

Strategi pemasaran desa wisata bongan sebagai pariwisata kerakyatan berkelanjutan di kabupaten tabanan

I Nyoman Jamin Ariana¹⁾, Ida Bagus Ketut Astina²⁾

Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana

E-mail: jaminariana@yahoo.com, ida.bgsastina@yahoo.com

Abstrak

Desa Bongan ditetapkan sebagai Desa Wisata di Kabupaten Tabanan dengan Surat Keputusan Bupati Tabanan Nomor: 180/457/03/HK & HAM/2018, Tanggal 06 Nopember 2018. Desa Bongan memiliki berbagai keunikan yang dapat dijadikan daya tarik wisata, baik daya tarik alam, budaya, kuliner, dan spiritual. Beberapa keunikan atau daya tarik yang dimiliki Desa Bongan, yaitu: 1) Upacara Ngaben Tikus; 2) Memiliki daya tarik wisata Burung Jalak Bali; 3) Pura Balang Tamak; dan 4) Tradisi Mesuryak yang dilaksanakan turun-temurun. Desa Bongan sebagai desa wisata tentunya memerlukan promosi/pemasaran untuk dapat dikenal dan mendatangkan wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Selain menyediakan berbagai variasi produk dan atraksi wisata dengan mengemas menjadi paket wisata yang menarik dan atraktif, maka perlu juga direncanakan saluran-saluran pemasaran dan strategi pemasaran untuk meningkatkan kunjungan wisatawan.

Metode kualitatif dengan FGD dan Matrik SWOT digunakan untuk menemukan model dalam mengembangkan strategi pemasaran Desa Wisata Bongan di Kabupaten Tabanan. Hasil analisis data ditampilkan secara deskriptif kualitatif yang menyajikan hasil observasi, hasil SWOT, dan strategi pemasaran.

Kata Kunci: Strategi Pemasaran, Desa Wisata, Partisipasi Masyarakat, Pariwisata Kerakyatan Berkelanjutan

Abstract

Bongan Village was designated as a Rural Tourism in Tabanan Regency by Decree of the Regent of Tabanan Number: 180/457/03/HK & HAM/2018, November 6, 2018. Bongan Village has a variety of uniqueness that can be used as a tourist attraction, both natural, cultural, culinary, and spiritual attractions. Some of the uniqueness or attractiveness of Bongan Village, namely: 1) Tikus Ngaben Ceremony; 2) Having a tourist attraction for Bali Starlings; 3) Balang Tamak Temple; and 4) the Mesuryak Tradition which has been passed down from generation to generation.

Bongan Village as a rural tourist certainly requires promotion/marketing to be known and to bring in tourists, both domestic and foreign tourists. In addition to providing a wide variety of products and tourist attractions by packaging them into attractive and attractive tour packages, it is also necessary to plan marketing channels and marketing strategies to increase tourist visits.

Qualitative methods with FGD and SWOT matrix were used to find models in developing marketing strategies for Bongan Rural Tourism in Tabanan Regency. The results of data analysis are displayed in a qualitative descriptive manner which presents the results of observations, SWOT results, and marketing strategies.

Keywords: Marketing Strategy, Rural Tourism, Community Participation, Sustainable Community Tourism

1. PENDAHULUAN

Wacana mengenai pembangunan berwawasan kerakyatan muncul sebagai reaksi terhadap kebijakan pembangunan konglomerasi. Pembangunan berwawasan kerakyatan lebih mengedepankan peningkatan ekonomi rakyat dan pemberdayaan masyarakat. 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 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, 1988).

Salah satu daya tarik pariwisata pedesaan adalah Desa Wisata Bongan yang terletak di Kecamatan Tabanan, Kabupaten Tabanan. Sebagai desa wisata yang sedang berkembang, Desa Wisata Bongan terus berbenah, terutama dalam bidang pemasaran untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta menentukan saluran-saluran pemasaran yang efektif untuk dapat meningkatkan kunjungan wisatawan ke Desa Wisata Bongan, sehingga diperlukan langkah-langkah atau usaha-usaha untuk memasarkan atau strategi khusus untuk memasarkan produk-produk wisata yang disediakan di Desa Wisata Bongan. Jumlah penduduk Desa Bongan adalah 6.699 jiwa, dengan jumlah Kepala Keluarga (KK) sebanyak 1.843 jiwa. Luas wilayah yang dimiliki oleh Desa Bongan adalah 445 Ha, yang meliputi antara lain: merupakan tanah sawah, 223 Ha, lahan perkebunan rakyat 80 Ha, lahan pekarangan 122 Ha, serta lain-lain seluas 20 Ha (Profil Desa Bongan, 2016). Desa Bongan banyak memiliki berbagai keunikan yang dapat dijadikan daya tarik wisata, baik daya tarik alam, budaya, kuliner, dan spiritual, sehingga memberikan dampak positif kepada masyarakat, budaya, dan alam.

2. METODE PENELITIAN

Data yang telah terkumpul akan dianalisis dengan beberapa teknik, sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif Kualitatif

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar, sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja, seperti yang disarankan oleh data (Nazir, 1988: 438). Dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan suatu fenomena kemudian mengkaitkannya dengan fenomena lain melalui interpretasi untuk dideskripsikan dalam suatu kualitas yang mendekati kenyataan (Muhajir, 1993).

Menurut Miles dan Huberman (1992), kegiatan analisis terdiri dari beberapa alur, yaitu: komparasi data, verifikasi, penyajian data dengan argumentasi, dan interpretasi memakai kerangka budaya masyarakat setempat. Hubungan beberapa alur tersebut secara sejajar membentuk wawasan umum yang disebut analisis. Analisis data kualitatif merupakan upaya berlanjut, berulang, dan terus-menerus.

2. Analisis Matriks SWOT

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kekuatan, kelemahan yang dipengaruhi oleh potensi faktor internal, serta peluang dan ancaman yang dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal yang tidak bisa dikontrol. Kombinasi antara kekuatan dan kelemahan dengan peluang dan ancaman diperoleh suatu matriks yang dikenal dengan istilah matriks SWOT. Matriks SWOT yang dimaksud ditunjukkan dalam gambar berikut ini:

Matriks SWOT

	IFAS	Kekuatan/ <i>Strength</i> (S) Faktor Kekuatan Internal	Kelemahan/ <i>Weakness</i> (W) Faktor Kelemahan Internal
EFAS		Strategi SO (1)	Strategi WO (3)
	Peluang/ <i>Opportunities</i> (O)		

Faktor Peluang Eksternal	Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
Ancaman/ <i>Threats</i> (T) Faktor Ancaman Eksternal	Strategi ST (2) Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT (4) Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Sumber: Diadopsi dari David 2004: 186

Gambar tersebut menunjukkan adanya empat kuadran dalam matriks SWOT, di mana setiap kuadran memiliki strategi masing-masing. Strategi-strategi tersebut, yaitu:

1. Strategi SO di kuadran 1
Perusahaan pada posisi ini memperoleh peluang yang besar dengan kekuatan-kekuatan yang dimilikinya. Kondisi seperti ini mendorong perusahaan agar menerapkan strategi yang orientasi pertumbuhan.
2. Strategi ST di kuadran 2
Di tengah-tengah kekuatan yang dimiliki perusahaan terdapat banyak ancaman eksternal perusahaan. Pada kondisi seperti ini strategi yang digunakan perusahaan adalah strategi diversifikasi, di mana perusahaan menggunakan segala kekuatan-kekuatan yang dimiliki untuk membangun peluang-peluang jangka panjang yang lebih menjanjikan.
3. Strategi WO di kuadran 3
Pada kuadran ini, perusahaan dihadapkan pada peluang-peluang dalam kelemahan yang dimiliki perusahaan. Pada kondisi ini perusahaan harus berusaha menghilangkan kelemahan-kelemahan yang dimiliki berusaha memperoleh peluang yang ada.
4. Strategi WT di kuadran 4
Kondisi pada kuadran ini adalah kondisi terburuk yang dimiliki perusahaan. Di tengah-tengah kelemahan yang dimiliki terdapat ancaman-ancaman terhadapnya. Kondisi seperti ini mendorong perusahaan untuk melakukan pengunduran diri.

3. Focus Group Discussion (FGD)

Secara sederhana FGD dapat diartikan sebagai suatu diskusi yang dilakukan secara sistematis dan terarah mengenai suatu masalah atau isu tertentu. FGD merupakan sebuah bentuk penelitian kualitatif yang di dalam kelompoknya, peserta dapat bertanya tentang sikap mereka terhadap masalah dalam topik yang dibahas. Sedangkan menurut Irwanto (1998) mengemukakan pendapatnya mengenai definisi diskusi kelompok terarah atau FGD adalah sebuah proses pengumpulan informasi suatu masalah tertentu yang sangat spesifik melalui diskusi kelompok.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Bongan terdiri dari sebelas Kelian Dinas, yaitu: 1) Kelian Dinas Banjar Bongan Pala; 2) Kelian Dinas Banjar Bongan Gede; 3) Kelian Dinas Banjar Bongan Tengah; 4) Kelian Dinas Banjar Bongan Lebah; 5) Kelian Dinas Banjar Bongan Jawa Kangin; 6) Kelian Dinas Banjar Bongan Jawa Kawan; 7) Kelian Dinas Banjar Bongan Kauh Kaja; 8) Kelian Dinas Banjar Bongan Kauh Kelod; 9) Kelian Dinas Banjar Wanasara Kaja; 10) Kelian Dinas Banjar Wanasara Kelod; dan 11) Kelian Dinas Banjar Bedha.

Desa Bongan memiliki tiga subak dengan luas wilayah 445 ha, yang meliputi: lahan sawah 208 ha, lahan tegal/kebun 75 ha, lahan pekarangan 95 ha, serta lain-lain 67 ha. Jarak desa terjauh ke Ibukota Kecamatan 2 km. Ketinggian tempat 0 – 100 dpl dan suhu berkisar antara 27⁰C dan 32⁰C. Batas-batas wilayah Desa Bongan adalah sebagai berikut.

Sebelah Utara : Desa Dauh Peken

Sebelah Timur : Desa Kediri

Sebelah Selatan : Desa Pejaten

Sebelah Barat : Desa Sudimara

Strategi Alternatif Dalam Pemasaran Desa Wisata Bongan Untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan

Strategi Alternatif pemasaran yang dapat diterapkan oleh Desa Wisata Bongan diantaranya Strategi *Strength* dan *Opportunity* (SO), Strategi *Strength* dan *Threat* (ST), Strategi *Weakness* dan *Opportunity* (WO), dan Strategi *Weakness* dan *Threat* (WT).

I. Strategi SO

Strategi ini berupaya untuk memanfaatkan kekuatan yang dimiliki desa wisata untuk memperoleh peluang maksimal yang ada. Strategi yang dapat diterapkan Desa Wisata Bongan dalam kuadran ini diantaranya:

1. Mengembangkan paket wisata berkolaborasi dengan beberapa desa wisata

Sebagai desa wisata yang baru, Desa Wisata Bongan memerlukan pengemasan-pengemasan paket wisata yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik wisata, di mana daya tarik yang diunggulkan adalah daya tarik *heritage*, yaitu: adanya peninggalan antropologis Ki Patih Kebo Iwa. Paket wisata yang lain di Desa Wisata Bongan yang dapat ditawarkan sebagai daya tarik tentunya masih sangat beragam, seperti: paket wisata penangkaran Burung Jalak Bali yang dilindungi, paket wisata keliling subak, paket wisata budaya dan tradisi, paket wisata air terjun, paket wisata spiritual, dan sebagainya.

Dari berbagai paket wisata tersebut, perlu dikembangkan dan dipromosikan bekerjasama dengan desa wisata lain yang menawarkan paket wisata unggulan yang berbeda dengan Desa Wisata Bongan. Pola kerjasamanya adalah dengan mengembangkan paket wisata bersama, khususnya yang merupakan satu jalur perjalanan wisatawan, sehingga dalam Paket *Tour Full Day* misalnya, wisatawan akan dapat mengunjungi beberapa desa wisata yang menawarkan berbagai macam keunikan dan daya tarik yang berbeda.

2. Mengembangkan paket wisata *heritage* berbasis IT

Desa Wisata Bongan yang memiliki keunikan yang dapat menjadi daya tarik wisata dengan adanya Situs Patih Kebo Iwa, selain itu juga adanya Tradisi Mesuryak, Tradisi Ngaben Tikus, dan Penangkaran Burung Jalak Bali, apabila tidak dikelola dan dipasarkan secara baik, tentunya keunikan dan potensi tersebut tidak akan dikenal secara luas. Sehingga, media *online* menjadi media yang efektif untuk memasarkan paket wisata Desa Wisata Bongan. Sebuah media atau *software* tentunya tidak akan berfungsi secara efektif apabila tidak didukung oleh *operator* yang mumpuni, dalam hal ini adalah SDM lokal yang mengoperasikannya.

3. Meningkatkan SDM pariwisata bekerjasama dengan Perguruan Tinggi di Bali

Untuk dapat meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam pengembangan Desa Wisata Bongan, maka diperlukan pendidikan dan pelatihan yang kontinyu, khususnya di bidang pariwisata agar pada nantinya pengetahuan dan pemahaman kepariwisataan semakin tumbuh untuk mengelola perkembangan Desa Wisata Bongan. Hal ini, dimaksudkan untuk mempersiapkan sejak dini ahli-ahli di bidang pariwisata agar dapat mengelola potensi desa menjadi daya tarik yang dapat disuguhkan kepada wisatawan termasuk juga bagaimana dapat menjamin keberlanjutan dari perkembangan kepariwisataan Desa Bongan. Langkah konkrit yang dilaksanakan di Desa Bongan adalah dengan dijadikannya Desa Wisata Bongan menjadi Desa Binaan Fakultas Pariwisata Universitas Udayana. Dengan demikian, akan lahir insan-insan pariwisata yang mumpuni untuk mengelola Desa Wisata Bongan untuk dapat mensejahterakan masyarakat dan kelestarian alam/lingkungan, budaya, serta spiritual tetap terjaga.

4. Sebagai pusat wisata edukasi budaya

Budaya Desa Bongan memiliki keunikan dan kelebihannya tersendiri, di mana budaya ini tidak dapat ditemukan di desa-desa lainnya di Bali, sehingga nilai penasaran dan nilai daya tariknya sangat berpeluang untuk dapat dikelola dan dikembangkan secara baik. Budaya Mesuryak, Budaya Ngaben Tikus, ditambah dengan keberadaan Situs Patih Kebo Iwa menjadikan Desa Wisata Bongan sebagai desa wisata dengan keunggulan budayanya. Dalam mengelola dan mengemas keunikan tersebut, Pengelola Desa Wisata Bongan mengemasnya menjadi pusat wisata edukasi budaya, sehingga nilai adiluhung dan pesan positif dari budaya Desa Bongan tersebut dapat disebarluaskan dan dapat

dijadikan referensi tentang sisi lain kehidupan masyarakat Bali yang terwakilkan dari budaya unik dan langka di Desa Wisata Bongan. Unsur-unsur dari budaya tersebut dapat dipelajari dan dikupas tentang makna dan hakekat dari budaya tersebut untuk generasi berikutnya dan penguat pariwisata budaya yang dikembangkan di Bali.

5. Ikut serta dalam festival dan pameran budaya yang diadakan rutin oleh Pemerintah

Kabupaten Tabanan

Untuk memperkenalkan dan mempromosikan Desa Wisata Bongan, Pengelola beserta masyarakat dengan kesadaran untuk memajukan Desa Wisata Bongan mengadakan festival dan pameran budaya yang dapat mengangkat potensi-potensi lokal Desa Bongan untuk dapat dikenal luas bahkan sampai ke luar negeri. Di samping itu, juga secara aktif mengikuti festival atau pameran budaya yang rutin diadakan oleh Pemerintah Kabupaten Tabanan, seperti: menjelang peringatan Hari Kemerdekaan RI, memeriahkan Hari Ulang Tahun Kabupaten Tabanan, dan menjelang diadakannya Pesta Kesenian Bali.

6. Peningkatan infrastruktur dan fasilitas wisata secara tepat dan bertahap

Dalam pengembangan Desa Wisata Bongan, Pengelola Desa Wisata beserta komponen masyarakat Desa Bongan bahu-membahu untuk meningkatkan secara bertahap infrastruktur dan fasilitas yang diperlukan untuk mendukung pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Bongan. Hal ini, dilakukan untuk dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada wisatawan yang berkunjung. Pengemasan paket-paket wisata dan penyiapan SDM yang profesional terus dikembangkan dan ditingkatkan serta seiring dengan hal itu, perhatian terhadap infrastruktur dan fasilitas wisata juga terus diperhatikan dan ditingkatkan. Penataan-penataan di Desa Wisata Bongan juga secara rutin dilaksanakan Pengelola Desa Wisata, Pokdarwis, dan seluruh komponen masyarakat Desa Bongan.

Infrastruktur dan fasilitas yang disiapkan di Desa Wisata Bongan meliputi penyediaan tempat parkir yang memadai, penataan untuk tempat berjualan, *homestay* sebagai sarana akomodasi wisatawan yang menginap di Desa Wisata Bongan, sarana *toilet* umum, tempat informasi pariwisata, penataan telajakan-telajakan desa, sarana pembuangan dan pengolahan sampah, serta mempersiapkan ikon pariwisata Desa Wisata Bongan, yaitu: pembangunan Patung Patih Kebo Iwa.

II. Strategi ST

Strategi ini memanfaatkan kekuatan untuk menghadapi ancaman. Strategi yang dapat dilakukan Desa Wisata Bongan di masa-masa mendatang adalah melakukan serta memperkuat potensi dan kualitas produk, sehingga mampu bersaing di pasaran. Strategi yang dapat diterapkan diantaranya:

1. Mempertahankan keunikan dan keaslian potensi wisata Desa Wisata Bongan

Untuk dapat dikenal dan menjadi sebuah *branding* produk yang melekat pada suatu daya tarik wisata diperlukan sebuah produk-produk unggulan yang mencerminkan ciri khas suatu daya tarik wisata yang memiliki keunikan tersendiri dan tetap merupakan originalitas dari suatu daya tarik wisata. Desa Wisata Bongan merupakan desa wisata yang sedang berkembang, tentunya membutuhkan produk-produk unggulan yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung dan menjadi ciri khas daya tarik dan menjadi pembeda terhadap daya tarik desa wisata yang lainnya. Untuk saat ini, Desa Wisata Bongan menjadikan aspek budaya dan *heritage* menjadi produk unggulan dan juga kehidupan sosial masyarakat Desa Bongan. Dari produk-produk unggulan tersebut, divariasikan lagi dengan potensi-potensi wisata yang lain yang dikemas menjadi daya tarik wisata atau produk wisata alternatif untuk wisatawan yang berkunjung, sehingga wisatawan akan dapat melihat dan berinteraksi dengan berbagai produk-produk yang disiapkan dan disajikan di Desa Wisata Bongan.

2. Pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata Bongan menuju kesejahteraan masyarakat

Semangat *menyama braya* terus digelorakan di dalam mengelola dan mengembangkan Desa Wisata Bongan, di mana masyarakat Desa Bongan sangat mendukung dan antusias di dalam melaksanakan program-program yang direncanakan oleh Pengelola Desa Wisata dan Pokdarwis. Program-program yang sudah disusun kemudian disosialisasikan ke seluruh masyarakat Desa Bongan, di mana di dalam Badan Pengelola dan Pokdarwis Desa Wisata Bongan sudah mencakup

semua wakil dari masing-masing banjar yang ada di Desa Bongan, sehingga tujuan dari pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Bongan adalah untuk kesejahteraan seluruh masyarakat Desa Bongan dan menjaga kelestarian desa dari berbagai aspek kehidupan.

Sistem pengelolaan yang dilaksanakan oleh masyarakat lokal juga seiring dengan roh pengembangan pariwisata kerakyatan berkelanjutan untuk berputarnya ekonomi kerakyatan di Bali pada umumnya dan di Desa Bongan.

3. Melakukan pemantauan berkaitan dengan *trend* wisata saat ini dan tantangan pasar

Dengan berkembangnya berbagai media yang semakin hari semakin canggih, maka dengan mudah perkembangan situasi terkini yang terjadi di berbagai daerah di Indonesia maupun di belahan dunia akan dapat diketahui secara cepat. Termasuk juga situasi terhadap perkembangan pariwisata atau *trend* pariwisata serta tantangan pasar yang terjadi. Penting untuk mengetahui *trend* pariwisata saat ini karena perkembangan dan minat wisatawan selalu mengalami perubahan yang sangat cepat. Tetapi, saat ini memang *trend* pariwisata adalah kecenderungan untuk wisata budaya dan *heritage*, sehingga Pengelola Desa Wisata Bongan beserta Pokdarwis bisa mengemas daya tarik dan keunikan budaya serta *heritage* yang dimiliki Desa Wisata Bongan. Pengemasan paket wisata budaya dan *heritage* tersebut tentunya melibatkan masyarakat Desa Bongan serta ada pemilahan berkaitan dengan aktivitas budaya yang sakral dan profan, sehingga kekuatan atau *taksu* dari budaya tersebut tetap terjaga dan bisa mengayongi kehidupan masyarakat Desa Bongan demi terciptanya kesejahteraan dan kedamaian di Desa Bongan.

4. Bekerjasamadengan pihak terkait berkaitan dengan pengelolaan sampah

Sampah merupakan masalah kita bersama, sehingga penanganannya pun harus secara bersama-sama. Kebersihan merupakan salah satu *point* negatif yang masih belum dapat kita tuntaskan penanganannya, sehingga untuk dapat membiasakan masalah kebersihan, khususnya adalah masalah sampah ini harus dimulai dari skup terkecil kemudian mengimbas dan mempengaruhi kepada skup yang lebih besar. Desa Wisata Bongan juga tidak bisa terlepas dari permasalahan sampah ini.

Dampak positif Desa Bongan menjadi desa wisata adalah mulai tumbuh kepedulian masyarakat Desa Bongan berkaitan dengan sampah ini. Sosialisasi yang dilaksanakan oleh Pengelola Desa Wisata Bongan dan Pokdarwis cukup efektif untuk menggugah kepedulian masyarakat berkaitan dengan sampah ini. Hal ini, sudah dibuktikan dengan program kebersihan desa setiap Hari Minggu di masing-masing banjar yang ada di Desa Bongan dan melibatkan seluruh masyarakat. Di mana, hasilnya sudah dapat dirasakan oleh masyarakat Desa Bongan sendiri, yang mana wajah dan penampilan Desa Bongan sekarang lebih tertata dan bersih.

Untuk jangka panjang dalam penanganan sampah ini, diperlukan kerjasama dengan pihak terkait agar sampah yang ada dapat memberikan manfaat kepada masyarakat. Program-program yang direncanakan, yaitu: meminta bantuan armada untuk mengangkut sampah menuju TPA, bekerjasama dalam pembuatan kompos dari sampah-sampah organik, sehingga pada nantinya dapat difungsikan sebagai pupuk untuk areal pertanian yang ada di Desa Bongan, bekerjasama pelatihan untuk mengolah sampah-sampah anorganik, seperti: plastik, logam, dan sebagainya untuk dapat dijadikan bahan-bahan kerajinan yang dapat diolah oleh masyarakat Desa Bongan, sehingga menjadi produk yang bernilai ekonomis, serta program untuk membentuk komunitas yang peduli sampah dengan melibatkan anak-anak muda sebagai penggeraknya bekerjasama dengan komunitas pecinta lingkungan, dan sebagainya.

5. Bekerjasama dengan semua pihak untuk menjaga keamanan

Desa Wisata Bongan sebagai salah satu daerah yang menjunjung tinggi adat dan budaya yang sudah diwariskan secara turun-temurun oleh Leluhur mereka tentunya memiliki sikap dan perilaku yang mengedepankan norma-norma keluarga dan kegotongroyongan dalam menjaga situasi keamanan dan kedamaian di Desa Wisata Bongan. Meskipun demikian, langkah-langkah antisipasi yang dilakukan di Desa Bongan berkaitan dengan masalah keamanan ini adalah dengan menguatkan peran aktif dari tokoh-tokoh yang ada di Desa Bongan sebagai panutan untuk seluruh masyarakat Desa Bongan. Tokoh Agama, Tokoh Masyarakat, Tokoh Politik, Perangkat Desa selalu mengadakan komunikasi dan koordinasi untuk menjaga keamanan dan kenyamanan Desa Bongan, di mana jaman modern saat ini ancaman-ancaman yang datang dari eksternal yang perlu diwaspadai, seperti:

beredarnya obat-obatan terlarang atau narkoba yang saat ini sudah merambah sampai ke desa-desa, ancaman-ancaman terorisme yang perlu diwaspadai, usaha-usaha memecah belah persatuan dan kesatuan, dan sebagainya.

III. Strategi WO

Dalam kuadran ini strategi yang dirancang adalah berusaha meminimalisir kelemahan dengan berusaha memanfaatkan peluang yang ada. Strategi tersebut diantaranya:

1. Mempromosikan paket-paket wisata Desa Wisata Bongan

Pengelola Desa Wisata Bongan dan Pokdarwis dengan upaya yang gigih berusaha untuk mempromosikan paket-paket wisata yang ada di Desa Wisata Bongan. Media-media promosi yang digunakan beragam sesuai dengan kebutuhan. Media *online*, media brosur, promosi dari mulut ke mulut (WoM), dan promosi melalui masing-masing individu kepada temannya, saudaranya, atau koleganya, dan sebagainya.

Selain peningkatan kualitas SDM dalam bidang promosi juga tetap diusahakan saluran-saluran pemasaran dan target-target pasar yang menjadi sasaran untuk memasarkan paket/produk wisata Desa Wisata Bongan. Selain promosi yang dilakukan Pihak Pengelola dan Pokdarwis juga diadakan kerjasama promosi dengan *stakeholders* lainnya, seperti: dengan pihak *Travel Agent*, PHRI Tabanan, Forum Komunikasi Desa Wisata Kabupaten Tabanan, dan Perguruan Tinggi.

2. Memberikan sosialisasi secara kontinyu kepada masyarakat berkaitan dengan Desa Wisata Bongan

Untuk lebih mendekatkan istilah desa wisata untuk Desa Bongan kepada seluruh masyarakat Desa Bongan dan untuk memperkenalkan program-program Desa Wisata Bongan diperlukan sosialisasi secara kontinyu dan berkelanjutan ke seluruh masyarakat. Hal ini, bertujuan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat Desa Bongan bahwa desa mereka sudah naik status menjadi desa wisata, di mana masyarakat harus mulai Sadar Wisata dan menjaga kebersihan desa, keindahan desa, keamanan desa, dan sebagainya sesuai dengan Sapta Pesona.

Dengan seringnya diadakan sosialisasi dan komunikasi dengan seluruh masyarakat Desa Bongan, maka masyarakat merasa diberdayakan dan dihargai untuk mengembangkan Desa Wisata Bongan, sehingga masyarakat akan mendukung pengembangan Desa Wisata Bongan secara penuh dan semangat untuk dapat memberikan ide-ide kreatif agar potensi dan daya tarik yang dimiliki Desa Wisata Bongan dapat dikemas secara baik dan profesional untuk dapat menarik minat wisatawan berkunjung ke Desa Wisata Bongan. Hal ini, tentunya akan menjaga keberlanjutan dari sebuah kehidupan yang damai dan sejahtera untuk mendukung pariwisata yang bermartabat dan beretika.

3. Pengembangan pariwisata kerakyatan berkelanjutan

Paradigma pariwisata saat ini adalah pariwisata yang ramah lingkungan, menjaga budaya masyarakat, meningkatkan kualitas lingkungan dan SDM, memberikan dampak ekonomi kerakyatan, sehingga perkembangan pariwisata yang sangat masif ini dapat memberikan dampak positif untuk kehidupan umat manusia.

Aspek keaslian dan keunikan dari potensi Desa Wisata Bongan secara alami dikembangkan sebagai daya tarik wisata. Dengan pola tersebut harapan dari Pengelola Desa Wisata dan Pokdarwis adalah untuk membedakan Desa Wisata Bongan dengan desa wisata yang lainnya. Masyarakat dilibatkan dan diberdayakan untuk pengembangan dan pengelolaan serta mengevaluasi segala aktivitas yang dilakukan di Desa Wisata Bongan, di mana dengan aktifnya seluruh masyarakat dalam setiap kegiatan yang dilaksanakan akan memberikan pemahaman yang jelas tentang peluang-peluang untuk mengembangkan kewirausahaan dan ide-ide kreatif yang dapat menghasilkan uang serta peluang-peluang untuk menciptakan lapangan usaha baru. Dengan demikian, Desa Wisata Bongan dapat berkembang sesuai dengan tujuan pengembangan pariwisata kerakyatan berkelanjutan.

4. Optimalisasi kinerja Pengelola Desa Wisata dan Pokdarwis dalam pengembangan Desa Wisata Bongan

Peran Pengelola Desa Wisata Bongan dan Pokdarwis sebagai motor penggerak dalam pengembangan dan pengelolaan Desa Wisata Bongan adalah sangat krusial dan sangat diperlukan untuk menentukan arah perencanaan dari pengembangan Desa Wisata Bongan. Berbagai usaha dan kegiatan secara optimal dilakukan oleh Pengelola Desa Wisata dan Pokdarwis di dalam

merencanakan program-program kegiatan Desa Wisata Bongan, baik program jangka pendek, program jangka menengah, dan program jangka panjang. Dari setiap program yang sudah disusun kemudian dibuatkan skala prioritas pelaksanaan program, sehingga program yang dilaksanakan dapat terarah, terukur, dan berkelanjutan. Setiap aktivitas program yang dilaksanakan tentunya akan melibatkan masyarakat karena program-program tersebut memerlukan partisipasi aktif masyarakat Desa Bongan. Dengan optimalisasi kerja dari Pengelola Desa Wisata Bongan dan Pokdarwis tersebut, saat ini sudah mulai menampakkan hasil yang konkrit. Yang jelas terlihat dari *progress* program tersebut adalah dukungan yang begitu besar masyarakat Bongan terhadap program tersebut.

5. Melakukan penataan-penataan, seperti: penataan pedagang, penataan parkir, penataan telajakan, dan lain-lain untuk kenyamanan wisatawan

Untuk melakukan penataan desa yang mempunyai wilayah yang cukup luas, maka dilaksanakan secara bertahap dan kontinyu dengan mengadakan sosialisasi kepada seluruh masyarakat Desa Bongan, sehingga masyarakat juga secara bersama-sama ikut mendukung demi terciptanya Desa Bongan yang menarik. Penataan-penataan yang sudah dan sedang dilaksanakan di Desa Wisata Bongan adalah penataan tempat masyarakat untuk berjualan makanan atau kuliner, di samping itu penataan parkir dan *toilet* umum juga sedang dilaksanakan, sehingga dapat memberikan kenyamanan kepada wisatawan yang berkunjung. Untuk memperindah wajah Desa Wisata Bongan juga diadakan penataan terhadap telajakan-telajakan desa, sehingga keindahan Desa Bongan akan semakin meningkat, juga diadakan penataan-penataan *home stay* yang ada di Desa Wisata Bongan, dan banyak hal lain lagi yang sedang dilaksanakan penataan-penataan, akan tetapi secara bertahap.

6. Mengupayakan pendanaan-pendanaan secara kreatif dan inovatif dari masyarakat untuk pengembangan Desa Wisata Bongan

Potensi besar tentunya untuk mengembangkan dan mengelolanya juga akan membutuhkan pendanaan-pendanaan. Saat ini, untuk mengupayakan pendanaan-pendanaan yang diperlukan dalam menjalankan program-program dari Desa Wisata Bongan adalah masih bersumber dari Dana Desa. Karena desa wisata merupakan bagian dari desa dinas dan pembangunan-pembangunan yang dilakukan juga bertujuan untuk kesejahteraan masyarakat yang dilaksanakan secara seiring dan sejalan. Ke depannya Pengelola Desa Wisata Bongan dan Pokdarwis berupaya untuk dapat menghasilkan pendanaan-pendanaan sendiri untuk mengembangkan dan mengelola Desa Wisata Bongan, seperti: dana yang didapat dari tiket masuk, hasil-hasil penjualan paket-paket wisata yang dibuat, dana yang diperoleh dari pemasukan pusat oleh-oleh di Desa Wisata Bongan, serta sumber-sumber lain yang relevan dan tidak menyalahi aturan.

IV. Strategi WT

Strategi ini dirancang untuk meminimalisir kelemahan dengan menghindari ancaman yang akan timbul. Strategi tersebut diantaranya:

1. Memberikan keterampilan kepada masyarakat Desa Bongan berkaitan dengan pemasaran secara *online*

Dalam hal pemasaran Desa Wisata Bongan, juga masyarakat diberikan pemahaman dan pengetahuan berkaitan dengan pemasaran secara *online*, di mana media *online* sangat efektif digunakan sebagai sarana pemasaran produk atau paket wisata. Masyarakat diperkenalkan tentang instagram, facebook, dan juga video sebagai sarana pemasaran untuk memperkenalkan sekaligus memasarkan paket wisata Desa Wisata Bongan, khususnya adalah anak-anak muda yang memiliki kreativitas yang sangat tinggi dan sangat dekat dengan *gadget* dalam kesehariannya. Hal ini, dimanfaatkan atau diarahkan untuk hal-hal yang positif dalam memasarkan daya tarik wisata Desa Wisata Bongan. Juga dilaksanakan berbagai lomba-lomba yang berbasiskan *online* untuk mendapatkan ide-ide kreatif dalam memasarkan Desa Wisata Bongan.

2. Membentuk dan bekerjasama dengan komunitas-komunitas peduli sampah dan kebersihan lingkungan

Untuk dapat memberikan contoh dan memberikan kesadaran kepada masyarakat Desa Bongan, maka diadakan kerjasama dengan komunitas-komunitas peduli sampah dan kebersihan lingkungan. Dari kerjasama ini diharapkan akan mulai tumbuh kesadaran-kesadaran dan kebiasaan-kebiasaan yang baik berkaitan dengan penanggulangan dan pengelolaan sampah dan juga pemahaman tentang kepedulian terhadap kebersihan dan kesehatan lingkungan. Hal ini, akan menjadi faktor penting untuk menerima kunjungan wisatawan dan memunculkan kesan positif dari wisatawan terhadap

Desa Wisata Bongan.

3. Bekerjasama dan ikut dalam keanggotaan Forum Komunikasi Desa Wisata (Forkom Dewi) Kabupaten Tabanan

Desa Wisata Bongan sebagai desa wisata yang baru ditetapkan menganggap perlu dan ikut tergabung dalam keanggotaan Forum Komunikasi Desa Wisata Kabupaten Tabanan. Hal ini, dimaksudkan agar Desa Wisata Bongan mendapatkan informasi dan mengetahui segala kriteria yang dibutuhkan serta *sharing* informasi berkaitan dengan perkembangan dan pengelolaan Desa Wisata Bongan. Yang terpenting adalah jaringan saluran-saluran promosi dan pemasaran yang dibangun oleh Forum Komunikasi Desa Wisata, sehingga Desa Wisata Bongan dapat lebih luas jaringan pemasarannya serta untuk dapat lebih dikenal secara luas untuk dapat mendatangkan wisatawan. Selain itu, dengan seringnya diadakan pertemuan-pertemuan diantara desa wisata akan dapat meningkatkan kualitas dan profesionalitas dari Sumber Daya Manusia yang ada dan adanya pemahaman yang lebih baik berkaitan dengan pengelolaan desa wisata.

4. Mengoptimalkan peran BUMDes untuk menampung hasil-hasil produksi rumah tangga, sehingga produk yang dihasilkan dapat berkelanjutan dan berkesinambungan

Dengan berkembangnya Desa Wisata Bongan dapat memberikan rangsangan kepada masyarakat Desa Bongan untuk mengembangkan kewirausahaannya. Kendala bahan, kendala kualitas produk, dan kendala pemasaran yang perlu segera mendapatkan solusinya. Langkah-langkah yang dilakukan di Desa Wisata Bongan adalah dengan mengoptimalkan peran BUMDes untuk dapat membantu untuk mengatasi kendala-kendala yang terjadi. BUMDes sebagai Badan Usaha Milik Desa berkewajiban untuk membantu masyarakat dalam mengembangkan kewirausahaannya. Hasil-hasil produksi dari masyarakat akan ditampung di BUMDes kemudian BUMDes yang akan mendistribusikan atau menjual produk-produk dari masyarakat tersebut kepada pihak produsen atau ke swalayan-swalayan yang ada di sekitar Desa Bongan yang sudah diajak bekerjasama. Dengan demikian, keberlanjutan dari produksi-produksi dari masyarakat akan bisa terwujud. Di samping itu, BUMDes juga mengupayakan bahan-bahan baku untuk industri masyarakat yang didapat dari masyarakat Bongan dan sekitarnya, sehingga ketersediaan bahan baku tersebut juga dapat dipenuhi. BUMDes.

5. Menjaga keamanan dan kenyamanan Desa Wisata Bongan serta terus memupuk rasa kekeluargaan dan rasa kegotongroyongan

Faktor keamanan dan kenyamanan wisatawan menjadi faktor penting yang dikedepankan pada Desa Wisata Bongan. Hal ini, dari dulu sudah menjadi perhatian masyarakat Desa Bongan karena masyarakat Bongan sangat tinggi rasa kekeluargaan dan kegotongroyongannya, sehingga dengan demikian, suasana dan situasi di Desa Wisata Bongan sangat kondusif dan damai.

Tokoh-tokoh masyarakat Desa Bongan tetap mengayomi seluruh masyarakat Desa Bongan, sehingga menjadi panutan dari masyarakat Desa Bongan untuk bersatu-padu dan bahu-membahu untuk mengantisipasi terhadap kemungkinan-kemungkinan gangguan keamanan yang ada yang akan mengganggu stabilitas dan kondusivitas dari kehidupan kemasyarakatan di Desa Bongan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan sebagai berikut:

Strategi pemasaran Desa Wisata Bongan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, yaitu: **Strategi SO:** (1) Mengembangkan paket wisata berkolaborasi dengan beberapa desa wisata, (2) Mengembangkan paket wisata *heritage* berbasis IT, (3) Meningkatkan SDM pariwisata bekerjasama dengan Perguruan Tinggi di Bali, (4) Sebagai pusat wisata edukasi budaya, (5) Ikut serta dalam festival dan pameran budaya yang diadakan oleh Pemkab. Tabanan, (6) Peningkatan infrastruktur dan fasilitas wisata secara tepat dan bertahap.

Strategi ST: (1) Mempertahankan keunikan dan keaslian potensi wisata Desa Wisata Bongan, (2) Pemberdayaan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan Desa Wisata Bongan menuju kesejahteraan masyarakat, (3) Melakukan pemantauan berkaitan dengan *trend* wisata saat ini dan tantangan pasar, (4) Bekerjasama dengan pihak terkait berkaitan dengan pengelolaan sampah, (5) Bekerjasama dengan semua pihak untuk menjaga keamanan.

Strategi WO: (1) Mempromosikan paket-paket wisata Desa Wisata Bongan, (2) Memberikan sosialisasi secara kontinyu kepada masyarakat berkaitan dengan Desa Wisata Bongan, (3) Pengembangan pariwisata kerakyatan berkelanjutan, (4) Optimalisasi kinerja

Pengelola Desa Wisata dan Pokdarwis dalam pengembangan Desa Wisata Bongan, (5) Melakukan penataan-penataan, (6) Mengupayakan pendanaan secara kreatif dan inovatif dari masyarakat untuk pengembangan Desa Wisata Bongan.

Strategi WT: (1) Memberikan keterampilan kepada masyarakat Desa Wisata Bongan berkaitan dengan pemasaran secara *online*, (2) Membentuk dan bekerjasama dengan komunitas peduli sampah dan kebersihan lingkungan, (3) Bekerjasama dan ikut dalam keanggotaan Forkom Dewi Kabupaten Tabanan, (4) Mengoptimalkan peran BUMDes untuk menampung hasil produksi rumah tangga, sehingga produk yang dihasilkan dapat berkelanjutan dan berkesinambungan, (5) Menjaga keamanan dan kenyamanan Desa Wisata Bongan serta terus memupuk rasa kekeluargaan dan kegotongroyongan.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofian. 2013. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi*. Jakarta: Penerbit Rajawali Pers.
- David, Freddy R. 2015. *Personal SWOT Analysis*. Jakarta: Gramedia Utama.
- Hadiwijoyo. 2012. *Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat. Sebuah Pendekatan Konsep*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Korten dan Sjahrir. 1988. *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Miles, M. B. & Huberman, M. 1992. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Monografi Desa Bongan. 2018.
- Muhajir, Noeng. 1993. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rike Sarasia.
- Nazir, 1988. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Profil Desa Bongan, 2018.
- Soetrisno, Loekman. 1995. *Menuju Masyarakat Partisipatif*. Yogyakarta: Kanisius.