

PELIBATAN MASYARAKAT LOKAL DALAM PENYEDIAAN PENGINAPAN LOKAL (*HOMESTAY*) DI DESA WISATA TISTA, KABUPATEN TABANAN

Agung Sri Sulistyawati¹, Ida Ayu Trisna Eka Putri², Fanny Maharani Suarka³, Putu Ratih Pertiwi⁴

ABSTRACT

Tista Tourism Village is the developing tourist village, that located at Kerambitan Village, Tabanan Regency. The purpose of this community service is to deliver the understanding and skills, improving for Tista community in playing an active role and participation in preparation of local lodging (homestay) along with supporting facilities to provide security and comfort when tourists stay and can increase tourists length of stay at Tista Tourism Village to enjoy various tourism products and tour packages in Tista Village in support of development and management of Tista Tourism Village, so as to provide economic benefits in directly to the Tista Village community. The devotion technique that is giving counseling to the tista village community which was attended by the village head, the chairman of pokdarwis, the manager of the tourist village and the community, the subject that presented about the homestay to be clean, comfortable, and the availability of clean water. Homestay is prepared to be the main accommodation alternative for tourists whotakes the vacation at Tista Wisata Village. But about the cleanliness, is still a shortcoming that must be addressed. Not only homestay, a number of tourist destinations that are intended to attract tourists, should provide the widest information to tourists and maintain the cleanliness of the surrounding environment. All parties must be involved in fixing the existing shortcomings, because to increase tourism requires a high awareness, ie the community will be involved.

Keywords: Community involvement, Homestay and Tourism Village

1. PENDAHULUAN

1.1. Analisis Situasi

Pembangunan berwawasan kerakyatan muncul sebagai reaksi terhadap kebijakan pembangunan konglomerasi. Pembangunan berwawasan kerakyatan lebih mengedepankan peningkatan ekonomi rakyat dan pemberdayaan masyarakat. Para pemikir dan praktisi pembangunan pedesaan telah lama menyadari bahwa pembangunan konglomerasi kerap merugikan masyarakat setempat. Masyarakat sebagai pemilik sah atas sumber daya setempat justru kerap mengalami marginalisasi, sehingga kualitas hidupnya justru menurun dibandingkan sebelum adanya pembangunan. Atas dasar itu beberapa ahli lain menekankan pentingnya pembangunan dari bawah, pembangunan sebagai *social*

¹ Program Studi D-IV Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universita Udayana, gsri_gjb@yahoo.com

² Program Studi D-IV Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universita Udayana, dayutrisna_satria@yahoo.co.id

³ Program Studi D-IV Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universita Udayana, ofa2406@yahoo.com

⁴ Program Studi D-IV Pariwisata Fakultas Pariwisata, Universita Udayana, ratihpertiwi@hotmail.com

learning, dan pembanguann harus mulai dari belakang (Korten dan Sjahrir, 1988; Soetrisno, 1995). Pembangunan dengan paradigma yang dibalik ini menuntut adanya partisipasi masyarakat lokal dalam berbagai tahap pembangunan, hal ini dilandasi 3 (tiga) alasan, yaitu: adanya *local variety* (variasi lokal), adanya *local resources* (sumber daya lokal), dan *local accountability* (tanggung jawab lokal), sehingga pengelolaan pembangunan benar-benar dilakukan oleh mereka yang hidup dan kehidupannya paling dipengaruhi oleh pembangunan tersebut atau yang dikelola dengan *community based resource management* atau *community management* (Korten, 1986).

Kabupaten Tabanan merupakan salah satu dari sembilan kabupaten/kota yang ada di Bali sangat potensial menjadi daerah kunjungan wisatawan. Kabupaten Tabanan memiliki banyak daya tarik wisata yang menarik, seperti dalam Keputusan Bupati Tabanan Nomor 470 Tahun 1998 yang menetapkan 24 daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan dan ditambah Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor 363 Tahun 2007 yang menetapkan Bendungan Telaga Tunjung sebagai daya tarik wisata di Kabupaten Tabanan. Masing-masing daya tarik wisata tersebut memiliki keunikannya masing-masing.

Salah satu daya tarik pedesaan adalah Desa Wisata Tista yang terletak di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Sebagai desa wisata yang sedang berkembang, Desa Tista terus berbenah untuk dapat menyediakan dan memberikan pelayanan prima kepada wisatawan yang berkunjung. Terletak pada daerah dataran rendah yang sedikit bergelombang terutama di bagian selatan dan barat desa. Seperti halnya dengan desa-desa lainnya di Kabupaten Tabanan, Desa Tista merupakan daerah pertanian yang sebagian besar penduduknya terdiri dari petani penggarap tanah sawah. Ketinggian dari permukaan laut ± 3 M, suhu udaranya berkisar 27° C sampai 40° C (Monografi Desa Tista, 2015).

Budaya pertanian menjadikan masyarakat Desa Tista tetap menghormati alam lingkungannya dan tetap menghormati budayanya, sehingga kehidupan masyarakat Tista sangat harmonis dan mengedepankan kekeluargaan dan kegotongroyongan di dalam kehidupan bermasyarakat.

Desa Wisata Tista yang merupakan desa wisata yang sedang berkembang, mendorong pihak pengelola terus melengkapi fasilitas dan infrastruktur untuk dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang tentunya memerlukan penginapan ketika wisatawan menikmati berbagai produk dan atraksi desa wisata yang ditawarkan, sehingga dapat menahan wisatawan lebih lama tinggal di Desa Tista. Untuk menyediakan kebutuhan penginapan lokal (*homestay*) bagi wisatawan memerlukan strategi pengembangan dan pengelolaan yang matang serta peran serta aktif masyarakat Desa Tista.

1.2. Tujuan Kegiatan

Tujuan dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini adalah untuk memberikan pemahaman dan keterampilan kepada masyarakat Desa Tista untuk berperan aktif dan berpartisipasi aktif dalam penyiapan penginapan lokal (*homestay*) beserta fasilitas pendukungnya untuk dapat memberikan keamanan dan kenyamanan ketika wisatawan menginap dan dapat menahan wisatawan lebih lama tinggal di Desa Wisata Tista untuk menikmati berbagai produk wisata dan paket wisata yang ada di Desa Tista dalam mendukung pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Tista, sehingga dapat memberikan manfaat ekonomi secara langsung kepada masyarakat Desa Tista.

2. METODE PEMECAHAN MASALAH

Adapun kegiatan pemecahan masalah dalam pengabdian kepada masyarakat ini, yaitu:

1. Memberikan penyuluhan dan pelatihan langsung kepada masyarakat Desa Tista tentang penyiapan penginapan lokal (*homestay*) beserta kriteria dan fasilitas yang diperlukan.
2. Memberikan pelatihan tentang pelayanan kepariwisataan dan *hospitality*.
3. Mengadakan inventarisasi rumah-rumah yang akan dijadikan penginapan lokal (*homestay*) sebagai contoh *homestay* dan program selanjutnya adalah dapat memberikan imbas kepada masyarakat secara keseluruhan dalam penyiapan penginapan lokal (*homestay*).
4. Memberikan contoh-contoh penginapan lokal beserta fasilitas yang diperlukan untuk memberikan keamanan dan kenyamanan kepada wisatawan yang menginap, sehingga ada gambaran dan pemahaman tentang penginapan lokal kepada masyarakat.
5. Membentuk pengelola penginapan lokal (*homestay*) untuk dapat mengatur dan memfasilitasi kegiatan atau aktivitas masyarakat berkaitan penyiapan penginapan lokal, sehingga tidak terjadi persaingan yang tidak sehat serta masyarakat dapat melakukan kegiatan dengan baik.
6. Bekerjasama dengan pihak terkait dalam hal pemasaran produk.
7. Memberikan simulasi kepada masyarakat Desa Tista dalam menerima dan melayani wisatawan yang datang dan menginap di penginapan lokal (*homestay*).
8. Menjadikan Desa Tista sebagai Desa Binaan dari Fakultas Pariwisata Universitas Udayana, sehingga dapat dibina dan didampingi berkaitan dengan penyiapan akomodasi lokal serta dapat memberikan evaluasi secara berkala.

Metode yang digunakan dalam melakukan Pengabdian Kepada Masyarakat adalah:

Metode pengumpulan data melalui observasi dan survei lapangan serta program pemberdayaan melalui penyuluhan, dan pendampingan, yaitu: pertemuan secara berkala antara Tim Pengabdian Kepada Masyarakat dengan Masyarakat Sasaran. Materi persiapan meliputi pengumpulan berbagai bahan-bahan dan peralatan peraga terapan ipteks yang akan ditransfer kepada masyarakat sasaran strategis Desa Wisata Tista. Sebelum turun ke Desa Tista, Tim Pengabdian Kepada Masyarakat mengadakan observasi dan survei pendahuluan berkaitan dengan permasalahan yang perlu mendapatkan solusi di Desa Wisata Tista, di mana untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Tista secara bertahap diadakan program pengabdian kepada masyarakat, di mana dalam pengabdian saat ini lebih ditekankan tentang penyiapan penginapan lokal (*homestay*).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Branding Desa Wisata Tista

Untuk lebih memperkenalkan Desa Wisata Tista kepada wisatawan, maka diperlukan piranti atau perangkat sebagai media yang menjadi pengingat kepada wisatawan terhadap keberadaan Desa Wisata Tista. Salah satu perangkat yang diperlukan adalah “*Branding*”, sehingga dari *Branding* tersebut menjadi sebuah ikon untuk Desa Wisata Tista yang tetap akan diingat oleh wisatawan dan *Branding* tersebut identik dengan Desa Wisata Tista. *Branding* Desa Wisata Tista adalah “*Secret Beauty of Tista*”, yang artinya adalah Rahasia Kecantikan/Keindahan Tista, dimana tidak banyak yang mengetahui potensi wisata Desa Wisata Tista, sehingga untuk mengetahuinya harus datang ke Desa Wisata Tista dan masuk untuk mengetahui keindahannya, kemudian ada gambar sawah yang artinya adalah bahwa Desa Wisata Tista merupakan daerah agraris yang masih memelihara keberadaan sawah dengan subaknya yang masih menjadi mata pencaharian utama masyarakat Desa Tista, dan ada gambar Pelinggih dan umbul-umbul yang artinya adalah Desa Tista sangat kental mempertahankan spiritualitas yang menjadi roh di dalam membangun dan mengikat kebersatuan masyarakat Desa Tista, sehingga

secara keseluruhan *Branding* Desa Wisata Tista menjelaskan tentang kehidupan dan aktivitas masyarakat Desa Tista secara umum.

3.2 Perkembangan Pariwisata ke Depan

Pada awalnya pariwisata dipandang dan dipuji sebagai industri bebas polusi. Berbeda halnya dengan industri manufaktur, pertambangan, pengolahan kayu, garmen, dan lainnya yang cenderung menimbulkan polusi. Sejak tahun 70-an, anggapan itu mulai diragukan karena pariwisata dengan berbagai aktivitas ikutannya mempunyai dampak negatif yang sangat besar terhadap lingkungan fisik, tinggalan arkeologi, kebudayaan, baik yang *tangible* maupun *intangible*. Meskipun demikian, Pembangunan Nasional tetap mengarahkan pariwisata sebagai sektor andalan yang mampu menggerakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lainnya yang terkait, sehingga mampu memperluas lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, pendapatan daerah, serta pendapatan negara, dan penerimaan devisa.

Bentuk pariwisata yang selama ini dikenal adalah pariwisata modern yang dipelopori oleh Thomas Cook yang sudah berlangsung kurang lebih satu setengah abad, sering juga disebut pariwisata konvensional atau pariwisata massal, karena perjalanan wisata dilakukan dalam jumlah besar melalui *Tour Operator*. Dampak positif dari pariwisata massal ini memang besar, terutama di bidang ekonomi, namun dampak negatifnya juga sangat banyak, terutama terhadap kerusakan lingkungan dan degradasi sosial budaya. Untuk mengantisipasi dampak negatifnya, maka dicetuskanlah model pariwisata alternatif, yaitu "*Alternative tourism is a process which promotes a just form, of travel between members of different communities. It seeks to achieve mutual understanding, solidarity and equality among participants*" (Kodyat,1997). Salah satu bentuk pariwisata alternatif adalah *ecotourism* yang sering diidentikkan dengan *nature tourism*.

Ekowisata (*ecotourism*) atau wisata ekologis adalah jenis pariwisata yang berwawasan lingkungan yang berkaitan erat dengan prinsip konservasi. Maksudnya, melalui aktivitas yang berkaitan dengan alam, wisatawan diajak melihat alam dari dekat, menikmati keaslian alam dan lingkungannya, sehingga membuat mereka tergugah untuk mencintai alam. Semuanya itu sering disebut dengan istilah *Back to Nature*. Berbeda dengan pariwisata massal, dalam penyelenggaraan ekowisata tidak menuntut tersedianya fasilitas akomodasi yang modern yang dilengkapi peralatan yang serba mewah atau bangunan *artificial* yang berlebihan. Ekowisata mempunyai pengertian suatu perjalanan wisata ke daerah yang masih alami. Meskipun perjalanan ini bersifat berpetualang, namun wisatawan dapat menikmatinya. Ekowisata selalu menjaga kualitas, keutuhan dan kelestarian alam, serta budaya dengan menjamin keberpihakan kepada masyarakat. Pada hakekatnya ekowisata yang melestarikan dan memanfaatkan alam dan budaya masyarakat, jauh lebih ketat dibandingkan dengan hanya keberlanjutan. Pembangunan ekowisata berwawasan lingkungan jauh lebih terjamin hasilnya dalam melestarikan alam dibandingkan dengan hanya keberlanjutan pembangunan. Sebab ekowisata tidak melakukan eksploitasi alam, tetapi hanya menggunakan jasa alam dan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan pengetahuan, fisik, dan psikologis wisatawan. Bahkan dalam berbagai aspek ekowisata merupakan bentuk wisata yang mengarah ke *metatourism*. Ekowisata bukan menjual destinasi tetapi menjual filosofi. Aspek ekowisata tidak akan mengenal kejenuhan pasar. Apabila seluruh prinsip dilaksanakan, maka ekowisata menjamin pembangunan yang *ecological friendly* dari pembangunan berbasis kerakyatan (*community based*).

3.3 Akomodasi Secara Umum

a. Pengertian Akomodasi

Yang dimaksud dengan akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya.

b. Jenis-Jenis Akomodasi

Agar dapat membandingkan hotel dengan jenis akomodasi yang lain, dalam bahasan berikut ini akan diuraikan secara singkat mengenai pengertian dan jenis-jenis akomodasi sebagai berikut:

1. Hotel

Hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempegunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersil.

2. Motel

Ada beberapa pengertian tentang motel, yaitu:

a. Bangunan yang terletak di luar pusat kota dan daerah dekat jalan raya, biasanya pada bangunan itu disediakan penginapan dalam bentuk apartemen dan dapat untuk tempat tinggal kurang dari 24 jam, apartemen itu memiliki pintu masuk tersendiri dan satu garasi atau tempat parkir mobil.

b. Gabungan dari dua kata, yakni motor dan hotel, yaitu hotel yang menyediakan fasilitas khusus, yakni kendaraan bermotor.

c. Motor hotel, yaitu sejenis akomodasi yang biasanya terdapat di antara dua kota besar, tempat para pengendara mobil dapat beristirahat sesudah perjalanan jauh dan baru meneruskan perjalanannya pada keesokan harinya; mobil pemilik dapat diparkir dekat kamar.

3. *Guest House*

Sejenis akomodasi yang dapat dimiliki oleh suatu perusahaan atau instansi yang diperuntukkan bagi para tamu yang menginap dan mendapatkan pelayanan makan dan minum. Dalam pengertian aslinya, *guest house* merupakan akomodasi yang mempunyai fasilitas sederhana. Termasuk dalam jenis ini, di Indonesia dikenal dengan nama Pondok Wisata.

4. *Youth Hostel*

Adalah bangunan bagi para pejalan muda, penak sepeda, dan sebagainya dapat tinggal dan makan atau menyediakan makanannya sendiri dengan murah.

5. Apartemen

Bangunan yang menyediakan jasa akomodasi jangka lama untuk sejumlah orang dalam unit tersendiri dengan satu dapur dan ruang tunggal atau ruang makan.

6. *Pension*

a. Rumah Penginapan

b. Bentuk lain dari akomodasi bagi wisatawan, biasanya juga disediakan penginapan dan makanan pagi dengan biaya yang murah, terutama di Eropa.

c. Bisa juga dikatakan sebagai hotel kecil yang menyediakan makan pagi tamu dengan tariff terterntu. Perlengkapannya diatur menurut tingkat dan kepentingan tamu. Usaha penginapan dengan makan dalam bentuk kecil ini biasanya hanya menempati satu atau dua lantai suatu bangunan bertingkat. Akomodasi bentuk ini menyediakan ruangan umum.

7. *Bungalow*

Sejenis akomodasi yang berbentuk rumah, berlokasi di daerah pegunungan yang disewakan untuk keluarga sebagai tempat peristirahatan pada waktu liburan. Penginapan dan jasa-jasa lain (tanpa katering) untuk sejumlah orang pada waktu yang bersamaan.

8. *Mess*

Sejenis akomodasi yang dibangun dan disediakan sebagai tempat tinggal bagi karyawan, pegawai, atau anggota suatu instansi dalam suatu kelompok tertentu (bujangan, perwira, *trainee*). Dalam pengertian lain, *mess* adalah penginapan dengan atau tanpa makan, disediakan bagi pejabat-pejabat resmi dari

salah satu instansi, jawatan atau perusahaan tertentu dengan perhitungan pembayaran yang murah dan diatur tersendiri oleh instansi, jawatan atau perusahaan yang bersangkutan sendiri.

9. *Homestay*

Suatu jenis akomodasi yang berasal dari rumah-rumah rakyat yang telah ditingkatkan fasilitas dan sarananya, sehingga memenuhi syarat-syarat kesehatan, yang disewakan kepada wisatawan.

10. *Logement* (Losmen)

Sejenis akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan rumah yang menyediakan penginapan dengan/tanpa makan dan minum bagi setiap orang yang datang untuk beristirahat sementara waktu.

11. *Inn*

Suatu tempat yang menyediakan penginapan, makan dan minum, serta pelayanan umum lainnya, disewakan kepada orang-orang yang singgah untuk sementara waktu dengan jangka waktu menginap terbatas.

12. *Cottage*

Sejenis akomodasi yang berlokasi di sekitar pantai atau danau dengan bentuk bangunan- bangunan terpisah, disewakan untuk keluarga, serta dilengkapi dengan fasilitas rekreasi.

13. *Hostel* atau Asrama

Penginapan yang digunakan oleh pemuda dan pemudi secara terpisah sendiri-sendiri untuk waktu tertentu, yang juga menyediakan makanan atas sewa dan harga semurah mungkin. Untuk pembangunan dan pengurusannya, biasanya diserahkan kepada badan yang dikelola atas dasar non komersial.

14. Perkemahan

Dalam bahasa asingnya disebut *camping*, adalah tempat yang agak luas diperuntukan bagi mereka yang sedang mengadakan perkemahan dengan tanpa dipungut bayaran. Tempat ini mempunyai sifat administrasi dengan peraturan-peraturan tertentu untuk menyelesaikan segala sesuatu mengenai fasilitas serta kebutuhan-kebutuhan bagi mereka yang hendak berkemah. Di tempat itu lalu didirikan kemah-kemah, diatur secara bersama-sama dengan mereka yang berkemah. Berkemah atau *camping* ini disebut dalam bahasa teknisnya berkaravan.

3.4. Syarat Rumah Sebagai *Homestay*

Homestay merupakan salah satu sarana pendukung penting dalam pengelolaan desa wisata. Sebagai usaha, *homestay* mampu memberikan dampak positif bagi peningkatan ekonomi masyarakat desa wisata. Namun masih banyak pengelola desa wisata yang belum memahami pengelolaan *homestay* secara baik dan benar. Misalnya dalam hal promosi, manajerial maupun pemeliharaan, serta perawatan *homestay*. Hal-hal itu masih banyak diabaikan oleh para pengelola desa wisata. Bahkan, di beberapa desa wisata belum ada fasilitas *homestay*. Hal itu tentu harus diperhatikan apabila desa wisata ingin berkembang.

Apabila legalitas usaha *homestay* telah terpenuhi, maka ada beberapa prinsip pengelolaan *homestay* yang harus diperhatikan. Pertama, kebersihan, artinya pemilik wajib menjaga kebersihan *homestay*. Selain itu, kenyamanan *homestay* juga harus dijaga. Misalnya, letak *homestay* tidak berdekatan dengan kandang kambing. Kedua, pencahayaan. Pencahayaan *homestay* harus cukup. Hal tersebut perlu diperhatikan karena terdapat beberapa desa wisata yang masih gelap atau penerangannya kurang. Ketiga, tersedianya fasilitas mandi cuci dan kakus (MCK). Keberadaan fasilitas tersebut sangat menentukan kenyamanan wisatawan. Terlebih bagi wisatawan asing, apabila *homestay* menyediakan *toilet* duduk hal itu tentu akan memberikan kenyamanan wisatawan asing. Keempat, ketersediaan air bersih. Keberadaan air bersih menjadi kebutuhan penting karena air menjadi kebutuhan wisatawan baik untuk mandi, cuci maupun kakus (MCK).

Homestay disiapkan menjadi alternatif utama akomodasi bagi wisatawan yang berlibur di Desa Wisata Tista. Namun soal kebersihan, masih menjadi kekurangan yang harus segera dibenahi. Tak hanya *homestay*, sejumlah tempat tujuan wisata yang memang dimaksudkan untuk menarik wisatawan, seharusnya memberikan informasi yang seluas-luasnya kepada wisatawan dan menjaga kebersihan lingkungan sekitarnya. Semua pihak harus terlibat dalam membenahi kekurangan yang ada, karena untuk meningkatkan pariwisata membutuhkan kesadaran yang tinggi, yaitu masyarakatnya mau terlibat.

3.5. Pemasaran Produk Wisata

Pemasaran produk industri pariwisata jauh lebih kompleks sifatnya dibandingkan dengan memasarkan produk perusahaan manufaktur yang umumnya berbentuk atau berwujud. Oleh karena itu, sebelum memasarkan produk industri pariwisata, seorang penjual haruslah memahami dan mengerti benar sifat dan karakter produk yang akan ditawarkan kepada pembeli (wisatawan). Beberapa karakter dari produk industri pariwisata:

1. *Tourism is a Service*

Transaksi penjualan tidak mengakibatkan pemindahan hak milik. Pada barang-barang berwujud, penjualan mengakibatkan pemindahan hak milik dan barang dapat dipindahkan dari gudang penjual ke rumah pembeli. Sebaliknya hubungan antara penjual dengan wisatawan sedikit kompleks sifatnya. Wisatawan sewaktu mengkonsumsi atau menggunakan produk industri pariwisata yang sudah dibelinya banyak tergantung kepada penjual.

2. *Fragmented Supply vs Composite Demand*

Kebanyakan barang berwujud diproduksi dan disuplai dalam bentuk barang jadi yang siap pakai. Produk industri pariwisata justru sebaliknya, ada sesuatu yang ditambahkan terhadap produk lain, sehingga dengan cara demikian produk itu dapat memuaskan pembeli.

3. *Travel Motivation are Heterogeneous*

Tiap orang melakukan perjalanan wisata dengan motivasi yang berbeda-beda. Motivasi itu ada yang rasional dan ada pula yang tidak rasional. Seseorang mungkin ikut *tour* untuk menyaingi tetangganya yang baru saja kembali Umroh (tidak rasional), sedang orang lainnya ikut *tour* karena ingin menyaksikan EURO di Negeri Belanda.

4. *The Dominant Role of Travel Intermediaries*

Usaha kepariwisataan perantara dalam penjualan (*Travel Agent, Tour Operator, Reservation Services, Hotel and Charter Brokers, Cooperative Travel Organizations*) merupakan *Channel Captain* dalam pemasaran produk industri pariwisata dan peranannya sangat menentukan sekali. Tanpa bantuan perantara ini dapat dikatakan pemasaran produk pariwisata sukar dilakukan.

5. *Complementary of Tourist Services*

Produk masing-masing perusahaan yang terlibat dalam industri kepariwisataan, baru tinggi nilainya bila produk perusahaan yang satu dikombinasikan dengan produk yang lain hingga memiliki nilai yang lebih tinggi bagi wisatawan. Contohnya suatu paket wisata harus terdiri dari kombinasi: transportasi, akomodasi, restoran, objek dan atraksi wisata.

6. *The Role of Official Organizations in Tourism Marketing*

Karena sifat dan karakter produk industri pariwisata yang jauh berbeda dengan produk barang-barang perusahaan manufaktur biasanya, apalagi dengan karakter: *fragmentation of supply, the complementarity of tourist services, the predominance of small and medium sized enterprises and and importance of tourism in many economics*, maka wajar bila pemerintah ikut membantu suksesnya pemasaran dalam kepariwisataan. Di sinilah pentingnya peranan organisasi pariwisata, apakah yang ada di tingkat nasional, di daerah, baik organisasi pemerintah, atau swasta harus turun tangan untuk mensukseskan kegiatan pemasaran, baik untuk tingkat daerah maupun tingkat nasional.

7. *Perishable Product*

Sebenarnya kondisi cepat rusak itu tidak terjadi pada produk industri pariwisata, tetapi dapat terjadi pada salah satu produk dari *supplier* atau perusahaan industri pariwisata itu. Misalnya *seat* pesawat yang tak terpenuhi, kamar hotel yang tidak terisi seluruhnya dari yang disediakan.

8. *No Transfer of Ownership*

Dalam penjualan atau transaksi produk industri pariwisata tidak terjadi perpindahan hak milik, seperti pada transaksi barang-barang berwujud yang dihasilkan perusahaan manufaktur.

9. *Production and Consumption Take Place in The Same Time*

Proses produksi dan konsumsi jatuh pada saat pada saat yang bersamaan. Jadi antara pemberi jasa dan penerima jasa jaraknya dekat sekali. Dengan kata lain tanpa kehadiran konsumen tidak mungkin proses produksi dapat dilakukan. Contoh: untuk melaksanakan paket wisata yang sudah dibeli calon wisatawan, harus dengan bantuan Biro Perjalanan Wisata (BPW) yang menjualnya. Tidak mungkin dilakukan sendiri oleh pembeli, tetapi harus didampingi oleh seorang *Tour Leader* yang ditunjuk BPW untuk membawa rombongan wisatawan sesuai dengan *Tour Itinerary* yang tersedia.

10. *The Dichotomy Between Suppliers Providing Product Components and Customers Buying*

Terjadi dikotomi antara produk yang disediakan *supplier* dan paket wisata yang dikemas oleh suatu BPW. Produk yang dikemas oleh suatu BPW untuk dijadikan suatu paket wisata berasal dari perusahaan-perusahaan yang berbeda dalam: jenis dan macam produk, fungsi dan manfaat bagi calon wisatawan, manajemen dan kepemilikannya, *brand* atau logo, lokasi dan jarak perusahaan dari konsumen. Kesemuanya itu harus dikemas dalam bentuk paket wisata dengan brand atau logo BPW sendiri. Sedangkan di lain pihak, tiap perusahaan selaku *supplier* tetap mempromosikan produknya sendiri dengan menggunakan bendera sendiri-sendiri pula.

Salah satu upaya yang sangat menentukan keberhasilan Pemasaran Produk Pariwisata adalah Penelitian Pemasaran (*Marketing Research*). Pada umumnya *research* diartikan sebagai aktivitas mengumpulkan, mencatat dan menganalisa data dan fakta. Sedangkan, yang dimaksudkan dengan *marketing research* adalah penyelidikan yang dilakukan terhadap aktivitas pembelian dan penjualan serta usaha-usaha penyampaian barang-barang dan jasa-jasa dari produsen kepada konsumen.

Di dalam kepariwisataan, sebagai akibat dari bermacam-macam faktor dan motivasi orang melakukan perjalanan, ada yang rasional dan ada pula yang irasional, maka suatu negara yang mengharapkan kedatangan wisatawan (*tourist receiving countries*), tidak ada jalan lain baginya untuk mengatasi persaingan, selain mengadakan *research* sebagai alat bantu dalam kebijaksanaan perusahaan.

Pada dasarnya riset pemasaran pariwisata merupakan kegiatan dalam usaha mengumpulkan data dan fakta, kemudian menganalisisnya untuk informasi yang akan dipakai dalam pengambilan keputusan (*decision making*). Selanjutnya, hasil riset itu dapat digunakan untuk menyusun dan mempertajam strategi pemasaran di waktu yang akan datang. Jadi, *research* pemasaran dapat dikatakan suatu pandangan jauh ke depan, bagaimana perusahaan dapat berjalan dengan baik dan bisa mencapai tujuan yang sudah dirumuskan pada waktu pendiriannya. Manfaat dari riset pemasaran wisata adalah:

1. Sebagai masukan dalam usaha memonitor pencapaian target perencanaan yang telah ditetapkan perusahaan.
2. Sebagai dasar penilaian petugas pemasaran atas prestasi yang telah dicapai dalam suatu periode tertentu.
3. Sebagai alat untuk melakukan evaluasi keberhasilan peluncuran suatu produk atau jasa yang baru dikembangkan atau yang sudah lama ada.
4. Untuk mengetahui perubahan selera konsumen sebagai akibat adanya kemajuan teknologi dan *fashion*.

5. Untuk mengetahui rahasia keberhasilan pesaing dengan mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan dalam perusahaan yang sama.
6. Untuk mengetahui pemilihan perantara oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk dan jasa yang kita tawarkan.

Ada dua macam riset pemasaran pariwisata yang biasa dilakukan, yaitu: Pertama, *Original Research*: yaitu riset yang dilakukan untuk mengetahui data-data yang belum diketahui dan penelitian lapangan atau laboratorium melalui percobaan atau survai terhadap konsumen dengan jalan menganalisis data statistic. Kedua, *Secondary Research*: yaitu suatu penelitian yang dilakukan dengan mencari data dan fakta dari bahan-bahan yang sudah dikumpulkan oleh orang atau lembaga yang hasilnya telah dipublikasikan untuk bermacam-macam keperluan (Rochajat Harun).

3.6. Kelayakan *Homestay* Tista

Salah satu daya tarik pedesaan adalah Desa Wisata Tista yang terletak di Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. Sebagai desa wisata yang sedang berkembang, Desa Tista terus berbenah untuk dapat menyediakan dan memberikan pelayanan prima (*excellent service*) kepada wisatawan yang berkunjung. Desa Tista terdiri dari empat dusun/banjar, yaitu: Dusun Daging Pangkung, Dusun Dauh Pangkung, Dusun Carik, dan Dusun Lebah. Terletak pada daerah dataran rendah yang sedikit bergelombang terutama di bagian selatan dan barat desa. Seperti halnya dengan desa-desa lainnya di Kabupaten Tabanan, Desa Tista merupakan daerah pertanian yang sebagian besar penduduknya terdiri dari petani penggarap tanah sawah. Ketinggian dari permukaan laut ± 3 M, suhu udaranya berkisar 27° C sampai 40° C. Desa Tista memiliki luas lahan 52,00 Ha, dengan perincian luas sawah 32,99 Ha, tanah pekarangan 7,03 Ha, dan tanah ladang 11, 98 Ha.

Masyarakat Desa Tista masih sangat kuat di dalam mempertahankan tradisi-tradisi yang diwariskan oleh leluhur mereka. Budaya pertanian menjadikan masyarakat Desa Tista tetap menghormati alam lingkungannya dan tetap menghormati budayanya, sehingga kehidupan masyarakat Tista sangat harmonis dan mengedepankan kekeluargaan dan kegotongroyongan di dalam kehidupan bermasyarakat. Dari keunikan tersebut, Desa Tista ditetapkan sebagai desa wisata oleh Bupati Tabanan Nomor: 180/319/03/HK & HAM/2016, Tanggal 26 Oktober 2016. Sebagai desa wisata yang sedang berkembang, pihak pengelola terus melengkapi fasilitas dan infrastruktur untuk dapat memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi wisatawan yang berkunjung, baik wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang tentunya memerlukan penginapan ketika wisatawan menikmati berbagai produk dan atraksi desa wisata yang ditawarkan, sehingga dapat menahan wisatawan lebih lama tinggal di Desa Wisata Tista. Untuk menyediakan kebutuhan penginapan lokal (*homestay*) bagi wisatawan memerlukan strategi pengembangan dan pengelolaan yang matang serta peran serta aktif masyarakat Desa Tista. Hal tersebut, menjadi target masyarakat Desa Wisata Tista untuk menyiapkan penginapan lokal (*homestay*) agar wisatawan yang datang di Desa Wisata Tista dapat menikmati lebih banyak keindahan dan daya tarik Desa Wisata Tista. Masyarakat sangat antusias untuk mendukung pengembangan penginapan lokal (*homestay*) Tista dan bersedia untuk menyiapkan rumah-rumah mereka sebagai tempat wisatawan menginap. Berbagai usaha sudah dilakukan, seperti: sosialisasi ke masyarakat, pelatihan-pelatihan, dan survei-survei kelayakan terhadap rumah-rumah yang akan digunakan sebagai penginapan lokal (*homestay*). Sehingga, program ini merupakan program yang sudah direncanakan di Desa Wisata Tista.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1. Simpulan

Dari hasil Kegiatan Udayana Mengabdi Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana di Desa Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan untuk mengembangkan penginapan lokal (*homestay*) untuk mendukung pengembangan Desa Wisata Tista dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Desa Tista sangat berpotensi dikembangkan menjadi Desa Wisata karena potensi-potensi yang dimiliki sangat beragam dan sangat menarik untuk ditampilkan kepada wisatawan melalui pengemasan produk-produk wisata dan paket-paket wisata.
2. Masyarakat Desa Tista sangat aktif dalam berpartisipasi mendukung Pengembangan Wisata Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan.
3. Perlu dikembangkan produk-produk wisata dan paket-paket wisata untuk dapat menahan wisatawan lebih lama tinggal di Desa Wisata Tista bahkan sampai menginap.
4. Perangkat-Perangkat Wisata Desa sudah dipersiapkan di Desa Wisata Tista dengan melibatkan seluruh komponen masyarakat Desa Tista, seperti: Pengelola Desa Wisata, Kelompok Sadar Wisata, Kelompok Sapta Pesona, *home-home industry*, sehingga pengembangan Desa Wisata Tista benar-benar memberikan manfaat positif kepada masyarakat Tista.
5. Diperlukan pengembangan penginapan lokal (*homestay*) sebagai syarat dalam pengembangan Desa Wisata Tista.
6. Dengan dikembangkannya Desa Tista Sebagai Desa Wisata masyarakat Desa Tista mulai Sadar Wisata dan selalu menjaga Desa Tista menjadi asri dan bersih melalui Program Sapta Pesona Desa.
7. Potensi alam, budaya, dan sosial-spiritual Desa Tista akan terjaga dengan dikembangkannya Desa Wisata Tista, sehingga kepariwisataan di Desa Wisata Tista dapat berkelanjutan dan dapat dinikmati juga oleh anak cucu/generasi berikutnya.

4.2. Saran

1. Pemerintah Kabupaten Tabanan melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata agar segera turun ke Desa Tista untuk melihat perkembangan Desa Wisata Tista dan segera memberikan pembinaan secara rutin dan berkala.
2. Pemerintah Kabupaten Tabanan dan berbagai pihak agar membantu mempromosikan kepariwisataan Desa Tista yang sangat unik, sehingga dapat menjadi alternatif wisata khusus di Kabupaten Tabanan.
3. Masyarakat Desa Tista melalui Lembaga Desa dan Lembaga Kepariwisata agar lebih banyak melakukan kerjasama dengan pihak-pihak terkait dan memperluas jaringan, sehingga lebih dikenal luas dan juga lebih banyak tukar informasi dan transfer pengetahuan dan teknologi.
4. Agar lebih banyak diperkenalkan tentang penginapan lokal (*homestay*) kepada masyarakat Tista, sehingga antara masyarakat dan wisatawan yang menginap dapat berinteraksi secara harmonis dan wisatawan merasa betah tinggal berdampingan dengan masyarakat Tista.
5. Peran serta masyarakat dan kreativitas masyarakat Desa Tista agar lebih ditingkatkan lagi di dalam menggali berbagai potensi yang sudah ada dan menggali potensi lain yang dapat menjadi daya tarik pendukung Desa Wisata Tista.
6. Agar perkembangan penginapan lokal (*homestay*) di Desa Wisata Tista dapat menyerap banyak tenaga kerja lokal, sehingga pendapatan masyarakat Desa Tista dapat meningkat dan meningkatnya kesejahteraan seluruh masyarakat Desa Tista.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Adi Putra Nyoman, 2004. *Desa Wisata Penglipuran: Menuju Perberdayaan Warga Desa*. Majalah Analisis Pariwisata, Vol. 6, No. 1.
- Departemen Kebudayaan Dan Pariwisata Republik Indonesia. 2006. *Bali Bangkit Kembali*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Fagence, Michael, 1997. *Approches to Planning for Rural and Village Tourism Realizing The Potential of Rural Areas an Village*. Proceedings on the training and workshop on Planning Sustainable Tourism, ed. Minnery, John, Gunawan Myra, P. Penerbit: ITB, Bandung.
- Hermantoro, Henky, dkk. 2010. *Pariwisata Mengikis Kemiskinan*. Jakarta: Pusat Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata.
- Ife Jim & Tesoriero Frank. 2006. *Community Development*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kusumahadi, M. 2007. *Practical Challenge to the Community Empowerment Program*. Yogyakarta: Experience of Satunama Foundation of Yogyakarta.
- Mikkelsen, Britha. 1999. *Metode Penelitian Partisipatoris dan Upaya-Upaya Pemberdayaan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Monografi Desa Tista, Kecamatan Kerambitan, Kabupaten Tabanan. 2015
- Page, S.J. dan D. Getz (eds.). 1997. *The Business of Rural Tourism*. London: International Thomson Business Press.
- Picard, Michel. 2006. *Bali Pariwisata Budaya Dan Budaya Pariwisata*. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Pitana, I Gede. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pujaastawa, dkk. 2005. *Pariwisata Terpadu (Alternatif Model Pengembangan Pariwisata Bali Tengah)*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Sutrisno, 1999. *Pemberdayaan Masyarakat*. www.pemberdayaan.com. Accessed on Pebruari 2013.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi Offset.