

## PERAN SEKTOR KEEMPAT DALAM PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT (COMMUNITY-BASED TOURISM)

Putu Chris Susanto<sup>1)</sup>, Evan Max Ray<sup>2)</sup>, Diana R. Indahningtyas<sup>3)</sup>,  
Vivilia Setiawan<sup>4)</sup>, dan Arfah Khayats<sup>5)</sup>

Program Studi Manajemen Universitas Dhyana Pura

### ABSTRACT

This article provides a theoretical model on the development and management of community-based tourism, which involves the active role of the fourth sector in the economy. The fourth sector is understood as the convergence of the three conventional sectors in an economy, i.e., the government/public sector, the private for-profit sector, and the non-profit sector. The fourth sector, often called For Benefit Enterprise, combines the best characteristics of each of those three sectors (Sabeti 2009). It is based on the concept of social entrepreneurship, which necessitates that an entity developed to manage the CBT must have a strong social mission in the DNA of its founding, while ensuring that the entity can derive its own earned income in order to be somewhat independent from donations and government grants. Certainly, the roles of the other three sectors are still necessary and expected, but at the end CBT that is managed as a social entrepreneurship enterprise should focus on financial independence as well as societal, cultural, and natural preservation.

Keywords: community-based tourism, social entrepreneurship, fourth sector, theoretical model

### ABSTRAK

Artikel ini menyediakan model teoritis pada pengembangan dan pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat, yang melibatkan peran aktif dari sektor keempat dalam perekonomian. Sektor keempat dipahami sebagai konvergensi dari tiga sektor konvensional dalam suatu perekonomian, yaitu, pemerintah / sektor publik, swasta untuk-keuntungan sektor, dan sektor non-profit. Sektor keempat, sering disebut Untuk Benefit Enterprise, menggabungkan karakteristik terbaik dari masing-masing tiga sektor (Sabeti 2009). Hal ini didasarkan pada konsep kewirausahaan sosial, yang mengharuskan bahwa entitas dikembangkan untuk mengelola CBT harus memiliki misi sosial yang kuat dalam DNA pendiriannya, sambil memastikan bahwa entitas dapat memperoleh pendapatan yang diperoleh sendiri agar agak independen dari sumbangan dan hibah pemerintah. Tentu saja, peran dari tiga sektor lainnya masih diperlukan dan diharapkan, tetapi pada akhir CBT yang dikelola sebagai perusahaan kewirausahaan sosial harus fokus pada kemandirian finansial serta pelestarian sosial, budaya, dan alam.

Kata kunci : pariwisata berbasis masyarakat, kewirausahaan sosial, sektor keempat, model teoritis

### PENDAHULUAN

Bali adalah pulau yang terkenal dengan keindahan alam, keunikan seni budaya, dan keramahan masyarakatnya. Perekonomian Provinsi Bali sangat ditunjang oleh sektor pariwisata. Struktur pendapatan daerah Provinsi Bali menunjukkan bahwa sektor-sektor yang berorientasi pada pariwisata seperti sektor perdagangan, hotel dan restoran berkontribusi terhadap total pendapatan. Bahkan, lapangan pekerjaan di bidang perdagangan, rumah makan, dan akomodasi sebanyak menyerap hampir 30% dari total penduduk yang bekerja, melampaui sektor pertanian (BPS Provinsi Bali 2013).

Salah satu tren dalam dekade terakhir ini adalah pariwisata masal (mass tourism). Pasca Bom Bali I (2002) dan II (2005), Bali menjadi destinasi yang semakin terjangkau. Hal ini mengakibatkan jumlah pengunjung meningkat. Namun dengan pariwisata masal, rata-rata pengeluaran (average spending dan lama tinggal wisatawan (length of stay berkurang. Dengan demikian, dibutuhkan lebih banyak wisatawan secara kuantitas untuk mendapatkan penghasilan yang cukup dari sektor pariwisata. Selain itu, pariwisata masal juga berdampak negatif bagi masyarakat dan lingkungan. Padahal faktor utama yang mendasari perkembangan pariwisata di Bali adalah keindahan alamnya, keramahtamahan penduduknya serta kelestarian budayanya (Hitchcock & Darma Putra 2007). Ketika pariwisata masal dibiarkan mengambil alih fokus pariwisata Bali, keunikan Pulau Bali yang selama ini diunggulkan (Unique Selling Point akan semakin terkikis. Menurut Nurdin (2012) dampak-dampak yang dapat ditimbulkan pariwisata masal antara lain: (1) komersialisasi budaya, (2) pergesekan budaya, (3) kemunduran budaya, (4) kesenjangan ekonomi, (5) konflik penggunaan sumber daya alam dan lahan, serta (6) degradasi lingkungan.

Salah satu alternatif untuk menyiasati hal tersebut adalah pariwisata berbasis masyarakat atau pariwisata kerakyatan (Community Based Tourism yang merupakan inisiatif yang bertujuan untuk meningkatkan peran serta masyarakat lokal dalam pariwisata (Binns & Nel 2002). Dalam artikel ini, istilah tersebut disingkat dengan CBT. CBT adalah bentuk pariwisata yang mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial dan budaya, yang dikelola oleh komunitas lokal dan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar mengenai komunitas pola hidup masyarakat setempat (REST Project, 1997). Wisatawan yang menghabiskan waktu di daerah yang kaya budaya dan keanekaragaman hayati, sekaligus membenamkan diri dalam keseharian penduduk lokal, akan cenderung untuk mendukung upaya pelestarian lingkungan dan warisan budaya lokal. Proses pembangunan CBT idealnya bisa memberdayakan masyarakat setempat dengan membangun keterampilan, pengetahuan dan kepercayaan diri yang dibutuhkan untuk pengembangan pariwisata dalam masyarakat secara langsung. Untuk berhasil mengadopsi program CBT, masyarakat harus paham dan siap mengelola pariwisata dengan upaya mengembangkan keterampilan dan meningkatkan rasa kepemilikan (Bali CoBTA 2014).

Di Bali, perkembangan CBT ditandai dengan pendirian Asosiasi Pariwisata Kemasyarakatan Bali (Bali CoBTA) di tahun 2010 dengan dukungan dari Dinas Pariwisata Provinsi Bali serta pihak swasta terkait. Bali CoBTA adalah lembaga swadaya masyarakat (LSM) nirlaba dan non-pemerintah yang bergerak dalam pengembangan desa ekowisata berbasis masyarakat menjadi "Desa Wisata" dengan menjadi penghubung antara desa-desa yang tertarik dan sponsor yang tertarik untuk berpartisipasi (Bali CoBTA: 2014). Beberapa desa yang termasuk dalam jaringan Bali CoBTA diantara lain: Bedulu (Kab. Gianyar), Blimbingsari (Kab. Jembrana), Pancasari (Kab. Buleleng), Penglipuran (Kab. Bangli), Jasri dan Budakeling (Kab. Karangasem), serta Pinge (Kab. Tabanan).

## **METODE PENELITIAN**

Pengembangan CBT di Bali mendapatkan dukungan dari pihak pemerintah, swasta, dan LSM, namun masih tersegmentasi, bersifat sporadik dan kurang terintegrasi. Hal ini menjadi alasan kuat mengangkat topik optimalisasi CBT di Bali. Jika lebih banyak desa mengembangkan CBT dengan lebih optimal, tekun, dan berkesinambungan, maka destinasi-destinasi wisata yang memang benar-benar berbasiskan masyarakat di Bali akan lebih berkembang. Karena itu, diperlukan kajian mengenai permasalahan yang dihadapi model pengembangan CBT di Bali saat ini serta model alternatif untuk perbaikan dari kondisi saat ini. Kajian ini berupa gagasan ilmiah yang menggunakan metode desk research penelusuran data dan informasi melalui sumber sekunder yang relevan. Analisis dilakukan dengan teknik deskriptif kualitatif, kemudian dilakukan sintesis dari model-model pengembangan ekonomi kerakyatan dengan pendekatan alternatif.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

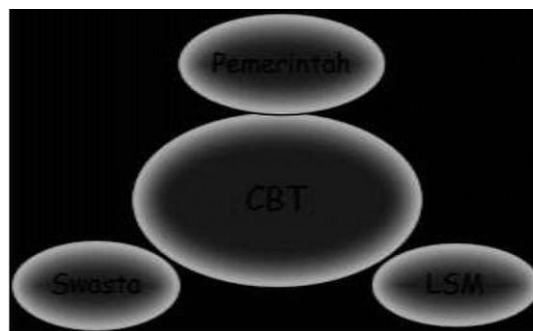
Satu organisasi yang menaungi sekaligus menjadi penghubung antar desa wisata dan antara desa wisata dengan para sponsor adalah Bali CoBTA. LSM ini mendukung pengembangan CBT di beberapa desa di Bali. Beberapa desa dampingan Bali CoBTA antara lain:

- 1) Desa Bedulu di Gianyar, yang dikembangkan menjadi desa wisata mulai tahun 2009 dimulai dari kelompok sadar wisata setempat dan mendapat bantuan pemerintah dalam bentuk PNPM Pariwisata. Atraksi alam dan budaya dikemas dengan mengajak wisatawan trekking ke sekeliling desa yang masih asri seperti sawah, kebun, dan sungai (Pantiyasa 2011). Fasilitas akomodasi yang tersedia berupa guesthouse namun perkembangan CBT dapat dikatakan masih lambat karena wisatawan yang datang berkunjung masih sedikit dengan rata-rata occupancy 1,83% per bulannya dengan rata-rata lama menginap 2 malam (Pantiyasa 2011).
- 2) Desa Blimbingsari di Jembrana yang terletak tidak jauh dari Pelabuhan Gilimanuk yang unik karena dikembangkan dari tempat pembuangan beberapa keluarga dari kabupaten Badung yang memeluk Kristiani di tahun 1939 (Nurhayati 2013). CBT di Blimbingsari dikoordinasikan oleh komite pariwisata yang diawasi langsung oleh Kepala Desa. Beberapa potensi wisata yang sudah dikembangkan termasuk kawasan Gereja Protestan Pniel yang bernuansa Bali, wisata religi, gamelan tradisional khas Jembrana, voluntourism di panti asuhan setempat, dan wisata grojogan (air terjun) sebagai akses masuk Taman Nasional Bali Barat, dan sudah didukung dengan fasilitas 85 kamar homestay. Namun kunjungan wisatawan masih rendah dan lebih mengandalkan perjalanan sehari (day trip) dan bukan menginap sehingga CBT yang dicanangkan masih belum maksimal. Pada tahun 2012, Blimbingsari menerima kunjungan dari 2.593 wisatawan yang terdiri dari 174 wisatawan mancanegara dan 2.419 wisatawan domestik (Nurhayati 2013).
- 3) Desa Pancasari di Buleleng, yang terletak di pegunungan daerah dingin Bedugul dengan ketinggian 1200 m di atas permukaan laut. Pancasari terletak di tepi Danau Buyan yang sakral sehingga kapal motor dilarang keras beroperasi di sana. Sampai saat ini warga masih menggunakan perahu tradisional untuk menghindari polusi dan melestarikan kesucian danau (Bali CoBTA 2014). Wisatawan dapat menikmati agro-tourism di desa ini seperti menanam sayuran dan stroberi. Di Pancasari sudah mulai dibangun homestay, cottage, dan fasilitas pendukung pariwisata lainnya. CBT di Pancasari dikelola oleh warga desa secara terlepas. Masing-masing usaha kecil berjalan sendiri-sendiri, namun mendapatkan pelatihan secara sporadik oleh pemerintah.
- 4) Desa Penglipuran di Bangli, yang boleh dikatakan sebagai salah satu desa wisata yang paling populer di Bali, karena keasrian alam dan tata ruang desanya yang menawan. Banyak juga ilmuwan maupun mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian di desa ini. Kelompok Sadar Wisata desa ini bekerja sama dengan pemerintah kabupaten Bangli dalam pengembangan pariwisata sekaligus pelestarian budaya desa setempat. Pelestarian merupakan salah satu kunci keberhasilan sekaligus daya tarik desa ini. Buktinya, jika ada orang asing yang ingin tinggal di salah satu homestay di Desa Penglipuran, maka harus ada seorang warga asli Penglipuran yang bertanggung jawab atas keberadaan orang tersebut selama berada di dalam lingkungan Desa Adat Penglipuran untuk mencegah kemungkinan perusakan budaya setempat (Cahyana 2014).
- 5) Desa Budakeling di Karangasem, yang merupakan pusat komunitas spiritual Budha Mahayana di Bali. Desa Budakeling ditetapkan menjadi desa wisata pada 2008 yang dikelola secara perorangan dan kemudian pada 5 Juni 2012 secara resmi dibuka sebagai desa wisata oleh pemerintah Kabupaten Karangasem. Desa ini sudah bersiap dengan dibukanya 21 sarana penginapan. Selama ini, wisatawan sudah banyak yang datang ke Budakeling untuk day trip. Kunjungan wisatawan yang menginap di Budakeling sudah ada sejak 2010 sebanyak 16 orang, pada 2011 sebanyak 36 orang dan pada 2012 kunjungan sebanyak 37 orang, yang kebanyakan berasal dari Eropa dan belum ada wisatawan lokal (Balisatu 2012). CBT diharapkan dapat

mengenalkan Budakeling sebagai desa yang menginterpretasikan budaya Bali dengan pendekatan lain yaitu Budha Mahayana yang sedikit berbeda dengan masyarakat Hindu Bali pada umumnya.

- 6) Desa Jasri di Karangasem, yang sempat terpilih menjadi desa wisata terbaik di Indonesia dari 138 desa yang berkompetisi pada tahun 2013 (Desa Wisata 2012). Desa Jasri berlokasi di antara Candidasa dan Taman Sukasada Ujung, dua destinasi wisata yang terkenal di kabupaten Karangasem. Selain keindahan alam tepi pantai, desa ini juga memiliki tradisi kuno yang disebut “ter-teran” atau perang api yang dilaksanakan sehari sebelum Nyepi untuk melambungkan penghormatan kepada roh-roh jahat dari Bhuta Kala sehingga mereka tidak akan mengganggu kehidupan rakyat. Selain itu, ada juga perkusi tradisional yang disebut Jambur Jasri serta tarian sakral Rejang Jasri yang diturunkan dari generasi ke generasi.
- 7) Desa Pingé di Tabanan, yang merupakan desa tua di Kecamatan Marga sebagai desa yang melestarikan kesenian “Jegog” (Budhiana 2013). Desa ini memiliki keunikan tersendiri yaitu bentuk rumah penduduk yang berarsitektur tradisional sejajar dan tertata rapi, selain panorama alam yang sangat indah dengan hamparan persawahan yang hijau membentang. Fasilitas pendukung antara lain tempat peristirahatan berupa saung-saung sentra informasi dan pemandu wisata. Pada 2010 jumlah wisatawan yang berkunjung ke Desa Adat Pingé mencapai 1.041 orang. Pada 2011 jumlah meningkat menjadi 1.408, kemudian pada 2012 turun menjadi 749 orang namun yang mengembirakan adalah sebanyak 187 orang di antaranya menginap di desa itu (Buana 2013).

Model CBT di Bali saat ini, seperti diilustrasikan oleh Gambar 1, lebih cenderung kepada pengembangan desa wisata berbasis masyarakat yang bersinggungan dengan salah satu dari tiga sektor perekonomian yakni: (1) sektor publik/pemerintah, (2) sektor swasta/bisnis, and (3) sektor nirlaba/LSM. Ketiga sektor tersebut memang penting dalam mengembangkan sebuah desa wisata. Namun, desa wisata itu sendiri harus berada di tengah-tengah dan menjadi fokus interseksi ketiga sektor tersebut. Besarnya peran masing-masing dari ketiga sektor tersebut ditentukan oleh sektor mana yang memotori pengembangan CBT.



Gambar 1. Model pengembangan dan pengelolaan CBT saat ini

Penyelenggaraan CBT yang dimotori oleh pemerintah lokal dilandasi oleh pengertian bahwa pariwisata sebagai suatu kegiatan ekonomi berdimensi luas ke banyak sektor dan sesuai dengan kebutuhan akan kualitas hidup sekaligus pelestarian cara hidup Bali (Balinese way of life). Pemerintah memegang peranan penting melalui kepemimpinan untuk memastikan partisipasi semua pemangku kepentingan. Selain itu, sektor swasta menyediakan keahlian (expertise dalam bidang pemasaran dan pengelolaan, terutama dalam mendatangkan wisatawan). Partisipasi lembaga swadaya masyarakat (LSM) juga sangat diperlukan dalam menjaga integritas kekayaan alam dan budayan. Hal lain yang penting adalah agar masyarakat lokal mampu menjaga

identitas budaya dan adat istiadatnya, sehingga para wisatawan bisa menikmati budaya lokal dan masyarakat mendapat kesempatan membuka usaha yang mendukung kepariwisataan.

Pada kenyataannya, model pengembangan dan pengelolaan CBT yang ada sekarang ini berjalan secara kurang optimal. Hal ini dikarenakan tiga sektor yang terlibat di dalamnya, pemerintah, LSM dan swasta seringkali masih berjalan sendiri-sendiri. Seperti yang telah digambarkan dalam Gambar 1 di atas, masing-masing dari ketiga sektor hanya bersinggungan dengan CBT. Koordinasi yang ada antara sektor-sektor tersebut hanya bersifat sporadik dan tidak kontinu, oleh pemerintah ketika ada alokasi dana atau oleh travel agent ketika ada tamu yang tertarik dengan kegiatan yang bersifat pariwisata alternatif. Banyak CBT yang ada sekarang tidak murni berasal dari inisiatif masyarakat. Pemerintah lokal berlomba-lomba menunjuk desa tertentu untuk menjadi desa wisata. Pada satu sisi, desa mendambakan penunjukkan sebagai desa wisata dan memerlukan dana PNPM Pariwisata. Namun, tindak lanjut dari pemerintah seperti pendampingan dan pemeliharaan seringkali tidak berkesinambungan. LSM juga tidak dapat mengelola CBT tersebut secara intensif dan kontinu karena tergantung dari sumber pendanaan lembaga itu sendiri.

Tentunya masing-masing dari ketiga sektor pendukung pariwisata kerakyatan (pemerintah, swasta, dan LSM) berperan penting dalam pengembangan dan pengelolaan CBT. Namun, ketika masing-masing sektor berjalan secara terpisah dan hanya secara insidental saja bekerja sama untuk proyek tertentu, tentunya ada kekuatan dan kelemahannya. Kekuatan dan kelemahan masing-masing sektor terangkum dalam Tabel 1.

**Tabel 1. Kekuatan dan Kelemahan Masing-Masing Sektor dalam mengelola CBT**

| Sektor     | Kekuatan                                                                                                              | Kelemahan                                                                                                                             |
|------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pemerintah | Mampu mengadakan proyek berskala besar, kemampuan menetapkan peraturan, mementingkan kesejahteraan masyarakat         | Pendekatan yang sentralistik, keputusan yang diambil bisa menguntungkan pihak tertentu dan merugikan pihak lain, birokrasi yang rumit |
| Swasta     | Kemampuan marketing dan manajerial, penetapan sasaran dan strategi yang lebih efektif karena motif mencari keuntungan | CBT masih berskala kecil, kurang menarik secara skala ekonomi, sulit bersaing dengan wisata massal yang lebih menguntungkan           |
| LSM        | Akses ke sponsor dari dalam dan luar negeri, pengetahuan tentang community development                                | Masih mengandalkan donasi, lebih bertindak sebagai penghubung dan bukan pelaksana lapangan.                                           |

Jika CBT dimotori dan dikelola oleh pemerintah, kekuatan yang dimiliki adalah kesempatan untuk mengakses dana dan kemampuan untuk mendukung kegiatan yang berskala besar. Pemerintah juga memiliki wewenang dalam menetapkan dan menerapkan peraturan, termasuk alokasi keuangan, yang menguntungkan pariwisata kerakyatan. Keunggulan pemerintah yang lain adalah fokusnya kepada kesejahteraan rakyat, termasuk perbaikan infrastruktur desa yang mendukung CBT. Di Desa Penglipuran misalnya, pemerintah sangat mendukung melalui perbaikan akses, jalan di areal desa wisata, serta fasilitas lainnya yang membuat desa ini semakin menarik untuk dikunjungi.

Namun, ketika pemerintah adalah pemeran utama dalam penyelenggaraan CBT, ada beberapa kelemahan. Pertama, adanya kekhawatiran pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab mengambil keuntungan pribadi dari alokasi dana pengembangan desa wisata. Kedua, pendekatan yang diambil pemerintah biasanya bersifat sentralistik (top-down sehingga kurang memperhatikan aspirasi dan kebutuhan masyarakat yang sebenarnya paling mendasar untuk dipenuhi. Misalnya, dana yang dialokasikan untuk perbaikan jalan desa yang masih baik kondisinya mungkin saja lebih diperlukan untuk pelayanan kesehatan warga lansia dan kelompok rentan

lainnya di desa tersebut, yang pada nantinya akan mendukung keberadaan CBT karena tidak ada warga yang sakit dan rentan untuk menularkan penyakit ke para tamu. Ketiga, masih berbelit-belitnya birokrasi dalam mengakses bantuan pemerintah yang sifatnya berkesinambungan.

Apabila pihak swasta yang menjadi penggerak utama CBT, kelebihanannya adalah sektor swasta mampu menyediakan keahlian (expertise dalam pemasaran dan pengelolaan secara kompetitif (misal, melalui eco-labeling, serta mengadopsi teknologi tepat guna, Dalam merencanakan pariwisata, pihak swasta dengan motivasi memperoleh keuntungan akan mempertimbangkan segmen pasar yang tepat sehingga sesuai dengan produk yang ditawarkan dan mampu mencapai sasaran dengan efektif.

Kelemahan pihak swasta dalam pengelolaan pariwisata kerakyatan berkaitan dengan skala ekonomi CBT. Secara ekonomis, CBT masih berskala kecil dibandingkan dengan potensi pasar yang dimiliki kawasan wisata besar seperti Kuta, Nusa Dua, Jimbaran, Ubud, dan Tanah Lot. Karena pihak swasta bertujuan mencari keuntungan, kecilnya skala CBT menjadikan konsep wisata ini kurang menarik bagi para pelaku bisnis yang menginginkan keuntungan berskala besar. Maraknya perkembangan dan pembangunan pariwisata masal di Bali selatan adalah menjawab permintaan wisatawan domestik dan internasional yang sampai saat ini masih mengandrungi pariwisata masal tersebut, yang notabene lebih menguntungkan bagi sektor swasta.

Ketika pengelolaan CBT dimotori oleh LSM, kelebihanannya adalah kemampuan untuk mencari sponsor dari dalam dan luar negeri yang concern dengan pelestarian alam dan budaya. Namun hal ini pula yang menjadi kendala dari LSM. Sektor ini masih sangat bergantung dari donasi. Keuntungan lain yang dimiliki oleh LSM adalah memiliki jaringan yang baik serta pengetahuan tentang community development sehingga secara langsung dapat membantu membangun CBT yang memang berdasarkan komunitas. Tetapi, lebih sering LSM menjadi penghubung/broker atau konsultan saja. Sehingga perlu ada yang lebih memfokuskan diri untuk mengelola dan menindaklanjuti apa yang sudah dimulai oleh LSM.

Yang menjadi solusi alternatif untuk mengadakan dan memelihara CBT secara berkelanjutan dengan melibatkan masyarakat lokal dengan dukungan dari sektor pemerintah, swasta, dan LSM, adalah terbentuknya satu unit usaha mandiri yang berasal dari desa itu sendiri dan dipelopori oleh seorang atau sekelompok wirausahawan berbasis social entrepreneurship yang serius mengerjakan CBT sebagai sektor keempat dalam pengembangan pariwisata kerakyatan sebagai satu sektor baru yang terpisah dari ketiga sektor yang diuraikan di atas.

Peran sektor keempat yang berbasis sosial entrepreneurship sangat diperlukan karena dari seorang social entrepreneur CBT dapat dikembangkan dalam menciptakan suatu usaha baru yang dapat menghasilkan keuntungan, kepedulian sosial, sekaligus pelestarian. Seorang social entrepreneur adalah seseorang yang menjaga keseimbangan antara dampak sosial dan kelayakan keuangan suatu usaha. Menurut Sabeti (2009), social entrepreneur mengupayakan berdirinya For Benefit Enterprise yang menggabungkan unsur pendapatan yang didapatkan dari kegiatan aktif dan continue (sustainable earned income, bukan hanya donasi, dan misi sosial (social mission yang memang terbentuk dari desain awal (DNA) perusahaan yang memiliki concern atas dampak sosial dan lingkungan usahanya. Boschee (2006) menyebut wirausahawan sosial sebagai "orang yang berjalan di atas tali" karena mereka terus melayang di tengah udara diantara tujuan sosial dan realitas pasar. Dengan demikian, wirausahawan sosial ini harus menyeimbangkan dengan tepat antara kepentingan mencari laba, memberikan dampak sosial.

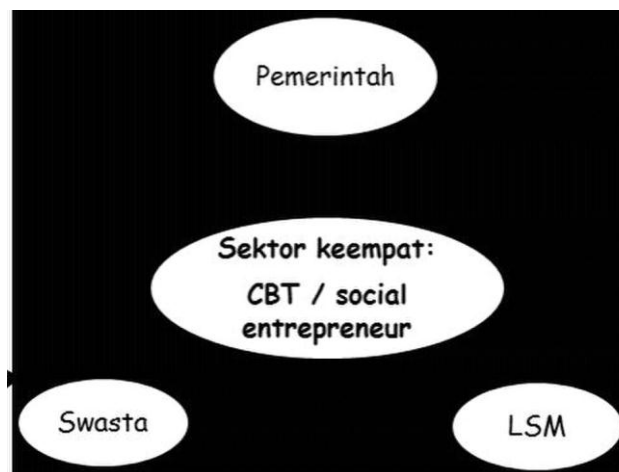
Sektor keempat adalah satu sektor baru dalam perekonomian yang merupakan suatu organisasi atau perusahaan yang ditandai pembiayaan mandiri atau tidak bergantung pada donasi seperti layaknya sektor nirlaba atau LSM. Seperti sektor swasta, mereka bertujuan mencari keuntungan, namun tidak memperhatikan laba semata-mata. Ada suatu batasan yang diukur dan dinilai berdasarkan dampak sosial mereka, etika dan budaya, lingkungan dan tanggung jawab (Rametse & Shah 2013, Weerawardane, McDonald & Mort 2010). Dan seperti layaknya sektor

pemerintah, mereka memperhatikan kesejahteraan masyarakat lokal dan aspek sosio-ekonomi namun tanpa menjadi organisasi birokratis yang berbelit-belit.

Konsep sektor keempat ini muncul karena semakin membaurnya ketiga sektor tradisional dalam suatu perekonomian dan semakin diperlukannya pengusaha-pengusaha yang mempunyai kemampuan mengambil resiko dan mengelola usaha yang menguntungkan, namun sekaligus memperhatikan dampak sosial dan lingkungan usahanya terhadap masyarakat lokal dimana dia menjalankan usahanya (Sabeti 2009). Pengusaha yang bergerak di sektor keempat harus menghubungkan konsep konvensional suatu usaha dalam mencari keuntungan finansial yang diseimbangkan oleh sikap dan nilai-nilai budaya lokal. Konsep-konsep lain seperti demokrasi, keterbukaan, transparansi, kredibilitas, dan menjalankan usaha secara holistik harus diperhatikan pula. Social entrepreneurs harus memperhatikan keuntungan finansial, karena tanpa profit motive biasanya suatu usaha hanya bergantung kepada sumber dana dari luar yang belum tentu berkelanjutan. Selain itu, wirausahawan ini harus juga memperhatikan dampak usahanya bagi kelangsungan kehidupan sosial dan lingkungan masyarakat setempat.

Oleh karena itu, CBT sebagai bentuk social entrepreneurship seharusnya dijalankan oleh seseorang atau sekelompok orang dari desa bersangkutan supaya kepentingan masyarakat juga dipertimbangkan dan masyarakat lokal sekaligus bisa memonitor usaha yang dijalankan agar tidak melenceng dari tatanan adat setempat. Masyarakatlah yang menjadi pengawas bilamana usaha CBT oleh sektor keempat ini sudah mampu menyeimbangkan motif ekonomis dan motif sosial. Karena itu keterbukaan dan keterlibatan warga lokal sangat diperlukan.

Gambar 2. Model social entrepreneurship oleh sektor keempat



Gambar 2 mengilustrasikan konsep pengelolaan CBT oleh sektor keempat. Dalam hal ini, pengelola CBT perorangan atau sebagai kelompok adalah sektor yang terpisah secara badan hukum dan finansial dari ketiga sektor lainnya. Namun, sektor keempat ini berada di tengah-tengah sebagai pengelola utama CBT yang sebisa mungkin mengandalkan earned income namun juga bisa mengakses dana bantuan pemerintah maupun donasi LSM atau pihak swasta bilamana ada kesempatan. CBT yang dikembangkan oleh sektor keempat yang baik akan memiliki minimal satu pemilik dan pengelola utama yang memang berasal dari komunitas warga desa setempat. Utamanya dalam budaya Bali, hal ini akan membantu keberlanjutan usaha yang mengedepankan kepentingan masyarakat lokal karena adanya “budaya malu” pada tatanan masyarakat Bali. Si pengelola lokal ini akan memperhatikan keharmonisan bersama masyarakat lokal karena dia masih “menyama braya” atau harus menjaga hubungan yang baik antara keluarganya dengan banjar dan desa setempat. Bagaimanapun juga, seumur hidup dia tetap bersembahyang dan bermasyarakat di banjar dan desa itu. Dengan kelokalannya, sektor ini juga mampu mengakses jejaring yang dimiliki

baik dalam hubungannya dengan sektor pemerintah, swasta, maupun LSM sehingga mampu membangun usaha dan desanya melalui pengembangan pariwisata kerakyatan di desa tersebut.

Omunity Bali adalah salah satu model contoh dari pengembangan pariwisata kerakyatan yang dimulai dan dijalankan oleh seorang social entrepreneur sebagai sektor keempat di salah satu desa di Bali. Fasilitas retreat & spa ini berada di desa Sudaji, Singaraja (Bali Utara) yang didirikan pada tahun 2010 oleh Zanzan. Oleh keprihatinannya terhadap masa depan generasi berikut, yaitu dunia tanpa plastik, bahan kimia berbahaya dan pupuk (Omunity Bali 2013). Omunity berusaha mendidik penduduk setempat dan pengunjung mengenai kelestarian ciptaan serta berusaha menjembatani kesenjangan antara masalah lingkungan dan kepentingan manusia melalui pendidikan praktis dan keterlibatan masyarakat. Konsep Omunity Bali adalah hidup dengan dan di antara masyarakat lokal. Fasilitas yang ditawarkan cukup lengkap, termasuk akomodasi sekelas villa untuk 144 orang, spa tempat untuk seminar, outing kegiatan spiritual, yoga, dan kegiatan yang membaaur dengan masyarakat lokal. (Omunity Bali 2013). Omunity didirikan sebagai pusat kesadaran lintas budaya yang pada akhirnya membantu memberdayakan masyarakat Sudaji.

Kewirausahaan yang berjiwa sosial seperti inilah yang harusnya lebih digalakkan. Hal pertama yang penting adalah adanya seorang dari warga lokal yang mempunyai inisiatif. Dalam hal ini, Zanzan sebagai social entrepreneur lokal juga sudah memiliki modal yang cukup untuk membuat satu fasilitas yang terbilang cukup mewah di tengah-tengah desa yang masih cukup terpencil. Model CBT Omunity adalah model yang lebih independen karena hanya sedikit mengandalkan dukungan dari tiga sektor lain. Namun, para calon social entrepreneur lokal lain yang ingin bergerak di bidang CBT namun belum memiliki modal pribadi yang besar harus tetap termotivasi dengan memulai dari apa yang dia bisa. Ditekankan bahwa tujuan utama dari pengembangan CBT oleh sektor keempat yang berbasis social entrepreneurship adalah menciptakan suatu usaha yang berkesinambungan dan sebisa mungkin melibatkan masyarakat lokal dengan fokus kepada kemandirian, yang artinya mengandalkan pemasukan dari pengelolaan CBT lebih dari donasi atau bantuan dari luar.

Sektor pemerintah berperan sebagai inisiator, katalis, dan pembimbing dalam pengembangan CBT. Pemerintah memiliki peran strategis sebagai penentu kebijakan yang bisa menguntungkan pihak penyelenggara CBT. Karena model CBT oleh sektor keempat bertumpu kepada peran social entrepreneur sebagai unit usaha yang terpisah secara hukum dari sektor lainnya, pemerintah perlu mengambil langkah strategis untuk mempermudah sektor keempat untuk mencapai hal ini. Misal, ada keringanan untuk pendirian koperasi atau badan usaha yang bergerak di bidang pariwisata kerakyatan. Pemerintah bisa membantu pembangunan infrastruktur utamanya akses menuju desa wisata. Selain itu pemerintah juga bisa memberikan kemudahan pajak dan stimulasi berupa subsidi atau alokasi dana untuk pengembangan CBT oleh wirausahawan atau kelompok usaha yang memang benar-benar berbasis di desa. Namun, pemerintah harus menjamin transparansi baik dari segi pengadaan maupun penggunaan bantuan, termasuk menyebarkanluarkannya ke masyarakat itu sendiri. Ditekankan bahwa bantuan dari pemerintah bisa sebagai modal awal atau sebagai stimulus, namun kemandirian usaha CBT adalah tujuan yang harus dicapai.

Sektor swasta mempunyai peran sebagai penghubung antara sektor keempat penyelenggara CBT dengan dunia luar, utamanya dari segi finansial dan marketing. Semakin maraknya perusahaan besar yang menggalakkan Corporate Social Responsibility (CSR) bisa menjadi sarana untuk CBT oleh sektor keempat dalam memperoleh jaringan, stimulus dana untuk proyek tertentu, dan pengunjung yang ingin berlibur sekaligus mengabdikan diri di masyarakat sebagai salah satu program CSR perusahaan. Selain itu, sektor swasta juga dapat membantu dalam pemasaran desa wisata sebagai salah satu produk alternatif dari pariwisata massal di Bali. Langkah strategis yang bisa diambil sektor ini adalah membuat database dan memasarkan paket-

paket desa wisata yang diminati wisatawan. Karena resiko finansial tetap dipegang oleh sektor keempat sebagai pelaksana utama CBT, pengusaha swasta yang besar harusnya lebih tertarik.

Sektor nirlaba/LSM berperan aktif dalam menciptakan dan menjaga kesinambungan jaringan antar desa wisata serta jaringan antara desa wisata dengan pihak luar. Tentunya LSM bisa juga membantu mencari donat untuk proyek-proyek tertentu, namun kembali ditekankan bahwa fokus utama penyelenggaraan CBT oleh sektor keempat yang berbasis social entrepreneurship adalah kemampuan untuk mandiri secara operasional dan finansial. Selain itu, sektor LSM juga harus mengambil peran strategis untuk advokasi, konsultasi dan pendampingan bagi wirausahawan serta masyarakat desa secara luas.

Sektor keempat adalah pelaku utama dari CBT dalam model yang diusulkan. Adapun peran strategis dari sektor ini adalah memastikan bahwa usaha CBT yang dicanangkan oleh dukungan sektor-sektor lain bisa menguntungkan secara finansial, bisa berkelanjutan, dan bisa mendukung visi dan misi desa dalam upaya mensejahterakan masyarakat, melestarikan budaya lokal, dan menjaga keutuhan lingkungan yang asri. Sektor ini harus memastikan bahwa usahanya menjaga kesinambungan alam dan sosial masyarakat. Tanpa alam yang terjaga dan lestari, daya tarik utama dari CBT akan musnah. Sektor keempat ini harus pula menghargai keunikan dan keaslian sosial budaya masyarakat setempat, melindungi nilai-nilai tradisional warisan budaya, serta berkontribusi bagi pemahaman dan toleransi budaya oleh orang-orang yang datang berkunjung. Setelah memperhatikan lingkungan alam dan sosialnya, barulah wirausahawan CBT sektor keempat harus menjamin kelangsungan ekonomis usahanya untuk jangka panjang.

#### **SIMPULAN DAN SARAN**

Pariwisata adalah tulang punggung perekonomian Bali. Namun, salah satu tren dalam dekade terakhir adalah semakin maraknya pariwisata masal yang mengakibatkan jumlah pengunjung meningkat namun kontribusi per wisatawan semakin menurun, sedangkan efek komersialisasi budaya serta degradasi lingkungan yang terjadi bisa menyebabkan hilangnya keunikan yang selama ini membuat Bali terkenal. Pariwisata kerakyatan (CBT) berbasis masyarakat desa adalah salah satu alternatif untuk menyikapi perkembangan ini dengan mengintegrasikan lingkungan lokal, budaya dan tradisi ke dalam pengalaman para pengunjung. Selama ini beberapa desa sudah mulai menggalakkan CBT, termasuk Bedulu (Kab. Gianyar), Blimbingsari (Kab. Jembrana), Pancasari (Kab. Buleleng), Penglipuran (Kab. Bangli), Jasri dan Budakeling (Kab. Karangasem), serta Pingge (Kab. Tabanan). Namun, pengelolaannya belum optimal karena dukungan masih bersifat sporadik, terpisah-pisah dan sewaktu-waktu dari sektor pemerintah, swasta, dan LSM.

Masing-masing dari tiga sektor mempunyai kekuatan dan kelemahan dalam mengelola CBT. Sektor pemerintah mampu mengadakan proyek berskala besar yang mementingkan kesejahteraan masyarakat serta mampu menetapkan dan menegakkan peraturan, namun pendekatan pemerintah bersifat sentralistik, keputusan yang diambil bisa menguntungkan pihak tertentu dan merugikan pihak lain, serta adanya birokrasi yang rumit. Sektor swasta memiliki kemampuan marketing dan manajerial dan penetapan strategi yang lebih efektif karena motif mencari keuntungan, namun karena CBT masih berskala kecil, usaha ini kurang menarik secara skala ekonomi dan sulit bersaing dengan wisata masal yang lebih menguntungkan. Sektor LSM mempunyai akses ke sponsor dari dalam dan luar negeri serta pengetahuan tentang community development, namun masih mengandalkan donasi dan lebih bertindak sebagai penghubung.

Solusi yang diperlukan adalah terbentuknya sektor keempat oleh social entrepreneurs yang menggabungkan kualitas terbaik dari ketiga sektor konvensional di atas dengan nilai-nilai kewirausahaan yang berjiwa sosial dan berdampak positif terhadap lingkungan, mampu melestarikan kearifan lokal, serta mendapat dukungan penuh dari ketiga sektor lain. Sektor keempat ini tidak dapat berjalan sendiri tanpa adanya dukungan dari ketiga sektor lainnya. Sektor pemerintah berperan sebagai inisiator, katalis, dan pembimbing serta penentu kebijakan

dalam pengembangan CBT. Sektor swasta memiliki kemampuan sebagai penghubung antara sektor keempat penyelenggara CBT dengan dunia luar, utamanya dari segi finansial dan marketing. Sektor LSM berperan aktif dalam menciptakan dan menjaga kesinambungan jaringan antar desa wisata serta jaringan antara desa wisata dengan masyarakat khususnya wisatawan. Solusi social entrepreneurship diharapkan dapat menjawab tantangan pariwisata Bali, sehingga masyarakat dapat memperbaiki tingkat kesejahteraan sekaligus menjaga kelestarian alam.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bali CoBTA. 2014. What is CBT? [http://www.cbtbali.org/?page\\_id=121](http://www.cbtbali.org/?page_id=121). (1 Maret 2014).
- \_\_\_\_\_. Welcome to Pancasari Village, Buleleng Regency. <http://www.cbtbali.org/pancasari-village/> (5 Maret 2014).
- Balisatu. 2012. Desa Budakeling Dikembangkan Jadi Desa Wisata. <http://balisatu.com/desa-budakeling-dikembangkan-jadi-desa-wisata.html>. (1 Maret 2014)
- Binns, T., & Nel, E. 2002. Tourism as a local development strategy in South Africa. *The Geographical Journal*, Vol. 168, No. 3, September 2002, pp. 235–247.
- Biro Pusat Statistik Provinsi Bali. 2013. Bali Dalam Angka 2013: Hasil Sensus Penduduk 2010. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- \_\_\_\_\_. 2013 Berita Resmi Statistik Provinsi Bali No. 29/05/51. Th. VII. 6 Mei. Denpasar: BPS Provinsi Bali.
- Boschee, J. 2006. „Strategic Marketing for Social Entrepreneurs.“ *Social Enterprise Reporter*.
- Buana, S.E. 2013, 30 Januari. „Desa Pingge Tawarkan Atraksi Seni“. *Antara Bali*.
- Budhiana, N. 2013, 3 April. „Desa Wisata Pingge Lestarkan Jegog“. *Antara Bali*.
- Cahyana, J.D. 2014, 16 Januari. „Pesona Desa Penglipuran di Kaki Gunung Batur.“ *Kompas*
- Desa Wisata. 2012. Desa Wisata Jasri. <http://desawisata.web.id/desa/desa-wisata-jasri/> (2 Maret 2014).
- Hitchcock, M., & Darma Putra, I.N. 2007. *Tourism, Development and Terrorism in Bali* Hampshire England: Ashgate.
- Nuridin, M. 2012. *Dampak Negatif Industri Pariwisata pada Lingkungan Sosial Budaya dan Alam*. FISIP Universitas Airlangga.
- Nurhayati, D. 2013, 27 Juli. „Blimbingsari embraces community tourism.“ *The Jakarta Post*.
- Omunity Bali, 2013. Welcome to Omunity Bali <http://www.omunitybali.com/> (6 Maret 2014)
- Pantiyasa, I. W. 2011. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) dalam Pemberdayaan Masyarakat: Studi kasus di Desa Bedulu, Blahbatuh, Gianyar STPBI Denpasar, pp. 6-7.
- REST Project. 1997. *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok: REST.
- Sabeti, H. 2009. „The Emerging Fourth Sector.“ Fourth Sector Network Concept Working Group. Washington DC: The Apsen Institute.
- UNEP/WTO. 2000. „Hainan Declaration“. International Conference on Sustainable Tourism in the Islands of the Asia-Pacific Regions.
- VIP Tour Bali. 2012. Desa Budakeling Menjadi Desa Wisata. <http://www.viptourbali.com/desa-budakeling-menjadi-desa-wisata/> (2 Maret 2014)
- Weerawardena, J, McDonald, RE and Mort, GS. 2010. Sustainability of Nonprofit Organizations: An Empirical Investigation. *Journal of World Business*, Vol, 45, No. 5, pp. 346–356.