

PENGEMBANGAN POTENSI WISATA ASAM JOKOWI SEBAGAI PRODUK WISATA BERBASIS MASYARAKAT KAWASAN PERBATASAN DI DESA TULAKADI KABUPATEN BELU

Yudha Eka Nugraha
Politeknik Negeri Kupang
Email: yudhaekanugraha@gmail.com

ABSTRACT

This research is concerned with cross-border tourism in Asam Jokowi, Desa Tulakadi. It aims to determine the potential of tourism based on supporting and inhibiting factors of rural tourism development in Asam Jokowi and analyzing the strategy of Community Based Tourism in Desa Tulakadi. The research was conducted in Desa Tulakadi. This study uses qualitative method which the data obtained through depth interviews with five key informants. Furthermore, the data were analyzed using IFAS EFAS analysis and SWOT analysis. The result of this study indicate that Desa Tulakadi has a potential tourist attraction. Based from IFAS EFAS analysis, Asam Jokowi Desa Tulakadi classified in Quadrant I (Agresive Growth) which means the strategies needed to maintain and improve the quality of tourism potential attractions. The role and cooperation of the community, media, academics, and government are necessary to develop the tourism potential of Asam Jokowi in Desa Tulakadi as a tourist destination in the cross-border region.

Keywords: *Development Strategy, Tourism Product, Community Based Tourism, Cross-Border Tourism, Rural Tourism*

Pendahuluan

Pariwisata telah membuktikan diri sebagai sektor unggulan pemercepat pertumbuhan ekonomi. Hal ini ditunjukkan dengan kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto global yang mencapai 9,8%, setara dengan total US\$ 7,58 triliun (Arief Yahya, 2017). Tingginya kontribusi pariwisata secara global membuat pemerintah pada tahun 2019 menentukan target kunjungan 20 juta wisatawan

mancanegara. Target ini dibarengi dengan usaha-usaha pengelolaan destinasi termasuk pengembangan daya tarik wisata di berbagai daerah. Daya tarik yang unggul dan berkualitas merupakan faktor utama sebagai penentu motivasi wisatawan untuk berwisata, kepuasan wisatawan, loyalitas, dan keberlanjutan kegiatan pariwisata dalam destinasi (Ritchie and Crouch 2003; Hermawan, 2017).

Sejalan dengan itu, Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2015-2020, pengembangan kepariwisataan dapat dimulai dari pembangunan destinasi pariwisata. Pembangunan destinasi diarahkan untuk meningkatkan daya tarik wisata sehingga memiliki daya saing baik dalam dan luar negeri. Beberapa cara yang dapat dilakukan adalah dengan memfasilitasi pembangunan destinasi pariwisata, meningkatkan citra kepariwisataan dan pergerakan wisatawan, tata kelola destinasi, dan pemberdayaan masyarakat di destinasi pariwisata.

Salah satu wilayah di Indonesia yang sedang aktif meningkatkan sektor pariwisata adalah Provinsi Nusa Tenggara Timur. Provinsi ini memiliki keunikan budaya dan keindahan alam yang tersebar di 22 kabupaten, terbentang di 566 pulau dan 4 pulau besar yaitu Flores, Sumba, Timor, dan Alor. Selain itu, Provinsi ini juga memiliki keunikan sebagai salah satu wilayah terluar Indonesia yang berbatasan langsung dengan Negara tetangga yaitu Timor Leste. Namun, amat disayangkan hampir semua kawasan perbatasan Indonesia adalah daerah tertinggal yang kondisinya sangat memprihatinkan sebagai wajah paling luar negara.

Padahal, kawasan perbatasan menyimpan potensi besar bila dikembangkan, salah satunya dalam bidang pariwisata. Secara potensi kunjungan wisatawan, Data Badan Pusat Statistik (2018) menyebutkan, wisatawan mancanegara Timor Leste pada periode Januari hingga Juli 2018 sudah mencapai 1.005.600. Naik 89,16% atau 531.600 wisman dibanding periode yang sama di tahun lalu. Kabupaten Belu menjadi donatur

wisman terbesar dengan 509.295 wisman atau 51,6% dari total arus masuk wisatawan mancanegara ke NTT.

Kunjungan wisatawan dari Timor Leste dipengaruhi oleh kedekatan secara geografis, kedekatan secara kultural dan emosional. Sayangnya, peluang ini tidak dioptimalkan karena pengembangan daya tarik wisata yang belum maksimal. Beberapa hambatan yang mendasari adalah kurangnya pengelolaan daya tarik wisata dan masyarakat setempat yang belum sadar wisata. Padahal, terdapat destinasi wisata menarik di perbatasan yaitu Potensi Wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi. Kegiatan pariwisata di Asam Jokowi muncul sejak 2014, dimana Presiden Jokowi meninjau Pos Lintas Batas Negara Motaain. PLBN dibangun sebagai batas antara dua Negara Republik Indonesia dan Negara Timor Leste. Sepulang peninjauan, Jokowi menyempatkan waktu untuk singgah di suatu tempat, melakukan dialog dengan warga dan memberikan bantuan pada warga sebanyak 112 juta rupiah untuk dikelola masyarakat. Selain Jokowi, Menteri Pariwisata Arief Yahya juga datang berkunjung ke Asam Jokowi untuk melakukan kunjungan beserta tinjauan khusus untuk mengembangkan pariwisata perbatasan di Desa Tulakadi. Kedatangan Jokowi dan Arief Yahya memantik semangat masyarakat untuk mengelola serta mengembangkan Potensi Wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi menjadi destinasi wisata. Namun, masyarakat menemukan permasalahan karena kurangnya pemahaman mengenai strategi pengembangan daya tarik wisata sebagai produk wisata yang dapat memperlama masa kunjungan wisatawan.

Landasan Teori dan Konsep

Terdapat 3 teori yang digunakan beserta dengan penjabaran konsep yaitu mengenai pengembangan pariwisata, produk wisata, dan pariwisata berbasis masyarakat.

Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata kerap dikaitkan pada era otonomi daerah, dimana daerah memiliki kewenangan dalam melakukan perencanaan dan penyelenggaraan pembangunan dengan suatu model yang sesuai kebutuhan. Pembangunan ini disesuaikan dengan kapasitas wilayah masing-masing sehingga muncul upaya untuk menggali potensi daerah yang menjadi data awal untuk merumuskan strategi pengembangan. Dengan demikian pola pembangunan dirumuskan berdasarkan kondisi dan potensi lingkungan dan manusianya Tantra (2014).

Pengembangan destinasi wisata dalam kerangka pembangunan daerah memiliki hubungan yang erat dengan pertumbuhan ekonomi dalam tataran makro, serta peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam tataran mikro. Sehingga pengembangan pariwisata daerah haruslah juga memperhitungkan keuntungan dan manfaat bagi banyak pihak, terutama masyarakat lokal. Pengembangan pariwisata yang baik dapat mendorong terbukanya peluang kerja, pengembangan produk lokal, serta kesempatan pendidikan dan pelatihan masyarakat Lesawengen (2016).

Potensi Daya Tarik sebagai Produk Wisata

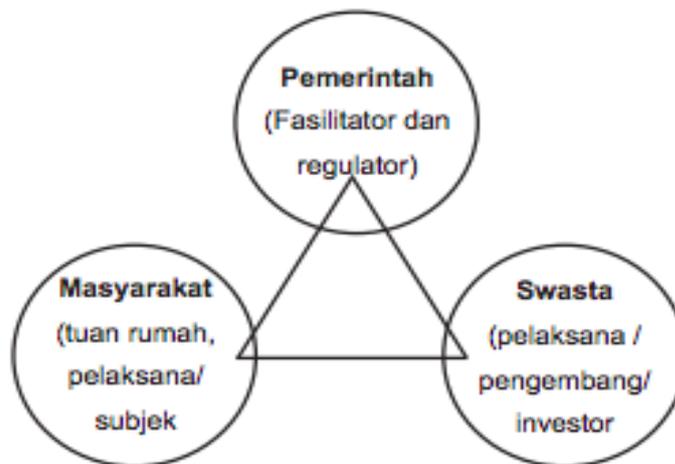
Menurut Pendit (1999) dalam Lesawengen (2016) potensi wisata adalah berbagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah yang bisa dikembangkan sebagai atraksi wisata. Potensi ini jika dikelola dengan baik, maka akan memiliki keterkaitan dengan konsep produk wisata. Terdapat berbagai pandangan terkait komponen – komponen apa saja yang membentuk kesatuan produk wisata. Dalam konteks penelitian ini, Middleton (2001:122) memberikan pengertian produk wisata lebih dalam yang cocok dengan fenomena penelitian ini yaitu produk wisata secara umum terbentuk disebabkan oleh tiga komponen utama yaitu atraksi wisata, fasilitas di daerah tujuan wisata dan aksesibilitas, diuraikan sebagai berikut:

1. Atraksi, atraksi terbagi menjadi 4 jenis yaitu Atraksi wisata Alam, meliputi bentang alam, pantai, iklim dan bentukan geografis lain dari suatu destinasi dan sumber daya alam lainnya. Atraksi wisata buatan, meliputi bangunan dan infrastruktur pariwisata termasuk arsitektur bersejarah dan modern, monument, trotoar jalan, taman dan kebun, pusat konvensi, marina, ski, tempat kepurbakalaan, lapangan golf, toko-toko khusus dan daerah yang bertema. Atraksi Wisata Budaya, meliputi sejarah dan cerita rakyat (legenda), agama dan seni teater music, tari dan pertunjukkan lain, dan museum. Beberapa dari hal tersebut dapat dikembangkan menjadi even khusus, festival, dan karnaval. Atraksi Wisata Sosial, meliputi pandangan hidup suatu daerah, penduduk asli, bahasa, dan kegiatan-kegiatan pertemuan sosial.
2. Amenitas merupakan unsur-unsur di dalam suatu atraksi atau berkenaan dengan suatu atraksi yang memungkinkan pengunjung untuk menginap dan dengan kata lain untuk menikmati dan berpartisipasi di dalam suatu atraksi wisata. Hal tersebut meliputi: 1) Akomodasi meliputi hotel dan penginapan, 2) Restoran, 3) Transportasi, 4) Aktivitas, 5) Fasilitas-fasilitas lain, 6) *Retail Outlet*.
3. Aksesibilitas yang memberikan pengaruh pada biaya, kelancaran dan kenyamanan terhadap seorang wisatawan yang melakukan perjalanan. Elemen-elemen tersebut ialah: 1) Infrastruktur, 2) Jalan, bandara, jalur kereta api, pelabuhan laut, 3) Perlengkapan, 4) Faktor-faktor operasional seperti jalur/rute operasi, frekuensi pelayanan, dan harga yang dikenakan, 5) Peraturan Pemerintah.

Pariwisata Berbasis Masyarakat

Pembangunan pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism-CBT*) merupakan model pembangunan yang memberikan peluang yang sebesar-besarnya kepada masyarakat perdesaan untuk berpartisipasi dalam pembangunan pariwisata. Dengan demikian, dalam CBT peran masyarakat lokal sebagai pemangku kepentingan merupakan unsur terpenting dalam pengembangan suatu daerah dalam hal ini desa menurut Dewi (2013).

Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Ilustrasi yang dikemukakan Wearing (2001) tersebut menegaskan bahwa masyarakat lokal berkedudukan sama penting dengan pemerintah dan swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata.



Gambar 1
Pemangku Kepentingan dalam Pengembangan
Pariwisata

Sumber: diadaptasi dari Wearing (2001)

Makna partisipasi menurut Arnstein (1969) adalah sebagai kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengatasi persoalannya pada masa kini guna mencapai kehidupan yang lebih baik pada masa mendatang. Dijelaskan bahwa partisipasi merupakan redistribusi kekuatan, yang memungkinkan kaum terpinggirkan secara ekonomi dan politik untuk dilibatkan dalam perencanaan pembangunan masa depan. Makna partisipasi yang mengacu pada pendapat Arnstein adalah kekuatan yang dimiliki oleh masyarakat untuk mengatasi persoalannya pada masa kini guna mencapai kehidupan yang lebih baik pada masa mendatang.

Strategi pelaksanaan partisipasi dicapai dengan cara melibatkan masyarakat dalam *sharing* informasi, merumuskan tujuan, menentukan kebijakan, mengalokasikan sumber-sumber pendanaan, mengoperasikan program, serta mendistribusikan manfaat yang diperoleh. Masyarakat dilibatkan sejak tahap perencanaan hingga implementasi dan pemerataan hasil-hasilnya.

Berdasarkan pandangan para ahli yang telah dikemukakan tersebut dapat disimpulkan bahwa pembangunan pariwisata berbasis masyarakat, aspek partisipasi merupakan isu mendasar. Partisipasi masyarakat lokal merupakan pijakan awal terhadap berbagai dampak strategis yang terkait dalam pengembangan desa wisata berbasis masyarakat. Partisipasi masyarakat menjadi penting bagi pencapaian desa wisata yang berkelanjutan dan bagi realisasi desa wisata yang berkualitas.

Metode Penelitian

Kajian mengenai pengembangan produk wisata berbasis masyarakat ini menggunakan metode pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan ini dilakukan sebagai upaya untuk mengungkapkan fenomena secara mendalam yang digali

melalui pandangan dan pengalaman masyarakat. Hasil dari penggalian pandangan dan pengalaman tersebut digunakan untuk menganalisis, menguraikan, serta memberikan penjelasan secara komprehensif dan sistematis tentang objek yang diteliti (Sugiyono, 2015). Data yang digunakan dalam penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan dari proses wawancara dengan pihak terkait untuk memperoleh pandangan dan informasi mengenai pengalaman keikutsertaan masyarakat dalam mengembangkan potensi wisata Asam Jokowi. Wawancara dan pengamatan lapangan dilakukan dengan informan terpilih seperti (1) Kepala Desa Tulakadi, (2) Kepala Bidang Pengembangan DTW Dinas Pariwisata Kabupaten Belu, (3) Pengelola Daya Tarik Wisata (Masyarakat), (4) Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Belu, dan (5) pengelola kelompok sadar wisata Desa Tulakadi. Keseluruhan jumlah informan dalam kajian ini berjumlah 5 orang.

Pemilihan informan dilakukan secara *snowball sampling*, dengan memperhatikan keterwakilan masyarakat. Kriteria pemilihan informan didasarkan pada (1) informan yang berkaitan dengan kebijakan pengembangan desa wisata, (2) informan yang memiliki pengetahuan luas terkait dengan proses pengembangan desa wisata, (3) informan yang memiliki pengetahuan terkait pengembangan dan pengelolaan potensi wisata di Asam Jokowi Desa Tulakadi. Selain data primer, data sekunder juga dibutuhkan untuk meningkatkan kualitas kajian dalam penelitian ini. Data sekunder didapatkan dari buku, laporan terbitan pemerintah, jurnal-jurnal terkait, koran, website, dan sumber relevan lainnya. Semua data yang terkumpul kemudian dianalisis dengan metode analisis kualitatif, analisis IFAS dan EFAS, serta SWOT analisis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk memperoleh gambaran secara lengkap, sebagai dasar dari perumusan strategi pengembangan.

Hasil dan Pembahasan

Pada bagian hasil dan pembahasan dijelaskan mengenai berbagai Potensi Produk Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi, Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi – Timor Leste, dan Pembangunan Produk Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Perbatasan.

Potensi Produk Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi

a. Daya Tarik Wisata Buatan Asam Jokowi

Kemunculan daya tarik wisata buatan diinisiasi oleh Kepala Desa Tulakadi dan beberapa pemuda yang memiliki keinginan kuat untuk mengembangkan potensi wisata Asam Jokowi. Masyarakat secara swadaya saling bahu membahu membuat spot foto dari bahan-bahan kayu dan akar yang mereka kumpulkan dari alam. Masyarakat gotong royong memberi warna bahan-bahan tersebut dan disusun dengan rapi untuk menambah kesan menarik destinasi Asam Jokowi. Daya Tarik Wisata Asam Jokowi terletak di pinggir jalan utama penghubung antar Negara RI dan Timor Leste sehingga wisatawan dapat dengan mudah melihat lokasi Asam Jokowi.

Keindahan Daya Tarik Wisata Asam Jokowi terutama terletak pada keindahan pemandangan alamnya dan juga kreatifitas warga setempat. Wisatawan dapat mengabadikan momen di tempat tersebut lalu lanjut untuk menikmati pemandangan alam yang disuguhkan oleh DTW Asam Jokowi. Bila kita kebelakang sedikit kurang lebih 300 meter lagi berjalan kaki. Wisatawan dapat melihat karya pemuda Desa Tulakadi yang menyulap bukit menjadi tempat yang nyaman untuk berekreasi. Terdapat spot foto berbentuk hati, berbentuk kapal, sayap, tulisan-tulisan menarik, batu alam, dan juga spot foto berbentuk bintang. Terutama yang paling menarik

adalah pemandangan alam ke arah laut. Berdasarkan penuturan aparat desa, dari bukit tersebut juga terlihat Pulau Flores yang merupakan bagian dari Provinsi NTT.

Destinasi wisata Asam Jokowi merupakan daya tarik baru yang kepemilikan dan pengelolaannya dilakukan seluruhnya oleh warga. Terletak di lokasi yang sangat strategis di pertengahan jalan yang menghubungkan Kota Atambua dan Pos Lintas Batas Negara Motaain. Letaknya yang sangat strategis membuat kunjungan wisatawan semakin hari semakin banyak. Wisatawan dapat melakukan kegiatan-kegiatan wisata seperti berfoto dan rekreasi di destinasi Asam Jokowi.



Gambar 2. Potensi Wisata Buatan (Kreatifitas Warga dalam memanfaatkan limbah kayu) (Sumber: dokumentasi pribadi)

b. Daya Tarik Wisata Alam Asam Jokowi

Kawasan perbatasan di Kabupaten Belu merupakan merupakan tempat yang dikelilingi perbukitan dan persawahan. Sepanjang perjalanan menuju lokasi Asam Jokowi, pengunjung akan disuguhkan pemandangan alam yang indah. Pematang sawah yang selalu hijau membentang di sebelah kanan dan kiri jalan yang menuju sampai Pos Lintas Batas Negara RI dan Timor Leste. Pematang sawah tersebut berdampingan dengan rumah warga yang dibangun. Hanya beberapa rumah warga saja yang ada di lokasi tersebut dan sangat bersih dari sampah. Selain itu, dari segi geografis, Desa Tulakadi dibangun diatas lembah yang kanan kirinya adalah bukit. Ketika berada disana, wisatawan akan dikelilingi oleh perbukitan yang berbeda dari tempat lain. Keunikan ini selalu dijaga oleh warga setempat dengan menjaga kebersihan semaksimal mungkin.



Gambar 3. Potensi Wisata Alam Asam Jokowi (1. Pohon Asam yang menjadi icon, 2. Pemandangan diatas bukit langsung menghadap laut, 3. Kebun bunga gemitir) (Sumber: dokumentasi pribadi).

Dari arah kedatangan, bila wisatawan datang dari arah Negara Timor Leste, maka Daya Tarik Wisata Asam Jokowi berada di sebelah kiri, sedangkan bila wisatawan datang dari arah Atambua, maka daya tarik tersebut berada di sebelah kiri. Terdapat tiket masuk yang menjadi kontribusi wisatawan untuk mendukung kegiatan pariwisata di Desa Tulakadi, biaya untuk satu orang pengunjung adalah 3.000 rupiah.

c. Daya Tarik Wisata Budaya Asam Jokowi

Nama Tulakadi menarik perhatian wisatawan karena nama ini menyimpan sebuah kata bermakna purba yakni *tula* dan *kadi*. *Tula* berarti menyimpan dan *kadi* berarti batu asahan. Jadi *Tula kadi* berarti menyimpan batu asahan di suatu tempat yang aman atau cukup terhormat. Menurut penuturan aparat desa nama Tulakadi memberikan pesan perdamaian kepada masyarakat desa untuk menghindari aktivitas siap tempur dengan menajamkan benda-benda berbahaya di rumah seperti pedang atau pisau yang mengancam perdamaian dan kesejahteraan bersama. Cerita ini diwariskan turun temurun hingga sekarang.

Selain dengan cerita sejarah yang dipercaya turun temurun, potensi pariwisata budaya yang terkenal di Desa Tulakadi adalah Tari Likurai. Tarian ini merupakan tarian tradisional Kabupaten Belu yang merupakan symbol penghormatan kepada tamu yang datang. Tujuan tarian ini adalah sebagai sambutan penghormatan kepada tamu sekaligus ucapan syukur saat panen raya tiba. Tarian ini biasanya dilakukan oleh 10 orang wanita dan 2 orang pria. Pada awalnya tarian ini ditujukan untuk menyambut pahlawan yang menang melawan musuh. Namun, sekarang tarian ini masih dipertahankan untuk pertunjukkan seni dan budaya.

Selain tarian, wisatawan yang datang berkunjung ke potensi wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi juga akan disuguhkan sajian tradisional setempat yang bernama Jagung Bose. Jagung bosc berbahan dasar utama jagung, diolah seperti

bubur. Tekstur jagung masih berbentuk pipilan dan tidak hancur walaupun seperti bentuk bubur. Sajian jagung bese adalah sajian wajib untuk tamu yang berkunjung ke Desa Tulakadi. Wisatawan bisa menikmati jagung bese dengan tambahan sambal tomat, garam, dan ikan atau se'i daging yang tersedia sebagai makanan pendamping. Makanan tradisional ini menyehatkan dan bisa dimakan sebagai pengganti nasi.

Potensi pariwisata budaya lain yang dapat diunggulkan di Desa Tulakadi adalah kerajinan anyaman dari daun lontar dan Kain Tenun Khas Desa Tulakadi. Anyaman daun lontar biasanya dibentuk sebagai dasar membuat asbak, tempat permen, dan hiasan pajangan lainnya. Daun lontar dikeringkan terlebih dahulu dibawah sinar matahari selama seminggu lalu diolah oleh pengrajin. Kain tenun khas Desa Tulakadi merupakan daya tarik yang bisa dijadikan oleh-oleh khas dari Desa Tulakadi. Pengrajin yang membuatnya adalah mama-mama setempat. Proses pembuatannya bisa memakan waktu seminggu hingga sebulan tergantung pada lebar kain yang dihasilkan. Bahan pewarna yang digunakan sangat ramah lingkungan, dibuat dari akar sehingga kain tenun yang dihasilkan memiliki harum yang khas.



Gambar 4. Potensi Wisata Budaya (1. Tari Likurai, 2. Jagung Bose, 3. Kerajinan Daun Rumah, 4. Kain Tenun) (Sumber: dokumentasi pribadi)

d. Daya Tarik Wisata Sosial, Amenitas, dan Aksesibilitas Menuju Asam Jokowi

Etos kerja yang baik diturunkan dari kepala desa kepada setiap aparatur desa, sehingga pemerintah Desa Tulakadi seluruhnya kompak mengerjakan setiap kegiatan yang disetujui bersama. Salah satu kegiatan tersebut adalah Jum'at bersih. Kegiatan ini dilaksanakan setiap hari Jum'at pagi di sepanjang Desa Tulakadi. Seluruh warga setempat membawa parang dan sapu lidi untuk membersihkan sampah serta rumput liar di desa. Kegiatan ini berlangsung kurang lebih 3 jam mulai dari jam 7.00 WITA sampai jam 10.00 WITA. Tidak heran jika Desa Tulakadi menjadi bersih dari sampah.

Tidak berhenti sampai disitu, semangat warga desa juga terlihat dari keseriusan melakukan penataan dan pengelolaan destinasi pariwisata. Karena pada awalnya, masyarakat mengelola sendiri pembangunan kepariwisataan di Desa

Tulakadi, pemerintah tidak turun tangan memberikan bantuan sehingga pada akhirnya Kementerian Desa tahun 2019 ini juga masuk untuk memberikan bantuan pengelolaan di Desa Tulakadi. Sebelumnya, Desa Tulakadi diberi penghargaan sebagai Desa Terbaik oleh Kementerian Desa sehingga diberi bantuan. Penghargaan tersebut diberikan untuk nominasi desa terbaik nasional kategori prakarsa inovasi desa tahun 2018 dan dari Pemerintah Belu sebagai desa terbaik kategori prakarsa dan inovatif tingkat Provinsi NTT tahun 2018.

Gambar 5. Dua penghargaan yang diperoleh Desa Tulakadi, sebelah kiri dari



Kementerian Desa, sebelah kanan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Belu. (Sumber: dokumentasi pribadi)

Semenjak penghargaan tersebut diberikan, sudah 8 bulan lamanya kegiatan pariwisata dijalankan di Daya Tarik Asam Jokowi. Setiap harinya, ada saja pengunjung yang datang untuk melakukan kegiatan wisata di Asam Jokowi, ada yang rekreasi, ada yang mengabadikan foto, ada yang bercengkrama bersama keluarga dan sebagainya. Kepemimpinan kepala desa yang disegani mampu membuat masyarakat muda mau membantu aparaturnya dalam membangun kepariwisataan Desa Tulakadi. Hal ini ditunjukkan dengan keikutsertaan masyarakat

muda dalam pembangunan Daya Tarik Wisata Asam Jokowi. Tadinya, destinasi tersebut hanya terdiri dari bukit dan juga pohon asam tempat dimana Pak Jokowi duduk dan memberikan bantuan kepada warga. Berkat bantuan dari masyarakat yang mayoritas pemuda, membantu dengan mengelola destinasi tersebut dengan cara memanfaatkan bahan-bahan alam yang ada seperti potongan kayu, batu-batu yang disusun dengan rapi, menanam tanaman hias, sehingga akhirnya destinasi Asam Jokowi dapat dinikmati oleh wisatawan sebagai daya tarik baru.

Pembahasan

Analisis SWOT Pengembangan Produk Wisata Berbasis Masyarakat Desa Tulakadi

Dalam rangka mengembangkan serta mengoptimalkan Asam Jokowi di Desa Tulakadi menjadi Produk Wisata Berbasis Masyarakat di kawasan perbatasan maka analisis IFAS EFAS dan SWOT dipilih untuk menyusun strategi-strategi berdasarkan kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman yang dimiliki oleh Desa Tulakadi. Tabel berikut akan memaparkan intisari faktor internal (kekuatan dan kelemahan) serta faktor eksternal (kesempatan dan ancaman) Desa Tulakadi.

Tabel 1. Sintesa Faktor Kekuatan dan Kelemahan Desa Tulakadi

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Respo	B X R	Mean
Kekuatan (Strengths)				
1. Potensi Daya Tarik Wisata Buatan Asam Jokowi	0.31	5.00	0.31/5	0.06
2. Potensi Daya Tarik Wisata Alam Persawahan, Perbukitan, dan Pemandangan Laut	0.39	5.00	0.39/5	0.08
3. Potensi Daya Tarik Wisata Budaya Tenun, Atraksi Tari Likurai, Pusaka Adat	0.43	5.00	0.43/5	0.09
4. Partisipasi Masyarakat dalam kegiatan pariwisata	0.51	5.00	0.51/5	0.10
5. Pemerintah Desa Tulakadi yang sadar wisata	0.22	5.00	0.22/5	0.04
6. Kearifan lokal berbasis budaya menenun kain dan mengutamakan kuliner lokal	0.37	5.00	0.37/5	0.07
7. Keamanan Desa Tulakadi di Wilayah Perbatasan	0.37	5.00	0.37/5	0.07
8. Tersedianya Amenitas berupa Homestay	0.14	5.00	0.14/5	0.03
Kelemahan (Weakness)				
1. Belum tersedianya transportasi umum	0.19	5.00	0.19/5	0.04
2. Belum tersedianya informasi mengenai destinasi wisata perbatasan	0.34	5.00	0.34/5	0.07
3. Tempat makan dan minum yang kurang memadai	0.28	5.00	0.28/5	0.06
4. Belum adanya pengelolaan toko souvenir	0.12	5.00	0.12/5	0.02
5. Lemahnya kualitas SDM di bidang pariwisata	0.43	5.00	0.43/5	0.09
6. Kurangnya keterlibatan stakeholders	0.31	5.00	0.31/5	0.06
7. Kegiatan wisata yang belum terstruktur	0.18	5.00	0.18/5	0.04
8. Keterbatasan air dan listrik	0.41	5.00	0.41/5	0.08
TOTAL	5.00			1.00

Tabel 2. Sintesa Faktor Kesempatan dan Ancaman Desa Tulakadi

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Respo	B X R	Mean
Peluang (Opportunities)				
1. Berada di wilayah perbatasan yang ramai dilintasi wisatawan asing	0.67	5.00	0.67/5	0.13
2. Kerjasama dengan Pelaku Pariwisata	0.43	5.00	0.43/5	0.09
3. Trend Desa Wisata (pariwisata berbasis masyarakat)	0.36	5.00	0.36/5	0.07
4. Kemajuan teknologi dan telekomunikasi di desa	0.65	5.00	0.65/5	0.13
5. Minat masyarakat melakukan kegiatan wisata	0.63	5.00	0.63/5	0.13
6. Pariwisata yang menjadi pengembangan prioritas NTT	0.42	5.00	0.42/5	0.08
7. Desa Tulakadi yang dekat Perbatasan Timor Leste dan Bandar Udara A. A. Bere Tallo	0.35	5.00	0.35/5	0.07
Ancaman (Threats)				
1. Bencana Alam seperti wabah penyakit	0.26	5.00	0.26/5	0.05
2. Munculnya kebijakan Travel Warning di Beberapa Negara	0.49	5.00	0.49/5	0.10
3. Daya Saing Pariwisata dari tempat lain yang lebih kompetitif	0.24	5.00	0.24/5	0.05
4. Kondisi Politik baik Nasional maupun Global	0.21	5.00	0.21/5	0.04
5. Masuknya budaya luar mengikis budaya lokal	0.28	5.00	0.28/5	0.06
TOTAL	5.00			1.00

Setelah mengetahui sintesa faktor-faktor kekuatan, kelemahan, kesempatan, dan ancaman, berikutnya pada tabel 3 dan 4 akan ditampilkan faktor-faktor strategis internal (IFAS) dan faktor-faktor strategis eksternal (EFAS).

Tabel 3. Faktor-Faktor Strategis Internal (IFAS)

Faktor-Faktor Strategi Internal	Bobot	Rank	Skor
Kekuatan (Strengths)			
1. Potensi Daya Tarik Wisata Buatan Asam Jokowi	0.07	3.20	0.24
2. Potensi Daya Tarik Wisata Alam Persawahan, Perbukitan, dan Pemandangan Laut	0.07	3.00	0.22
3. Potensi Daya Tarik Wisata Budaya Tenun, Atraksi Tari Likurai, Pusaka Adat	0.08	3.40	0.27
4. Partisipasi Masyarakat dalam kegiatan pariwisata	0.10	4.00	0.38
5. Pemerintah Desa Tulakadi yang sadar wisata	0.07	2.80	0.19
6. Kearifan lokal berbasis budaya menenun kain dan mengutamakan kuliner lokal	0.07	3.00	0.21
7. Keamanan Desa Tulakadi di Wilayah Perbatasan	0.07	3.00	0.21
8. Tersedianya Amenitas berupa Homestay	0.04	1.40	0.06
Kelemahan (Weakness)			
1. Belum tersedianya transportasi umum	0.04	1.20	0.05
2. Belum tersedianya informasi mengenai destinasi wisata perbatasan	0.07	3.00	0.21
3. Tempat makan dan minum yang kurang memadai	0.06	2.40	0.13
4. Belum adanya pengelolaan toko souvenir	0.02	1.00	0.02
5. Lemahnya kualitas SDM di bidang pariwisata	0.09	3.80	0.33
6. Kurangnya keterlibatan stakeholders	0.06	2.60	0.16
7. Kegiatan wisata yang belum terstruktur	0.04	1.20	0.04
8. Keterbatasan air dan listrik	0.08	3.80	0.31
TOTAL	1.00		3.04

Tabel 4. Faktor-Faktor Strategis Eksternal (EFAS)

Faktor-Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rank	Skor
Peluang (Opportunities)			
1. Berada di wilayah perbatasan yang ramai dilintasi wisatawan asing	0.13	4.00	0.54
2. Kerjasama dengan Pelaku Pariwisata	0.09	3.40	0.30
3. Trend Desa Wisata (pariwisata berbasis masyarakat)	0.07	2.80	0.20
4. Kemajuan teknologi dan telekomunikasi di desa	0.13	3.80	0.49
5. Minat masyarakat melakukan kegiatan wisata	0.13	4.00	0.51
6. Pariwisata yang menjadi pengembangan prioritas NTT	0.08	3.40	0.29
7. Desa Tulakadi yang dekat Perbatasan Timor Leste dan Bandar Udara A. A. Bere Tallo	0.07	2.80	0.20
Ancaman (Threats)			
1. Bencana Alam seperti wabah penyakit	0.05	3.20	0.16
2. Munculnya kebijakan Travel Warning di Beberapa Negara	0.10	1.20	0.12
3. Daya Saing Pariwisata dari tempat lain yang lebih kompetitif	0.05	3.80	0.18
4. Kondisi Politik baik Nasional maupun Global	0.04	3.80	0.16
5. Masuknya budaya luar mengikis budaya lokal	0.06	3.00	0.17
TOTAL	1.00		3.31

Tabel 5. Matriks Internal-Eksternal

Posisi Strategis Pengembangan Daya Tarik Wisata Asam Jokowi Sebagai Produk Wisata Berbasis Masyarakat Di Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi

Total Nilai IFAS

	Kuat 3,0-4,0	3.04	Sedang 2,0-3,0	Lemah 1,0-2,0
	4,0	3,0	2,0	1,0

Total Nilai EFAS	Kuat 3,0-4,0 3.31	I. <i>Growth</i> Tumbuh dan bina (kosentrasi via <u>integrasi vertical</u>)	II. <i>Growth</i> Tumbuh dan bina (kosentrasi via integrasi horizontal)	III. <i>Retrenchment</i> Pertahankan dan pelihara (pertumbuhan berputar)
	Sedang 2,0-3,0	IV. <i>Stability</i> Tumbuh dan bina (berhenti sejenak)	V. <i>Growth</i> Kosentrasi melalui integrasi horizontal <i>Stability</i> : pertahankan dan pelihara	VI. <i>Retrenchment</i> Panen atau divestasi (kawasan terikat atau jual)
	Lemah 1,0-2,0	VII. <i>Growth</i> Pertahankan dan pelihara (diversifikasi kosentrasi)	VIII. <i>Growth</i> Panen atau divestasi (diversifikasi konglomerasi)	IX. <i>Retrenchment</i> Panen atau divestasi (likuidasi)

Sumber: Hasil Analisis Data IFAS dan IFAS

Tabel 6. Matrik Analisis SWOT Pengembangan Daya Tarik Wisata Asam Jokowi Sebagai Produk Wisata Berbasis Masyarakat Di Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi

<p style="text-align: center;">IFAS</p> <p>EFAS</p>	<p>STRENGTHS (S)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Potensi DTW Buatan 2. Potensi DTW Alam 3. Potensi DTW Budaya 4. Partisipasi Masyarakat 5. Pemerintah Desa Sadar Wisata 6. Kearifan lokal 7. Keamanan Desa 8. Tersedianya Homestay 	<p>WEAKNESSES (W)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya Transportasi Umum 2. Minim Informasi Wisata Perbatasan 3. Minim Restoran 4. Minim Toko Oleh-Oleh 5. Kualitas SDM Rendah 6. Minim Stakeholders 7. Kegiatan Wisata belum terstruktur 8. Keterbatasan air dan listrik
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategis Wisatawan Asing 2. Kerjasama dengan Pelaku Pariwisata 3. Trend Desa Wisata 4. Kemajuan Teknologi dan Komunikasi 5. Minat Berwisata Masyarakat 6. Prioritas NTT Pariwisata 7. Lokasi dekat Bandara dan Pos Batas Negara 	<p>STRATEGI SO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi pengembangan potensi dan daya tarik yang dimiliki (S1, S2, S3; O2, O3, O4, O5) 2. Strategi pengembangan pemasaran dan promosi daya tarik wisata. (S1-S8; O2, O4, O6) 3. Strategi Pengembangan dengan membuat paket wisata (S1-S8; O1-O5, O6) 	<p>STRATEGI WO</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi pengembangan SDM khususnya dibidang pariwisata (W3, W4, W5, W6, W8, W9; O4, O6) 2. Strategi pengembangan aksesibilitas dan transportasi (W1, W2; O1, O2, O6) 3. Strategi pengembangan tempat menginap, makan minum dan toko oleh-oleh (W3-W5; O1, O2, O4, O6)

THREATS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1. Bencana Alam atau Wabah 2. Travel Warning 3. Daya Saing Pariwisata 4. Kondisi Politik 5. Masuknya budaya luar 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Strategi pengembangan wisata perbatasan baik buatan, alam, dan budaya berbasis masyarakat. (S1-S6; W3,W5) 2. Strategi Pengembangan dengan menonjolkan potensi yang berbeda dari daerah lainya. (S1, S2, S3, S6; W3, W5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mendukung masyarakat agar sadar wisata, menjaga budaya, menjaga kebersihan, meningkatkan partisipasi dan daya saing wisata (W1-W7; T1-T5) 2. Meningkatkan kerja sama dengan seluruh <i>Srakeholders</i>. (W6, W7; T3) 3. Melakukan kerjasama dengan stakeholder terkait untuk penyelesaian masalah keterbatasan air dan listrik untuk meningkatkan daya saing wisata (W6, W8; T3, T4)

Sumber: Hasil Penelitian 2020

Strategi Pengembangan Potensi Daya Tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi

Setelah melakukan identifikasi potensi daya tarik wisata di kawasan perbatasan Desa Tulakadi, selanjutnya pembahasan berlanjut pada perumusan strategi dan program pengembangan pariwisata berbasis masyarakat berdasarkan analisis terhadap lingkungan internal dan eksternal. Mengacu pada tabel 6, potensi pengembangan daya tarik wisata Asam Jokowi berada pada kuadran I, yang bermakna Growth Strategy Expansive (strategi pengembangan yang agresif). Kuadran I menunjukkan bahwa Potensi Daya Tarik Wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi berada pada posisi yang baik untuk dikembangkan. Hal ini ditunjukkan dengan kekuatan-kekuatan internal dari Daya Tarik Wisata untuk menangkap peluang yang menguntungkan.

a. Strategi Strength-Opportunity (S-O) dalam Pengembangan Potensi Daya Tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi

Strategi SO dalam pengembangan Asam Jokowi di Desa Tulakadi dijelaskan sebagai berikut: (1) Strategi pengembangan potensi dan daya tarik yang dimiliki; hal ini sudah dilakukan upaya kerjasama dari masyarakat desa dan pemerintah desa untuk membuat kelompok masyarakat yaitu kelompok petani, kelompok pemuda bengkel, kelompok tenun, dan kelompok sadar wisata. Sehingga potensi daya tarik alam, buatan, maupun budaya bisa dikembangkan secara maksimal. (2) Strategi pengembangan pemasaran dan promosi daya tarik wisata. Berkaitan dengan hal ini, pemasaran sedang mulai digalakkan oleh pemerintah desa dengan membuat akun media sosial berupa Instagram dan Facebook untuk membagikan foto-foto daya tarik wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi. (3) Strategi Pengembangan dengan membuat paket wisata; hal ini bertujuan untuk semakin mematenkan kegiatan pariwisata yang ada di kawasan perbatasan. Sebagai daya tarik yang amat potensial, pengembangan

juga memerhatikan pembuatan perencanaan paket wisata yang dikemas untuk meningkatkan minat wisatawan.

b. Strategi Strength-Threat (S-T) dalam Pengembangan Potensi Daya Tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi

Strategi ST dalam pengembangan Asam Jokowi di Desa Tulakadi terbagi menjadi dua yaitu: (1) Strategi pengembangan wisata perbatasan baik buatan, alam, dan budaya berbasis masyarakat. Setelah pihak masyarakat desa dan pemerintah desa membentuk kelompok-kelompok yang bisa mewadahi kegiatan wisata, maka kelompok-kelompok tersebut wajib didorong untuk melakukan partisipasi aktif dan efektif. Seperti yang terlihat sejauh ini adalah kegiatan Jum'at bersih bersama dan membuat atraksi wisata buatan untuk menambah aktivitas wisata yang ada di Asam Jokowi Desa Tulakadi. (2) Strategi Pengembangan dengan menonjolkan potensi yang berbeda dari daerah lainnya. Salah satu yang menonjol dari Desa Tulakadi adalah letaknya secara geografis berada di daerah perbatasan. Sehingga potensi yang bisa dikembangkan adalah dengan menambah kegiatan bercerita (storytelling) untuk meningkatkan minat wisatawan datang berkunjung ke Desa Tulakadi.

c. Strategi Weakness-Opportunity (W-O) dalam Pengembangan Potensi Daya Tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi

Strategi WO, berkaitan dengan kombinasi pengurangan kelemahan dengan mempertimbangkan potensi yang dimiliki oleh Daya Tarik Wisata Asam Jokowi di Desa Tulakadi, terbagi menjadi tiga, yaitu; (1) Strategi pengembangan SDM khususnya dibidang pariwisata. SDM pariwisata berkaitan penting sebagai penggerak kegiatan wisata, tidak hanya itu, dalam aspek interaksi masyarakat, aspek SDM patut dikembangkan untuk mengurangi kelemahan-kelemahan pengembangan daya tarik wisata Asam Jokowi. (2) Strategi pengembangan aksesibilitas dan

transportasi, akses jalan yang baik merupakan peluang untuk mendatangkan wisatawan. Hanya, kekurangan transportasi menjadi salah satu penghambat. Bila kita tarik asal kedatangan turis yang berasal dari Bandara Atambua atau Pos Lintas Batas RI Timor Leste, maka kerja sama dengan pihak penyedia jasa transportasi bisa dijadikan solusi bagi wisatawan agar kunjungan meningkat. (3) Strategi pengembangan tempat menginap, makan minum dan toko oleh-oleh, walaupun sudah ada satu homestay tersedia dan warga yang melakukan kegiatan berdagang di lokasi wisata. Tetap pengelolaan wisata harus terintegrasi. Pemerintah Desa dapat mengambil alih isu ini berkoordinasi dengan kelompok sadar wisata setempat.

d. Strategi Weakness-Threat (W-T) dalam Pengembangan Potensi Daya Tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi

Strategi WT dalam pengembangan daya tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi berkaitan dengan Kelemahan dan Ancaman yang berbahaya bagi pengembangan daya tarik wisata, namun dapat diatasi apabila masyarakat melakukan kegiatan berikut; (1) Mendukung masyarakat agar sadar wisata, menjaga budaya, menjaga kebersihan, meningkatkan partisipasi dan daya saing wisata. Menumbuhkan kesadaran setiap insan di Desa Tulakadi untuk menjaga kelestarian lingkungan dan pariwisata. Pihak akademisi senantiasa datang untuk melakukan sosialisasi terutama untuk meningkatkan kesadaran masyarakat setempat. (2) Meningkatkan kerja sama dengan seluruh *Stakeholders*. Terkait dengan hal ini Yahya 2016 dalam Permen No. 14 Tahun 2016, yang dimaksud konsep Pentahelix yaitu *business* (swasta), *government* (pemerintah), *community* (komunitas), *academician* (akademisi), and *media* (BGCAM). (3) Melakukan kerjasama dengan stakeholder terkait untuk penyelesaian masalah keterbatasan air dan listrik untuk meningkatkan daya saing wisata. Pemerintah Desa dapat melakukan pendekatan dan kerjasama dengan dinas terkait untuk mengurangi permasalahan air dan listrik.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, potensi wisata yang ada di Daya Tarik Wisata Asam Jokowi Desa Tulakadi memiliki Potensi Produk Wisata Berbasis Masyarakat di Asam Jokowi di Kawasan Perbatasan Desa Tulakadi terbagi menjadi (1) Daya tarik wisata buatan asam jokowi, daya tarik ini adalah destinasi utama wisatawan bila ingin mengunjungi Desa Tulakadi, dibuat berdasarkan kisah sejarah kedatangan Presiden Jokowi ke lokasi dan kerjasama masyarakat dalam mengangkat wilayahnya sebagai destinasi wisata yang kompetitif dan berbasis masyarakat di perbatasan. Daya tarik wisata buatan terdapat pada jalan setapak menuju pohon asam, spot foto yang terbuat dari kayu bekas, dan tulisan-tulisan menarik di sepanjang jalan menuju bukit belakang daya tarik Asam Jokowi di Desa Tulakadi. (2) Daya tarik wisata alam Asam Jokowi, potensi wisata alam yang diunggulkan di lokasi ini adalah taman bunga gemitir di sepanjang jalan menuju pohon asam jokowi, pohon asam jokowi, dan pemandangan indah yang ada di belakang bukit asam jokowi. Selain itu, terdapat pematang sawah yang luas disepanjang jalan lintas batas Negara menuju daya tarik wisata asam Jokowi dan juga batu alam. (3) Daya tarik wisata budaya Asam Jokowi di Desa Tulakadi, tidak kalah dengan wisata butan dan alam. Potensi wisata budaya khas yang kerap kali ditunjukkan kepada wisatawan adalah Tari Likurai khas Kabupaten Belu, Anyaman dari daun lontar berbentuk asbak, Tenun khas NTT dengan pewarnaan bahan alam, dan Jagung Bose sebagai makanan khas NTT. (4) Daya Tarik Wisata Sosial, Amenitas, dan Aksesibilitas menuju Asam Jokowi. Tatanan hidup masyarakat yang hangat dan mau dengan ringan tangan bekerja sama di kawasan perbatasan menjaga keamanan menjadi daya tarik tersendiri. Masyarakat hidup berdampingan dengan TNI penjaga Pos Perbatasan dalam berbagai kegiatan.

Secara Amenitas dan Aksesibilitas juga terbilang layak karena Desa Tulakadi dilalui oleh jalan antar Negara yang luas dan mulus.

Dukungan masyarakat setempat dalam perencanaan dan pengembangan Daya Tarik Wisata Asam Jokowi sudah sejalan dengan prinsip pariwisata berbasis masyarakat dimana masyarakat berperan sebagai pihak yang sangat aktif mengelola dan menjadikan Daya Tarik Asam Jokowi sebagai produk wisata yang berbasis masyarakat. Hal ini terlihat dengan kegiatan gotong royong setiap Jum'at masyarakat tidak hanya membersihkan destinasi wisata yang ada tapi seluruh desa. Tingkat kehadiran yang tinggi dalam mengikuti kegiatan yang dibuat oleh pemerintah desa membuat masyarakat memiliki kesadaran yang tinggi akan kepariwisataan. Pemerintah desa memiliki peran tinggi dalam mengayomi dan memberikan sosialisasi sadar wisata secara regular 1 bulan sekali sampai dengan dibentuknya kelompok masyarakat salah satunya adalah kelompok sadar wisata Desa Tulakadi. Singkat kata, masyarakat setempat aktif dalam mengembangkan daya tarik Asam Jokowi menggunakan pendekatan pariwisata berbasis masyarakat mulai dari perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksanaan kerja, dan pengelolaan sampai dengan saat ini. Keterlibatan masyarakat secara terperinci terbagi dalam sector-sektor berikut; pertanian, peternakan, kebersihan, penyedia makanan, penyedia homestay, dan pemandu wisata. Walaupun demikian, masih banyak pula warga yang belum terlibat secara maksimal dalam mengembangkan produk wisata berbasis masyarakat di Asam Jokowi Desa Tulakadi.

Strategi pengembangan Asam Jokowi di Desa Tulakadi berada di kuadran I, artinya potensi ini secara agresif dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata berbasis masyarakat. Caranya dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT yaitu mengembangkan potensi dan daya tarik yang dimiliki dengan membuat kelompok masyarakat yang fokus dengan kepariwisataan. Kemudian membuat sarana media

promosi menggunakan bantuan teknologi di Facebook dan Instagram. Kegiatan pemasaran ini tentu akan membuat wisatawan tertarik, terutama dengan keberadaan paket wisata yang terpadu untuk membuat kegiatan wisata di Asam Jokowi Desa Tulakadi lebih terarah.

Daftar Pustaka

- Arnstein, Sherry R. (1969) 'A Ladder of Citizen Participation', *Journal of the American Planning Association*, 35: 4, 216 – 224.
- Bambang Sunaryo, — Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia, || Penerbit Gava Media, Yogyakarta. 2013.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2).
- Hermawan, H., Pengaruh Daya Tarik Wisata, Keselamatan dan Sarana Wisata Terhadap Kepuasan serta Dampaknya terhadap Loyalitas Wisatawan : Studi Community Based Tourism di Gunung Api Purba Nglanggeran. *Wahana Informasi Pariwisata : Media Wisata*, 15(1), 562–577. 2017.
- Hermon, D. (2016). The Strategic Model of Tsunami Based in Coastal Ecotourism Development at Mandeh Regions, West Sumatera, Indonesia. *Journal of Environment and Earth Sciende*, 6(4), 40-45.
- Lesawengen, J. C. Strategi Pengembangan Wilayah Perbatasan Nusa Tabukan Kabupaten Kepulauan Sangihe Berbasis Ekowisata Bahari. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*.
- Middleton, V. dan Clarke, J, *Marketing in Travel and Tourism*. 3rd Edition, Elsevier, Oxford. 2001.
- Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional tahun 2015-2020.
- Statistik Kepariwisata (Kunjungan Wisatawan Mancanegara) Provinsi Nusa Tenggara Timur tahun 2018.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Manajemen: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (mix methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi*. Bandung: Alfabeta.

Tantra, D. K. (2014). *Membaca Perubahan Bali*. Wisnu Press.

Wearing, S. (2001). *Volunteer Tourism: Experiences that Make a Difference*. Wallingford. CABI Publishing.

Profil Penulis

Yudha Eka Nugraha, S. Kesos., M. Par. Lahir di Pati, 04 April 1991. Menyelesaikan menyelesaikan program S1 Kesejahteraan Sosial Universitas Indonesia pada tahun 2014. Kemudian melanjutkan studi S2 Kajian Pariwisata pada tahun 2018. Pada tahun 2017 penulis sempat mengikuti Program Joint Degree ke Hochschule Stralsund Jerman. Sejak tahun 2019, penulis menjalankan tugas sebagai Pegawai Negeri Sipil di Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Kupang sebagai Dosen Asisten Ahli dan mengampu mata kuliah Pariwisata Berbasis Masyarakat. Penulis dapat dihubungi melalui surat elektronik yudhaekanugraha@gmail.com.