

## "MODEL PEMBERDAYAAN LOCAL GENIUS SEBAGAI DAYA TARIK WISATA MILENIAL GUNA MENINGKATKAN PEMBANGUNAN EKONOMI DESA

I Ketut Sirna<sup>1</sup>, Gusti Ngurah Joko Adinegara<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Dhyana Pura

Email: [sirna@undhirabali.ac.id](mailto:sirna@undhirabali.ac.id), [jokoadinegara@undhirabali.ac.id](mailto:jokoadinegara@undhirabali.ac.id)

### ABSTRAK

Pariwisata Jaman Milenial, merupakan *trend* terkini yang wajib dikemas dengan baik, mengingat sumber daya yang ada di Indonesia sangatlah banyak, terutama mengangkat kearifan local/*Local Genius* yang ada di tiap-tiap daerah tersebut. Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan model pemberdayaan *local genius* sebagai daya tarik wisata milenial guna meningkatkan pembangunan ekonomi Desa Gumbrih. Penelitian ini dilakukan selama enam bulan di Desa Gumbrih dan untuk pengambilan data penelitian, dan lokasi yang dipilih untuk mewakili pelaku pariwisata, serta kearifan local dan kaum milenial yang ada di wilayah tersebut. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian pariwisata serta dikaji dengan teori tri hita karana, teori motivasi, dan teori kepemimpinan. Data dikumpulkan dan dianalisis secara *participant-observation*, wawancara, dan sebagai hasil penelitian ini dapat disajikan bahwa; *Local Geneious* memiliki score 3,6 yang menunjukkan bahwa Faktor-faktor penentu daya tarik wisata dari sudut pandang *Local genius* di Desa Gumbrih perlu diperhatikan dan dibangun dengan baik, Destinasi memiliki score 3,4, berarti daya tarik pariwisata dari sudut pandang wisatawan di desa Gumbrih perlu mendapatkan perhatian untuk dikelola dengan baik, Produktivitas Objek Wisata memiliki score 2,9 yang berarti bahwa Sarana dan prasarana, infrastruktur dan pengelola yang mendukung kegiatan pariwisata di Desa Gumbrih perlu ditingkatkan dan dibangun dengan baik, Pemasaran memiliki score 2,9 yang berarti bahwa *product, people, process*, dan *Physical Evidence* perlu diperhatikan dan dikelola dengan baik agar memenuhi standar pariwisata, minat Kaum milenial memiliki score 3,8 yang berarti bahwa Desa Gumbrih sebagai pilihan kaum milenial untuk dapat berwisata.

**Kata Kunci:** *Lokal Geneious*, Destinasi, Produktivitas Objek Wisata, Pemasaran, Kaum milenial

### 1. Pendahuluan

Pariwisata telah dikenal di Indonesia. tahun 1980 dan 1990-an, atau biasa disebut dengan wisatawan milenial. Dan sebagai pelaku pariwisata sebagai penggerak kaum milenial memiliki peranan penting [1]. Sekitar 31 persen wisatawan milenial Bali, Indonesia cenderung mengambil liburan secara mendadak. Angka tersebut jauh lebih tinggi jika dibanding dengan Asia secara keseluruhan yang hanya 19 persen. wisatawan milenial Bali, Indonesia juga sering terpengaruh oleh pengalaman orang lain [2]. Terdapatnya pemberdayaan potensi alam yang berbasis local genius untuk menarik minat wisatawan milenial seperti di Desa Gumbrih, Pekutatan, Jembrana, Bali, belum dikembangkan maksimal. Sebagai penyebab dalam pemberdayaan ini kurangnya pemahaman bagi pelaku pariwisata, khususnya masyarakat local, pemuka masyarakat desa, penggerak kegiatan masyarakat desa, dan kelompok sadar wisata belum memanfaatkan potensi yang ada yang ada di Desa Gumbrih, sebagai peninggalan leluhur, belum dipahami dan dikembangkan secara maksimal [3]. Oleh sebab itu, fungsi fungsi pelaku pariwisata sangat penting untuk membangun dan mengembangkan kearifan lokal/*Local genius* sebagai daya tarik wisata milenial melalui, yang menarik kaum milenial untuk berwisata.

Satu-satunya sumber daya yang ada di wilayah tersebut, seperti terlihat pada Gambar 1. pemanfaatan kawasan wilayah, budaya, keunikan, keaslian, keramahan masyarakat, keindahan alamnya



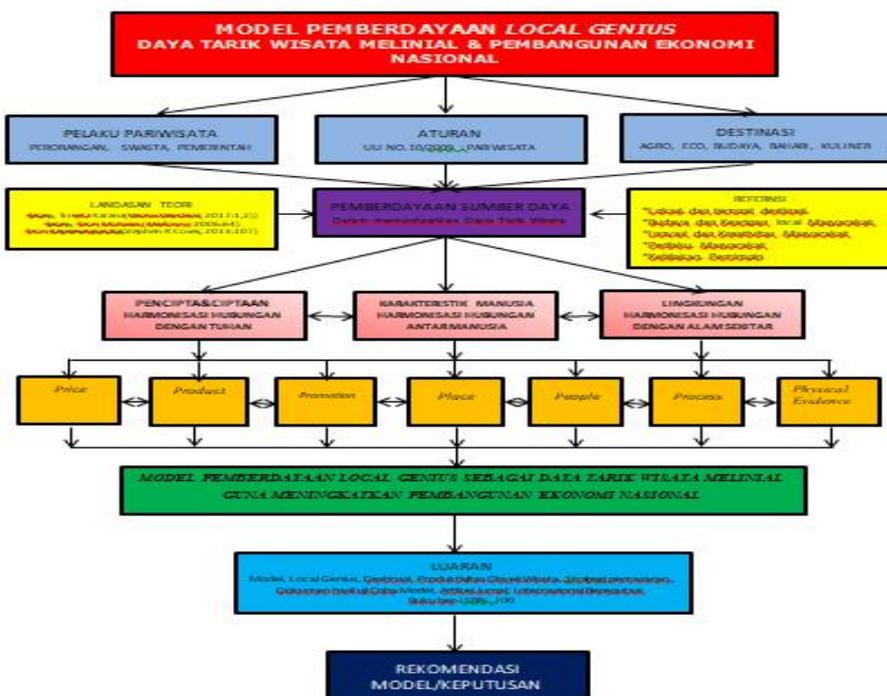
Gambar 1. Keunikan dan keindahan alam dan budaya di Bali, Indonesia

Kawasan wilayah di Desa Gumbrih, sangat potensi untuk dikembangkan dengan mengawinkan dan memberdayakan kearifan lokal/*Local genius*, untuk daya tarik wisata milenial, wujud nyata ini, dan koordinasi perlu secara inten dari pelaku pariwisata kepada kaum milenial di Indonesia [5]. Pelaku pariwisata di Bali memanfaatkan teori/konsep Tri Hita Karana sebagai alat yang efektif dilakukan seperti harmonisasi hubungan manusia dengan Tuhan di tempat ibadah, dan diskusi keagamaan dan kunjungan ke pura-pura, harmonisasi hubungan antara manusia dengan sesamanya melalui diskusi dan pertemuan kaum milenial didaerahnya, dan harmonisasi hubungan manusia dengan alam sekitarnya melalui penanaman pohon bersih-bersih sampah/plastik [6][7]. Masyarakat Bali memiliki sikap jujur, penuh toleransi, ramah, dan peduli dengan lingkungannya [8].

Secara umum penelitian ini bertujuan untuk menghasilkan model pemberdayaan *local genius* sebagai daya tarik wisata milenial guna meningkatkan pembangunan ekonomi Desa Gumbrih. Secara khusus bertujuan untuk mengetahui factor-faktor penentu *Local Genius* yang memiliki daya tarik wisata milenial di Desa Gumbrih; untuk mengetahui alasan pelaku pariwisata kurang memanfaatkan *local genius* di daerahnya sebagai daya tarik wisata milenial, guna mewujudkan destinasi wisata di daerahnya masing-masing; dan memformulasikan model pemberdayaan *local genius* sebagai daya tarik wisata milenial oleh pelaku pariwisata guna pembangunan ekonomi desa Gumbrih.

## 2. Metode

Adapun metode penelitian ini dapat dilihat pada Gambar 2, sebagai berikut:



Gambar 2. Metode penelitian

### 3. Hasil Pembahasan

Adapun penelitian ini dilakukan di Desa Gumbrih, kecamatan Pekutan, Kabupaten Jembrana, selama enam bulan dan untuk pengambilan data penelitian, dan lokasi yang dipilih untuk mewakili pelaku pariwisata, serta kearifan local dan kaum milenial yang ada di wilayah tersebut. Kawasan ini sebagai contoh wisata milenial berbasis kearifan local/*local genius*. Dari hasil Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan kajian pariwisata serta dikaji dengan teori tri hita karena, teori motivasi, dan teori kepemimpinan. Data dikumpulkan dan dianalisis secara *participant-observation*, wawancara, dan sebagai hasil penelitian ini dapat disajikan bahwa;

**Local Geneious** memiliki score 3,6 yang menunjukkan bahwa Faktor-faktor penentu daya tarik wisata dari sudut pandang *Local genius* di Desa Gumbrih perlu diperhatikan dan dibangun dengan baik, terbukti dari hasil penyebaran kuisisioner dan hasil wawancara dengan Pokdarwis, kepala desa, dan pokmas yang ada di desa tersebut, bahwa kearifan lokal merupakan warisan leluhur yang adi luhung yang perlu dilestarikan dan sebagai landasan untuk membangun desa.

**Destinasi** memiliki score 3,4, berarti daya tarik pariwisata dari sudut pandang wisatawan di desa Gumbrih perlu mendapatkan perhatian untuk dikelola dengan baik, dan dibangun secara bersama-sama, agar selalu diminati oleh wisatawan.

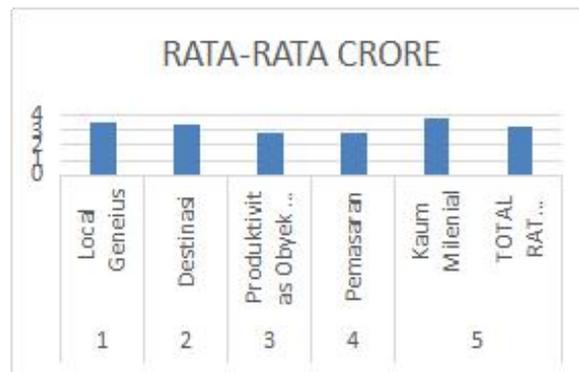
**Produktivitas Objek Wisata** memiliki score 2,9 yang berarti bahwa Sarana dan prasarana, inprastruktur dan pengelola yang mendukung kegiatan pariwisata di Desa Gumbrih lebih banyak memprioritaskan peningkatan standar produknya, agar kebutuhan dan keinginan wisatawan dari produk wisata dapat terpenuhi dengan baik dalam menjaga ekspektasi pengunjung.

**Pemasaran** memiliki score 2,9 yang berarti bahwa *product, people, process*, dan *Physical Evidence* perlu lebih fokus dan lebih giat lagi diperhatikan dan dikelola dengan baik agar segmen pasar yang dituju dapat terpenuhi untuk menjaga keseimbangan pemenuhan antara produk, suply dan deman/permintaan pasar.

**Minat Kaum milenial** memiliki score 3,8 yang berarti bahwa Desa Gumbrih sebagai pilihan kaum milenial merupakan hal yang sangat dominan untuk dapat berwisata, karena di tunjang oleh alam yang indah, alami, asri, dan dilengkapi dengan atraksi ATV, untuk bisa keliling ke wilayah desa dan kebun-kebun yang ada didesa tersebut disamping atraksi Bali Reftile Rescew, restoran ala anak muda, dan panorama sawah, hutan dan gaung ombak yang kedengaran dari obyek wisata tersebut.

Tabel1. Hasil Score Rata-rata per variabel

NO	DESCRIPTION	RATA-RATA CORE
1	Local Geneius	3.6
2	Destinasi	3.4
3	Produktivitas Obyek Wisata	2.9
4	Pemasaran	2.9
5	Kaum Milenial	3.8
TOTAL RATA-RATA		3.32



Gambar 2. Hasil Score Rata-rata per variabel

Dengan demikian dari hasil pemaparan tersebut diatas setelah dipormulasika dalam bentuk tabel/grafik terlihat pada tabel/grafik 5.1 yang menggambarkan hal yang sangat riil dan aktual dimana minat kaum Milenial untuk berkunjung ke obyek wisata des gumbrih adalah sangat dominan dengan pembuktian score rata-rta, 3.8, dan yang perlu mendapatkan perhatian serius dan lebih fokus adalah Produktivitas obyek wisata dan pemasaran, yang mendapat score 2.9, dimana dari pihak pengelola, Pokmas, masyarakat, Bendesa adat dan kepala desa Gumbrih harus lebih memperhatikan untuk dibangun dan ditingkatkan, serta sama-sama memberkan kontribusi ke hal tersebut, sehingga obyek wisata desa Gumbrih dapat berjalan secara berkesinambungan, dalam memenuhi kebutuhan wisatawan, masyarakat, dan pemerintah baik daerah maupun pusat.

#### 4. Kesimpulan

Adapun dari penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Local Geneious** memiliki score 3,6 yang menunjukkan bahwa Faktor-faktor penentu daya tarik wisata dari sudut pandang *Local genius* di Desa Gumbrih perlu diperhatikan dan dibangun dengan baik,
- Destinasi** memiliki score 3,4, berarti daya tarik pariwisata dari sudut pandang wisatawan di desa Gumbrih perlu mendapatkan perhatian untuk dikelola dengan baik,dalam menentukan minat wisatawan.
- Produktivitas Objek Wisata** memiliki score 2,9 yang berarti bahwa Sarana dan prasarana, inprastruktur dan pengelola yang mendukung kegiatan pariwisata di Desa Gumbrih sangat dibutuhkan untuk ditingkatkan dan dibangun dengan serius.
- Pemasaran** memiliki score 2,9 yang berarti bahwa *product, people, process*, dan *Physical Evidence* perlu secara serius dan memerlukan perhatian lebih untuk dikelola dengan baik agar memenuhi segmen pasar yang dituju.
- minat Kaum milenial** memiliki score 3,8 yang berarti bahwa Desa Gumbrih sebagai pilihan kaum milenial untuk dapat berwisata, adalah sangat dominan, karena di tunjang oleh alam yang indah, alami, asri, dan dilengkapi dengan atraksi ATV, untuk bisa keliling ke wilayah desa dan kebun-kebun yang ada didesa tersebut disamping atraksi Bali Reftile Rescew, restoran ala anak muda, dan panorama sawah, hutan dan gaung ombak yang kedengaran dari obyek wisata tersebut.

#### 5. Daftar Rujukan

- [1] Pemberdayaan Masyarakat dan Desa Wisata 4.A, <https://www.malukuprov.go.id/534-pentingnya-pemberdayaan-masyarakat>.
- [2] Memahami selera wisatawan milenial hall all- Kompas.com.
- [3] Tujuan, Prinsip dan Tahapan Pemberdayaan Masyarakat, <https://www.kajumpustaka.com/Tujuan-Prinsip-dan-Tahapan-Pemberdayaan>.
- [4] Persepsi dan Motivasi Wisatawan yang Berkunjung ke Daya Traik Wisata, <https://ojs.und.ac.id/index.php/jkh/article/download/32085/21261>.
- [5] Analisa, Motivasi dan persepsi masyarakat Surabaya dalam mepublication petra

- ac.id/index.php/manajemen/pariwisata/article/mew/227.
- [6] Tri Hita Karana -wikipedia bahasa indonesia-ensiklopedia.bebas.<https://id.wikipedia.org/wiki/Tri-Hita-karana>
- [7] Pariwisata Berbasis Tri Hita Karana/RIZAL Kevinanzah, [https://www.acadenia.edu/116447/16/Pariwisata berbasis Tri-Hita Karana](https://www.acadenia.edu/116447/16/Pariwisata%20berbasis%20Tri-Hita%20Karana).
- [8] Pengenalan Konsep *Tri Hita Karana Milenial*, <https://ejournalundhusa.ac.id/index.php/jp/article/download/417/362>.
- [9] Gerakan Milenial Dalam Pariwisata, [https://buleleng.kap.go.id/detail/generasi melineal-dala-dalam pariwisata](https://buleleng.kap.go.id/detail/generasi-melineal-dala-dalam-pariwisata), 66.
- [10] Promosi Wisata ala Milenial oleh komunitas Averroes, <https://www.kompajana.com//promosi-wisata-alagenerasi-milenial> 15 maret 2015.
- [11] Sipat dan Karakteristik Masyarakat Indonesia, [https://www.nukrbal.com/2015/03/Sipat Dan Karakteristik masyarakat](https://www.nukrbal.com/2015/03/Sipat-Dan-Karakteristik-masyarakat).
- [12] Undang-undang no. 10 tahun 2009 tentang Pariwisata.
- [13] Kajian Penyusunan Kreteria-kreteria Desa Wisata Sebagai Intrumen Dasar Pengembangan Desa Wisata dalam Jurnal I Nyoman Suksma Arida dan LP Kerti Pujani Universitas Udayana, Vol. 17 No. 1, 2017, ISSN : 1410 – 3729
- [14] Teori Dasar dasar Manajemen, Motivasi Oleh Maslows (dalam Prof. Dr. H. Afifuddin, M.M. Th, 2014
- [15] 7 Habits of Highly Effective People oleh Stephen R Covey 2013.
- [16] Gamar R. Liburan di Bali, Raja Salman Diperkirakan Keluarkan Dana Ratusan Miliar Rupiah. [regional.kompas.com](https://regional.kompas.com/read/2017/03/13/14582581/liburan.di.bali.raja.salm.an.diperkirakan.keluarkan.dana.ratusan.miliar.rupiah), [https://regional.kompas.com/read/2017/03/13/14582581/liburan.di.bali.raja.salm an.diperkirakan.keluarkan.dana.ratusan.miliar.rupiah](https://regional.kompas.com/read/2017/03/13/14582581/liburan.di.bali.raja.salm.an.diperkirakan.keluarkan.dana.ratusan.miliar.rupiah) (2017, accessed 4 August 2018).
- [17] Tjiptono, Fandi., 2008. Strategi Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- [18] Hurriyati, Ratih, budi, 2013, Bauran Pemasaran & Loyalitas Konsumen. Alfabeta.Bandung.
- [19] Koswara VD. *Sains dan Teknologi 2: Berbagai Ide untuk Menjawab Tantangan & Kebutuhan oleh Ristek*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- [20] Arcana KTP. . Implementasi Konsep 'Sustainable Event Management' Dalam Pengelolaan Kegiatan MICE di Kawasan Wisata Nusa Dua, Bali. *Jump (Jurnal Master Pariwisata)* 2014; 1: 95–118.
- [21] Pusaka Dunia.Com. Puja Mandala Bali Simbol Bhineka Tunggal Ika. [Pusakadunia.com](https://pusakadunia.com/blog/puja-mandala-bali-simbol-bhineka-tunggal-ika/), <https://pusakadunia.com/blog/puja-mandala-bali-simbol-bhineka-tunggal-ika/> (2015).
- [22] Takwin B. *Filsafat Timur: Sebuah Pengantar ke Pemikiran-pemikiran Timur*. Yogyakarta: Jalasutra, 2009.
- [23] Junaedi, I Wayan Ruspindi & Waruwu D. *Kepemimpinan dan Transformasi Ekonomi: Kajian Desa Blimbingsari*. Denpasar: Pustaka Larasan, [https://www.researchgate.net/publication/318012830\\_KEPEMIMPINAN\\_DAN\\_TRANFORMASI\\_EKONOMI\\_KAJIAN\\_DESA\\_BLIBMINGSARI](https://www.researchgate.net/publication/318012830_KEPEMIMPINAN_DAN_TRANFORMASI_EKONOMI_KAJIAN_DESA_BLIBMINGSARI) (2016).
- [24] Widyastuti, Ni Kadek; Waruwu, Dermawan; Suartana IK. *Pariwisata Spiritual: Daya Tarik Wisata Palasari Bali*. Denpasar: Pustaka Larasan, [https://www.researchgate.net/publication/318012421\\_PARIWISATA\\_SPIRITUAL\\_DAYA\\_TARIK\\_WISATA\\_PALASARI\\_BALI](https://www.researchgate.net/publication/318012421_PARIWISATA_SPIRITUAL_DAYA_TARIK_WISATA_PALASARI_BALI) (2017).
- [25] Koetjaraningrat. *Pengantar Ilmu Anthropologi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- [26] Mantra IB. *Landasan Kebudayaan Bali*. Denpasar: Yayasan Dhrama Sastra, 1996.
- [27] Mantra IB. *Bali: Masalah Sosial Budaya dan Modernisasi*. Denpasar: PT Upada Sastra, 1990.
- [28] Sulistyawati M (Ed). *Integrasi Budaya Tionghoa Ke Dalam Budaya Bali; Sebuah Bunga Rampai*. Denpasar: Universitas Udayana, 2008.
- [29] Gramsci A. *Prison Notebooks (Catatan-catatan dari Penjara)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- [30] Barker C. *Cultural Studies: Teori dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang, 2005.
- [31] Simon R. *Gagasan-Gagasan Politik Gramsci*. Yogyakarta: INSIST bekerjasama dengan Pustaka Pelajar, 2004.

- [32] Bourdieu P. *Arena Produksi Kultural: Sebuah Kajian Sosiologi Budaya*. Bantul: Kreasi Wacana, 2015.
- [33] Jenkins R. *Membaca Pikiran Pierre Bourdieu*. Bantul: Kreasi Wacana, 2016.
- [34] Moleong JL. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, [http://eprints.walisongo.ac.id/1587/3/083111071\\_Bab3.pdf](http://eprints.walisongo.ac.id/1587/3/083111071_Bab3.pdf) (2010).
- [35] Endraswara S. *Metode, Teori, Teknik Penelitian Kebudayaan: Ideologi, Epistemologi, dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Widyatama, [https://librarystikespkj.files.wordpress.com/2017/10/d08120018-001-4-end-m-metode-teori-teknik-penelitian-kebudayaan-2006\\_library-stikes-pekajangan-2014.pdf](https://librarystikespkj.files.wordpress.com/2017/10/d08120018-001-4-end-m-metode-teori-teknik-penelitian-kebudayaan-2006_library-stikes-pekajangan-2014.pdf) (2006).
- [36] Kerlinger FN. *Asas-asas Penelitian Behavioral*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, <http://ugmpress.ugm.ac.id/id/product/pertanian/asas-asas-penelitian-behavioral> (2002).