
STRATEGI PENGEMBANGAN DESA WISATA BERBASIS MASYARAKAT DI NAGARI MANDEH

*Iftita Rahmi Efendi¹, Vikri², Sherlyna³, Popi Marseli⁴, Fadillah Nisa Caniago⁵, Yuliana⁶

¹⁻²Program studi D4 Manajemen Perhotelan, UNP, Padang, Indonesia, iftitarahmiefendi17@gmail.com:

³Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, UNP, Padang, Indonesia

⁴Program Studi Tata Busana, UNP, Padang, Indonesia

⁵Program Studi Pendidikan Kimia, UNP, Padang, Indonesia

⁶Program Studi Tata Boga, UNP, Padang, Indonesia

ABSTRAK

Article History

Submitted:

29 Februari 2022

Reviewed:

19 Maret 2022

Accepted:

04 Juli 2022

Published:

15 November 2022

Desa wisata nagari Mandeh merupakan desa wisata yang memiliki potensi wisata alam yang indah. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan desa wisata nagari Mandeh berbasis masyarakat yaitu merupakan alat bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian campuran (mix method). Data kualitatif melalui observasi, wawancara, dokumentasi dan Focus Grup Discussion (FGD) bersama masyarakat dalam merumuskan strategi pengembangan desa wisata. Selanjutnya dianalisis dengan reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan. Data kuantitatif dikumpulkan dengan menyebarkan angket, kemudian dianalisis secara deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata nagari Mandeh dapat dikembangkan dengan CBT (Community Based Tourism) seperti mengaktifkan kembali kelompok sadar wisata dan melakukan pendampingan kegiatan pariwisata di desa wisata nagari Mandeh.

Kata Kunci: Potensi Desa, Desa Wisata, *Community Based Tourism* (CBT), Nagari Mandeh

COMMUNITY-BASED TOURISM VILLAGE DEVELOPMENT STRATEGY IN NAGARI MANDEH

ABSTRACT

Mandeh Nagari tourism village is a tourist village that has beautiful natural tourism potential. This study aims to formulate a community-based development strategy for the Mandeh Nagari Tourism Village (CBT), which is a tool for sustainable tourism development. The research method used is mixed (mix method). Qualitative data through observation, interviews, documentation and Focus Group Discussion (FGD) were then analyzed by data reduction, data presentation and conclusion. Quantitative data was collected by distributing questionnaires and then analyzed descriptively. The results showed that the Mandeh Nagari tourism village could be developed with CBT (Community Based Tourism), such as re-activating tourism awareness groups and providing assistance to tourism activities in the Mandeh Nagari tourism village.

Keywords : *Potential Village, Tourism Village, Community Based Tourism (CBT), Nagari Mandeh*



PENDAHULUAN

Lebih dari enam dekade, pariwisata telah menjadi sektor tercepat dalam perkembangannya sebagai salah satu aktifitas ekonomi dunia, Brunner (2010) mengatakan: *Over the past six decades, tourism has been one of the world economy's fastest growing sectors*, bahkan pada pergantian abad ini, industri pariwisata mengalami transformasi yang dipicu oleh proses globalisasi yang meluas.

United Nation World Tourism Organizations (UNWTO) mengakui bahwa sektor pariwisata adalah sektor unggulan (*tourism is a leading sector*) dan merupakan salah satu kunci penting untuk pembangunan wilayah di suatu negara dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat. Sektor pariwisata telah mengalami ekspansi dan diversifikasi berkelanjutan, serta menjadi salah satu sektor ekonomi yang terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia.

Dukungan masyarakat melalui peran dan fungsinya dalam kegiatan pariwisata merupakan salah satu tujuan dari pengembangan kepariwisataan yang dikemukakan oleh UNWTO. Pariwisata berbasis masyarakat semakin dianggap sebagai alternatif yang lebih berkelanjutan, karena menekankan keterlibatan aktif masyarakat setempat dan kontrol mereka terhadap pengembangan pariwisata.

Community Based Tourism (CBT) adalah pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial dan budaya. CBT merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan atau dengan kata lain CBT merupakan alat bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan (Suansri, 2003).

Sebagai contoh representasi dari pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah Desa Wisata. Salah satu daerah di Sumatera Barat yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi desa wisata adalah Nagari Mandeh. Nagari Mandeh merupakan salah satu nagari yang terdapat di kawasan Mandeh yang berlokasi di Kecamatan Koto XI Tarusan Kecamatan Tarusan Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat. Nagari

Mandeh adalah perpaduan perbukitan yang alami dengan keindahan teluk yang dihiasi dengan gugusan pulau kecil di tengah Teluk Carocok Tarusan. Puncak Mandeh berbatasan langsung dengan Kota Padang dengan jarak kurang lebih 56 km. Nagari Mandeh sendiri memiliki area seluas 2.485,14 Ha. Keindahan alam yang dimiliki serta jarak yang tidak terlalu jauh dari pusat kota menjadikan nagari Mandeh sangat berpotensi untuk dikunjungi wisatawan dari berbagai daerah.

Master Plan pengembangan ke depannya nagari Mandeh dipersiapkan sebagai nagari wisata budaya, kuliner, dan agrowisata. Masalah yang dihadapi dalam pengembangan nagari Mandeh adalah belum adanya kajian terhadap kesiapan pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (CBT) di Nagari Mandeh. Padahal di Nagari Mandeh ini terdapat potensi nagari yang besar untuk di kembangkan, seperti pulau setan, hutan mangrove, ikan teri dan buah nipah, jika potensi ini di kelola oleh masyarakat setempat maka manfaatnya dapat di rasakan sendiri oleh masyarakat dan menjadi *income* bagi nagari Mandeh.

Kemudian di dukung dengan adanya pemerintah, kelompok sadar wisata (Pokdarwis) dan komunitas pemuda yang akan menjadi ujung tombak di dalam pelaksanaan CBT. Hal ini yang menjadi dasar mengapa CBT menjadi strategi yang tepat untuk pengembangan desa wisata nagari Mandeh.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Fatimah, Eri Berlian, dan Yuliana ((2018)) menggambarkan tentang potensi kawasan wisata terpadu Mandeh berbasis budaya dan kearifan lokal. Pada penelitian tersebut belum dilakukan analisis strategi pengembangan tentang Desa Wisata Nagari Mandeh. Hal inilah yang menjadi pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang akan dilakukan ini.

Berdasarkan uraian di atas, maka sangat penting dilakukan kajian terkait strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di Nagari Mandeh, dengan mempertimbangkan potensi nagari dan kesiapan pelaksanaan CBT. Hal ini dilakukan

dalam upaya mempercepat pengembangan desa wisata terintegrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut: (1) Bagaimana potensi desa wisata yang terdapat di Nagari Mandeh? (2) Bagaimana kesiapan pengembangan desa wisata berbasis CBT di Nagari Mandeh? (3) Apa strategi yang cocok diterapkan untuk menunjang percepatan pengembangan desa wisata nagari Mandeh?

Urgensi dari penelitian ini adalah belum ditemukannya strategi yang sesuai dalam pengembangan desa wisata nagari Mandeh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi yang tepat dalam pengembangan desa wisata nagari Mandeh sehingga dapat membantu masyarakat dalam mengembangkan desa wisata nagari Mandeh.

LITERATUR REVIEW

Desa Wisata

Desa Wisata adalah desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami dengan pengembangan fasilitas pendukung wisatanya dalam suatu tata lingkungan yang harmonis dan pengelolaan yang baik dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktifitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Muliawan, 2008). Menurut Muliawan (2008) prinsip pengembangan desa wisata adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan serta memiliki prinsip-prinsip pengelolaan antara lain: (1) Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat;

(2) Menguntungkan masyarakat setempat; (3) Berskala kecil untuk memudahkan terjalinnya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat; (4) Melibatkan masyarakat setempat; (5) Menerapkan pengembangan produk wisata pedesaan.

Kriteria Desa Wisata

Menurut Muliawan (2008) Kriteria dari desa wisata adalah sebagai berikut: (1) Memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas (sebagai atraksi wisata), baik berupa karakter fisik lingkungan alam pedesaan maupun kehidupan sosial budaya kemasyarakatan; (2) Memiliki dukungan dan kesiapan fasilitas pendukung kepariwisataan terkait dengan kegiatan wisata pedesaan, yang antara lain dapat berupa: akomodasi/penginapan, ruang interaksi masyarakat dengan wisatawan/tamu, atau fasilitas pendukung lainnya; (3) Memiliki interaksi dengan pasar (wisatawan) yang tercermin dari kunjungan wisatawan ke lokasi desa tersebut; (4) Adanya dukungan, inisiatif dan partisipasi masyarakat setempat terhadap pengembangan desa tersebut terkait dengan kegiatan kepariwisataan (sebagai desa wisata).

Komponen Pengembangan Desa Wisata

Komponen-komponen dalam pengembangan desa wisata menurut Karyono dalam (Atmoko, 2014) adalah: (1) Atraksi dan kegiatan wisata, atraksi wisata dapat berupa seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, hiburan, jasa dan lain lain yang merupakan daya tarik wisata. Atraksi ini memberikan ciri khas daerah tersebut yang mendasar minat wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut. Kegiatan wisata adalah apa yang dikerjakan wisatawan atau apa motivasi wisatawan datang ke destinasi yaitu keberadaan mereka disana dalam waktu setengah hari sampai berminggu – minggu; (2) Akomodasi, akomodasi pada desa wisata yaitu sebagian dari tempat tinggal penduduk setempat dan atau unit-unit yang berkembang atas konsep tempat tinggal penduduk; (3) Unsur institusi atau kelembagaan dan SDM, dalam pengembangan desa wisata lembaga yang mengelola harus memiliki kemampuan yang handal; (4) Fasilitas pendukung wisata

lainnya, pengembangan desa wisata harus memiliki fasilitas- fasilitas pendukung seperti sarana komunikasi; (5) Infrastruktur lainnya, infrastruktur lainnya juga sangat penting disiapkan dalam pengembangan desa wisata seperti sitem drainase; (6) Transportasi, transportasi sangat penting untuk memperlancar akses tamu; (7) Sumber daya lingkungan alam dan soasial budaya; (8) Masyarakat, dukungan masyarakat sangat besar peranannya seperti menjaga kebersihan lingkungan, keamanan, keramah tamahan; (9) Pasar domestik dan Mancanegara, pasar desa wisata dapat pasar wisata domestik maupun mancanegara.

Potensi Desa Wisata

Desa wisata merupakan wilayah pedesaan yang memiliki daya tarik bagi wisatawan. Desa yang menjadi tujuan wisata biasanya memiliki keaslian sosial budaya, adat istiadat, keseharian, arsitektur, tata ruang, dan didukung dengan adanya atraksi (Zakaria, 2014). Hasil penelitian Zulhitra, Yuliana dan Pasaribu (2016) menemukan bahwa Desa Madobag Kepulauan Mentawai memiliki potensi budaya yang digolongkan sebagai Desa wisata budaya.

Hyunjin (2013) menyebutkan bahwa desa wisata memiliki beberapa komponen utama, yaitu: keunikan/keaslian/sifat khas; berada di lingkungan alam yang asri; dikelola oleh kelompok masyarakat yang memiliki kearifan lokal; serta memiliki prasarana dasar yang mendukung pariwisata. Mihalic (2016) menyebutkan bahwa desa wisata wajib menunjukkan partisipasi lokal, memiliki norma, memiliki adat istiadat, dan memiliki kekhasan budaya.

Hasil penelitian Purbasari dan Manaf (2017) tentang Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa pada Desa Wisata Pentingsari menunjukkan hasil bahwa daya tarik utama Desa Ekowisata Nglanggeran adalah aksi konservasi yang menarik para pengembara dan pecinta alam.

Sedangkan di desa wisata desa Pentingsari, kehidupan masyarakat desa menjadi daya tarik tersendiri untuk wisata edukasi yang menarik

mahasiswa untuk menjalani program di desa wisata Pentingsari.

Umumnya, kekhasan dari sebuah desa wisata adalah pertanian, peternakan, kesenian, makanan, pemandangan, kerajinan, dan kepercayaan masyarakat. Inti dari desa wisata adalah penguatan peran dan eksistensi masyarakat melalui pariwisata. Faktor pentingnya adalah kekhasan dari desa (Rahmatillah, 2019). Desa wisata telah menjadi trend pariwisata masa kini, masyarakat modern lebih mencari desa wisata sebagai alternatif wisatanya (Mihalic, 2016).

Pengembangan Desa Wisata Berbasis CBT

Pengembangan desa wisata tujuan utamanya adalah menarik kunjungan wisatawan, dan sekaligus menerapkan pariwisata berbasis masyarakat (*Community Based Tourism/CBT*) yang prinsip utamanya berupa keberlanjutan. Kunjungan wisatawan selalu diawali dengan pola konsumsi yang perlu dipenuhi oleh wisatawan (Mihalic, 2016).

Artinya, seiring dengan proses pengembangan yang dilakukan oleh pengelola, hal yang tidak dapat ditinggalkan adalah promosi untuk menarik minat calon wisatawan terhadap produk desa wisata. Salah satu yang harus dikembangkan adalah sikap melayani, konsumsi terjadi karena adanya keinginan untuk memperoleh layanan wisata ketika berkunjung kesuatu objek wisata (Cohen, 2014).

Kondisi di desa wisata juga perlu memperhatikan faktor pengalaman yang bisa diperoleh oleh wisatawan. Pengalaman wisata adalah inti dari industri pariwisata dan perhotelan (Zhang, 2017).

Pengalaman muncul ketika terjadi interaksi antara wisatawan dan lingkungan yang ditemui selama perjalanan, dan melibatkan kelima indera untuk merasakannya (Hyunjin, 2013). Pengalaman dan kesan yang diperoleh wisatawan akan membawa pada kepuasan wisatawan (Dodds, 2019).

Kepuasan wisatawan adalah kunci keberhasilan pengelola objek wisata, hal ini dapat dilihat dari pola yang ditunjukkan oleh

konsumen yang puas, mereka biasanya memutuskan untuk berkunjung kembali (Kotler, 2017) dan (Hyunjin, 2013).

Pengembangan desa wisata yang berkelanjutan menghadapi masalah yang serupa di berbagai wilayah, masalahnya adalah pengembangan yang tidak berprinsip keberlanjutan (Pitanatri, 2019). Destinasi yang mulai maju, mulai mapan secara ekonomi, seringkali menghadapi masalah terkait dengan isu-isu lingkungan dan sosial.

Hal tersebut merupakan salah satu yang mendasari pentingnya penerapan pariwisata yang berkelanjutan. Permasalahan yang sering muncul merubah trend pengelolaan kepariwisataan menjadi berprinsip keberlanjutan (Mihalic, 2016).

Kondisi ideal pariwisata di masa kini adalah pariwisata yang berkelanjutan (UNWTO, 2011). Pariwisata yang berkelanjutan tidak sulit bagi desa wisata dibandingkan swasta, karena desa wisata lebih mengejar kesejahteraan bersama, dibandingkan swasta yang mengejar keuntungan saja (Leslie, 2012).

Analisis SWOT

Teori Analisis SWOT adalah sebuah teori yang digunakan untuk merencanakan sesuatu hal yang dilakukan dengan SWOT. SWOT adalah sebuah singkatan dari, S adalah Strengths atau Kekuatan, W adalah Weakness atau Kelemahan, O adalah Opportunity atau Kesempatan, dan T adalah Threat atau Ancaman. SWOT ini biasa digunakan untuk menganalisis suatu kondisi dimana akan dibuat sebuah rencana untuk melakukan sesuatu, sebagai contoh, program kerja (Rangkuti, 2003).

Menurut Rangkuti (2003), SWOT adalah identitas berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi pelayanan. Analisis ini berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian campuran (*mix methods*) yaitu suatu langkah penelitian menggunakan dua bentuk pendekatan dalam penelitian yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian campuran merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif (Creswell, 2010).

Sedangkan menurut Sugiyono (2019) *mix methods* adalah metode penelitian dengan mengkombinasikan antara dua metode penelitian sekaligus, kualitatif dan kuantitatif dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga akan diperoleh data yang lebih komprehensif, valid, reliabel, dan objektif. Informan penelitian terdiri dari wali nagari, sekretaris nagari, kepala kampung, pengelola rumah makan, pengelola homestay, kelompok sadar wisata (pokdarwis), kelompok remaja masjid, dan tokoh masyarakat.

Data kualitatif dikumpulkan dengan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Kemudian dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan pengambilan kesimpulan.

Data kuantitatif dikumpulkan dengan menyebarkan angket kepada 30 responden yaitu terdiri dari pihak pemerintahan, pelaku usaha, kelompok pemuda dan pengunjung, kemudian dianalisis secara deskriptif dengan menggunakan klasifikasi Arikunto (2010) dengan rumus sebagai berikut: (1) Kategori sangat baik: $>(Mi+1,5 Sdi)$; (2) Kategori baik: $(Mi+0,5Sdi)-<(Mi+1,5 Sdi)$; (3) Kategori cukup: $(Mi-0,5 Sdi)-< (Mi+0,5 Sdi)$; (4) Kategori Buruk: $(Mi- ,5 Sdi)-< (M -0,5 Sdi)$; (5) Kategori sangat buruk : $<(Mi-1,5 Sdi)$.

Untuk menentukan skor rata-rata ideal digunakan patokan kurva normal sebagai berikut: $Mi = \frac{1}{2}$ (skor ideal maksimum + skor ideal minimum), $Sdi = \frac{1}{6}$ (skor ideal maksimum – skor ideal minimum). Dimana: $Mi =$ Skor rata-rata ideal, $Sdi =$ Simpanan baku.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Nagari Mandeh

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi tim peneliti terkait potensi Desa Wisata Nagari Mandeh sebagai destinasi unggulan, menurut Maryani (1991) dalam (Salsabila, 2019) dapat diuraikan indikator syarat utama destinasi unggulan yang meliputi *what to see*, *what to do*, *what to buy*, *what to arrived* dan *what to stay*.

Pertama yaitu *What to see*, *what to see* dari Nagari Mandeh yaitu memiliki pemandangan alam yang alami, seperti pemandangan laut tenang yang dihiasi dengan gugusan pulau kecil yaitu Pulau Setan (Soetan) yang dapat dikunjungi dengan menggunakan perahu wisata yang dikelola oleh masyarakat setempat.

Sebagaimana yang dikemukakan oleh Sekretaris Nagari Mandeh, Bapak Arwis, bahwa icon nagari mandeh adalah pulau setan yang hampir semua wisatawan yang datang ke Nagari Mandeh menginginkan untuk diantar ke pulau tersebut (Gambar 1). Selain itu, Desa Wisata Nagari Mandeh Juga memiliki hutan mangrove yang masih alami (Gambar 2).



Gambar 1. Pulau Setan (Soetan)

(Sumber: <https://www.trenasia.com/pulau-setan-ada-di-indonesia-seram-namanya-tapi-indah-pantainya>)



Gambar 2. Hutan Magrove

Kedua ada *What to do*, pada umumnya pengunjung yang datang ke Nagari Mandeh melakukan aktivitas naik perahu mengelilingi pulau setan (soetan), sebagai objek wisata utama di Nagari Mandeh. Selain itu, sebageian wisatawan juga melakukan snorkling (Gambar 3). Ketua Pokdarwis mengemukakan bahwa aktivitas snorkling merupakan kegiatan yang diminati oleh wisatawan dari kalangan remaja.



Gambar 3. Aktivitas Snorcling di Desa Wisata Nagari Mandeh

Ketiga yaitu *What to buy*, Nagari Mandeh mempunyai ikan yang terkenal yaitu ikan teri. Harga ikan teri berkisar dari Rp70.000 - Rp120.000/kilogram. Biasanya pengunjung yang datang ke Nagari Mandeh hanya membeli ikan teri yang mentah untuk dijadikan oleh-oleh khas dari Mandeh. Selain ikan teri, Desa Wisata nagari Mandeh juga memiliki buah nipah, namun belum banyak diolah oleh masyarakat.

Kemudian yang ke empat ada *What to arrive* wisatawan yang dating ke Nagari Mandeh

dapat menggunakan kendaraan pribadi seperti mobil dan motor. Akses jalan yang baik dan tidak jauh dari pusat kota, menjadi nilai tambah bagi wisatawan.

Selanjutnya yang ke lima ada *What to stay* Nagari Mandeh sudah ada akomodasi seperti homestay yang dapat digunakan pengunjung untuk beristirahat ataupun menginap. Harga sewa per malam Rp. 300.000/kamar. Ada 4 homestay yang terdapat di Nagari Mandeh. Homestay tersebut dilengkapi fasilitas berupa kasur utama, bantal, kipas angin, kasur santai, karpet dan toilet bersama.

Dari hari wawancara, observasi dan dokumentasi yang telah dilakukan, Nagari Mandeh telah memiliki 4 (empat) komponen daya tarik. Menurut Cooper dkk (2005) ada 4 komponen pariwisata yang dinamakan 4A (attractions, accessibilities, amenities dan ancillary). Secara umum (86,7%) masyarakat dan wisatawan menilai Desa Wisata Nagari Mandeh memiliki potensi daya tarik yang baik dan sangat baik, namun 13,3% menilai cukup pada aspek *amenity* dan *ancillary service* sebagaimana terlihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Penilaian Masyarakat dan Wisatawan tentang Daya Tarik Desa Wisata Nagari Mandeh

Secara lebih terperinci, daya tarik Desa Wisata Nagari Mandeh dapat dilihat dari indikator 4 A, yang pertama yaitu *Attraction* (Atraksi) atraksi wisata yang terdapat di Desa Wisata Nagari Mandeh ada tiga yaitu atraksi alam, atraksi buatan dan atraksi budaya. Atraksi alam yang dapat yaitu berupa pulau

Setan (Soetan) dan hutan mangrove. Namun untuk hutan mangrove ini perlu adanya pengembangan untuk menjadi objek wisata yang indah. Namun nagari Mandeh sendiri sudah ada master plan untuk pengembangan objek wisata mangrove. Kemudian juga ada atraksi buatan berupa transportasi laut seperti perahu wisata yang dapat membawa wisatawan ke pulau yang ada di Nagari Mandeh. Lalu juga ada atraksi kebudayaan yaitu berupa kegiatan kesenian seperti tarian yang di pertunjukkan, namun pada saat ini di Nagari Mandeh hanya ditampilkan pada saat acara adat saja, semetara untuk kegiatan pariwisata belum ada. Hal ini dikarenakan belum adanya penggerak dari anak nagari yang mau berperan aktif dalam kegiatan kesenian ini.

Kedua yaitu *Accessibility* (Aksesibilitas), aksesibilitas yang ada di nagari Mandeh yaitu berupa jalan menuju nagari Mandeh yang baik (Gambar 5), walaupun masih ada jembatan yang rusak menuju Nagari Mandeh, akan tetapi sekarang pemerintah nagari Mandeh sedang melakukan perbaikan jalan. Namun ke Nagari Mandeh belum tersedia transportasi umum yang dapat langsung kesana. Untuk ke nagari Mandeh wisatawan harus dengan kendaraan pribadi seperti mobil ataupun motor. Kemudian tersedianya transportasi laut yaitu perahu wisata untuk menuju pulau di Nagari Mandeh dan kawasan wisata Mandeh. Perahu wisata ini dikelola oleh masyarakat sekitar. Harga penyewaan perahu wisata ini bervariasi mulai dari Rp.200.000- 650.000, tergantung jarak pulau yang dituju.



Gambar 5. Kondisi Jalan Raya ke Mandeh

Ketiga yaitu *Amenity* (Fasilitas), Fasilitas yang ada di Nagari Mandeh yaitu berupa akomodasi seperti homestay, rumah makan dan toilet umum. *Homestay* di Nagari Mandeh mayoritas terbuat dari kayu (Gambar 6).

Harga sewa per malam Rp. 300.000/kamar. nagari Mandeh sendiri mempunyai 4 *homestay* yang dapat di sewa oleh wisatawan yang datang ke nagari Mandeh. Sementara itu rumah penduduk di Nagari Mandeh juga dapat di jadikan Homestay, tapi belum di aplikasikan oleh penduduk sekitar. Kemudian ada rumah makan (Gambar 7) yang menyediakan berbagai pilihan menu serta juga ada beberapa fasilitas penunjang rumah makan seperti toilet, musholla, dan tempat parkir yang luas.

Selanjutnya juga ada toilet umum, namun karna pengelolaan yang kurang toilet tersebut tidak terawatt dengan baik.



Gambar 6. Homestay



Gambar 7. Rumah Makan di Mandeh

Keempat yaitu *Ancilliary* (Pelayanan Tambahan), Pelayanan tambahan di nagari Mandeh saat ini belum ada. Namun potensi untuk adanya layanan tambahan tersebut

sebenarnya ada. Pelayanan tambahan tersebut dapat berupa toko oleh-oleh yang menjual makanan khas Nagari Mandeh. Oleh-oleh yang dijual dapat berupa makanan khas nagari Mandeh seperti peyek teri, rakik maco (Gambar 8), sala bada dan bakso ikan teri dan untuk minumannya berupa buah nipah yang dapat di olah menjadi jus buah nipah (Gambar 9). Lalu cenderamata yang dapat di pasarkan berupa kerajinan tangan berbentuk miniatur kapal. Namun sebenarnya dulu ada cenderamata seperti ini tapi karena toko pemasarannya tidak ada dan daya minat pembeli kurang akhirnya pembuatan miniatur kapal ini terhenti. Lalu tidak adanya pusat informasi pariwisata yang ada di Nagari Mandeh yang membuat para wisatawan kebingungan akan pariwisata yang ada di Nagari Mandeh.



Gambar 8. Ikan maco dan teri



Gambar 9. Buah nipah

Kesiapan Masyarakat Nagari Mandeh Terhadap Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat (CBT)

Menganalisis kesiapan masyarakat (CBT) dalam pembentukan desa wisata di nagari Mandeh. Teknik pengumpulan data diambil dengan cara observasi, wawancara, dokumentasi serta *Focus Group Discussion* (FGD). Berikut merupakan teknik yang dilakukan dalam pengembangan desa wisata di Nagari Mandeh:

Pertama yaitu Observasi, observasi telah dilakukan 2 kali ke desa wisata nagari Mandeh. Dalam kegiatan observasi ini dilakukan pengamatan untuk mengetahui potensi alam ataupun potensi sumber daya masyarakat yang dimiliki Nagari Mandeh.

Kemudian Wawancara, pada tahap ini tim melakukan wawancara kepadaseluruh aspek masyarakat baik dari sektor pemerintah, pemuda ataupun pedagang dan lain-lainnya. Hal itu bertujuan untuk menggali informasi dari masyarakat secara langsung serta untuk mengetahui kualitas sumber daya masyarakat nagari Mandeh.

Selanjutnya dokumentasi yang di gunakan sebagai bahan informasi dalam penelitian ini adalah berupa gambar-gambar yang berkaitan dengan potensi desa wisata di nagari Mandeh. Potensi tersebut berupa hutan mangrove, ikan teri dan buah nipah.

Terakhir yaitu *Focus Group Discussion* (FGD), FGD dilakukan oleh tim untuk mensosialisasikan program pembentukan desa wisata dengan konsep CBT kepada perangkat desa, pelaku usaha dan komunitas yang ada di nagari Mandeh. Dalam sosialisasi tersebut dijelaskan kegiatan-kegiatan dan program- program yang akan mendukung pembentukan desa wisata. Serta didiskusikan juga strategi yang ditawarkan oleh tim peneliti mengenai pengembangan desa wisata tersebut.

Kegiatan tersebut diperoleh beberapa informasi diantaranya sebagai berikut: (1) Masyarakat belum memiliki lembaga swadaya masyarakat yang aktif; (2) Kemauan pemuda nagari Mandeh yang

sangat minim dalam berpartisipasi pada setiap kegiatan Nagari; (3) Minimnya pengetahuan masyarakat tentang pengembangan desa wisata; (4) Belum adanya kelompok usahasehingga masyarakat mengembangkan usaha secara pribadi; (5) Kurangnya pengetahuan masyarakat dalam mengolah produk usaha yang menyebabkan pasang surutnya keinginan dalam mengembangkan produk.

Kegiatan tersebut juga menghasilkan beberapa kesepakatan diantaranya pengaktifan kembali lembaga-lembaga masyarakat terutama dalam bidang pariwisata. Lembaga / organisasi masyarakat desa memiliki peranan penting dalam keberlangsungan desa wisata sehingga perlunya dibentuk organisasi seperti kelompok sadar wisata (Pokdarwis) sebagai lembaga pengelola wisata sehingga nantinya desa wisata dapat berjalan dengan baik dan sesuai dengan yang diharapkan. Rencananya nagari Mandeh juga akan mengaktifkan kembali pokdarwis yang secara struktur organisasi berada di bawah Bamus. Pokdarwis akan bertugas mengelola destinasi wisata desa. Permasalahannya pokdarwis membutuhkan sumber daya manusia yang memahami tentang pengelolaan wisata. Pokdarwis masih kekurangan orang yang mau menjadi pengurus pokdarwis secara profesional. Pengelolaan pokdarwis secara profesional akan memudahkan pengelolaan wisata desa di kemudian hari.

Selanjutnya yaitu pemanfaatan kelompok PKK untuk melakukan pengolahan cendramata asli nagari Mandeh. Dalam hal ini memulai kembali kelompok produksi pengolahan buah nipah yang sempat terhenti. Sebelumnya sudah ada inisiatif dari ibuk-ibuk PKK untuk mengolah buah nipah menjadi selai akan tetapi kini tak beroperasi lagi dikarenakan kurangnya motivasi dan koordinasi, sehingga minimnya pengetahuan tentang pemasaran produk.

Strategi Pengembangan Desa Wisata Nagari Mandeh menggunakan analisis SWOT dalam hal ini dilihat dari 3 aspek diantaranya aspek Sebagai Perumusan strategi pengembangan pemerintah, pelaku usaha, dan sumber daya desa wisata di nagari Mandeh ini masyarakat.

Tabel 1. SWOT

SWOT	Strategi Pengembangan Desa Wisata Nagari Mandeh
Strenght (Kekuatan)	Pemerintah setempat memiliki masterplan pengembangan nagari Mandeh terkait pengembangan hutan mangrove. Memiliki potensi alam yang sangat indah seperti pulau setan (Soetan). Memiliki akses jalan yang baik. Sudah memiliki fasilitas pariwisataseperti homestay, warung makan, atraksi wisata, perahu wisata dan akses jalan. Sudah memiliki BUMNAG. Masyarakat banyak yang berada pada usia produktif.
Opportunities (Peluang)	Pemerintah provinsi sudah ada rencana ambil bagian dalam implementasi masterplan Kerja sama dengan perguruan tinggi untuk melakukan pendamping pengembangan SDM Tersedianya banyak CSR Pandangan yang baik oleh wisatawan terhadap Mandeh. Dominasi pemuda usia produktif yang bisa di kembangkan dan di ikut sertakan dalam mengimplementasikan program pengembangan kreatif di kawasan Mandeh.
Weakness (Kelemahan)	Kelembagaan tata kelola masih pada level 1 (level nagari), level 2 dinas pariwisata, level 3 kabupaten dan level 4 provinsi. Target pemerintah nagari Mandeh untuk mencapai level 3. Belum efektifnya pokdarwis, dilihat dari belum terlihat peran pokdarwis. Belum adanya komunitas /kelompok masyarakat di setiap bidang (misal komunitas seni, homestay, kuliner, promosi, dll) Belum adanya tarif standar untuk setiap fasilitas wisata (karena baru bisa standar kalau sudah ada kelompok) Rumah makan menjual makanan pada umumnya, tidak ada yang spesifik/makanan khas Spanduk homestay sudah sobek karena angin, sehingga informasi yang tertera pada spanduk tidak jelas, yang menyebabkan tamu tidak mengetahui nama dan kontak homestay yang dapat dihubungi Kebersihan homestay kurang terjaga, hal ini dikarenakan tamu yang sepi sehingga kebersihan tidak dilakukan secara berkala Tempat parkir kendaraan yang sulit di sekitar homestay dikarenakan tidak adanya ruang parkir khusus, sehingga kendaraan parkir di bahu jalan Sirkulasi udara yang kurang baik dikarenakan ventilasi yang kecil dan jendela kaca yang tidak bisa di buka Ikan hanya dijual mentah, bukan dalam bentuk olahan Tidak terlalu banyak orang yang bermalam di pulau sekitar mandeh, tidak banyak pedagang yang menjual hasil alam dari nagari Mandeh
Treath (Ancaman)	Adanya persaingan yang cukup ketat dengan desa wisata lain di kawasan mandeh. Pengunjung yang sepi dikarenakan pandemi dan pemberlakuan PPKM. Pengaruh Gadget dikalangan pemuda yang membuat kebanyakan pemuda menjadi generasi bungkuk dan kurang minat dalam berpartisipasi pada kegiatan kepemudaan.

Berdasarkan identifikasi faktor *Strengths*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat*, dapat dirumuskan strategi pengembangan desa wisata Nagari Mandeh, yaitu:

Strategi S -O yaitu (1) Melaksanakan masterplan dengan melibatkan pemerintah provinsi danmenggaet CSR; (2) Bekerjasama dengan perguruan tinggi untuk

pengelolaan potensi SDM (misal, mendatangkan pendamping dalam bidang kelautan, teknik, geografi; (3) Mempertahankan imege baik Mandeh dengan senantiasa melakukan peningkatan kualitas daerah wisata; (4) Menjadikan ikan teri sebagai salah satu menu andalan; (5) Meningkatkan penangkapan ikan agar hasil

tangkapan lebih banyak dan waktu yang digunakan lebih efisien; (6) Meningkatkan fasilitas homestay agar tamu merasa puas. (7) Membuat paket wisata ke pulau-pulau; (8) Mengadakan kegiatan kepemudaan secara rutin, agar terciptanya pengembangan kreatifitas pemuda.

Strategi S-T yaitu (1) Mengoptimalkan SDA yang hanya dimiliki Mandeh untuk meningkatkan daya tarik wisatawan asing; (2) Mengoptimalkan promosi pada bulan2 dengan cuaca yang aman (bukan musim hujan); (3) Menciptakan rumah makan yang unik dan memiliki ciri khas agar pembeli ramai datang; (4) Mempelajari cara perhitungan cuaca sehingga dapat memprediksi cuaca yang akan terjadi; (5) Melakukan kegiatan yang menerapkan protokol kesehatan, sehingga pengunjung merasa aman; (6) Mengatur plan B dalam setiap kegiatan, seperti menyesuaikan kegiatan yang ada sesuai cuaca, baik kegiatan awal yang rencana dilaksanakan di *outdoor* di jadikan *indoor*.

Strategi W – O yaitu (1) Mengambil peluang keterlibatan provinsi untuk meningkatkan level kelembagaan desa wisata; (2) Melibatkan perguruan tinggi untuk melakukan pendamping SDM (IT, kuliner, pemandu wisata, penetapan tarif standar); (3) Mengoptimalkan CSR untuk membangun fasilitas umum; (4) Menambah jumlah menu agar lebih variatif; (5) Membuat pencatatan pada tamu agar mengetahui data jumlah tamu dan asal tamu; (6) Menerapkan CHSE pada homestay; (7) Membuat papan informasi yang mudah dibaca tamu; (8) Membentuk komunitas, sehingga harga penyewaan boat/kapal mendapatkan tarif yang rata; (9) Mengadakan pelatihan untuk pengembangan kreatifitas dan inovasi dari pemuda yang ada di nagari Mandeh.

Strategi W – T yaitu (1) Memberikan dukungan moril dan materil pada kelompok masyarakat untuk menonjolkan kekhasan Mandeh, sehingga dapat meminimalisir persaingan dengan daerah wisata di sekitar Mandeh; (2) Membuat rumah makan yang tidak kalah menarik dari rumah makan nagari

tetangga; (3) Memaksimalkan waktu untuk mengolah ikan hasil tangkapan bila cuaca tidak memungkinkan untuk melaut; (4) Mempromosikan homestay pada sosial media; (5) Membuat harga khusus pada masa pandemi; (6) Mengadakan workshop IT (Information Technology) di kalangan pemuda yang ada di Nagari Mandeh, seperti pelatihan photoshop, canva, serta aplikasi pembuatan konten.

Dari analisis SWOT dan strategi S-O, S- T, W-O, W-T dapat disusun strategi pengembangan desa wisata berbasis masyarakat di nagari Mandeh dengan menerapkan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendekatan pengembangan pariwisata, sebagai berikut:

Pertama bentuk pariwisata yang menjadikan masyarakat sebagai aktor utama dalam manajemen dan pembangunan pariwisata di desa wisata nagari Mandeh. Kemudian Pemberdayaan Masyarakat secara politis sebagai bentuk peningkatan taraf kualitas hidup masyarakat dengan menjalin kerjasama dengan pihak-pihak pemerintah ataupun swasta. Selanjutnya Pembentukan Kelompok Sadar Wisata, kegiatan yang dapat dilakukan adalah: (a) Edukasi Pengembangan Desa Wisata bagi perangkat desa, dan masyarakat umum; (b) Pelatihan interpretasi pemandu lokal dan pengelolaan homestay. Pemandu merupakan unsur yang penting dalam desa wisata khususnya desa yang mengembangkan destinasi wisata alam, maka hal-hal apa saja yang perlu disampaikan kepada wisatawan saat memandu mereka perlu dilatihkan. Homestay atau rumah penduduk yang dijadikan sebagai tempat penginapan bagi wisatawan perlu pengelolaan yang profesional sehingga wisatawan ingin kembali ke desa lagi maka hal ini perlu dilatihkan agar masyarakat nagari Mandeh siap menerima wisatawan di rumahnya; (c) Pelatihan digital marketing, pembuatan video promosi wisata menggunakan medsos, agar keindahan nagari Mandeh dapat terekspose ke dunia luar.

Lalu Pengembangan cinderamata dan kuliner lokal, kegiatannya meliputi: (a) Desain souvenir khas desa dan souvenir merupakan hal yang perlu tersedia di suatu destinasi

wisata, demikian juga dengan nagari mandeh. Salah satu cendramata yang dapat dikembangkan yaitu dibidang kuliner berupa olahan buah nipah. Buah nipah merupakan hasil alam khas nagari Mandeh. Buah nipah sendiri dapat diolah menjadi berbagai macam minuman segar, selai dan lain-lain. Tak hanya buah nipah, ikan teri juga menjadi cendramata khas di nagari Mandeh. Akan tetapi untuk sekarang ikan teri belum dilakukan pengolahan oleh masyarakat setempat masih berupa bahan mentah, sementara ikan teri bisa diolah menjadi berbagai jenis makanan seperti peyek dan lain-lainnya. Hal itu dapat meningkatkan harga jual ikan teri tersebut;

(b) Pelatihan pengemasan produk unggulan desa dan pemasarannya. Kemasan merupakan salah satu hal penting yang perlu dipikirkan saat akan menjual suatu produk khususnya produk makanan.

SIMPULAN

Desa wisata nagari Mandeh merupakan desa wisata yang memiliki potensi wisata alam yang indah. Desa wisata nagari Mandeh sangat potensial untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata unggulan.

Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam pengembangannya yaitu dengan melibatkan masyarakat secara langsung sebagai penggiat wisata, atau yang lebih dikenal dengan pariwisata berbasis Masyarakat (CBT).

Community Based Tourism merupakan alat bagi pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan atau dengan kata lain CBT merupakan alat bagi pembangunan pariwisata berkelanjutan (Suansri, 2003).

Dalam Master plan pengembangan ke depannya, nagari Mandeh dipersiapkan sebagai nagari wisata budaya, kuliner, dan agrowisata, untuk mencapai hal tersebut dibutuhkan strategi yang cocok untuk diterapkan dalam pengembangan desa wisata nagari Mandeh, strategi tersebut diantaranya sebagai berikut: (1) Menjadikan masyarakat sebagai aktor utama dalam manajemen dan pembangunan pariwisata di desa wisata nagari Mandeh, melalui pembentukan kelompok

masyarakat, seperti Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), kelompok kuliner, kelompok pengusaha homestay, kelompok pengusaha boat, dan lain sebagainya; (2) Pemberdayaan masyarakat dalam Pengembangan Cenderamata dan kuliner local; (3) Pemberdayaan masyarakat yang ahli teknologi dalam upaya promosi keindahan alam desa wisata nagari Mandeh agar bisa dikenal oleh dunia luas; (4) Bekerjasama dengan pemerintahan dalam pengembangan masterplan serta bekerja sama dengan lembaga perguruan tinggi dalam bentuk pendampingan pemberdayaan masyarakat.

REFERENSI

- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Atmoko, T. P. (2014). Strategi Pengembangan Potensi Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman. *Jurnal Media Wisata*, 146–154. Diambil kembali dari <https://amptajurnal.ac.id/index.php/MWS/article/view/87>
- Brunner, E. (2010). *New Paradigm of Tourism*.
- Cohen, S. A. (2014). Consumer behaviour in tourism: Concepts, influences and opportunities. *Current Issues in Tourism*, 872–909. doi:<https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850064>
- Cooper, C. F. (2005). *Tourism; Principle and Practice, Third Edition*, Harlow. Prentice Hall.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design : Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Pustaka Pelajar.
- Dodds, R. &. (2019). Beach tourists; what factors satisfy them and drive them to return. *Ocean and Coastal*

- Management*, 158–166.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2018.10.034>
- Fatimah, S. B. ((2018)). Sustainable Tourism Kawasan Wisata Terpadu Mandeh Berbasis Budaya dan Kea'rifan Lokal.
- Hyunjin, J. (2013). The Effect of Experiential Marketing on Customer Satisfaction and Revisit Intention of Beauty Salon Franchise Stores. *Fashion Business*, 109–121.
doi:<https://doi.org/10.12940/jfb.2013.17.3.109>
- Kotler, P. G. (2017). Principles of Marketing an Asian Perspective. *Pearson*.
- Leslie, D. (2012). Responsible Tourism Concept, Theory and Practice. *CABI Publisher*.
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse - Towards “responsustable” tourism. *Journal of Cleaner Production*, 461–470.
doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Muliawan. (2008). *Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Konsep dan Implementasi*.
- Pitanatri, P. D. (2019). Override parade : isu-isupariwisata berkelanjutan pada destinasi kepulauan di indonesia. *Media Wisata*, 131–149.
doi:<https://doi.org/10.36276/mws/v17i2>
- Pulau Setan (Soetan):
<https://www.trenasia.com/pulau-setan-ada-di-indonesia-seram-namanya-tapi-indah-pantainya>.
(Diakses pada tanggal 23 Agustus 2021).
- Purbasari, N. &. (2017). Karakteristik Elemen Sistem Pariwisata Ekowisata Desa Wisata Nglanggeran dan Wisata Desa pada Desa Wisata Pentingsari. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 100.
- doi:<https://doi.org/10.14710/pwk.v13i1.15151>
- Rahmatillah, T. P. (2019). Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Wisata Alam dan Budaya Sebagai Media Promosi Desa Sangiang. *Jurnal Planoearth*, 111.
doi:<https://doi.org/10.31764/jpe.v4i2.970>
- Rangkuti, F. (2003). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. *Gramedia Pustaka Utama*.
- Salsabila, L. &. (2019). Perspektif Apresiatif dan Rekreatif pada Kawasan Cagar Budaya, Kasus Studi: Kawasan Braga di Bandung. *Jurnal RUAS*, 32–42.
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. REST Project.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Zakaria, F. &. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandung Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Teknik Pomits*.
doi:<https://doi.org/2337-3520>
- Zhang, H. W. (2017). Introduction. *July*.
- Zulhitra, D. Y. (2016). Strategi Pengembangan Desa Madobag Sebagai Desa Wisata Budaya Di Kabupaten Kepulauan Mentawai. *E-Journal Home Economic and Tourism*.

BIODATA PENULIS

Iftita Rahmi Efendi, Program studi D4 Manajemen Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, iftitarahmiefendi17@gmail.com

Vikri, Program Studi D4 Manajemen Perhotelan, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, vhikofficial@gmail.com

Sherlyna, Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, sn549275@gmail.com

Popi Marseli, Program Studi Tata Busana, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, popimarselly2019@gmail.com

Fadillah Nisa Caniago, Program Studi Pendidikan Kimia, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, Nisafadillah43@gmail.com

Yuliana, Program Studi Tata Boga, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia, yuliana@fpp.unp.ac.id