dari wawancara tersebut dapat diperoleh bahwa tidak adanya pengembangan cross-cultural learning yang dilaksanakan oleh Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru ini
 - h. Menghormati perbedaan-perbedaan kultural dan kehormatan manusia.
Berdasarkan hasil deskripsi dapat dilihat bahwa dengan adanya kunjungan wisatawan dari luar negeri dan masyarakat sudah terbuka dengan kultur budaya yang dibawa oleh wisatawan.
 - i. Mendistribusikan keuntungan secara adil diantara anggota masyarakat.
Berdasarkan hasil deskripsi dapat dilihat bahwa keterlibatan masyarakat tentunya memiliki motivasi untuk mendapatkan keuntungan dari apa yang bisa ditawarkan setiap masyarakat dari aset yang dimiliki. Pendistribusian keuntungan dibagikan secara adil berlandaskan konsep social entrepreneurship dimana unit usaha wisata bisnis ini bukan milik perseorangan namun milik bersama, masyarakat bersama-sama menawarkan kemampuan yang dimiliki dan menjadi satu-kesatuan yang berhubungan dan diperlukan dalam setiap kegiatan pariwisata sehingga memiliki perannya masing-masing untuk mendapatkan keuntungan. Masyarakat juga turut andil dalam permusyawaratan pendistribusian keuntungan agar dapat dibagikan secara adil dan menyeluruh.

Menganalisis Dampak Inovasi Sosial terhadap Perkembangan UMKM yang sudah Bermitra dengan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru
Penduduk desa merupakan aktor utama dalam pemberdayaan untuk pengembangan desa dimana

merupakan individu yang memiliki tanggung jawab pelaksana proses pemberdayaan di desa tersebut. Langkah awal dari pemberdayaan yang dilakukan oleh Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru adalah membuat program untuk melahirkan kader social entrepreneur dengan melakukan pendekatan kepada masyarakat, kepemudaan, serta para tokoh masyarakat agar dapat memahami potensi maupun permasalahan yang ada di sekitarnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu Tatiek Kancaniati sebagai owner dari Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru mengenai social entrepreneur sebagai berikut: "Social entrepreneur itu adalah seorang yang mengerti permasalahan lingkungannya dan dia melakukan analisis untuk mencari solusi baik secara ekonomi, sosial, agama, teknologi, dan lain sebagainya untuk memecahkan permasalahan tersebut. Jadi seseorang yang memahami bagaimana orang lain juga merasakan adanya masalah dan solusi serta potensi yang bisa digali dari lingkungan tersebut" Dengan terciptanya kader-kader sosial yang memiliki pemahaman akan pentingnya melakukan pergerakan untuk pembangunan lingkungan masyarakatnya maka terbentuklah pondasi dasar yang kuat sebagai alternatif dalam mengatasi masalah kemiskinan. Sebab social entrepreneur bukan hanya sebagai instrument perubahan angka ekonomi, namun lebih jauh lagi keberlangsungannya sebagai instrument pengubah nilai, pandangan dan jalan baru bagi kehidupan. (Juawaini, 2012:11). Pemberdayaan masyarakat yang dilakukan oleh Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dapat dilihat berdasarkan dinamika inovasi sosial menurut (Akongkorn, 2013) bahwa dalam model tersebut inovasi sosial yang dibangun oleh masyarakat Desa Tegalwaru telah mencapai tahapan diffuse (difusi) dimana kemasan produk bernama Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru yang dibangunnya ini sudah dapat memberikan manfaat untuk masyarakat luas dan menyebar melampaui manfaat di tujuan awal karena dipergunakan oleh masyarakat di luar komunitas target perencanaan awal. Ibu Tatiek Kancaniati selaku owner mengatakan sebagai berikut: "Jadi kita kan dari 2010 itu belum ada kementerian yang mengarahkan untuk membangun desa wisata itu gak ada, nah kita akhirnya waktu itu kementerian desa kan bulak-balik ke kita termasuk waktu itu ada dari pemerintahan Jepang yang datang Bersama kementerian desa datang kesini riset tentang konsep wisata bisnis langsung datang kebagian penelitian sampai dua minggu tinggal disini dia bikin konsep-konsep apa yang menjadi sebuah kelebihan dalam artian kekuatan untuk menjadi suatu desa wisata yang akhirnya itu menjadi suatu kebijakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan terkait studi kasus mengenai pengembangan masyarakat berbasis pariwisata di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dapat ditarik kesimpulan bahwa program pemberdayaan ekonomi dengan konsep inovasi sosial yaitu social entrepreneur berupa pengembangan pariwisata berbasis masyarakat yang di implementasikan kepada masyarakat Desa Tegalwaru dapat terbilang sudah mencapai tahapan difusi dimana kemas produk wisata edukasi yang berfokus kepada pembelajaran model bisnis home industry ini sudah dapat memberikan manfaat untuk masyarakat luas dan menyebar melampaui manfaat tujuan awalnya yang terfokus untuk memberantas tingkat kesenjangan sosial namun dapat menjadi suatu desa mandiri kreatif yang digunakan pemerintah dari berbagai provinsi sebagai desa percontohan dimana metode yang sudah digunakan dalam pengembangan masyarakat berbasis desa wisata di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru ini juga digunakan untuk kepentingan mengembangkan desa-desa lain di seluruh Indonesia.

Berdasarkan hasil penelitian mengenai rumusan masalah pertama dapat disimpulkan bahwa:

1. Setelah mengkaji strategi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat terhadap pembentukan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru dapat disimpulkan pemberdayaan masyarakat yang diawali sebagai pola pikir untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat Desa Tegalwaru menjadi motivasi utama dalam pembentukan desa wisata.
2. Adanya motivasi yang kuat bagi masyarakat untuk lepas dari kemiskinan dan memperoleh kehidupan yang lebih baik sehingga awal mula adanya sosialisasi pemberdayaan masyarakat memiliki antusiasme yang sangat tinggi.
3. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat berhasil diuji dan dilaksanakan sebagai pembentukan serta keberlangsungan proses pemberdayaan masyarakat di Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru 85
4. Partisipatif masyarakat menjadi faktor utama dalam keberhasilan pengembangan pariwisata berbasis masyarakat dimana masyarakat secara terbuka dan aktif turut andil dalam segala aspek yang dibutuhkan untuk menjalani proses pengembangan.
5. Pengembangan pariwisata berbasis masyarakat sangat berpengaruh terhadap pembentukan Kampung Wisata Bisnis Tegalwaru.

DAFTAR PUSTAKA

- ADILLA, H., Jamhur, P., & Fitri, K. (2022). PENGELOLAAN OBJEK WISATA MADU TIGA BEACH & RESORT DI DESA MALANG RAPAT KABUPATEN BINTAN (Doctoral dissertation, Universitas Maritim Raja Ali Haji).
- Adi, I. N. R., & Mulyadi, M. (2019). Mediasi Community Based Tourism Pada Pengaruh Peran Desa Adat Terhadap Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Penglipuran Kabupaten Bangli. *Jurnal Media Bina Ilmiah*, 14(3).
- Amalia, A. D., & Syawie, M. (2015). Pembangunan Kemandirian Desa melalui konsep pemberdayaan: Suatu Kajian dalam perspektif sosiologi. *Sosio Informa: Kajian Permasalahan Sosial dan Usaha Kesejahteraan Sosial*, 1(2).
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). Metodologi penelitian kualitatif. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Asker, S. A., Boronyak, L. J., Carrard, N. R., & Paddon, M. (2010). *Effective community based tourism: A best practice manual*.
- Astuti, Y. D. (2010). Pemetaan Dampak Ekonomi Pariwisata Dalam Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT). Surakarta: Skripsi Universitas Sebelas Maret.
- Avriyanti, S. (2021). Strategi bertahan bisnis di tengah pandemi covid-19 dengan memanfaatkan bisnis digital (studi pada ukm yang terdaftar pada dinas koperasi, usaha kecil dan menengah kabupaten Tabalong). *Jurnal PubBis*, 5(1), 60-74.
- Farransahat, M., Damayanti, A., Suyatna, H., Indroyono, P., & Firdaus, R. S. (2020). Pengembangan Inovasi Sosial Digital: Studi Kasus pasarsambilegi. *id. Journal of Social Development Studies*, 1(2), 14-26.
- Goodwin, H., & Santili, R. (2009). *Communitybased Tourism*. ICRT Occasional Paper 11.
- Hafiluddin, M. R., Suryadi, S., & Saleh, C. (2014). Strategi pemberdayaan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) berbasis "community based economic development"(studi pada pelaku UMKM di kecamatan Sukodono kabupaten Sidoarjo). *Wacana Journal of Social and Humanity Studies*, 17(2), 68-77.
- Utomo, H. (2015). Menumbuhkan minat kewirausahaan sosial. *Among Makarti*, 7(2).
- Hutomo, M. Y. (2000). *Pemberdayaan masyarakat dalam bidang ekonomi: Tinjauan teoritik dan implementasi*. Bappenas, Jakarta.
- . Unpublished master's thesis. Department of English Language and Literature: National

- University of Singapore. **(for unpublished dissertation/thesis)**
- Khadijah, S. (2014). KOMUNIKASI PARTISIPATIF DALAM PEMBENTUKKAN KAMPOENG WISATA BISNIS TEGALWARU (KWBT) DI KECAMATAN CIAMPEA KABUPATEN BOGOR. Makna: Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, dan Budaya, 5(1), 19- 31.
- Kusniawati, D., Islami, N. P., Setyaningrum, B., & Prasetyawati, E. (2017). Pemberdayaan masyarakat berbasis potensi lokal melalui program desa wisata di Desa Bumiaji. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi, 2(1), 59-72. 88
- Kusumastuti, R., Sakapurnama, E., Fauzi, A., & Nurita, P. (2019). MEMAHAMI MODEL BISNIS PRAKTEK INOVASI SOSIAL: KAJIAN DESA WISATA BISNIS TEGALWARU. AdBispreneur: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Administrasi Bisnis dan Kewirausahaan, 3(2), 131-142.
- Mardikanto, T. (2010). Konsep-konsep pemberdayaan masyarakat. Solo (ID): Fakultas Pertanian, UNS.
- Nomor, U. U. (2009). 10.(2009). Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan. UU No 10 2009.
- Puspitawati, L., & Wisdayanti, M. (2020). Kesuksesan Sistem Informasi Akuntansi yang Dipengaruhi oleh Optimalisasi Dukungan Manajemen Puncak serta Efektifitas Struktur Organisasi. Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan, 8(3), 531-540.
- Raharjana, D. T. (2012). Membangun pariwisata bersama rakyat: Kajian partisipasi lokal dalam membangun Desa wisata di dieng plateau. Jurnal Kawistara, 2(3).
- Robbins, S. P., Chatterjee, P., & Canda, E. R. (2011). Contemporary human behavior theory: A critical perspective for social work. Pearson Higher Ed.
- Sarosa, S. (2021). Analisis Data Penelitian Kualitatif. PT Kanisius. Soetomo, P. M., & Pemecahannya, U. (2011). Pustaka Pelajar.
- Srinatania, D., & Karlina, R. C. (2021). Pengalaman Hidup Pada Remaja Dengan HIV/AIDS Di Kota Bandung. Risenologi, 6(1a), 43-58.
- Suparjan, H. S., & Hempri, S. (2003). Pengembangan Masyarakat. Yogyakarta: Aditya media.
- Susanto, A. (2015). What factors influence the quality of accounting information. International Journal of Applied Business and Economic Research, 13(6), 3995- 4014. Sutarto, D. (2018). Pemberdayaan Masyarakat Pesisir Berbasis Keluarga Persepektif Gender. Jurnal Trias Politika, 2(2), 267-283.
- Syahrudin, S., & Pramudya, W. (2018). EFFECTIVENESS OF THE IMPLEMENTATION OF PRODUCTIVE ECONOMIC BUSINESS PROGRAMS (UEP) BY THE SOCIAL SERVICE IN AN EFFORT TO PROSPER THE POOR IN THE VILLAGE OF MERAUKE REGENCY. Societas: Jurnal Ilmu Administrasi dan Sosial, 7(2), 71-83.
- Trisianto, C. (2022). Penggunaan metode waterfall untuk pengembangan sistem monitoring dan evaluasi pembangunan pedesaan. Jurnal ESIT (E-Bisnis, Sistem Informasi, Teknologi Informasi), 12(1).
- Wahyuningsih, R., & Pradana, G. W. (2021). Pemberdayaan Masyarakat Desa Hendrosari Melalui Pengembangan Desa Wisata Lontar Sewu. Publika, 323-334. 89
- Wibowo, H., Santoso, M. B., & Setiawan, S. A. (2021). INOVASI SOSIAL PADA PRAKTIK KEWIRAUSAHAAN SOSIAL DI YAYASAN AL-BAROKAH KOTA BANJAR. Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik, 3(2), 210-218.
- Widiastuti, H., Utami, E. R., & Handoko, R. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, tipe industri, growth, dan media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (studi empiris pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Indonesia tahun 2014-2015). Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia, 3(2), 107-117.
- Widowati, I. (2012). PROBLEMATIKA INOVASI UMKM OLAHAN PISANG KALURAHAN TAMANTIRTO KECAMATAN KASIHAN KABUPATEN BANTUL.
- Wrihatnolo, R. R., & Dwidjowijoto, R. N. (2007). Manajemen Pemberdayaan, Sebuah Pengantar dan Panduan Untuk Pemberdayaan Masyarakat, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo.
- Yoga, I. M. S., Yonce, A. F. E., & Putra, W. A. E. (2018). Evaluation of Community-Based Tourism in Social and Economic Development of Coastal Society in Pandawa Beach, Bali. Prosiding Semnasfi, 1(1), 135-141.
- Zainal, S., Yunus, S., & Jalil, F. (2017). Model Pemberdayaan Masyarakat Terpadu. Zakaria, F., & Suprihardjo, R. (2014). Konsep pengembangan kawasan desa wisata di desa bandungan kecamatan pakong kabupaten pamekasan. Jurnal teknik ITS, 3(2), C245C249.
- Ziegler, R. (2017). Social innovation as a

collaborative concept. Innovation: The
European Journal of Social Science Research,
30(4), 388-405