

DESA WISATA BATIK GENTONGAN MADURA

Perspektif Psikologi Pariwisata



Yudho Bawono - Fandi Rosi Sarwo Edi
Moh. Ishaq Abd Salam - Uifa Lailatul Jannah
Moch Ihza Rizal Bahari

**DESA WISATA BATIK
GENTONGAN MADURA**
(Perspektif Psikologi Pariwisata)

UU No 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan Sifat Hak Cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
2. Setiap orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

DESA WISATA BATIK GENTONGAN MADURA

(Perspektif Psikologi Pariwisata)

Yudho Bawono
Fandi Rosi Sarwo Edi
Moh. Ishaq Abd Salam
Ulfa Lailatul Jannah
Moch Ihza Rizal Bahari



YAYASAN PENDIDIKAN
CENDEKIA MUSLIM



Desa Wisata Batik Gentongan Madura (Perspektif Psikologi Pariwisata)

**Yudho Bawono, Fandi Rosi Sarwo Edi, Moh. Ishaq Abd Salam,
Ulfa Lailatul Jannah, Moch Ihza Rizal Bahari**

Editor:
Sisi Febria Agami

Desainer:
Nur Aziza

Sumber Gambar Cover:
www.canva.com

Penata Letak:
Sisi Febria Agami

Proofreader:
Tim YPCM

Ukuran:
x, 92 hlm, 14,8x21 cm

ISBN:
978-623-8520-31-2

Cetakan Pertama:
Januari 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

**Anggota IKAPI: 027/Anggota Luar Biasa/SBA/21
YAYASAN PENDIDIKAN CENDEKIA MUSLIM**

Jorong Pale, Nagari Pematang Panjang, Kecamatan Sijunjung,
Kabupaten Sijunjung, Provinsi Sumatra Barat – Indonesia 27554
HP/WA: 0853-6336-7395

Website: www.cendekiamuslim.com

E-mail: cendekiamuslimpress@gmail.com

Marketplace: <http://store.cendekiamuslim.or.id/>

DAFTAR ISI

Prakata _____	ix
Bab I Psikologi Pariwisata _____	1
A. Pengertian Psikologi Pariwisata _____	1
B. Aspek Psikologi terkait Pariwisata _____	5
C. Daya Tarik Wisata _____	8
D. Jenis dan Macam Pariwisata _____	30
E. Komponen Pengembangan Pariwisata _____	37
Bab II Desa Wisata _____	41
A. Pengertian Desa Wisata _____	41
B. Tipologi Desa Wisata _____	43
Bab III Pariwisata di Madura _____	45
A. Sekilas tentang Madura _____	45
B. Pariwisata di Madura _____	47
Bab IV Batik Gentongan Madura di Antara Ragam Batik di Indonesia _____	73
A. Pengertian Batik _____	73
B. Batik Gentongan _____	74
Bab V Pengembangan Desa Paseseh sebagai Desa Wisata Batik Gentongan di Madura _____	81
A. Investasi di Bidang Pariwisata Melalui Pengembangan Potensi Batik Gentongan _____	81



B. Kampung Batik Gentongan sebagai Desa Wisata di Madura _____	83
Daftar Pustaka _____	87
Profil Penulis _____	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Infografis Desa Wisata di Indonesia _____	42
Gambar 2. Makam Syaichona Moch Cholil, Bangkalan _____	52
Gambar 3. Pulau Gili Labak, Sumenep _____	53
Gambar 4. Bukit Jaddih, Bangkalan _____	55
Gambar 5. Topeng Dalang Dasuk, Sumenep _____	56
Gambar 6. Pantai Camplong, Sampang _____	57
Gambar 7. Mercusuar Sambilangan, Bangkalan _____	59
Gambar 8. Bukit Cinta, Pamekasan _____	60
Gambar 9. Desa Nepa, Sampang _____	61
Gambar 10. Aer Mata Ratu Ebu, Bangkalan _____	62
Gambar 11. Bukit Geger, Bangkalan _____	64
Gambar 12. Taman Mangrove, Bangkalan _____	65
Gambar 13. Pulau Giliyang, Sumenep _____	66
Gambar 14. Pulau Gili Genting, Sumenep _____	67
Gambar 15. Api Tak Kunjung Padam, Pamekasan _____	68
Gambar 16. Karapan Sapi, Madura _____	69
Gambar 17. Pantai Siring Kemuning, Bangkalan _____	70
Gambar 18. Proses Mencanting Batik Gentongan _____	77
Gambar 19. Gapura Selamat Datang Kawasan Batik Tulis Tanjung Bumi _____	82
Gambar 20. Toko-toko Batik yang Berjejer di Jalan Raya Tanjung Bumi _____	83
Gambar 21. Gapura Masuk ke Sentra-Sentra Batik di Desa Paseseh _____	84



PRAKATA

Alhamdulillahirabbilalamiin...

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt. Melalui taufik, hidayah, serta inayah yang telah dilimpahkan-Nya, buku *Desa Wisata Batik Gentongan Madura (Perspektif Psikologi Pariwisata)* ini akhirnya dapat terselesaikan juga.

Buku ini ditulis berdasarkan ketertarikan penulis pada batik gentongan. Batik gentongan sendiri merupakan batik yang istimewa karena memiliki ciri khas dan keunikan yang membedakannya dengan batik tulis pada umumnya.

Melalui kajian literatur dan hasil wawancara dengan beberapa informan, akhirnya tulisan ini disusun dalam bentuk buku. Harapannya, buku ini akan menambah bahan bacaan terkait pariwisata pada umumnya dan batik gentongan pada khususnya.

Sebagai ungkapan terima kasih, penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ini, terima kasih atas semua dukungan yang diberikan.

Tak ada gading yang tak retak. Buku ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis dengan kerendahan hati sangat berharap adanya kritik, saran, komentar, dan ide-ide yang dapat menyempurnakan tulisan ini.

Penulis





BAB I

PSIKOLOGI PARIWISATA

A. Pengertian Psikologi Pariwisata

Secara etimologi, istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang memiliki persamaan makna dengan *tour*, yang berarti berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain. Hal ini didasarkan pada pemikiran bahwa kata “pariwisata” terdiri dari dua suku kata yaitu “Pari” dan “Wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap. Wisata berarti perjalanan, bepergian (Yoeti dalam Suryadana & Octavia, 2020).

Selanjutnya organisasi pariwisata dunia, UNWTO, mendefinisikan pariwisata sebagai aktivitas perjalanan dan tinggal seseorang di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjunginya tersebut. Pariwisata adalah keseluruhan jaringan dan gejala-gejala yang berkaitan dengan tinggalnya orang asing di suatu tempat, dengan syarat bahwa mereka tidak tinggal di situ untuk melakukan suatu pekerjaan yang penting yang memberikan keuntungan yang bersifat permanen maupun sementara (Hunziker & Krapf dalam Soekadijo, 2000:12).

Sementara kepariwisataan itu sendiri merupakan pengertian jamak yang diartikan sebagai hal-hal yang berhubungan dengan pariwisata, yang dalam bahasa Inggris disebut *tourism*. Dalam kegiatan kepariwisataan ada



yang disebut subyek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Sebagai dasar untuk mengkaji dan memahami berbagai istilah kepariwisataan, dengan berpedoman pada Bab 1 Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan sebagai berikut

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara;
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata;
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah;
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha;
5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan;
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam suatu atau lebih wilayah administratif

yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata;
8. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata;
9. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggaraan pariwisata;
10. Kawasan strategi pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh dalam suatu atau lebih aspek seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup serta pertahanan dan keamanan.

Kajian di bidang ilmu psikologi adalah perilaku manusia, sebagai ilmu yang berfokus pada perilaku manusia memiliki peran penting dalam mengkaji hubungan manusia dengan lingkungan pariwisata. Menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO) definisi pariwisata yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 bulan. Melihat aktivitas yang dilakukan wisatawan, pekerja di tempat



wisata, dan masyarakat di sekitar tempat wisata akan menarik dikaji berdasarkan teori-teori dalam ilmu psikologi. Banyak teori psikologi yang dapat digunakan dalam konteks kepariwisataan semisal, motivasi wisatawan, kepribadian dalam menentukan ketertarikan tempat wisata, industri wisata, dan sikap terhadap lingkungan wisata. Sikap yang dimiliki individu pada lingkungan wisata akan menentukan pemetaan kognitif untuk kembali atau tidak pada suatu tempat wisata

Istilah kepariwisataan berasal dari akar kata wisata. Dalam kepustakaan tentang kepariwisataan di Indonesia, seperti halnya yang tercantum dalam UU No. 10 Tahun 2009, tentang Kepariwisata; Konstruksi pengertian tentang wisata diberikan batasan sebagai: Kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari dari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (Sunaryo, 2013). Pariwisata adalah pergerakan di mana manusia melakukan aktivitas sementara di luar dari lingkungan tempat tinggalnya dengan tujuan memperoleh manfaat dengan berbagai fasilitas yang ada.

Pariwisata dianggap sebagai pilihan bisnis yang menjanjikan. Semakin banyaknya tempat-tempat wisata tidak akan mengurangi minat manusia untuk berkunjung, tetapi semakin membangkitkan minat manusia untuk mengeksplor destinasi wisata baru. Berkembangnya destinasi wisata di berbagai Negara baik wisata alam atau wisata buatan diimbangi dengan jumlah populasi manusia yang terus bertambah. Dengan berbagai macam tuntutan yang harus dipenuhi manusia dalam memenuhi kebutuhan,



menjadikan manusia pada waktu tertentu akan mengalami kebosanan dan stres akan pekerjaan. Ketika berbagai tekanan akan rutinitas pekerjaan manusia akan mencari hiburan dengan berkunjung ke berbagai destinasi wisata pada hari libur kerja.

Berdasarkan uraian di atas, yang disebut dengan psikologi pariwisata adalah ilmu yang mempelajari hubungan perilaku manusia dengan lingkungan pariwisata. Perilaku dapat dilihat di tempat wisata yang terdiri dari pekerja di tempat wisata, wisatawan yang sedang berlibur, dan masyarakat di sekitar tempat wisata.

B. Aspek Psikologi Terkait Pariwisata

Tempat pariwisata menjadi menarik jika memiliki kesan/citra yang positif bagi wisatawan. Cromton (dalam Ross, 1998) mendefinisikan citra tempat tujuan liburan sebagai keseluruhan keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seseorang tentang suatu tempat tujuan. Ketika citra terhadap tempat wisata baik maka akan membantu untuk mendukung wisatawan kembali. Proses pengambilan keputusan wisatawan dalam memilih tempat wisata membutuhkan proses yang lebih kompleks dimulai dari keinginan berwisata, informasi tempat, faktor pendukung akan akses/fasilitas, perjalanan wisata, selama kegiatan wisata, pengalaman, dan evaluasi dari keseluruhan proses yang dilakukan.

Daya tarik wisata juga dapat diartikan sebagai sifat yang dimiliki oleh suatu objek berupa keunikan, kelangkaan, lain dari pada yang lain, memiliki sifat yang menumbuhkan semangat. Pencapaian kebahagiaan individu dapat diperoleh salah satunya dengan melakukan wisata. Perjalanan wisata secara tidak langsung mengajak



individu untuk berpersepsi positif dan menyenangkan individu apalagi jika dilakukan bersama-sama dengan keluarga/teman. Menurut Edi, dkk. (2017) unsur kebahagiaan dalam hidup merupakan salah satu unsur terpenting bagi seseorang, karena dengan bahagia setiap orang merasakan kehidupan yang nyaman, hari-harinya juga terasa lebih berharga. Kebahagiaan adalah dambaan setiap individu dalam hidupnya. Namun, setiap individu memiliki persepsi, makna, dan penghayatan yang berbeda-beda atas kebahagiaan tersebut. Kebahagiaan menjadikan dasar utama individu ingin berwisata dan menentukan tempat tujuan wisata yang diharapkan. Dengan berwisata akan memperoleh kesenangan dan menghilangkan rasa capek selama beraktivitas/bekerja sebagai rutinitas keseharian individu.

Faktor-faktor apa sajakah yang dapat menyebabkan wisatawan memilih suatu daerah tujuan wisata. Adapun beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam memilih suatu lingkungan wisata menurut Iskandar (2013) adalah

1. Daerah tujuan wisata tersebut memiliki daya tarik tersendiri. Hal ini berarti bahwa daerah tujuan wisata tersebut harus dapat menggugah minat wisatawan untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata. Daerah tujuan wisata dapat menarik apabila dapat memberikan informasi yang baik sebagai tempat berwisata. Adanya kesenjangan antara harapan dan realitas, di mana harapan muncul karena informasi yang dikemas dengan baik, sehingga memunculkan kebutuhan untuk melakukan perjalanan berwisata.
2. Apabila seorang wisatawan datang ke daerah tujuan wisata, maka ia akan melakukan eksplorasi bermacam-macam yang terdapat di lingkungan wisata. Wisatawan



akan melakukan eksplorasi secara khusus, apabila ada suatu objek yang menarik bagi dirinya. Adapun yang dieksplorasi secara khusus adalah apabila objek wisata tersebut dapat memberikan kesan

- a. Kompleksitas. Wisatawan tidak menyenangi suatu lingkungan wisata yang monoton. Lingkungan yang monoton tersebut akan cepat membosankan, sehingga ia akan segera meninggalkan objek wisata tersebut. Kompleksitas daerah tujuan wisata dapat berupa keindahan alam, dan lingkungan buatan yang menarik, warna-warni yang menarik di lingkungan wisata, beragamnya objek wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan;
- b. Adanya unsur keterbaruan pada objek wisata tersebut. Dengan adanya objek wisata yang dianggap baru, maka wisatawan akan mengeksplorasi objek wisata secara khusus;
- c. Objek wisata yang memberikan kesan aneh, akan dieksplorasi oleh wisatawan. Kesan aneh atau ganjil adalah ketika wisatawan tersebut melakukan pembedaan dan mengingat-ingat benda atau objek wisata yang pernah diketahuinya;
- d. Objek wisata yang berkesan aneh tersebut, akan lebih menarik minatnya ketika objek wisata tersebut dapat mengejutkan dirinya. Hal ini berarti pada objek wisata tersebut ada hal-hal yang tidak diduga ada pada objek tersebut. Terutama objek wisata tersebut merupakan objek yang disenanginya;
- e. Wisatawan akan lebih tertarik apabila ia melihat objek di daerah tujuan wisata ada yang unik. Hal ini berarti bahwa objek tersebut belum pernah dijumpai di daerah tujuan wisata yang lain, sehingga

- wisatawan merasa ada yang unik pada objek wisata tersebut;
- f. Daerah tujuan wisata yang banyak disenangi oleh wisatawan adalah daerah yang mempunyai ruang yang luas. Ruang yang luas akan memberikan kesan tidak sesak, luas pandangnya dapat mencapai tempat yang lebih jauh;
 - g. Daerah tujuan wisata memiliki pemandangan yang indah, akan menjadi daya tarik tersendiri. Wisatawan akan merasa senang dengan adanya pemandangan yang indah;
 - h. Faktor keamanan merupakan aspek yang tidak boleh diabaikan. Wisatawan memerlukan rasa aman ketika ia berkunjung ke daerah tujuan wisata;
 - i. Kenyamanan merupakan faktor yang tidak dapat diabaikan, khususnya bagi wisatawan dari segmen kelas atas sangat mengutamakan kenyamanan. Kenyamanan bagi wisatawan kelas atas, terkait dengan tempat penginapan yang mewah dan nyaman, pemandangan dan lingkungan yang nyaman. Tetapi bagi wisatawan yang senang dengan petualangan, maka kenyamanan bukan saja dari tempat menginap, melainkan suasana alam yang menyenangkan.

C. Daya Tarik Wisata

Objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentuk aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung yang datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu.



Misalnya penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. Oleh karena itu, suatu daya tarik dapat dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata.

Objek daya tarik wisata sangat erat hubungannya dengan *travel motivation* dan *travel fashion*, karena wisatawan ingin mengunjungi serta mendapatkan suatu pengalaman tertentu dalam kunjungannya. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu area atau daerah tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan. Pariwisata biasanya akan dapat lebih berkembang atau dikembangkan, jika di suatu daerah terdapat lebih dari satu jenis objek dan daya tarik wisata. Tetapi bagaimanapun juga, beberapa jenis objek dan daya kepentingan konservasi jika tidak terus dikembangkan untuk kepentingan ekonomi.

Hal yang perlu diperhatikan adalah bahwa dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi, dan dievaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan suatu area tertentu. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial dan untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai.

1. Jenis-Jenis Objek dan Daya Tarik Wisata

Secara garis besar daya tarik wisata diklasifikasikan ke dalam tiga klasifikasi antara lain: a) Daya tarik alam; b) Daya tarik budaya; dan c) Daya tarik buatan manusia. Walaupun demikian, ada yang membagi jenis objek dan daya tarik wisata ini ke dalam dua katagori saja, yaitu: a) Objek dan daya tarik wisata alam, dan b) Objek dan daya tarik wisata sosial budaya.



Perencanaan dan pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam maupun sosial budaya harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan objek daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan.

2. Perencanaan dan Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata Alam

Pendekatan dasar yang digunakan dalam perencanaan pengembangan objek dan daya tarik wisata alam adalah menggunakan *environmental planning approach*. Penekanan dari pendekatan ini adalah pada konservasi lingkungan, tetapi dengan memperhatikan kebutuhan pengunjung akan fasilitas dan kebutuhan dalam melakukan aktivitasnya.

a. Pantai

Pantai merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata banyak diminati. Banyak kawasan wisata yang terkenal di dunia terletak di pantai. Jenis objek dan daya tarik wisata ini erat kaitannya dengan aktivitas seperti berjemur matahari, berenang, selancar, berjalan-jalan di tepi pantai, mengumpulkan kerang, berperahu, ski air, berfoto, *people watching*, dan lain-lain.

Dalam pengembangannya diperlukan aksesibilitas menuju lokasi dan tempat parkir yang memadai. Di pantai tidak boleh terdapat bangunan, kecuali fasilitas-fasilitas non permanen seperti parasol, dan lain-lain. Fasilitas lain seperti tempat

bilas, MCK, dan tempat penitipan barang diletakkan di belakang pantai.

Pantai umum harus memiliki fasilitas penjaga pantai, rambu-rambu pembatas. P3K, pos keamanan, kios-kios, restoran, akomodasi fasilitas penyewaan perahu, peralatan selancar dan lokasi berenang untuk anak-anak. Dimungkinkan adanya fasilitas olahraga dan bermain lainnya seperti bola voli, tenis meja, bulu tangkis, ataupun penyediaan kolam renang untuk alasan-alasan tertentu.

Akan lebih baik fasilitas diletakkan berkelompok selain pengelompokan aktivitas untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung yang berbeda. Khususnya bagi mereka yang menginginkan atau membutuhkan ketenangan harus diciptakan suasana khusus seperti taman-taman bangku santai yang terpisah.

Penataan zonasi, penataan alami, penentuan batas bangunan dari garis pantai serta pelaksanaan prinsip-prinsip konservasi merupakan hal yang mutlak untuk dipertimbangkan.

b. Wisata tirta/bahari

Dalam wisata tirta/bahari ini, termasuk wisata laut, danau dan sungai. Pengembangan lingkungan wisata tirta/bahari memerlukan adanya pertimbangan-pertimbangan khusus dalam perencanaannya. Fasilitas-fasilitas utama harus diletakkan di daerah belakang pantai, di belakang batas garis vegetasi.

Pengelompokan fasilitas merupakan kesatuan yang kompleks. Zonasi dalam hal ini diperlukan tidak hanya untuk daerah pantai dan belakang pantai, tetapi juga area perairan. Hal ini



untuk menghindari timbulnya konflik penggunaan area untuk aktivitas-aktivitas yang berbeda, misalnya antara berenang dengan perahu, menyelam dengan memancing.

Pengawasan yang ketat terhadap konservasi harus dilakukan khususnya terhadap penggunaan lingkungan bawah laut, seperti pelarangan pengambilan ikan-ikan hias, terumbu karang, pengawasan terhadap jangkar-jangkar dari perahu atau motor boat, serta pengawasan limbah. Secara umum dalam pengembangannya diperlukan aksesibilitas, fasilitas pelayanan, pusat informasi wisata, fasilitas pelengkap, marina, ataupun fasilitas khusus *oceanarium*.

c. Pegunungan

Jenis objek dan daya tarik wisata pegunungan khususnya berhubungan dengan kegiatan menikmati pemandangan, mendaki, berkemah dan berfoto. Jenis objek dan daya tarik wisata ini termasuk gunung berapi dan bukit-bukit dengan keunikan tertentu.

Sama halnya dengan pengembangan objek dan daya tarik wisata alam lainnya, seperti pantai, pengembangan area pegunungan juga memerlukan adanya pengelompokan fasilitas serta pembagian zona. Pertimbangan terhadap konservasi lingkungan merupakan hal yang mutlak. Fasilitas yang perlu disediakan antara lain adalah aksesibilitas, dengan jalur pemandangan yang indah berikut *view points*, jalan setapak, lahan perkemahan, tempat sampah, tempat berteduh, fasilitas pelayanan, akomodasi dan lain-lain.

d. Daerah liar dan terpencil

Daerah liar dan terpencil merupakan salah satu objek dan daya tarik wisata yang mulai diminati. Daerah seperti ini kadang-kadang disebut juga sebagai *primitive areas*, di mana pengunjung mencari ketenangan, lingkungan alami dengan pembangunan yang terbatas serta masyarakat tradisional. Ciri-ciri dari daya tarik wisata ini antara lain: a) Dapat memberikan *privacy* bagi pengunjung; b) Bebas dari keramaian lalu lintas; c) Pengembangan kawasan dan daerah sekitar yang tradisional; d) Tersedianya jalan setapak yang memadai; e) Relatif dekat dengan masyarakat sekitar; dan f) Perlindungan terhadap bentang alam dan lingkungannya.

Adapun langkah awal dalam pembangunan adalah penentuan zonasi untuk fasilitas dan aktivitas serta menetapkan jalur-jalur jalan setapak yang sesuai dengan tetap mempertimbangkan keaslian alam dan prinsip-prinsip konservasi. Fasilitas yang perlu disediakan antara lain lahan parkir, jalur jalan setapak, pusat informasi, tempat sampah, tempat berteduh, petunjuk arah. Penyediaan lahan berkemah dan fasilitasnya ditetapkan pada zona tertentu, termasuk fasilitas untuk api unggun. Akomodasi jenis lain, rumah makan, toko-toko, kios, dan lain-lain diletakkan di luar kawasan untuk aktivitas pada zona yang telah ditentukan.

Objek dan daya tarik wisata ini termasuk daerah pertanian, peternakan, bukit dan pegunungan, danau, sungai dan lain-lain yang berhubungan dengan aktivitas menikmati pemandangan, berfoto, berkemah, mempelajari kehidupan pedesaan, *hiking*,



cross country, berperahu, memancing, berburu dan lain-lain.

e. Taman dan daerah konservasi

Flora dan fauna yang unik dan menarik dapat menjadi suatu objek dan daya tarik wisata yang penting, yang harus dilindungi sebagai daerah konservasi seperti taman nasional, taman regional, suaka alam, suaka margasatwa ataupun sebagai daerah liar yang diawasi.

Konsep pengembangan taman nasional bervariasi antara suatu negara dengan negara lain, tergantung kebijakan dan kondisi masing-masing negara yang bersangkutan. Sebagai contoh di Amerika dan Kanada, taman nasional bisa termasuk tanah milik wisata atau perorangan Seperti tanah perkebunan, peternakan, pertanian ataupun perkampungan. Namun demikian setiap perencanaan dan pengembangannya harus tetap memperhatikan kriteria-kriteria dan standar-standar internasional.

Konsep yang dianggap penting dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata ini adalah adanya tujuan pendidikan bagi pengunjung tentang apa yang mereka lihat, khususnya penekanan terhadap masalah ekologi dan konservasi. Pendekatan ini sangat sesuai kecenderungan keinginan dan kebutuhan pengunjung akan informasi yang memadai tentang lingkungan yang dikunjungi.

Prinsip-prinsip yang perlu diperhatikan dalam pengembangan objek dan daya tarik wisata ini antara lain

- 1) Penerapan zonasi;
- 2) Fasilitas usaha harus terkonsentrasi atau mengelompok, bisa disebut sebagai *visitor center*, yang terdiri atau pusat informasi, kios, rumah makan, ruang pandang-dengar, museum, P3K, WC atau MCK, tempat parkir, akomodasi, dan lain-lain;
- 3) Fasilitas lain di dalam taman, jalan setapak, tempat berteduh, area piknik, MCK, tempat sampah, rambu-rambu petunjuk arah, lahan perkemahan;
- 4) Bentuk bangunan dan bahan bangunan harus sesuai dengan lingkungan alam sekitar.

Bentuk pengembangan lain jenis objek dan daya tarik wisata yang berhubungan dengan flora dan fauna antara lain taman safari, kebun binatang, aquarium, dan *botanic garden*. Jika dikembangkan dan dikelola dengan baik dapat menjadi objek dan daya tarik wisata internasional. Selain itu, keberadaan objek dan daya tarik wisata ini dapat dijadikan tempat pengembangbiakan atau penakaran bagi flora atau fauna yang langka.

f. *Health resort*

Biasanya pengembangan *health resort* berhubungan dengan lingkungan alam. Pemandian air panas atau SPA dengan air belerang maupun air mineral merupakan salah satu jenis wisata kesehatan yang sudah berkembang sejak zaman Romawi dan sampai saat ini menjadi kegiatan yang menarik. Jenis lain dari wisata kesehatan yang akhir-akhir ini berkembang adalah *diet resort* dan *tuberculosis resort*.

Lokasi bagi objek dan daya tarik wisata ini yang lebih baik adalah area yang memiliki iklim atau udara yang sejuk dan bersih.

Pengembangan objek dan daya tarik wisata ini memerlukan penelitian khusus terhadap manfaat serta kandungan dari air mineral atau belerang, selain penentuan zona khusus bagi melindungi sumber airnya.

Fasilitas yang dapat disediakan sangat tergantung dari besar kecilnya skala pengembangan. Jika *health resort* akan dikembangkan untuk tujuan tertentu, maka fasilitas yang disediakan akan memakan biaya tinggi, seperti klinik, dan peralatannya, tenaga medis, akomodasi, jalur jogging (*indoor* atau *outdoor*), fasilitas olahraga, kolam renang khusus, kamar-kamar berendam, penitipan barang, ruang tunggu MCK umum dan lain-lain.

Selain fasilitas bagi keperluan khusus tersebut di atas perlu juga penyediaan fasilitas lain bagi pengunjung lain yang tujuannya hanya melakukan rekreasi, seperti lahan perkemahan, area piknik, tempat bermain anak, taman, danau buatan, dan lain-lain.

3. Perencanaan dan Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata Sosial Budaya
 - a. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen
Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan keagamaan seperti gereja, kuil, candi, puri, masjid serta tempat-tempat bersejarah lain seperti *battlefields* merupakan suatu jenis objek dan daya tarik wisata utama di

banyak negara. Jenis lain dari objek dan daya tarik wisata ini adalah: 1) Penelitian bawah air, misalnya kapal karam atau tenggelam; 2) Industri *archeology*; dan 3) Taman-taman bersejarah.

Perencanaan pengembangan jenis objek dan daya tarik wisata ini memerlukan zonasi. Fasilitas harus terkonsentrasi di satu atau beberapa area dan harus terintegrasi dengan *visitor center complex*. Fasilitas ini harus berada atau dekat dengan pintu masuk. Pengaturan kesan alami perlu diperhatikan di sekitar atraksi utama dan di seluruh kawasan, perlu diperhatikan arus pengunjung agar tidak terkonsentrasi pada suatu tempat, jarak antara pintu masuk dan pintu keluar harus diperhatikan. Penyediaan brosur dapat membantu dalam memberikan informasi yang lebih lengkap selain penyediaan pemandu wisata yang menguasai beberapa bahasa.

Pendekatan imajinatif dalam perencanaan pengembangan fasilitas akhir-akhir ini merupakan hal yang efektif untuk diterapkan, khususnya dalam menyampaikan informasi yang lebih akurat kepada pengunjung seperti penyediaan museum, ruang penelitian, ruang pandang dengar, diorama, panggung, perpustakaan, dan lain-lain. Fasilitas umum yang harus tersedia adalah WC umum, kios, tempat sampah, papan penunjuk arah, papan peringatan, tempat tunggu, lahan parkir, dan lain-lain.

b. Museum dan fasilitas budaya lainnya

Jenis objek dan daya tarik wisata ini berhubungan dengan aspek alam dan aspek kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat



dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan, teknologi dan industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

Jenis objek dan daya tarik wisata ini biasanya dikembangkan dengan tujuan untuk memenuhi masyarakat lokal dalam melakukan aktivitas rekreasinya ataupun mengisi waktu luang, tetapi jika suatu museum dikelola dengan baik akan dapat memberikan peluang yang cukup penting bagi peningkatan kegiatan pariwisata domestik maupun internasional. Tujuan dari pengembangan suatu museum tidak hanya sekedar menampilkan koleksi yang ada secara baik untuk keperluan rekreasi, tetapi unsur pendidikan juga merupakan tujuan utama, melalui interpretasi ataupun program-program khusus.

Penataan ruang dan pencahayaan museum harus dibuat sebaik mungkin, agar informasi yang disampaikan dapat lebih akurat dengan penataan lokasi di setiap ruangan dengan label-label khusus. Fasilitas pengunjung yang dapat disediakan adalah WC umum, tempat sampah, papan petunjuk, pusat informasi, perpustakaan, kios, tempat penitipan barang, dan lain-lain. Pemandu wisata harus berkualitas, tidak hanya mampu menguasai beberapa bahasa, tetapi juga mengerti secara rinci isi dari koleksi museum yang ada. Pusat informasi yang tersedia tidak hanya menyediakan pelayanan informasi mengenai koleksi yang ada dalam museum saja, tetapi juga informasi lain di luar museum yang masih berhubungan dengan koleksi museum.

c. Pola kehidupan

Pola kehidupan dan tradisi, termasuk adat-istiadat, pakaian, upacara dan kepercayaan dari suatu suku bangsa tertentu merupakan komponen kebudayaan yang penting, sebagai objek dan daya tarik wisata yang dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pengunjung, selain keuntungan ekonomi bagi daerah tersebut.

Hal yang perlu dipertimbangkan adalah daerah-daerah yang memiliki keunikan adat istiadat yang masih tradisional pada umumnya mempunyai masyarakat yang belum berkembang, adanya interaksi dengan pengunjung dikhawatirkan dapat menimbulkan dampak negatif bagi masyarakat penerima. Oleh karena itu, pertimbangan terhadap skala pengembangan harus ditentukan secara hati-hati, khususnya dalam penentuan tujuan pengembangannya.

Pengembangan jenis objek dan daya tarik wisata ini akan lebih efektif jika berada langsung di tempat kebudayaan suku bangsa aslinya, misalnya desa tradisional. Tetapi jika desa-desa tradisional sulit untuk dikembangkan atau dianggap sudah kurang baik (tidak utuh), usaha-usaha rekonstruksi dapat dilakukan, perlu adanya peragaan pembuatan barang-barang kerajinan tradisional, tari-tarian, musik tradisional, dan lain-lain.

d. Desa wisata

Pengembangan desa wisata sebagai objek dan daya tarik akan berhubungan dengan wisatawan atau pengunjung yang tinggal di suatu desa tradisional atau dekat dengan desa tradisional, atau hanya untuk



kunjungan singgah di mana lokasi desa wisata ini biasanya terletak di daerah terpencil. Wisatawan atau pengunjung tidak hanya menyaksikan kebudayaan tradisional, tetapi biasanya ikut langsung berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat setempat.

Pendekatan perencanaan pengembangan yang biasa dilakukan adalah *community approach* atau *community based development*. Dalam hal ini masyarakat lokal yang akan membangun, memiliki dan mengelola langsung fasilitas wisata serta pelayanannya, sehingga dengan demikian masyarakat diharapkan dapat menerima secara langsung keuntungan ekonomi serta mencegah terjadinya urbanisasi.

Penekanan pada pola kehidupan tradisional merupakan hal penting yang harus dipertimbangkan, mempersiapkan interaksi spontan antara masyarakat dan wisatawan atau pengunjung untuk dapat memberikan pengertian dan pengetahuan pengunjung tentang lingkungan dan kebudayaan setempat selain memberikan rasa bangga masyarakat lokal terhadap kebudayaannya.

Pembangunan penginapan tradisional yang sederhana dengan menggunakan bahan lokal, metode dan bentuk tradisional diharapkan dapat memberikan kesan tersendiri bagi pengunjung, termasuk masakan tradisional. Perlu dipertimbangkan jumlah penginapan, jenis transportasi tradisional, dan lain-lain. Penataan zonasi dan penataan lingkungan alam sekitar desa perlu dilakukan selain penyediaan fasilitas bagi wisatawan atau pengunjung. Dalam penataan zona



untuk desa wisata perlu dipertimbangkan *front stage* dan *back stage* atau daerah depan dan daerah belakang. Yang dimaksud dengan daerah depan adalah tempat pengalaman, artifisial atau buatan, tetapi masih berkaitan dengan tema dari adat-istiadat dan budaya setempat. Di sini wisatawan tidak langsung mendapatkan pengalaman budaya asli.

Daerah ini dimaksudkan untuk menarik wisatawan ataupun memberikan kesan awal bagi wisatawan atau pengunjung. Fasilitas dan pelayanan wisatawan yang dikelompokkan di daerah depan ini antara lain akomodasi, toko cendera mata, warung, dan sebagainya. Daerah belakang adalah daya tarik utamanya, yaitu permukiman penduduk asli dengan seluruh aktivitas budayanya. Di sini wisatawan atau pengunjung diharapkan dapat memperoleh pengalaman budaya asli yang otentik.

e. Wisata keagamaan, etnis, dan nostalgia

Jenis kegiatan wisata keagamaan, etnis dan nostalgia erat kaitannya dengan wisatawan atau pengunjung yang memiliki latar belakang budaya, agama, etnis, dan sejarah yang sama atau hal-hal yang pernah berhubungan dengan masa lalunya. Wisatawan jenis kegiatan ini biasanya tidak tinggal atau menginap di akomodasi komersial, tetapi di rumah saudara atau teman namun demikian kebutuhan akan fasilitas dan pelayanan lainnya masih merupakan hal penting. Lokasi dan jenis fasilitas dan pelayanan lainnya masih merupakan hal penting.

Lokasi dan jenis fasilitas dan pelayanan yang dibutuhkan sangat tergantung kepada jenis dan kecenderungan pasar wisata ke daerah mana mereka



berkunjung. Sebagai contoh kebutuhan fasilitas dan pelayanan pasar wisata nostalgia dan keagamaan akan berada satu dengan yang lain, misalnya dari segi informasi.

Pertimbangan penting bagi perencanaan pengembangannya adalah bahwa wisatawan akan meluangkan waktu untuk melakukan rekreasi atau *sight-seeing* di daerah yang dikunjunginya. Hal ini memerlukan pertimbangan bagi penyediaan aktivitas dan jenis objek dan wisata lainnya, yang sekaligus diharapkan dapat memperpanjang lama tinggal, memperbesar pengeluaran wisatawan dan meningkatkan kepuasan wisatawan.

Pengembangan dalam skala besar seperti wisata keagamaan di Mekah akan memerlukan fasilitas dan pelayanan serta kemudahan lain yang bervariasi dan kompleks. Sedangkan untuk pengembangan dalam skala kecil atau sedang, penyediaan fasilitas, pelayanan, dan kemudahan lain akan lebih sederhana. Selain penyediaan fasilitas dan pelayanan, penataan zonasi dan penataan lingkungan tetap harus dipertimbangkan.

Destinasi pariwisata adalah area atau kawasan geografis yang berbeda dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat unsur: daya tarik wisata, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, masyarakat serta wisatawan yang saling terkait dan melengkapi untuk terwujudnya kegiatan kepariwisataan (Suryadana & Octavia, 2015).

Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata



merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

Daya tarik wisata sejatinya merupakan kata lain dari objek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata objek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “Daya Tarik Wisata” maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai daya tarik wisata menurut beberapa ahli

1. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan;
2. A. Yoeti dalam bukunya “Pengantar Ilmu Pariwisata” tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “*tourist attraction*”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu;
3. Nyoman S. Pendit dalam bukunya “Ilmu Pariwisata” tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat;
4. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu;

5. Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan;
6. Daya tarik wisata adalah sifat yang dimiliki oleh suatu objek berupa keunikan, keaslian, kelangkaan, lain daripada yang lain memiliki sifat yang menumbuhkan semangat dan nilai bagi wisatawan (budpar);
7. Daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu.

Daya tarik wisata menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dibagi menjadi tiga macam, yaitu

1. Daya tarik wisata alam. Daya tarik wisata alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budi daya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan yaitu: a) Flora fauna; b) Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya ekosistem pantai dan ekosistem hutan bakau; c) Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau; dan d) Budi daya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan;
2. Daya tarik wisata sosial budaya. Daya tarik wisata sosial budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan;
3. Daya tarik wisata minat khusus. Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus.



Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya: berburu, mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dan lain-lain.

Perencanaan dan pengelolaan daya tarik wisata alam, sosial budaya maupun objek wisata minat khusus harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan daya tarik wisata harus mampu mengasumsikan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan.

Suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah

1. *What to see.* Di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan "*entertainment*" bagi wisatawan. *What to see* meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata;
2. *What to do.* Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama di tempat itu;
3. *What to buy.* Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang suvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal;

4. *How to arrive*. Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ke tempat tujuan wisata tersebut;
5. *Where to stay*. Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

Selain itu pada umumnya daya tarik wisata suatu objek wisata berdasarkan atas

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih;
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya. Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka;
3. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir;
4. Punya daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat

1. Keunikan, contoh: bakar batu (di Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.

2. Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari, dalam berpakaian dan kehidupan keluarga di mana seorang perempuan lebih mengutamakan menggendong bayi yang dianggapnya sangat berharga daripada menggendong anak sendiri.
3. Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/negara lain.
4. Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan.

Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada cerita keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan, yaitu di antaranya adalah

1. Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dan pembangunan objek wisata tersebut. Perkiraan untung-rugi sudah harus diperkirakan dari awal. Berapa tenggang waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diramalkan.

2. Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, dapat menciptakan lapangan kerja berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor yang lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain. Dalam kaitannya dengan hal ini pertimbangan tidak semata-mata komersial saja tetapi juga memperhatikan dampaknya secara lebih luas.

3. Layak teknis



Pembangunan objek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Tidaklah perlu memaksakan diri untuk membangun suatu objek wisata apabila daya dukung objek wisata tersebut rendah. Daya tarik suatu objek wisata tersebut membahayakan keselamatan para wisatawan.

4. Layak lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya. Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak lingkungan, tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga terciptanya keseimbangan, keselarasan, dan keserasian hubungan antara manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

Penentuan unsur pengembangan dan bobot daya tarik wisata pariwisata dilandasi oleh pengertian dan konsep yang dikembangkan dengan menentukan unsur-unsur yang berpengaruh terhadap pengembangan destinasi pariwisata dan memberikan bobot atau nilai penting terhadap masing-masing unsur tersebut.

Penentuan unsur utamanya berkaitan dengan pengembangan suatu produk pariwisata di suatu destinasi. Adapun unsur-unsur yang berpengaruh pengembangan produk pariwisata dan bobot masing-masing unsur adalah sebagai berikut

1. Daya tarik wisata adalah unsur terkuat dalam sistem pariwisata. Dibanding dengan unsur-unsur lain pembentuk produk pariwisata, daya tarik wisata merupakan *pull factor* bagi wisatawan dalam memengaruhi pengambilan keputusan mengunjungi suatu destinasi pariwisata;
2. Aksesibilitas merupakan salah satu unsur utama dalam produk karena mendorong pasar potensial menjadi pasar nyata. Aksesibilitas mencakup transportasi masuk ke negara, inter dan *intra region* (daerah) serta di dalam kawasan, dan kemudahan memperoleh informasi tentang destinasi;
3. Fasilitas wisata, pada unsur ini penting pembentuk produk pariwisata setelah aksesibilitas adalah fasilitas wisata, yang berperan menunjang kemudahan dan kenyamanan wisatawan, seperti: ketersediaan sarana akomodasi, prasarana wisata dalam radius tertentu dan sarana wisata pendukung lainnya;
4. Lingkungan dan masyarakat, untuk lingkungan yang terjaga, terpelihara dan sikap atau persepsi masyarakat terhadap pengembangan pariwisata adalah salah satu unsur yang menentukan keberhasilan suatu pengembangan pariwisata di samping indikator tingkat kesejahteraan;
5. Potensi pasar yang dimaksud mencakup pasar wisatawan nusantara dan wisatawan mancanegara. Untuk pasar wisatawan nusantara, utamanya diarahkan berdasarkan jumlah penduduk di radius tertentu;
6. Pengelolaan dan pelayanan. Pengelolaan dan pelayanan mem-*backup* keberatan dokumen pengelolaan seperti rencana pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata, kemandapan organisasi pengelolaan mutu

- pelayanan, dan pengelolaan, dan pelayanan serta kelengkapan saran pendukung dan perawatan hubungan dengan daya tarik lain;
7. Keberhasilan pengembangan ditentukan pula oleh persaingan antardaya tarik wisata sejenis.

D. Jenis dan Macam Pariwisata

Dalam praktik sehari-hari, jenis dan macam pariwisata sangat beragam. Berikut adalah jenis dan macam pariwisata yang dikemukakan Yoeti (2010)

1. Menurut letak geografis

- a. *International tourism*

International tourism disebut juga dengan pariwisata dunia (*world tourism*), yaitu kegiatan pariwisata yang dilakukan dalam ruang lingkup internasional yang biasanya dikoordinasikan oleh World Tourism Organization (WTO) yang merupakan salah satu badan keahlian PBB, seperti halnya WHO atau ILO yang dikenal masyarakat. WTO inilah yang menggariskan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dengan kegiatan pariwisata dunia yang perlu disimak oleh tiap negara yang menjadi anggotanya.

- b. *Regional international tourism*

Merupakan kegiatan pariwisata yang berkembang di ruang lingkup internasional yang terbatas, terdiri atas beberapa negara yang memiliki kepentingan bersama dalam pengembangan pariwisata di kawasan tersebut, seperti: *Pacific Area Travel Association (PATA)*, *ASEAN Tourism*, *Middle East Tourism* atau *Eropean Tourism*.

c. *National tourism*

Adalah kegiatan pariwisata yang dikembangkan dalam suatu negara yang biasa disebut dengan pariwisata nasional yang terdiri atas: pariwisata dalam negeri (*domestic tourism*) dan pariwisata luar negeri (*foreign tourism*).

d. *Domestic tourism*

Pariwisata dalam negeri disebut juga pariwisata nasional dalam arti sempit, yaitu pariwisata yang dikembangkan dalam suatu negara. Pariwisata dalam negeri ini merupakan dasar untuk mengembangkan pariwisata nasional suatu negara.

e. *Foreign tourism*

Bagi suatu negara disebut dengan pariwisata luar negeri, karena dalam kegiatannya mencakup kegiatan pariwisata yang terdiri atas unsur-unsur luar negeri. Termasuk dalam jenis pariwisata ini adalah *In-Bound Tourism* dan *Out-Bound Tourism*.

f. *In-bound tourism*

Merupakan pariwisata yang khusus menarik atau mendatangkan wisatawan mancanegara (*foreign tourist*) ke dalam negeri dalam rangka usaha meningkatkan perolehan devisa dari sektor pariwisata. Jenis pariwisata ini akan berhasil, bila pariwisata dalam negeri dapat dikembangkan dengan baik.

g. *Out-bound tourism*

Adalah pariwisata yang kegiatannya ditandai dengan ber kunjungnya wisatawan warga negara sendiri ke luar negeri. Jenis pariwisata ini merupakan kebalikan dari *In-bound Tourism*. Seperti diketahui, tidak ada suatu negara yang hanya mengembangkan *In-bound*



Tourism karena *In-bound Tourism* bagi suatu negara, sekaligus merupakan *Out-bound Tourism* bagi negara lain. Orang yang melakukan perjalanan wisata ke luar negeri ini disebut sebagai wisatawan nasional, yang dalam bahasa Inggris dikenal sebagai *Out-bound Tourist*.

2. Menurut Maksud Perjalanan Wisata

a. *Recreational tourism* atau *leisure tourism*

Merupakan jenis pariwisata yang dilakukan untuk tujuan rekreasi dan bersenang-senang dengan mengunjungi taman-taman rekreasi dalam rangka menghilangkan kejenuhan sehari-hari, di samping tersedianya waktu luang.

b. Pariwisata budaya (*cultural tourism*)

Adalah jenis pariwisata yang tujuan perjalanannya ingin melihat hasil kebudayaan suatu etnis atau bangsa, bagaimana tingkat kebudayaannya, mulai dari yang masih primitif hingga yang modern, menyaksikan *cultural fetival*, *cultural events*, *traditional dances*, situs sejarah, candi, bangunan kuno, adat-istiadat dan tata cara hidup sehari-hari (*the way of life*).

c. Pariwisata kesehatan (*recuperational tourism*)

Merupakan jenis pariwisata yang dilakukan orang-orang yang ingin mencari kesembuhan dari penyakit yang dideritanya atau berusaha tidak sakit dan berusaha mencegahnya, seperti: mandi di air panas, mandi dalam susu, pasir, kopi atau mandi lumpur. Jenis pariwisata ini akhir-akhir ini maju pesat, banyak peminatnya khususnya wanita agar tetap awet muda dan cantik. Termasuk jenis pariwisata ini adalah mandi lulur, SPA & *aromatherapy*.

d. Pariwisata olahraga (*sport tourism*)

Yaitu suatu jenis pariwisata yang berkaitan dengan hobi seseorang terhadap olahraga tertentu, seperti: *fishing, boating, sailing, yachting, snockling, surfing, diving*, atau *hunting*. Adakalanya, perjalanan itu dilakukan ingin menyaksikan *event* olahraga dunia seperti sepak bola, tenis, badminton kelas dunia dengan mengunjungi kota atau negara di mana olahraga itu dipertandingkan.

e. Pariwisata konferensi (*M.I.C.E. tourism*)

MICE adalah singkatan dari *Meeting, Incentive, Convention, dan Exhibition*. Peserta MICE terdiri atas orang-orang pejabat profesional, datang pada suatu kota tertentu untuk menghadiri konferensi, seminar, simposium, pameran dengan biaya perusahaannya atau organisasi yang mengirimnya. Biasanya, sebelum konferensi mulai diadakan *Pre-Tour* (sebelum konferensi) ke objek-objek wisata dan selesai kongres juga ditawarkan *Post-Tour* sesuai pilihan mereka. Jenis pariwisata ini dianggap cukup potensial untuk dikembangkan, karena yang datang bukan saja pejabatnya, tetapi biasanya diikuti oleh keluarganya dan anak-anaknya, karena pariwisata disebut *Big Potential and Big Business*.

3. Menurut umur pelakunya

Jenis pariwisata dibagi atas dua macam, yaitu *adult tourism* dan *youth tourism*, yaitu suatu kegiatan wisata yang diperuntukkan orang tua dan anak-anak muda. Biasanya dilihat dari fasilitas dan daya tarik wisata yang tersedia.

4. Menurut mahal atau murahnya biaya perjalanan yang dilakukan.

Dapat dibagi dalam kategori

- a. *De Lux Tourism* yaitu pariwisata untuk kelas papan atas;
- b. *Middle-Class-Tourism* jenis pariwisata yang diikuti oleh golongan menengah;
- c. *Social Tourism* yaitu jenis pariwisata yang terjangkau oleh orang banyak.

5. Menurut waktu atau saat berkunjung

a. *Seasonal tourism*

Merupakan jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu seperti *summer tourism*, *winter tourism* yang kegiatannya baru ramai bila kedua musim itu datang.

b. *Occasional tourism*

Adalah jenis pariwisata yang perjalanan wisatanya dihubungkan dengan kejadian (*occasion*) atau suatu kegiatan (*events*) yang diselenggarakan setiap tahun seperti misalnya: Galungan dan Kuningan di Bali, Sekaten di Yogyakarta, Pesta Bunga Sakura (Jepang), Pacu Bidar (Palembang), Festival Pakaian Aneka Macam di Brazil, atau festival bunga di Pasadena di Amerika.

6. *Religion Tourism*

Merupakan jenis pariwisata di mana tujuan perjalanan yang dilakukan adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan seperti umrah bagi umat Islam atau ziarah ke Lourdes bagi umat Katolik, berkunjung ke candi Borobudur bagi umat Budha atau ke Pura Besakih bagi umat Hindu Bali.

7. *Social Tourism*

Pengertian sosial dalam hal ini hendaknya dilihat dari cara penyelenggaraannya yang tidak bertujuan mencari keuntungan, tetapi sekedar untuk menutupi biaya saja seperti misalnya *youth tourism*, *study tour* atau karya wisata.

8. Jenis Pariwisata yang Populer di Masyarakat

a. Wisata agro

Adalah jenis pariwisata yang objek kunjungannya adalah daerah pertanian, perkebunan atau peternakan, untuk melihat proses pertanian, kegiatan waktu panen atau proses produksi hasil panen seperti: teh, karet, cokelat, jamu atau perkebunan.

b. Wisata batik

Yaitu jenis pariwisata yang objek kunjungannya melihat proses membatik, dan sekaligus berbelanja segala macam pakaian yang terbuat dari batik.

c. Wisata tirta

Merupakan jenis pariwisata tempat orang-orang berkunjung ingin melakukan rekreasi di danau, sungai atau laut.

d. Wisata boga

Adalah jenis pariwisata tempat orang-orang melakukan perjalanan untuk mencicipi makanan dan minuman khas atau yang terkenal pada suatu tempat atau daerah. Contoh ke Sumedang, hanya untuk makan tahu khas Sumedang atau datang ke Padang mencari Soto dan Sate Padang yang sangat populer di luar Padang.

e. Wisata pegunungan

Yaitu jenis pariwisata yang pusat kegiatannya terletak di pegunungan yang memiliki lingkungan

yang asri atau tumbuhan langka dan kaya dengan hasil pertanian, seperti Puncak yang kita kenal.

f. Wisata pantai

Adalah kawasan wisata yang terletak di pinggir pantai yang ditandai dengan pasir bersih yang luas, tempat orang dapat berenang, atau yang terkenal dengan julukan *sea, sand, shore tourism*.

Selanjutnya Suryadana & Octavia (2015) membagi wisata berdasarkan jenis-jenisnya ke dalam dua kategori sebagai berikut

a. Wisata alam, yang terdiri dari

- 1) Wisata pantai (*marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum;
- 2) Wisata etnik (*etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik;
- 3) Wisata cagar alam (*ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain;
- 4) Wisata buru, merupakan wisata yang dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh

pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen atau biro perjalanan;

5) Wisata agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

b. Wisata sosial budaya, yang terdiri dari

1) Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti tempat bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara;

2) Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, antara lain museum arkeologi, sejarah, etnologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun tema lainnya.

E. Komponen Pengembangan Pariwisata

Menurut Inskeep (1991:38) di berbagai macam literatur dimuat berbagai macam komponen wisata. Namun ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata. Komponen-komponen tersebut saling berinteraksi satu sama lain. Komponen-



komponen wisata tersebut dapat dikelompokkan sebagai berikut

1. Atraksi dan Kegiatan-Kegiatan Wisata

Kegiatan-kegiatan wisata yang dimaksud dapat berupa semua hal yang berhubungan dengan lingkungan alami, kebudayaan, keunikan suatu daerah dan kegiatan-kegiatan lain yang berhubungan dengan kegiatan wisata yang menarik wisatawan untuk mengunjungi sebuah objek wisata.

2. Akomodasi

Akomodasi yang dimaksud adalah berbagai macam hotel dan berbagai jenis fasilitas lain yang berhubungan dengan pelayanan untuk para wisatawan yang berniat untuk bermalam selama perjalanan wisata yang mereka lakukan.

3. Fasilitas dan Pelayanan Wisata

Fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operations* misalnya: restoran, toko-toko hasil kerajinan tangan, toko kelontong, bank, tempat penukaran uang, kantor informasi wisata, salon kecantikan, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan, dan fasilitas perjalanan untuk masuk dan keluar (kantor imigrasi dan bea cukai).

4. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi

Meliputi transportasi akses dari dan menuju kawasan wisata, transportasi internal yang menghubungkan atraksi utama kawasan wisata dan kawasan pembangunan, termasuk semua jenis fasilitas dan pelayanan yang berhubungan dengan transportasi darat, air, dan udara.



5. Infrastruktur Lain

Infrastruktur yang dimaksud adalah penyediaan air bersih, listrik, drainase, saluran air kotor, telekomunikasi (seperti telepon, telegram, telex, faksimili, dan radio).

6. Elemen Kelembagaan

Kelembagaan yang dimaksud adalah kelembagaan yang diperlukan untuk mengelola kegiatan wisata, termasuk perencanaan tenaga kerja dan program pendidikan dan pelatihan, menyusun strategi *marketing* dan promosi, menstrukturisasi organisasi wisata sektor umum dan swasta, peraturan dan perundangan yang berhubungan dengan wisata, misalnya menentukan kebijakan penanaman modal bagi sektor publik dan swasta, mengendalikan program ekonomi, lingkungan, dan sosial kebudayaan.





BAB II DESA WISATA

A. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan dalam Hayat & Zaini, 2018).

Selanjutnya, menurut Inskeep (dalam Hadiwijoyo, 2018) desa wisata memiliki arti sekelompok kecil wisatawan tinggal dalam atau dekat dengan suasana tradisional, biasanya di desa-desa yang terpencil dan belajar tentang kehidupan pedesaan dan lingkungan setempat. Maksud dari pengertian ini, desa wisata merupakan suatu tempat yang memiliki ciri dan nilai tertentu yang dapat menjadi daya tarik khusus bagi wisatawan dengan minat khusus terhadap kehidupan pedesaan. Hal ini menunjukkan daya tarik utama dari sebuah desa wisata adalah kehidupan warga desa yang unik dan tidak dapat ditemukan di perkotaan.

Pengembangan desa wisata sebagai destinasi yang menarik berkaitan dengan wisatawan yang tinggal di desa atau di sekitar desa, atau bahkan yang hanya singgah sejenak di desa wisata yang umumnya terletak di daerah terpencil. Wisatawan tidak hanya mengamati budayanya, melainkan juga umumnya turut serta dalam aktivitas komunitas setempat.



Gambar 1. Infografis Desa Wisata di Indonesia
(Sumber: GoodStats)

Agar suatu daerah atau wilayah dapat dikatakan sebagai desa wisata, maka daerah atau wilayah itu harus memiliki kriteria tertentu. Kriteria tersebut menurut Muliawan (dalam Hayat & Zaini, 2018) antara lain

1. Memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan;
2. Memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa:

- 
- akomodasi/penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/tamu, atau fasilitas pendukung lainnya;
3. Memiliki interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut;
 4. Adanya dukungan, inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

B. Tipologi Desa Wisata

Tipologi desa wisata didasarkan atas karakteristik sumber daya dan keunikan yang dimilikinya dapat dikelompokkan dalam empat kategori yaitu (Hadiwijoyo, 2018)

1. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal (adat tradisi kehidupan masyarakat, artefak budaya, dan sebagainya) sebagai daya tarik wisata utama, yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan berbagai unsur adat tradisi dan kekhasan kehidupan keseharian masyarakat yang melekat sebagai bentuk budaya masyarakat pedesaan, baik terkait dengan aktivitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktivitas lainnya;
2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam sebagai daya tarik utama (pegunungan, agro/perkebunan dan pertanian, pesisir pantai, dan sebagainya) yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan lokasi yang berada di daerah pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk bentang alam yang unik lainnya, sehingga desa tersebut memiliki potensi keindahan *view* dan lanskap untuk menarik kunjungan wisatawan;

- 
3. Desa wisata berbasis perpaduan keunikan sumber daya budaya dan alam sebagai daya tarik utama, yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan daya tarik yang merupakan perpaduan yang kuat antara keunikan sumber daya wisata budaya (adat tradisi dan pola kehidupan masyarakat) dan sumber daya wisata alam (keindahan bentang alam/lanskap);
 4. Desa wisata berbasis keunikan aktivitas ekonomi kreatif (industri kerajinan, dan sebagainya) sebagai daya tarik wisata utama, yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik sebagai tujuan wisata melalui keunikan aktivitas ekonomi kreatif yang tumbuh dan berkembang dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktivitas kesenian yang khas.



BAB III

PARIWISATA DI MADURA

A. Sekilas tentang Madura

Madura merupakan pulau yang terletak di ujung timur laut pulau Jawa. Letaknya di garis 113° , 114° bujur timur, dan 7° lintang selatan bumi. Panjangnya sekitar 160 km dan lebarnya 40 km. Dari daratan Jawa, pulau ini dipisahkan sebuah selat dangkal kira-kira 4 km lebarnya di sebelah barat, yang semakin melebar di bagian selatannya hingga menjadi sekitar 55 km. Di sebelah selatan pulau, berbanjar ke sebelah timur, memencar jauh ke arah timur laut masih bertabur sekitar tujuh puluhan pulau yang lebih kecil, di mana keseluruhan luas daratan pulau-pulaunya mencapai sekitar 5.300 kilometer persegi (Rifai, 2007).

Pada awalnya, Madura menyatu dengan pulau Jawa (Fatah dalam Sadik, 2011) namun diperkirakan tahun 927 M terjadi letusan gunung sehingga Madura terpisah dengan pulau Jawa. Oleh karena itu, secara geologis Madura merupakan kepanjangan bagian utara Jawa, di mana daerah ini merupakan kepanjangan dari pegunungan kapur yang terletak di sebelah utara, sedangkan daerah bagian selatan merupakan daerah yang cukup datar dan menjadi daerah pertanian.

Dalam prasasti Balawi, Madura disebut memiliki perumpamaan sifat putri Jayendradewi Prajna Paramita yang cantik, indah, manis tanpa cela. Dalam kitab Negara Kertagama disebutkan Madura mempunyai makna manis,



cantik, ramah-tamah (Sadik, 2014) sehingga dapat dimengerti jika beberapa abad kemudian, Jayandradewi Prajna Paramita yang melambangkan *gunacaranurupita satyapara* (watak yang sangat setia dan kaya akan sifat baik dan berguna) serta memiliki *anindyeng raras* (kecantikan rupa tanpa cacat) dibandingkan dengan *prakarti* (pekerti, watak, tabiat, kodrat) pulau Madura (Bustami dalam Rifai, 2007).

Menurut Rifai (2007) secara *keratabasa* (etimologi rakyat) asal usul nama Madura dikaitkan dengan mitologi dan legenda setempat. Beberapa nama itu di antaranya *maddhuna saghârâ* (madu segara), *maddhu è ra-ara* (madu di tanah lapang), *maddhuna dârâ* (madu darah), *madârâ* (berdarah), *paddhu ara* (dari bahasa Jawa Kawi *padu ara* yang berarti pojok tanah berair, atau tapak di pojok Jawa), dan *lemah dura* (dari bahasa Kawi yang berarti tanah di kejauhan).

Berdasarkan akronim dari madu dan darah, nama Madura dinyatakan sebagai sifat *madu ben dara* (madu dan darah) yang berarti orang Madura senantiasa: (1) Memperlakukan orang lain dengan baik, (2) Menjunjung tinggi nilai penghormatan dan kesopanan, (3) Penghargaan yang diberikan oleh orang, akan dibalas dengan kebaikan (madu), (4) Bila diperlakukan secara sembarangan atau sembrono dapat menimbulkan pertumpahan darah (terutama jika perasaannya tersinggung) karena watak orang Madura yang keras dan bertemperamen tinggi. Ketersinggungan ini dapat diwujudkan dalam perilaku *carok* (Adib, 2011).

Menurut Djafar (dalam Hernawan, 2016) terdapat informasi bahwa nama Madura dikenal sejak abad ke-13 atau mungkin sebelumnya. Pendapat tersebut berdasar



pada Prasasti Kudadu yang dikeluarkan oleh Kertarajasa Jayawardhana pada 1216 Ç (11 September 1294) guna memeringati pemberian anugerah raja kepada para pejabat desa (*râma*) di Kudadu yang dipandang berjasa kepada negara melalui bantuan mereka ketika raja dikejar dan terdesak oleh pasukan Kadiri. Dalam prasasti itu, disebutkan dari Kudadu Raden Wijaya yang masih memimpin pasukan diantar ke Rembang dan pergi ke Madura bersama istri beserta pengiringnya.

Prasasti lain yang menjelaskan eksistensi Madura adalah Prasasti Sukamerta yang berangka tahun 1218 Ç (29 Oktober 1296). Prasasti ini pun masih dikeluarkan oleh Kertarajasa guna memeringati penetapan desa Sukamerta sebagai desa *swatantra* atas permohonan Panji Patipati Pu Kapat yang telah menunjukkan kebaktian dan kesetiaan kepada raja. Dalam prasasti Sukamerta juga disebutkan bahwa Raden Wijaya menyeberangi lautan menuju Madura, ia diterima oleh Arya Wiraraja salah seorang mantan bawahan Raja Kertanagara (Djafar dalam Hernawan, 2016).

B. Pariwisata di Madura

Bicara Madura siapa yang tidak mengenalnya, masyarakat Madura yang banyak merantau hampir merata di wilayah Indonesia dan mancan negara secara tidak langsung orang paham Madura, walaupun secara letak/geografis tidak semua orang paham Pulau Madura. Salah satu pulau kecil di Indonesia adalah Pulau Madura. Madura termasuk pulau yang dikenal dengan keragaman budayanya dan juga tingkat religiusitas masyarakatnya. Selain itu pulau Madura juga memiliki banyak tempat yang strategis untuk dikembangkan dikarenakan belum dikelola dengan maksimal. Pulau Madura terletak disebalah timur laut Jawa



Timur. Menurut Rukmana, dkk. (2013) Pulau Madura merupakan pulau yang menyimpan banyak potensi wisata, yang meliputi keanekaragaman hayati, keindahan bentang alam, potensi wisata alam, peninggalan sejarah/budaya. Potensi tersebut jika dimanfaatkan untuk kegiatan wisata alam dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pariwisata memang sedang menjadi primadona baik secara ekonomi bagi sebuah negara atau masyarakat dilingkungan tempat-tempat wisata. Pariwisata tidak seperti sumber daya alam pada umumnya yang memungkinkan akan hilang/habis. Pengembangan tempat wisata baik alami atau buatan akan terus berkembang selama memberikan manfaat bagi semua pihak. Berkembangnya suatu wilayah sebagai tempat-tempat wisata tentunya akan diimbangi dengan banyaknya pengunjung yang akan berdatangan dari berbagai daerah. Banyaknya kunjungan wisatawan secara tidak langsung akan berdampak bagi tempat wisata. Tradisi, budaya, dan bahasa wisatawan akan terjadi transformasi dari satu individu ke individu lain baik wisatawan maupun masyarakat di sekitar tempat wisata. Dampak pariwisata pastinya akan ada secara positif maupun negatif, semua itu tergantung bagaimana kita menanggapi secara bijak. Tantangan pengembangan sektor pariwisata ini akan menjadi evaluasi bersama bagi pemerintah daerah di Pulau Madura jika ingin memperkenalkan pariwisata potensial di setiap kabupaten di Pulau Madura.

Pulau Madura terdiri dari empat kabupaten yaitu; Kabupaten Bangkalan, Kabupaten Sampang, Kabupaten Pamekasan, dan Kabupaten Sumenep. Keseluruhan wilayah Kabupaten di Madura secara geografis berada di pesisir pantai. Letak geografis yang mendukung membuat semua



wilayah memiliki potensi alam sebagai destinasi wisata yang menjanjikan. Bicara Madura tidak menarik jika hanya bicara letak geografis, budaya masyarakat Madura juga menjadi nilai tambah dalam upaya meningkatkan potensi pariwisata di Madura. Karena setiap Kabupaten di Madura memiliki ciri geografis dan budaya yang tidak jauh beda, sehingga setiap wilayah memiliki potensi wisata yang hampir sama. Misalkan Kabupaten Bangkalan; memiliki potensi wisata alam, religi, sejarah, kuliner, Kabupaten Sampang; wisata alam, wisata sejarah, religi, Kabupaten Pamekasan; wisata alam, buatan, religi, sejarah, kuliner, dan Kabupaten Sumenep; wisata alam, buatan, sejarah, religi, dan kuliner. Tempat wisata yang memiliki kesamaan daya tarik akan menjadikan wisatawan lebih selektif dalam menentukan tujuan tempat wisata.

Pengambilan keputusan dalam memilih tempat pariwisata bukan proses yang mudah. Salah satu faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan wisatawan adalah kondisi lingkungan atau tempat wisata tersebut. Seperti yang disampaikan Steven Kaplan dan Rachel Kaplan 1975 dalam Bell (dalam Iskandar, 2012) mengemukakan bahwa seseorang memilih lingkungan dipengaruhi oleh empat hal, yakni sebagai berikut

1. *Coherence*

Daerah tujuan wisata disebut "*coherence*" apabila lingkungan di daerah tujuan wisata tersebut adalah tertata dengan baik atau terorganisasi, sehingga semakin terorganisasi lingkungannya, maka daerah tujuan wisata tersebut akan semakin dipilih. Wisatawan akan merasa senang apabila daerah tersebut tertata dengan baik dan dapat dimengerti dan dipahaminya. Lingkungan yang mudah dimengerti tersebut akan menjadi daya tarik



tersendiri. Demikian pula dengan suatu pertunjukan akan mudah menjadi perhatiannya apabila alur dari pertunjukan tersebut mudah dipahami.

2. *Legability*

Dalam kunjungan wisata, pengunjung akan melakukan suatu kategorisasi ketika mengamati objek wisata. Pengategorisasian yang dilakukan wisatawan adalah untuk memahami mengenai objek wisatanya. Semakin mudah dipahami suatu objek wisata, maka objek tersebut akan semakin dipilih. Namun demikian, apabila suatu objek wisata kurang dapat dipahami, maka tidak terlampau banyak yang ingin mengunjungi daerah tujuan wisata tersebut.

3. *Complexity*

Keragaman suatu objek akan mengajak wisatawan untuk melakukan eksplorasi. Wisatawan ingin mengetahui segala hal yang terdapat di lingkungan wisata tersebut. Dengan adanya kompleksitas di daerah tujuan wisata, maka wisatawan akan melakukan eksplorasi daerah wisata tersebut lebih lama. Tetapi apabila tempat wisata tersebut kurang memiliki kompleksitas yang tinggi, cenderung monoton, maka para wisatawan akan cepat bosan dan meninggalkan daerah tujuan wisata. Hal ini berkaitan pula dengan lama tinggal wisatawan di daerah tersebut. Oleh karena itu, daerah tujuan wisata hendaknya harus memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi. Tingkat kompleksitas yang tinggi dapat disajikan dengan berbagai objek yang terdapat di museum, di luar museum, kegiatan atau atraksi yang ditampilkan dengan menarik, souvenir yang bagus desain dan warnanya untuk kenang-kenangan daerah tujuan wisata tersebut dan sebagainya. Dengan demikian, wisatawan merasa belum



cukup waktu apabila hanya berkunjung selama satu hari saja, sehingga memerlukan tempat menginap yang nyaman. Semakin lama wisatawan tinggal di daerah tujuan wisata maka pengelola objek wisata tersebut dapat dikatakan berhasil dalam merencanakan dan mengelola daerah tujuan wisata.

4. *Mysteri*

Adanya informasi yang tersembunyi pada suatu objek wisata, maka hal ini merupakan suatu misteri bagi wisatawan. Dengan adanya informasi lain yang diperlukan oleh wisatawan untuk lebih melengkapi pengetahuan yang sudah ada, maka wisatawan terus ingin mencarinya. Objek wisata yang mengandung misteri, maka wisatawan harus melakukan eksplorasi terlebih dahulu dengan mencari informasi lebih lanjut dan membuat prediksi. Dengan cara tersebut, seorang wisatawan berusaha memahaminya. Informasi sebagian yang dimiliki wisatawan mengenai suatu objek wisata dan dia merasa tertarik, akan memotivasi wisatawan untuk lebih mengetahuinya. Oleh karena itu, di dalam merancang suatu objek wisata yang baru, unsur misteri perlu diperhatikan.

Pengambilan keputusan berdasarkan lingkungan wisata akan semakin mudah dilakukan dengan kita memperoleh berbagai informasi tempat wisata khususnya di Madura. Mengetahui sebagian kecil pariwisata di Pulau Madura melalui beberapa uraian tempat wisata sebagai berikut

1. Makam Syaichona Moch Cholil

Makam Syaichona Moch Cholil berada di Desa Martajasah Kecamatan Bangkalan Kabupaten

Bangkalan. Selain makam, terdapat masjid yang memiliki arsitektur menarik. Makam Syaichona Moch Cholil menjadi daya tarik tersendiri bagi masyarakat Pulau Madura dan masyarakat dari seluruh daerah. Syaichona Moch Cholil telah dikenal sebagai Waliullah dan sebagai guru besar di Madura atau bahkan di Indonesia. Selain datang untuk berziarah ke makam tersebut para peziarah dan wisatawan juga datang berkunjung untuk merasakan salat di Masjid Syaichona Moch Cholil. Setiap harinya tempat ini selalu dipenuhi oleh peziarah, jarang terlihat sepi. Bila hari Kamis Legi tiba maka semakin banyak orang yang datang untuk berziarah dan salat di masjid, baik dari masyarakat sekitar maupun dari luar Pulau Madura. Suasana tenang, sejuk dan damai akan terasa di dalam masjid, suara peziarah yang datang membacakan doa tahlil, membaca Al-Qur'an dan melakukan ibadah salat.



Gambar 2. Makam Syaichona Moch Cholil, Bangkalan
Sumber: www.pesonawisatapulaumadura.wordpress.com

2. Pulau Gili Labak

Pulau Gili Labak terletak di Desa Kombang, Kecamatan Talango Kabupaten Sumenep Madura. Pulau dengan luas ± 5 ha secara administrasi, pulau ini hanya terdapat satu dusun, yaitu Dusun Gili Labak, satu Rukun Tetangga (RT) dan satu Rukun Warga (RW), dan dihuni oleh sekitar 44 Kepala Keluarga (KK). Untuk menuju pulau ini dapat ditempuh menggunakan perahu nelayan atau agen perjalanan dengan waktu tempuh 2,5-3 jam dari 3 pelabuhan yang ada (Rosdiana & Widyastuti, 2019). Pulau Gili Labak memiliki pantai dengan pasir putih yang membuat semua orang melihatnya akan terpesona. Pulau Gili labak menjadi wilayah yang menawarkan keindahan laut dengan warna biru dan keindahan alam bawah laut. Air yang jernih memudahkan wisatawan untuk melakukan snorkeling dengan melihat keindahan terumbu karang dan berbagai jenis ikan dengan jarak tidak jauh dari pantai.



Gambar 3. Pulau Gili Labak, Sumenep
Sumber: www.seputarmadura.com

3. Bukit Jaddih

Jaddih adalah sebuah perbukitan batu kapur yang terletak di Bangkalan. Nama Jaddih diambil dari nama sebuah desa di pinggiran Kota Bangkalan yang menyimpan keindahan alam berupa batuan kapur. Bukit Jaddih memiliki luas sekitar 500 hektar yang terbagi menjadi 3 Desa. Untuk mencapai Jaddih, membutuhkan waktu sekitar 30 menit dari pusat Kota Bangkalan. Pada berbagai sudut bukit Jaddih kita akan menemui banyak orang yang tengah menambang batu kapur sebagai mata pencarian mereka. Saat ini Jaddih telah berubah menjadi salah satu tujuan wisata yang berada di Madura. Selain menyuguhkan keindahan alam yang berada ratusan meter di atas permukaan laut yang memesona, Jaddih juga memiliki kolam renang yang sumber airnya merupakan mata air alami yang langsung dari bawah tanah. Inilah yang menjadi salah satu keunggulan Jaddih, tidak hanya memiliki wisata alam namun juga dipadukan dengan wisata buatan. Awalnya, air tersebut muncul dari bekas penggalian para penambang. Kemudian mata air tersebut dimanfaatkan sebagai objek wisata buatan berupa kolam renang. Kolam ini hanya memiliki 1 kolam besar, namun kolam ini terbagi menjadi 3 bagian dengan kedalaman yang berbeda. Di sudut kolam terdapat panggung yang berfungsi sebagai fasilitas tambahan untuk menarik minat pengunjung. Selain itu terdapat fasilitas lain seperti tempat makan, ruang ganti baju serta tempat parkir yang cukup unik. Memanfaatkan goa bekas galian penambang sebagai area parkir. Namun fasilitas tersebut belum sepenuhnya memadai, seperti tempat ganti baju yang sangat tidak terurus dengan baik. Selain kolam renang buatan, di area bukit Jaddih juga

terdapat sebuah tempat bersejarah peninggalan Belanda, yakni sebuah bunker tempat penyimpanan senjata zaman dahulu.



Gambar 4. Bukit Jaddih, Bangkalan
Sumber: www.katadesa.id

4. Topeng Dalang Dasuk

Wisata budaya Madura satu ini mungkin tidak banyak orang tau, tetapi ini adalah potensi wisata budaya yang dapat dikemas dalam atraksi bagi wisatawan khususnya di Kabupaten Sumenep yaitu Topeng Dalang Dasuk.



Gambar 5. Topeng Dalang Dasuk, Sumenep
Sumber: www.ketiknews.id

Topeng Dalang Dasuk terbentuk sejak 200 tahun lalu oleh seorang tokoh seni di Sumenep yang bernama Muncari. Suli (2014) menyebutkan awal mula nama kelompok seni topeng dalang dasuk yang didirikan oleh Muncari diberi nama “Muncar Are”. Topeng dalang ini kepemilikan dan kepengurusannya bersifat turun temurun. Dirasa mulai kurang mampu memimpin kelompok seni topeng dalang “Muncar Are”, maka kelompok seni topeng dalang yang dipimpinnya diwariskan kepada putranya yang bernama Mistahar atau nama lainnya Mardisah. Sejak kelompok seni topeng dalang “Muncar Are” dipimpin oleh Mardisah, topeng dalang “Muncar Are” berganti nama menjadi “Pendowo”. Mardisah kemudian memiliki keturunan namanya Lubanjir alias Serep, kepada Lubanjir inilah kelompok seni topeng dalang “Pendowo” diwariskan oleh Mardisah yang kemudian diikuti dengan pergantian nama menjadi topeng dalang “Se Banjir”. Lubanjir

memiliki empat anak laki-laki dan satu anak perempuan, di antaranya Busaha, Supkrah, Pathan, Me'olla (perempuan), dan Mas'ed. Lubanjir mewariskan topeng dalang "Se Banjir" kepada putera pertamanya yang bernama Busaha, namun Busaha menyerahkannya kepada Supakra yang dianggap mampu memimpin kelompok seni topeng dalang tersebut. Di bawah kepemimpinan Supakra topeng dalang "Se Banjir" berganti nama lagi menjadi "Rukun Perawas" (Suli, 2014). Topeng dalang "Rukun Perawas" inilah yang sampai sekarang menjadi salah satu topeng dalang Dasuk yang terkenal di masyarakat Sumenep.

5. Pantai Camplong

Pantai Camplong merupakan pantai berpasir yang terdapat di selatan Pulau Madura tepatnya di Desa Dharma, Kecamatan Camplong, Kabupaten Sampang. Pantai Camplong berada di timur pusat Kota Sampang dengan jarak kurang lebih 9 km.



Gambar 6. Pantai Camplong, Sampang
Sumber: www.pantaipedia.com



Lokasi wisata Pantai Camplong sangat mudah ditempuh baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum. Selain itu, fasilitas di Pantai Camplong cukup terbilang lengkap baik berupa penginapan, restoran, pasar wisata, taman bermain, area *outbound*. Kondisi pantai yang landai dengan gelombang yang cukup tenang menjadikan Pantai Camplong aman untuk jika pengunjung ingin berenang. Selain itu Pantai Camplong menyajikan wisata air berupa perahu layar, dan memancing menuju tengah laut. Di area pantai camplong biasa diadakan atraksi wisata di antaranya, pertunjukan seni dan hiburan rakyat, wisata budaya yang biasa disebut Roket Tase' (Upacara Petik Laut yang diadakan setiap tahun pada bulan Maulid), serta kontes Sapi Sono' pada hari-hari tertentu (Rukmana ,dkk. 2013).

6. Mercusuar Sembilangan

Mercusuar Sembilangan merupakan peninggalan Zaman Belanda pada pemerintahan Z.M. Willem III tepatnya pada Tahun 1879 ditandai dengan plakat yang terdapat pada Mercusuar dan konon mercusuar peninggalan belanda di Madura hanya terdapat 2, di Bangkalan dan Sumenep.



Gambar 7. Mercusuar Sembilangan, Bangkalan
Sumber: www.andasblega.blogspot.com

Mercusuar Sembilangan ini berdiri kokoh sejak Zaman Belanda hingga sekarang yang berguna untuk membantu navigasi hilir mudik kapal yang lewat agar menghindari daerah yang rawan seperti batuan karang serta daerah laut yang dangkal. Mercusuar ini pada masa lampau dibangun untuk membantu kapal-kapal dari Belanda yang masuk dari laut Jawa ke selat Madura untuk kemudian bersandar di Pelabuhan Tanjung Perak-Surabaya. Saat ini, mercusuar itu berfungsi sebagai sarana bantu navigasi pelayaran di selat Madura oleh Departemen Perhubungan. Mercusuar Sembilangan berbentuk lingkaran dan struktur bangunannya terbuat dari besi yang sangat tebal ini. Ribuan mur dan baut yang berukuran cukup besar menjadi perekat sambungan antar besi-besi itu. Di bagian tengah mercusuar terdapat lubang pipa besi yang melingkar dengan diameter sekitar 2 meter. Lubang besi itu berfungsi semacam lift manual untuk menaik-turunkan barang dari bawah ke atas dan sebaliknya. Mercusuar setinggi 78 meter ini

memiliki 16 lantai yang setiap lantainya ditandai dengan adanya dua buah jendela pada sisi depan dan belakangnya. Pada setiap lantai itu terdapat tangga yang berwarna hitam dan berbentuk melengkung setinggi sekitar 3 meter. Pada ujung bawah tangga itu terdapat bongkahan besi dengan motif hiasan sederhana Melalui jendela itu dan dari ketinggian, pengunjung bisa mengamati panorama di sekitar Pantai Sembilangan.

7. Bukit Cinta

Baru-baru ini muncul objek wisata yang sangat *booming* baik di dalam maupun di luar Pulau Madura yang terdapat di Kabupaten Pamekasan, yaitu objek wisata yang bernama “Selamat Pagi Madura” yang terletak di kawasan Lawangan Daya Kecamatan Pademawu Kabupaten Pamekasan.



Gambar 8. Bukit Cinta, Pamekasan
Sumber: www.madura.tribunnews.com

Bukit Cinta menjadi ikon dari wisata “Selamat Pagi Madura” yang *spot* menariknya adalah bukit dengan anak tangga tersusun membentuk *love* yang dibangun di

atas luas tanah $\pm 2,2$ Ha. Bukit cinta dibuka pada tanggal 18 Juli 2016.

8. Desa Nepa

Kabupaten Sampang juga memiliki objek wisata buatan yang berupa Bendungan atau Waduk, yaitu Bendungan Nipah. Bendungan Nipah ini masih berada dalam satu kawasan wisata dengan Pantai Nepa dan Hutan Kera Nepa. Bendungan atau Waduk Nipah berfungsi sebagai sarana irigasi dengan sumber perairan area persawahan di sekitarnya. Wisata Bendungan Nipah, Pantai Nepa dan Hutan Kera Nepa memiliki daya tarik tersendiri sehingga banyak wisatawan yang berkunjung ke sana.



Gambar 9. Desa Nepa, Sampang
Sumber: www.pasirpantai.com

9. Aer Mata Ratu Ebu

Aer Mata Ratu Ebu merupakan kompleks pemakaman salah satunya adalah Almarhumah Syarifah Ambami istri dari Raden Praseno atau yang lebih dikenal dengan Cakraningrat I. Syarifah Ambami adalah ibu dari raja-

raja yang ada di Pulau Madura. Beliau memiliki kisah hidup yang menyedihkan. Meskipun sebagai Ratu beliau sering merasa kesepian karena suaminya lebih banyak menghabiskan waktu kerajaan Mataram, sehingga Syarifah Ambami menghabiskan waktunya untuk melakukan pertapaan di bukit yang terletak di Arosbaya Bangkalan. Dalam pertapaannya konon beliau bertemu dengan Nabi Hidir dan memohon agar kelak keturunannya menjadi raja di Madura sampai tuju turunan, kemudian permintaannya pun dikabulkan. Mendengar hal ini Syarifah Ambami merasa sangat senang hingga tidak sabar untuk menceritakan kepada suaminya.



Gambar 10. Aer Mata Ratu Ebu, Bangkalan
Sumber: www.kebudayaan.kemdikbud.go.id

Tapi malang sekali nasib beliau, sang suami justru marah kepada Syarifah Ambami karena hanya meminta sampai tujuh turunan saja. kemudian Syarifah Ambami menangis meratapi kesalahannya dan bertapa sambil menangis hingga ajalnya dan di dekat makamnya mengeluarkan sumber air yang diyakini adalah air mata



Syarifah Ambami. Kini tempat itu dikenal dengan “Aer Mata Ratu Ebuh”.

10. Bukit Geger

Bukit Geger yang hijau dan tenang ini berada di ketinggian sekitar 150-200 M dari permukaan laut. Objek wisata bukit Geger ini banyak dikunjungi wisatawan yang datang ke Bangkalan, selain sebagai bumi perkemahan juga biasa digunakan sebagai tempat pendakian. Dan terdapat lokasi-lokasi lainnya yang bisa dikunjungi seperti, hutan akasia, hutan mahoni dan hutan jati seluas 42 hektar. Terdapat pula, lembah palenggiyan dengan keindahan danau dan jajaran sawahnya yang hijau dan memesona, ada juga hutan akasia, hutan mahogani, dan hutan jati seluas 42 hektar lebih, lembah palenggiyan dengan keindahan danau dan jejeran sawah yang rapi dan luas, tempat peristirahatan di puncak bukit yaitu situs pelanggiran. Bukit Geger ini dilengkapi deretan tangga dan pagar beton lumayan kokoh. Para penelusur yang mendaki tidak perlu khawatir terjatuh, sehingga memberikan rasa aman dan kenyamanan bagi wisatawan, khususnya bagi para peziarah.



Gambar 11. Bukit Geger, Bangkalan
Sumber: www.sidogirimedia.com

Potensi wisata di tempat ini adalah terdapat makam Potre Koneng (Putri Kuning) yang menurut penduduk lokal adalah nenek moyang masyarakat Madura. Untuk dapat mengunjungi lokasi wisata ini sebaiknya para pengunjung membawa kendaraan pribadi dengan kondisi yang prima karena akses ke tempat ini cukup sulit dan jalannya juga kurang mulus. Di samping itu para pengunjung juga harus mendaki anak tangga yang jumlahnya ratusan agar bisa sampai ke tempat makam putri kuning.

11. Taman Mangrove

Taman Pendidikan Mangrove Labuhan ini terletak di Desa Labuhan Kecamatan Sepulu atau sekitar 40 Km dari arah utara Kota Bangkalan sebelum Pantai Siring Kemuning. Kawasan hutan Mangrove Labuhan ini sebenarnya adalah bekas kawasan tambak yang diubah menjadi area konservasi Mangrove. Kemudian dikembangkan menjadi Taman Pendidikan Mangrove oleh Kelompok Tani Mangrove “Cemara Sejahtera” yang

merupakan kelompok binaan PT. Pertamina Hulu Energi West Madura Offshore. Di objek wisata atau taman edukasi pasti akan ada banyak hal yang bisa kita temui saat berada di sana. Bukan hanya itu saja pengelola taman edukasi Hutan Marove Labuhan ini sudah mempersiapkan banyak kegiatan positif dan menyenangkan yang berhubungan langsung dengan Hutan Magrove dan ekosistem yang ada di sekitarnya. Di sana kita bisa melakukan kegiatan seperti Jelajah Kehati, Konservasi Mangrove dan Adopsi Cemara Laut.



Gambar 12. Taman Mangrove, Bangkalan
Sumber: www.liputan6.com

12. Pulau Giliyang

Secara geografis Pulau Giliyang terletak di sebelah timur Pulau Madura, tepatnya di Selat Sapudi. Pulau Giliyang adalah sebuah pulau kecil di antara gugusan pulau-pulau di sebelah timur Pulau Madura. Secara administratif, Pulau Giliyang termasuk wilayah Kecamatan Dungkek, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur. Pulau dengan luas 9,21 km² (921.2 ha) terdiri dari 2 desa, yakni Desa Banraas dan Desa Bancamara. Untuk mencapai lokasi ditempuh dengan perjalanan laut dari Pelabuhan

Dungkek menggunakan perahu motor milik nelayan setempat yang melayani pelayaran menuju Giliyang menuju dermaga Bancamara. Jarak tempuh mencapai 2,41 mil laut dengan waktu tempuh ± 30 menit. Perairan Pulau Giliyang berbatasan langsung dengan Laut Jawa memiliki dasar perairan berkarang dengan ombak sedang. Pantai di Pulau Giliyang termasuk jenis pantai berpasir halus. Pantai berpasir dicirikan oleh ukuran butiran sedimen halus dan memiliki tingkat bahan organik yang tinggi (Zainuri, dkk., 2020). Pulau Giliyang yang memiliki kadar oksigen mencapai 21,5% lebih tinggi dari pada rata-rata kadar oksigen di dunia, dan terbaik kedua sedunia setelah laut merah di Yordania. Potensi kadar oksigen di Pulau Giliyang menjadikan pemerintah daerah Kabupaten Sumenep menjadikan Pulau Giliyang sebagai destinasi wisata kesehatan.



Gambar 13. Pulau Giliyang, Sumenep
Sumber: www.travel.okezone.com

13. Pulau Gili Genting (Pantai Sembilan)

Potensi alam yang lain adalah pulau Gili Genting yang memiliki cekungan pasir alam yang membentuk angka

sembilan, hal ini yang melatarbelakangi penamaan wisata pantai sembilan. Pulau Gili Gending Sumenep merupakan tempat wisata yang terletak di Desa Bringsang, Kecamatan Gili Gending, Kabupaten Sumenep Madura Jawa Timur, yang memiliki pesona dan keindahan yang tidak ada duanya, penduduk sekitar Pulau Gili Gending Madura sangat ramah-tamah terhadap pariwisata baik pariwisata lokal maupun wisatawan mancanegara. Terdapat air yang terperangkap di dalam cekungan atau lingkaran di antara hamparan pantai pasir putih yang indah yang menjadi keunikan tersendiri bila dibandingkan pantai-pantai lain yang ada di pulau Gili Gending tersebut ditambah kondisi alam yang masih asri yang memberikan kenyamanan tersendiri bagi para pengunjungnya (Rosyidah, dkk., 2021).



Gambar 14. Pulau Gili Gending, Sumenep
Sumber: www.surabaya.bisnis.com

14. Api Tak Kunjung Padam

Wisata alam ini berada di Desa Larangan Tokol, Kecamatan Tlanakan, Kabupaten Pamekasan, Madura, kurang lebih 4 km dari pusat kota. Lokasi ini dapat

ditempuh menggunakan kendaraan roda 2, roda 4, maupun bis. Daya tarik wisata ini bernama Api Tak Kunjung Padam karena terdapat semburan api yang berasal dari bawah permukaan tanah atau perut bumi dan uniknya api ini akan tetap menyala meski diguyur air. Keunikan api abadi ini sudah terkenal tidak hanya oleh masyarakat Madura setempat namun juga oleh wisatawan luar Madura. Kebanyakan wisatawan datang kesini menikmati keunikan api tak kunjung padam ini sembari memanggang jagung di sekitar api. Di sekitar wisata ini terdapat beberapa warung makan yang menjual cemilan termasuk jagung. Untuk masuk ke daya tarik wisata ini, pengunjung tidak perlu membayar tiket masuk.



Gambar 15. Api Tak Kunjung Padam, Pamekasan
Sumber: www.larismanis.com

15. Karapan Sapi

Karapan Sapi (Bahasa Madura: *Kerrabhân sapè*) merupakan istilah untuk menyebut perlombaan pacuan sapi yang berasal dari Pulau Madura, Jawa Timur. Pada perlombaan ini, sepasang sapi yang menarik semacam kereta dari kayu (tempat joki berdiri dan mengendalikan pasangan sapi tersebut) dipacu dalam lomba adu cepat

melawan pasangan-pasangan sapi lain. Trek pacuan tersebut biasanya sekitar 100 meter dan lomba pacuan dapat berlangsung sekitar sepuluh detik sampai satu menit. Beberapa kota di Madura menyelenggarakan karapan sapi pada bulan Agustus dan September setiap tahun, dengan pertandingan final pada akhir September atau Oktober di eks Kota Karesidenan, Pamekasan untuk memperebutkan Piala Bergilir Presiden (Wikipedia, 2022). Karapan sapi dikenal tidak hanya bagi wisatawan domestik, tetapi wisatawan mancanegara juga banyak yang datang ke Madura hanya untuk menyaksikannya. Karapan sapi dikemas dalam perlombaan yang diperkenalkan sebagai ajang destinasi wisata budaya di Pulau Madura.



Gambar 16. Karapan Sapi, Madura
Sumber: www.trigger.id

16. Pantai Siring Kemuning

Terletak di desa Mecajah di Kecamatan Tanjung Bumi, lebih kurang berjarak 41 km ke arah utara kota Bangkalan. pantai Siring Kemuning menjadi salah satu destinasi alam (pantai) yang cukup terkenal ramai

dikunjungi saat hari libur oleh para wisatawan baik dari wilayahnya atau luar kotanya. Letak pantai yang berada di Bangkalan membuatnya memiliki garis pantai yang sejajar dengan pantai lain di sebelah utara pulau Madura. dengan pasir lembut dan cukup banyak karang di sekitarnya, pantai ini memiliki aliran angin yang cukup terbuka dan ombak yang tidak begitu besar. Tentunya kondisi ini sangat cocok digunakan untuk permainan keluarga seperti voli pantai, berjemur dan bermain air. Nama "Kemuning" sendiri kerap diartikan karena warna pasir pantaj yang terlihat lebih kuning dari pada pantai pada umumnya yang berpasir putih.



Gambar 17. Pantai Siring Kemuning, Bangkalan
Sumber: www.lontarmadura.com

Pada uraian di atas menjelaskan sebagian kecil dari macam-macam pariwisata alam, budaya, religi, sejarah yang berada di Pulau Madura yang tersebar di setiap kabupaten. Pada situasi sekarang masih banyak pariwisata yang bermunculan baik itu buatan atau



wisata alam yang dikembangkan masyarakat. Pada bab selanjutnya kita akan melihat potensi pariwisata sejarah dan tradisi yang secara eksklusif tentang pariwisata batik gentongan yang ada di Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan.





BAB IV BATIK GENTONGAN MADURA DI ANTARA RAGAM BATIK DI INDONESIA

A. Pengertian Batik

Secara etimologis, batik berasal dari Bahasa Jawa yaitu “*amba*” yang artinya menulis atau melukis dan “*tik*” yang artinya titik (Prayitno, 2010; Sandiantoro, 2020). Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991:98) disebutkan bahwa batik adalah corak atau gambar (pada kain) yang pembuatannya secara khusus dengan menuliskan atau menerakan malam kemudian pengolahannya diproses dengan cara tertentu.”

Selanjutnya Wati, Aisyah, dan Utomo (2017) yang mengutip Santosa Doellah juga mengemukakan pengertian batik sebagai sehelai kain yang dibuat secara tradisional dan terutama juga digunakan dalam mantra tradisional, memiliki beragam corak hias dan pola tertentu yang pembuatannya menggunakan teknik celup rintang dengan lilin batik sebagai bahan perintang warna.

Batik juga diartikan sebagai kain mori yang digambar secara manual, di mana hasilnya disebut dengan kain batik. Dalam perkembangannya, kain batik digunakan sebagai bahan pembuat kemeja, gaun wanita, sarung, dan sebagainya. Kain batik terbagi menjadi kain batik tulis, kain batik cap, dan perpaduan antara batik tulis dan batik cap yang disebut batik kombinasi (Prayitno, 2010).

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan batik yaitu kain yang dibuat secara tradisional, memiliki beragam



corak hias dan pola tertentu, pembuatannya dengan menuliskan atau menerakan malam, serta pengolahannya diproses dengan cara tertentu.

B. Batik Gentongan

Batik gentongan berasal dari Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan. Menurut Wati, dkk. (2017) batik Tanjung Bumi merupakan batik peninggalan sejak zaman Belanda. Batik Tanjung Bumi memiliki beberapa nilai yakni nilai sejarah, nilai budaya, nilai ekonomis, dan nilai seni yang memiliki karakteristik khas pada nilai-nilai tersebut.

Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan Madura sudah lama di kenal sebagai sentra kerajinan batik (Fahmi Imamu Habiby, 2018). Desa yang menjadi sentra kerajinan Batik di Kecamatan Tanjung Bumi tersebar di 4 Desa yakni Desa Tanjung Bumi, Desa Telaga Biru, Desa Paseseh dan Desa Macajah. Akan tetapi di antara keempat desa tersebut, desa pertama yang memproduksi batik di Kecamatan Tanjung Bumi terletak di Desa Paseseh.

Menurut sejarahnya, awal mula masyarakat Tanjung Bumi membatik berawal dari ungkapan kerinduan seorang istri yang sedang menunggu kepulangan suaminya berlayar. Akibat istri tidak memiliki kegiatan di rumah, mereka menghabiskan waktu luang dengan membatik sembari menunggu suaminya pulang (Siti Nur Aisyah, 2017). Jenis batik tulis yang menjadi ciri khas serta menjadi identitas budaya masyarakat Tanjung Bumi adalah batik gentongan (Safeyah, dkk., 2018).

Batik gentongan merupakan batik yang istimewa karena batik jenis ini memiliki ciri khas serta memiliki keunikan tersendiri yang membedakan dari batik tulis pada umumnya. Keunikan yang dimiliki oleh batik gentongan



terletak pada proses pewarnaannya yang menggunakan pewarna alami kemudian direndam di dalam *gentong* selama 6 bulan sampai 1 tahun. *Gentong* yang digunakan sebagai media pewarnaannya juga turun temurun yang diwariskan oleh leluhur pemilik *gentong* serta tidak ada daerah lain yang menyamai tradisi tersebut (Pratiwi & Yulistiana, 2019).

Pada saat proses pembuatannya, batik gentongan masih dilakukan secara tradisional. Teknik membatiknya masih murni dilakukan secara *handmade*. Pada umumnya pengrajin batik gentongan menggunakan canting tradisional dalam membatik. Mereka menganggap canting tradisional dapat menghasilkan gambaran batik yang lebih halus, detail dan menciptakan kesabaran pada masing-masing pembatik. Selain itu, dalam proses pewarnaannya masih menggunakan bahan alami yang ramah lingkungan. Dari segi ornamen para pengrajin batik gentongan memiliki corak khusus yang berbeda dengan batik lainnya. Dalam proses membatik, tahapan pertama batik gentongan tidak langsung dibatik namun harus melalui proses perendaman dengan minyak dempel, minyak yang terbuat dari buah camplong. Kegunaan minyak dempel yaitu untuk menjaga kerapatan serat kain saat di batik. Untuk sehelai proses batik gentongan bisa memakan waktu yang sangat lama sekitar 6 bulan hingga setahun. Proses tersebut tergantung keinginan pembatik menginginkan warna yang pekat atau warna yang biasa (Pratiwi & Yulistiana, 2019).

Dari adanya proses pembuatan batik gentongan yang memakan waktu cukup lama dan lumayan panjang, harga satu batik gentongan bisa mencapai puluhan juta.

Keunikan lain yang dimiliki batik gentongan yaitu tentang mitos-mitos yang menjadi salah satu kepercayaan



masyarakat Tanjung Bumi, khususnya di Desa Paseseh yang menjadi tempat sentra produktivitas batik gentongan itu sendiri. Masyarakat mempercayai bahwa selama proses membatik sampai dengan proses pewarnaan hingga proses akhir pembuatan batik gentongan itu tidak boleh mendengar ada orang meninggal, karena akan berpengaruh terhadap hasil jadi batik gentongan (Pratiwi & Yulistiana, 2019).

Namun, apabila pengrajin batik gentongan sudah terlanjur mendengar ada orang yang meninggal, mereka memiliki ritual khusus untuk menangkalnya.

Batik gentongan bisa dikatakan sebagai salah satu jenis batik warisan Nusantara yang memiliki kualitas serta keunikan dengan ciri khas yang tidak dimiliki oleh batik lain (Aisyah, 2017). Batik gentongan juga merupakan warisan leluhur yang memiliki nilai budaya yang tinggi serta menjadi identitas budaya masyarakat Tanjung Bumi (Safeyah, dkk., 2018). Oleh sebab itu, perlu adanya pengembangan yang lebih intensif agar kebudayaan ini bisa terus terjaga serta dilestarikan. Dalam hal ini pengrajin batik gentongan memiliki peranan yang sangat penting dalam upaya menjaga serta melestarikan batik gentongan agar keberadaan batik gentongan bisa terus terjaga.

Namun pada kenyataannya, keberadaan profesi pengrajin batik gentongan di Kecamatan Tanjung Bumi saat ini sudah banyak ditinggalkan oleh banyak orang. Karena proses pembuatan batik gentongan yang terbilang rumit, serta memakan waktu yang lama untuk sekali produksi. Sehingga saat ini, banyak para pengrajin yang beralih dengan memproduksi batik dengan menggunakan pewarna tekstil bahkan sudah ada yang beralih memproduksi batik dengan teknik cap. Karena pewarna

tekstil serta teknik pembuatan batik cap dianggap lebih praktis serta efisien dalam menghemat waktu serta tenaga.

Menurut Safeyah, dkk. (2018) di Kecamatan Tanjung Bumi pengrajin yang masih bertahan serta memelihara akan pelestarian batik gentongan hanya ada tiga orang saja. Ketiga orang tersebut berada di Desa Paseseh. Ketiga pengrajin batik gentongan tersebut sudah turun-temurun mewariskan tradisi dari leluhur nenek moyang di keluarganya.

Lebih jauh Wati, dkk (2017) mengemukakan bahwa batik gentongan termasuk batik unggulan Tanjung Bumi. Selain memiliki keunikan pada segi motif dan cara membuatnya, sehingga tidak mudah ditiru orang lain, batik gentongan juga memiliki banyak tarikan garis pada desainnya. Ragam motif batik gentongan diambil dari motif tumbuhan, binatang, maupun benda-benda dari lingkungan sekitar. Proses pewarnaan batik menggunakan pewarna alami dan media *gentong* (Prahastuti, 2016).



Gambar 18. Proses Mencanting Batik Gentongan
Sumber: www.goodnewsfromindonesia.id



Secara garis besar, proses pembuatan batik gentongan ini adalah sebagai berikut (Setijobudhi, dkk, 2019:4), mempersiapkan bahan dan peralatan membatik, seperti: kain polos putih, canting, malam, kompor, wajan kecil, dan bahan pewarna. Kemudian, kain polos tersebut mulai digambar langsung dengan malam menggunakan canting. Kain digambar sesuai dengan motif yang diinginkan. Setelah selesai digambar, kemudian kain bermotif tersebut dilakukan *tebbeng* (pembatasan) dan *essean* (penutupan dengan malam). Tahap ini merupakan proses menutup bagian-bagian yang akan dibiarkan tidak terkena warna saat proses pewarnaan. Tahap selanjutnya yaitu proses pewarnaan. Pewarnaan dilakukan dengan perendaman kain di dalam gentong. Pewarnaan dilakukan satu per satu pada setiap warna, yang sebelumnya telah ditutup dengan malam. Setelah proses pewarnaan tersebut, kain batik diangkat dan dimasukkan ke dalam air panas yang mendidih, untuk melunturkan atau melepaskan malam pada permukaan kain. Setelah itu dijemur, diangin-anginkan. Tahap pewarnaan dan pelunturan malam tersebut dilakukan berulang kali sesuai dengan jumlah warna yang ada pada kain batik. Proses tersebut, memakan waktu yang lama sampai berbulan-bulan (Amin S., 2016).

Proses pembuatan batik gentongan yang cukup rumit ini ternyata tidak diimbangi dengan penghasilan yang memadai dari para perajin batik. Hal ini sebagaimana dikatakan Wati, dkk. (2017), perekonomian beberapa masyarakat Tanjung Bumi yang memiliki usaha batik dengan penghasilan kotor rata-rata Rp15.000.000,- setiap bulan masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan bahan dan tenaga kerja yang digunakan untuk menyelesaikan batik tersebut. Tenaga kerja langsung UKM



batik tersebut adalah ibu-ibu maupun remaja penduduk desa yang ada di Tanjung Bumi. Pekerjaan mereka yakni mencanting kain yang sudah diberi motif batik dan melakukannya di rumah masing-masing. Sehelai kain mampu dikerjakan rata-rata 3-4 hari untuk motif yang tergolong mudah dengan upah hanya Rp30.000,- per kain.





BAB V

PENGEMBANGAN DESA PASESEH SEBAGAI DESA WISATA BATIK GENTONGAN DI MADURA

A. Investasi di Bidang Pariwisata Melalui Pengembangan Potensi Batik Gentongan

Pada dasarnya, perencanaan investasi di bidang pariwisata tidak jauh berbeda dengan perencanaan investasi di bidang usaha lain. Oleh karena itu, dalam merencanakan investasi di bidang pariwisata, perlu mengetahui dan mempelajari berbagai produk kebijakan daerah, khususnya yang berkaitan dengan kebijakan investasi dan pembangunan kepariwisataan, karena kebijakan antara satu daerah dengan daerah lainnya, memiliki perbedaan, sesuai kondisi daerahnya masing-masing (Sutowo, 2006).

Menurut Sutowo (2006) beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam mengembangkan investasi di bidang pariwisata, antara lain

1. Pariwisata adalah industri jasa modern yang bersifat jangka panjang, padat modal dan membutuhkan dukungan sumber daya manusia secara memadai;
2. Jenis investasi di bidang pariwisata meliputi: hotel, *resort*, restoran, kapal pesiar, taman rekreasi, kebun binatang, lapangan golf, *sport hall*, *gallery*, museum, *convention hall*, *theatre hall* dan lain sebagainya;
3. Persyaratan penting dalam investasi bidang pariwisata antara lain
 - a. Adanya kondisi keamanan yang kondusif dalam jangka panjang, baik dalam aspek stabilitas umum

- wilayah, keamanan hak kepemilikan lahan/properti dalam jangka waktu tertentu maupun keamanan dalam hubungan sosial dengan masyarakat lingkungan;
- b. Kelayakan aspek aksesibilitas berupa akses transportasi dan komunikasi ke dan dari daerah bersangkutan;
 - c. Ketersediaan tenaga kerja yang cukup dan memenuhi standar yang ditetapkan.
4. Dalam menciptakan kondisi dan memenuhi persyaratan-persyaratan seperti tersebut di atas, peranan dan fungsi pemerintah tentu sangat menentukan, sejalan dengan pemberlakuan kebijakan otonomi daerah. Sebagian besar peranan dan fungsi tersebut dialihkan menjadi kewenangan daerah kabupaten dan kota, termasuk masalah yang berhubungan dengan perijinan.



Gambar 19. Gapura Selamat Datang Kawasan Batik Tulis Tanjung Bumi
Sumber: koleksi pribadi

Mengingat Desa Paseseh, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan memiliki memiliki potensi desa yang dapat diunggulkan, yaitu batik gentongan, maka potensi ini dapat ditingkatkan dalam bentuk investasi di bidang pariwisata.

B. Kampung Batik Gentongan sebagai Desa Wisata di Madura

Desa wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya, dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan dalam Hayat & Zaini, 2018).



Gambar 20. Toko-toko Batik yang Berjejer di Jalan Raya Tanjung Bumi
Sumber: koleksi pribadi

Berdasarkan pengertian di atas, maka Desa Paseseh memungkinkan untuk menjadi desa wisata karena memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas berupa kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yaitu para perajin batik gentongan. Potensi ini apabila dikelola dengan baik dan terencana sehingga siap menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke Desa Paseseh, akan mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat.



Gambar 21. Gapura Masuk ke Sentra-Sentra Batik di Desa Paseseh
Sumber: koleksi pribadi

Potensi Desa Paseseh menjadi desa wisata ini memungkinkan dapat diwujudkan karena Desa Paseseh sendiri dikenal sebagai Kampung Batik, di mana rumah-rumah di desa ini ditemukan kebanyakan menunjukkan aktivitas dari para perajin batik.

Terlepas dari potensi tersebut, menjadi keprihatinan tersendiri adalah di Desa Paseseh, perajin batik gentongan ini tinggal tiga orang dan tidak ada regenerasi. Padahal jika pihak-pihak terkait mampu menjaga keberadaan para perajin batik gentongan ini dan



menjadikannya sebagai sebuah industri di tingkat kabupaten, maka tidak menutup kemungkinan batik ini semakin dikenal oleh masyarakat luas. Demikian pula halnya dengan tercukupinya penghasilan dari para perajin batik gentongan.

Hal ini sebagaimana ditemukan pada pengembangan industri batik di Jepara. Menurut Salma (2021) awalnya, pengembangan industri batik di Jepara tidak berjalan dengan baik, namun akhirnya berhasil mencapai kemajuan dalam membangun industri batik di daerahnya. Industri batik yang dikembangkan Pemerintah Kabupaten Jepara antara lain: (1) Optimalisasi peran pendidikan formal batik; (2) Pelatihan batik difasilitasi; dan (3) Semangat dan kreativitas industri batik diapresiasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Edi, F. R. S., Fuad, S., & Nurhidayah, S. (2017). Psikologi Pariwisata Madura; *Subjective Well Being* Pengunjung Pariwisata Makan Syaichona Moch Cholil. Malang: Ae Publishing
- Iskandar, Z. (2012). Psikologi Lingkungan. Bandung: Refika Aditama.
- Iskandar, Z. (2013). Psikologi Lingkungan: Metode dan Aplikasi. Bandung: Refika Aditama.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (1991)
- Prahastuti, E. (2016). Potensi Pengembangan Kerajinan Batik Gentongan di Desa Paseseh Kecamatan Tanjungbuni Madura. In *Seminar Nasional Gender & Budaya Madura III Madura: Perempuan, Budaya & Perubahan*
- Pratiwi, I. P & Yulistiana. (2019). Kajian Etnografi Batik Gentongan Tanjung Bumi Madura. *E-Journal*, 8(3), 186.
- Prayitno, T. (2010). Mengenal produk nasional: Batik dan tenun. Semarang: PT Sindur Press
- Resdiana, E & Widyastuti, E. (2019). Etika Perencanaan Pariwisata (Studi Pengembangan Pariwisata Pulau Gili Labak Sumenep Jawa Timur). *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis. JSMB Vol. 6 (1)*



Ross, G. F. (1998). Psikologi Pariwisata. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Rosyidah, U. & Hanifah, L. (2021). Strategi Pengembangan Pantai Sembilan Pulau Gili Genting Sumenep Sebagai Icon Pariwisata Halal di Madura. *Jurnal Hospitality. Vol.10(2)*

Rukmana. C. S., Armono. H. D. & Wahyudi. (2013). Studi Potensi Objek Wisata Pantai Di Kabupaten Sampang. *JURNAL TEKNIK POMITS Vol. 2(1)*

Salma, I. R. (2021). Review: Model pengembangan industri batik Jepara. *Dinamika Kerajinan dan Batik: Majalah Ilmiah. Vol. 38(1), 55-64*

Sandiantoro. (2020). Batik Tanjung Bumi: The art of Madura batik. Surabaya: Byzantium Creative Media

Setijobudhi, C. C., Kuntjara, A. P., & Sutanto, R. P. (2016). Perancangan Buku Esai Fotografi Tentang Batik Gentongan Madura. *Jurnal DKV Adiwarna*

Suli. (2014). Kajian Bentuk Pertunjukan Wayang Topeng Dhalang Rukun Pewaras Desa Slopeng Kecamatan Dasuk Kabupaten Sumenep. Surabaya: Univeritas Negeri Surabaya

Suminto, R. A. S. (2015). Batik Madura: Menilik ciri khas dan makna filosofinya. *CORAK Jurnal Seni Kriya. Vol.4(1), 1-12*

- 
- Sunaryo, B. (2013). Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata; Konsep Dan Aplikasi Di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- Suryadana, M. L., & Octavia, V. (2020). Pengantar pemasaran pariwisata. Bandung: Alfabeta
- Sutowo, P. (2006). Pariwisata sebagai domain ekonomi. (Editor: A. Zacky Siradj). Jakarta: Masyarakat Pariwisata Indonesia (MPSI)
- Wati, A., Aisyah, S. N., dan Utomo, A. B. (2017). Wisata Kampung Batik Madura bernuansa griya adat Nusantara sebagai inovasi membangun perekonomian Tanjung Bumi. *Kompetensi. Vol.11(2), 137-15*
- Wikipedia. (2022) Karapan Sapi Madura. Diakses https://id.wikipedia.org/wiki/Karapan_sapi
- Yoeti, O. A. (2010). Dasar-dasar pengertian hospitality dan pariwisata. Bandung: PT Alumni
- Zainuri, A. M. P, Tudung, S. & Purwanti, E. (2020). Strategi Pengembangan Wisata Kesehatan melalui Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata pada Masyarakat Kepulauan (Studi Kasus: Pulau Giliyang Kecamatan Dungkek Kabupaten Sumenep). *JAST: Jurnal Aplikasi Sains dan Teknologi*, 4 (1)



PROFIL PENULIS

Yudho Bawono adalah salah seorang staf pengajar Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Beliau memiliki ketertarikan dengan batik gentongan. Salah satu karyanya yang sudah dipublikasikan adalah *“Batik Gentongan Tanjung Bumi: Could It Be a Madura Tourism Icon?”*

Fandi Rosi Sarwo Edi adalah salah seorang staf pengajar Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Beliau memiliki ketertarikan dengan batik gentongan. Salah satu karyanya yang sudah dipublikasikan adalah *“Batik Gentongan Tanjung Bumi: Could It Be a Madura Tourism Icon?”*

Moh. Ishaq Abd Salam adalah salah seorang Staf Pengajar Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Beliau memiliki ketertarikan dengan batik gentongan. Salah satu karyanya yang sudah dipublikasikan adalah *“Batik Gentongan Tanjung Bumi: Could It Be a Madura Tourism Icon?”*

Ulfa Lailatul Jannah adalah salah seorang mahasiswa yang mengikuti Program MBKM Riset dari Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Salah satu karyanya yang sudah dipublikasikan adalah *“Bukan Pendapatan Yang Saya Pikirkan, Tetapi Rasa Senang dan Bahagia: Studi Fenomenologis pada Perajin Batik Gentongan”*.



Moch Ihza Rizal Bahari adalah salah seorang mahasiswa yang mengikuti Program MBKM Riset dari Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. Salah satu karyanya yang sudah dipublikasikan adalah “*Memahami Ketangguhan Perempuan Perajin Batik Gentongan Madura di Masa Pandemi Covid-19*”.

DESA WISATA BATIK GENTONGAN MADURA

Buku *DESA WISATA BATIK GENTONGAN MADURA Perspektif Psikologi Pariwisata* ini ditulis berdasarkan ketertarikan penulis pada batik *gentongan* yang berasal dari Desa Pasesch, Kecamatan Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan.

Batik *gentongan* sendiri merupakan batik yang istimewa karena memiliki ciri khas dan keunikan yang membedakannya dengan batik tulis pada umumnya. Bahkan dengan batik-batik tulis lainnya yang juga berasal dari Madura.

Melalui kajian literatur dan hasil wawancara dengan beberapa informan, akhirnya tulisan ini disusun dalam bentuk buku. Harapannya, buku ini akan menambah bahan bacaan terkait pariwisata pada umumnya dan batik *gentongan* pada khususnya.



Penerbit: Yayasan Pendidikan Cerdika, Mujiin
Jorong Padi, Pemasang, Panjang, Sijunjung,
Sumatera Barat, Indonesia 27354
E-mail: cerdikamujiinpress@gmail.com
Website: www.cerdikamujiin.com

