

IDENTIFIKASI PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN PARIWISATA IKONIK DI KECAMATAN LEMBANG

F.Maulina¹⁾, dan T.Suheri²⁾

Program Studi Perencanaan Wilayah dan Kota Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer
Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipati Ukur No. 102-116 Bandung 40132
email: tatangpl@yahoo.com²⁾

ABSTRAK

Kunci dari kesuksesan jalannya pembangunan adalah keterlibatan pihak masyarakat dalam suatu kegiatan. Partisipasi masyarakat lokal menjadi hal yang sangat berarti pada suatu pembangunan pariwisata. Kecamatan Lembang memiliki sektor pariwisata yang sangat tinggi dan memiliki daya tarik wisata yang cukup bagus. Berdasarkan kondisi tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pariwisata apa saja yang dapat dikatakan ikonik di Kecamatan Lembang dan bagaimana keterlibatan masyarakat dalam pengelolaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif menggunakan kuesioner dengan skala likert, dan menggunakan kriteria dalam penilaian pariwisata ikonik berdasarkan literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan pariwisata ikonik di Kecamatan Lembang yaitu wisata Floating Market dan wisata Orchid Forest yang sudah dinilai kriteria pariwisata ikonik. Dan tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata masih tergolong sedang, masyarakat hanya sebagai pemberi informasi dan memberikan konsultasi sehingga yang memegang kendali penuh tetap berada pada pihak pengelola pariwisata.

Kata Kunci : *Pariwisata Ikonik, Partisipasi, Persepsi.*

I. PENDAHULUAN

Dalam suatu pembangunan pentingnya keterlibatan masyarakat didalamnya yang lebih dikenal dengan istilah partisipasi masyarakat. Pada dasarnya masyarakat harus lebih terlibat langsung dalam suatu perencanaan maupun sampai pada tahap implementasi karena masyarakat lebih paham akan kebutuhan mereka sendiri dan masyarakat lebih mengetahui bagaimana arah tujuan kehidupannya untuk kesejahteraan dimasa yang akan datang. Dalam suatu kegiatan pembangunan pun jika tidak ada campur tangan masyarakat maka tidak berartinya suatu pembangunan tersebut. Dengan demikian disini masyarakat berperan sangat penting karena masyarakat berperan bukan hanya sebagai penikmat maupun pengguna akan tetapi berperan sebagai pelaku pembangunan. Pembangunan pariwisata di Indonesia saat ini menjadi sektor yang berpengaruh besar terhadap pendapatan Negara. Sektor pariwisata dapat menjadi investasi di aspek ekonomi untuk masa depan dan pariwisata adalah sektor yang dapat terus menerus dikelola dan diperbaharui seiring berjalannya zaman yang akan berdampak kepada sumber pendapatan besar untuk Negara.

Di Kecamatan Lembang sendiri memiliki potensi pariwisata yang cukup bagus sehingga banyak investor memanfaatkan Kecamatan Lembang sebagai obyek wisata. Kecamatan Lembang memiliki 16 desa yang disetiap desa terdapat potensi wisatanya masing-masing yang tidak dapat diragukan lagi keindahannya. Menurut Maitland dan Newman (2004) wisata ikonik dapat dikenali masyarakat secara cepat karena kepopulerannya. Di Kecamatan Lembang terdapat banyak sekali pariwisata berskala besar sehingga sulit dalam mendeskripsikan wisata ikonik di Kecamatan Lembang.

II. METODE

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah deskriptif-kuantitatif. Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran secara utuh mengenai pariwisata di Kecamatan Lembang sehingga dapat memberikan penilaian mengenai pariwisata ikonik. Sedangkan analisis kuantitatif digunakan untuk memberikan informasi mengenai partisipasi masyarakat dalam pengelolaan pariwisata ikonik di Kecamatan Lembang menggunakan teknik kuesioner.

Analisis Pariwisata Ikonik menurut kepada penelitian Becken (2004) bahwa pariwisata ikonik memiliki 5 kriteria yaitu adanya identifikasi sumber daya, memaksimalkan kualitas produk, interpretasi, komersial, dan penggunaan komunitas yang besar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa saja pariwisata di Kecamatan Lembang yang dapat dikatakan ikonik yang dinilai berdasarkan kriteria Becken (2004).

Analisis partisipasi masyarakat yaitu peneliti menyebarkan kuesioner terhadap masyarakat sekitar pariwisata dan pengunjung pariwisata. Dengan ini variabel yang diteliti adalah bentuk partisipasi masyarakat menurut Davis (1995) dalam Sastropetro (1998) adalah diantaranya pikiran, tenaga, pikiran dan tenaga, keahlian/keterampilan, barang, dan uang/harta benda, faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat berdasarkan penelitian Sunarti (2003) dan Slamet (1994) [4], dan tingkat partisipasi Arnstein (1969) terdiri dari manupulasi, terapi, informasi, konsultasi, penentruman, kemitraan, pendelegasian kekuasaan, dan kontrol masyarakat.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis deskriptif kuantitatif, observasi dan wawancara mengenai pariwisata ikonik di Kecamatan Lembang peneliti menentukan wisata Floating Market dan wisata Orchid Forest sebagai studi kasus. Setelah itu peneliti melakukan penilaian terhadap kedua wisata tersebut menggunakan kriteria pariwisata ikonik yang diuraikan sebagai berikut:

A. Wisata Floating Market

1. Berdasarkan Kriteria Pariwisata Ikonik

Berdasarkan hasil analisis menggunakan kriteria pariwisata ikonik menunjukkan bahwa wisata Floating Market dapat dikatakan wisata ikonik karena dapat memenuhi 4 (empat) dari 5 (lima) kriteria yaitu identifikasi sumberdaya yang ditandai dengan memaksimalkan sumberdaya yang ada yaitu dengan memanfaatkan danau/keramba Situ Umar sebagai objek wisata, memaksimalkan kualitas produk ditandai dengan atraksi wisata terapung dan memaksimalkan produk setempat seperti adanya atraksi wisata taman kelinci dan kambing, interpretasi ditandai dengan persepsi pengunjung yaitu mendapatkan pengalaman setelah mengunjungi wisata dan mendapatkan kesan yang baik, dan kriteria komersial ditandai dengan memperdagangkan objek wisata buatan dengan menawarkan pasar terapung sebagai daya tariknya. Hal tersebut juga dibuktikan dengan jumlah pengunjung yang mencapai 200 pengunjung di hari-hari biasa dan pada hari-hari libur mencapai 1.000-2.000 pengunjung.

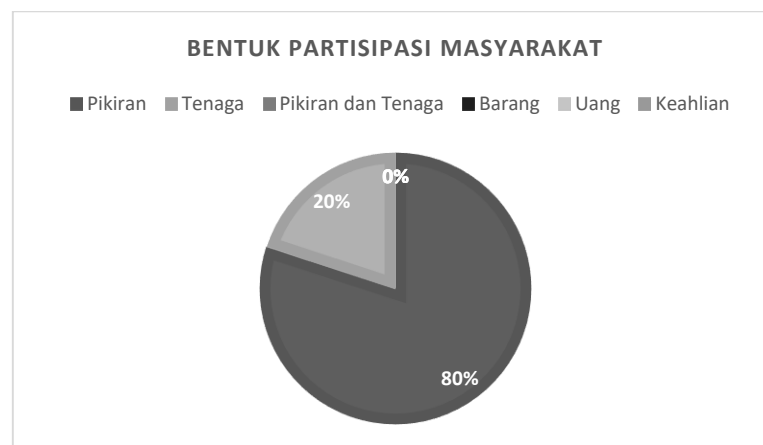
2. Berdasarkan Persepsi Pengunjung

Berdasarkan hasil analisis persepsi pengunjung menunjukkan bahwa dari 30 responden sebanyak 59% atau 18 responden mengatakan setuju apabila wisata Floating Market sebagai salah satu icon wisata di Kecamatan Lembang, 77% atau 23 responden setuju bahwa wisata Floating Market sebagai wisata populer di Kecamatan Lembang, dan 80% atau 24 responden mengatakan mendapatkan kesan baik terhadap wisata Floating Market.

3. Analisis Partisipasi Masyarakat

a. Bentuk Partisipasi Masyarakat

Bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata Floating Market berdasarkan hasil kuesioner menghasilkan nilai yang akan dijelaskan pada grafik di bawah ini :



Gambar 1 Grafik Bentuk Partisipasi Masyarakat

Dalam pengelolaan wisata Floating Market bentuk partisipasi masyarakat paling besar didominasi oleh bentuk pikiran sebanyak 80% dan bentuk partisipasi tenaga sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat lebih banyak memberikan partisipasinya dalam bentuk pikiran contohnya apabila ada rapat antara pengelola dengan pedagang pasar terapung, para pedagang memberikan saran maupun masukan. Sedangkan untuk partisipasi tenaga adalah masyarakat mendayagunakan seperti mengumpulkan beberapa perwakilan pedagang untuk melakukan rapat dengan pihak pengelola wisata Floating Market.

b. Tingkat Partisipasi Masyarakat

Dengan menggunakan skor skala likert dengan pilihan tiga skala sehingga menghasilkan nilai grade 1 adalah 0%-33% artinya tidak ada partisipasi, grade 2 adalah 34%-67% artinya masyarakat hanya sebagai alat legitimasi dalam pembangunan, dan grade 3 adalah 68%-100% artinya masyarakat memegang kendali penuh atas pembangunan yang akan dijelaskan pada tabel dibawah ini.

TABEL I
PEMBOBOTAN DI SETIAP TINGKATAN PARTISIPASI

| No | Grade | Tangga Partisipasi | Tingkat Partisipasi | Variabel Pernyataan | Bobot | | | Skor |
|----|-------|--------------------------|--|--|-------|----|----|------|
| | | | | | A | B | C | |
| 1 | 1 | Manipulasi | Tidak ada partisipasi | 1. Pemerintah/pemilik pariwisata memegang kendali penuh atas pelaksanaan pembangunan pariwisata | 11 | 18 | 1 | 37% |
| | | Terapi | | 2. Sosialisasi pembangunan pariwisata kepada masyarakat dilakukan oleh pemerintah/pemilik pariwisata | 6 | 24 | | |
| 2 | 2 | Pemberian Informasi | Masyarakat hanya sebagai alat legitimasi dalam pembangunan | 1. Masyarakat diberitahu mengenai adanya pariwisata. | 28 | 2 | | 88% |
| | | | | 2. Masyarakat diberitahu mengenai adanya pembangunan objek baru di lokasi wisata. | 27 | 3 | | |
| | | Konsultasi | | 3. Masyarakat memberikan saran atau masukan mengenai kegiatan pariwisata. | 24 | 6 | | |
| | | | | 4. Saran atau masukan yang diberikan masyarakat diterima oleh pengelola pariwisata/pemerintah. | 21 | 7 | 2 | |
| 3 | 3 | Kemitraan | Masyarakat memegang kendali penuh atas pembangunan | 1. Masyarakat ikut serta apabila ada rapat terkait pariwisata. | 20 | 5 | 5 | 40% |
| | | | | 2. Masyarakat bermusyawarah dengan pengelola pariwisata/pemerintah terkait kegiatan pariwisata. | 15 | 8 | 7 | |
| | | Pendelegasi an Kekuasaan | | 3. Masyarakat membentuk kelompok untuk mengelola pariwisata. | | 4 | 26 | |

| No | Grade | Tangga Partisipasi | Tingkat Partisipasi | Variabel Pernyataan | Bobot | | | Skor |
|--------|-------|--------------------|---------------------|--|-------|----|-----|------|
| | | | | | A | B | C | |
| | | | | 4. Masyarakat membuat rencana dalam pembangunan objek wisata. | 1 | 1 | 28 | |
| | | Kontrol Masyarakat | | 5. Masyarakat mengambil inisiatif sendiri secara bebas dalam mengelola pariwisata. | | | 30 | |
| | | | | 6. Masyarakat memiliki hak dalam mengontrol kegiatan pariwisata. | | | 30 | |
| Jumlah | | | | | 11 | 78 | 129 | 55% |
| | | | | | 8 | | | |

Dari tabel di atas menghasilkan nilai 55%, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat di wisata Floating Market masuk ke dalam grade 2 yang dimana masyarakat hanya masyarakat hanya berperan memberi informasi untuk melakukan konsultasi dan penentruman tetapi pemegang keputusan tetap berada pada pihak pariwisata.

c. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat

Faktor internal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata Floating Market adalah masyarakat dengan umur 20-24 tahun lebih aktif berpartisipasi. Selain itu dari tingkat pendidikan, pengetahuan dan wawasan masyarakat yang masih terbatas sehingga seringkali masyarakat hanya ikutserta apabila ada rapat akan tetapi masyarakat belum bisa ikut berdiskusi karena pada umumnya masyarakat kurang memahami peran serta mereka dalam pengelolaan wisata Floating Market dan faktor eksternal adalah kurangnya sosialisasi dari pihak pariwisata untuk melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata dan kurangnya kesadaran dari pihak pengelola bahwa pentingnya partisipasi masyarakat dalam suatu pembangunan. Sehingga masyarakat disekitar wisata Floating Market kurang terlibat di dalam pengelolaan dikarenakan seluruh pengelolaan wisata dipegang oleh pihak wisata.

B. Wisata Orchid Forest

1. Berdasarkan Kriteria Pariwisata Ikonik

Berdasarkan hasil analisis menggunakan kriteria pariwisata ikonik menunjukkan bahwa wisata Orchid Forest dapat dikatakan wisata ikonik karena dapat memenuhi 5 (lima) kriteria yaitu identifikasi sumberdaya yang ditandai dengan memaksimalkan sumberdaya yang ada yaitu dengan memanfaatkan Kawasan Pangkuan Hutan Lembang sebagai wisata alam, memaksimalkan kualitas produk yang ditandai dengan menawarkan atraksi wisata yang berhubungan dengan alam seperti taman angrek dan rabbit forest, interpretasi yang ditandai dengan persepsi pengunjung yang mengatakan mendapatkan kesan baik setelah mengunjungi wisata Orchid Forest, komersial ditandai dengan jumlah pengunjung yang mencapai 1.000 pengunjung di setiap harinya, dan penggunaan komunitas yang besar ditandai dengan adanya hubungan kerjasama dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang memiliki wewenang terhadap pembangunan wisata di Kawasan Pangkuan Hutan Lembang.

2. Berdasarkan Persepsi Pengunjung

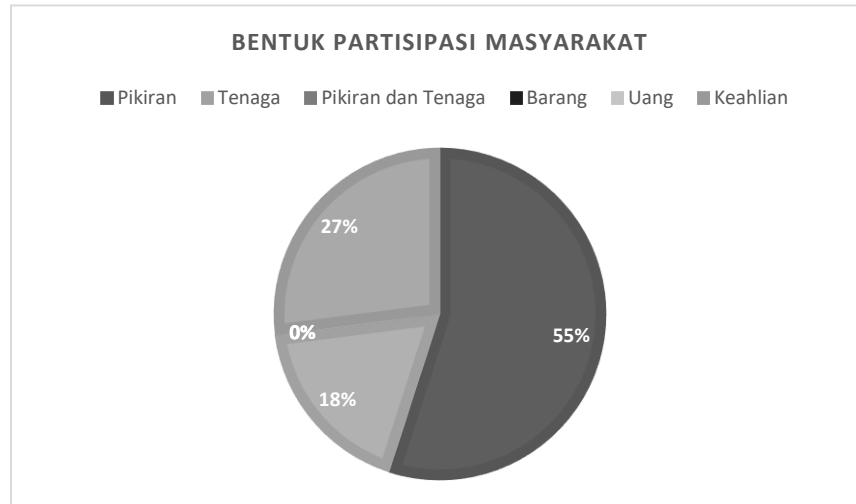
Berdasarkan hasil analisis persepsi pengunjung menunjukkan bahwa dari 30 responden sebanyak 60% atau 18 responden mengatakan setuju apabila Orchid Forest

sebagai salah satu icon wisata di Kecamatan Lembang, sebanyak 60% atau 18 responden mengatakan setuju bahwa wisata Orchid Forest sebagai wisata populer di Kecamatan Lembang, dan sebanyak 68% atau 20 responden mengatakan mendapatkan kesan baik setelah mengunjungi wisata Orchid Forest.

3. Analisis Partisipasi Masyarakat

a. Bentuk Partisipasi Masyarakat

Bentuk partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata Orchid Forest berdasarkan hasil kuesioner menghasilkan nilai yang akan dijelaskan pada grafik di bawah ini :



Gambar 2 Bentuk Partisipasi Masyarakat

Dalam pengelolaan wisata Orchid Forest bentuk partisipasi masyarakat adalah bentuk partisipasi pikiran 55%, tenaga 18%, dan keahlian 27%. Bentuk partisipasi keahlian memiliki nilai yang cukup besar karena Orchid Forest memiliki kendali dari Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang dimana anggota-anggota dari Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) sendiri memiliki keahlian dalam bidang kehutanan guna mengontrol dan mengawasi kawasan Hutan Cikole.

b. Tingkat Partisipasi Masyarakat

Tingkat partisipasi masyarakat di wisata Orchid Forest akan dijelaskan pada tabel di bawah ini :

TABEL II
PEMBOBOTAN DI SETIAP TINGKATAN PARTISIPASI

| No | Grade | Tangga Partisipasi | Tingkat Partisipasi | Variabel Pernyataan | Bobot | | | Skor |
|----|-------|---------------------|---|---|-------|-----|-----|------|
| | | | | | A | B | C | |
| 1 | 1 | Manipulasi | Tidak ada partisipasi | Pemerintah/pemilik pariwisata memegang kendali penuh atas pelaksanaan pembangunan pariwisata | - | 40 | 46% | |
| | | | | Sosialisasi pembangunan pariwisata kepada masyarakat dilakukan oleh pemerintah/pemilik pariwisata | 24 | 16 | | |
| 2 | 2 | Pemberian Informasi | Masyarakat diberitahu mengenai adanya pariwisata. | 40 | - | 93% | | |

| No | Grade | Tangga Partisipasi | Tingkat Partisipasi | Variabel Pernyataan | Bobot | | | Skor |
|--------------------|------------|---|--|--|-------|-----|----|------|
| | | | | | A | B | C | |
| 3 | 3 | Konsultasi | Masyarakat hanya sebagai alat legitimasi dalam pembangunan | Masyarakat diberitahu mengenai adanya pembangunan objek baru di lokasi wisata. | | 27 | 13 | |
| | | | | Masyarakat memberikan saran atau masukan mengenai kegiatan pariwisata. | | 40 | - | |
| | | | | Saran atau masukan yang diberikan masyarakat diterima oleh pengelola pariwisata/pemerintah. | | 40 | - | |
| | | Kemitraan | Masyarakat memegang kendali penuh atas pembangunan | Masyarakat ikut serta apabila ada rapat terkait pariwisata. | 23 | 17 | - | 54% |
| | | | | Masyarakat bermusyawarah dengan pengelola pariwisata/pemerintah terkait kegiatan pariwisata. | 40 | - | - | |
| | | Pendelegasian Kekuasaan | Masyarakat | Masyarakat membentuk kelompok untuk mengelola pariwisata. | 40 | - | - | |
| | | | | Masyarakat membuat rencana dalam pembangunan objek wisata. | 16 | 20 | 4 | |
| Kontrol Masyarakat | Masyarakat | Masyarakat mengambil inisiatif sendiri secara bebas dalam mengelola pariwisata. | | 16 | 24 | | | |
| | | Masyarakat memiliki hak dalam mengontrol kegiatan pariwisata. | 40 | - | - | | | |
| Jumlah | | | | | 159 | 224 | 97 | 64% |

Dari tabel di atas menghasilkan nilai 64%, hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat di wisata Orchid Forest masuk ke grade 2 yang mana masyarakat hanya berperan memberi informasi untuk melakukan konsultasi dan penentruman tetapi pemegang keputusan tetap berada pada pihak pariwisata. Akan tetapi walaupun partisipasi masyarakat berada pada tingkat sedang akan tetapi di wisata Orchid Forest terdapat adanya Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang memiliki kekuasaan langsung dalam jalannya wisata di kawasan Hutan Cikole. LMDH merupakan sebuah lembaga masyarakat yang di naungi oleh Dinas Perhutani yang bertugas untuk mengontrol maupun mengawasi kawasan Hutan Lindung di Desa Cikole. LMDH memiliki wewenang yang penuh atas pengelolaan wisata Orchid Forest. Pembangunan wisata di kawasan hutan lindung Cikole tidak lebih dari 10% sesuai dengan peraturan dimana Kawasan Pangkuan Hutan (KPH) Bandung Utara tidak boleh melebihi 10% dalam mendirikan bangunan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak pengelola wisata Orchid Forest mengatakan bahwa LMDH tidak ikut masuk ke dalam pengelolaan maupun perencanaan yang ada di dalam wisata akan tetapi LMDH memiliki kekuasaan eksternal di setiap pembangunan wisata yang berhubungan dengan kawasan Hutan Lindung Cikole.

c. Faktor Internal dan Faktor Eksternal Yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat

Faktor internal yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata Orchid Forest adalah masyarakat dengan umur 25-30 tahun lebih aktif berpartisipasi, karena disini dilihat pula dari umur anggota Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH) yang berumur 25-30 tahun. Selain dari anggota LMDH terdapat pula masyarakat sekitar, faktor internalnya yaitu dari tingkat pendidikan, pengetahuan dan wawasan masyarakat yang masih terbatas sehingga seringkali masyarakat hanya

ikutserta apabila ada rapat akan tetapi masyarakat belum bisa ikut berdiskusi karena pada umumnya masyarakat kurang memahami peran serta mereka dalam pengelolaan wisata Orchid Forest dan faktor eksternalnya yang mempengaruhi partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata Orchid Forest adalah berdasarkan penelitian, kurangnya sosialisasi dari pihak pariwisata untuk melibatkan masyarakat dalam pengelolaan wisata dan kurangnya kesadaran dari pihak pengelola bahwa pentingnya partisipasi masyarakat dalam suatu pembangunan. Sehingga masyarakat disekitar wisata Orchid Forest kurang terlibat di dalam pengelolaan dikarenakan seluruh pengelolaan wisata dipegang oleh pihak wisata.

IV. KESIMPULAN

Wisata Floating Market dan wisata Orchid Forest dapat dikatakan wisata ikonik berdasarkan kriteria pariwisata ikonik meliputi adanya identifikasi sumber daya, penekanan pemasaran artinya memaksimalkan kualitas produk, interpretasi, adanya penjualan, dan penggunaan komunitas yang besar (Becken, 2004). Sedangkan untuk tingkat partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata ikonik yaitu wisata Floating Market dan Orchid Forest menunjukkan bahwa keterlibatan masyarakat di kedua wisata masih sedang yaitu masyarakat hanya berperan memberi informasi untuk melakukan konsultasi dan penentruman tetapi pemegang keputusan tetap berada pada pihak pariwisata. Bentuk partisipasi masyarakat di wisata Floating Market yaitu lebih tepatnya di tahap informasi.

Informasi yang dilakukan oleh masyarakat wisata Floating Market adalah masukan dan saran mengenai pengembangan atraksi wisata agar semakin menarik. Masukan dan saran diberikan pada saat rapat antara pihak pengelola dengan wakil pedagang atau selaku ketua pedagang di pasar terapung. Berdasarkan informasi dari beberapa pedagang mereka mengatakan berhak memberikan masukan mengenai pengembangan wisata agar lebih menarik karena semakin menarik atraksi wisata maka semakin tinggi pula wisatawan sehingga berpengaruh besar terhadap para pedagang. Dan untuk tingkat partisipasi masyarakat di wisata Orchid Forest masyarakat hanya berperan memberi informasi untuk melakukan konsultasi dan penentruman tetapi pemegang keputusan tetap berada pada pihak pariwisata. Akan tetapi karena adanya LMDH sebenarnya berperan penting akan tetapi tidak dalam perencanaan maupun pengelolaan wisata melainkan memiliki kekuasaan eksternal dan memiliki power dalam pembangunan wisata.

Dengan begitu maka diantara kedua wisata ikonik yaitu Floating Market dan Orchid Forest menunjukkan bahwa tingkat partisipasi masyarakat masih rendah yang mana masyarakat masih berperan sebagai pemberi informasi. Akan tetapi di wisata Orchid Forest walaupun pengelolaan internal wisata memang dikendalikan oleh pemilik pariwisata akan tetapi ada lembaga masyarakat yang memiliki kekuasaan eksternal di setiap pembangunan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Badan Pusat Statistik (2018). Kecamatan Lembang Dalam Angka. Badan Pusat Statistik Jakarta.
- [2] Weidenfeld, A. (2010). Iconicity and Flagshipness of Tourist Attractions. *Annals of Tourism Research*, 1-37(3):852-4
- [3] Becken, S. (2004). The Role of Tourist Icons For Sustainable Tourism. *Journal of Vacation Marketing*, Jan:11(1):21-30
- [4] Purwandari AW, Mussadun. (2015). Studi Partisipasi Masyarakat Pada Pelaksanaan Musyawarah Perencanaan Pembangunan Kelurahan di Kelurahan Semangi Kota Surakarta, 11(4):377-390
- [5] Arnstein SR, (1969). Ladder of Citizen Participation. *Journal of The American Institute of Planners*, Jul 1-35(4):216-24
- [6] Mua, G.P., & Suheri, T. Tingkat Kepuasan Masyarakat Tentang Alun-Alun Kota Bandung Sebagai Ruang Terbuka Publik. *Univeristas Komputer Indonesia*, 15