

Implementasi Penguatan Budaya untuk Keberlanjutan Desa Wisata Pinge di Tengah Hegemoni Pariwisata

*Implementation of Cultural Strengthening for the Sustainability of Pinge Village
Tourism Amid Tourism Hegemony*

*Dewa Putu Oka Prasiasa¹, Dewa Ayu Diyah Sri Widari²

¹Universitas Dhyana Pura, Badung, Bali, Indonesia

²Universitas Triatma Mulya, Badung, Bali, Indonesia

*Email: dewaputuokaprasiasa@undhirabali.ac.id

Abstract

The development of sustainable tourism villages is anticipated to optimally fulfill three key indicators: cultural sustainability, environmental sustainability, and economic sustainability. However, numerous challenges persist, including the dynamics of authenticity and commodification, tourism political domination and hegemony, as well as the strengthening of traditional institutions. This research focuses on examining the implementation of cultural, environmental, and economic strengthening within the Pinge Tourism Village amidst tourism hegemony. Utilizing qualitative methods and a comprehensive literature review, the study reveals that cultural strengthening efforts include maintaining daily life traditions such as farming, traditional sewing (mejahitan), flower picking, dance learning, and traditional hunting (metekap/nenggala) during specific seasons. Notably, no specific tour packages are designed exclusively for tourism, ensuring that traditions in Pinge continue as the primary focus, with the tourism village management involving elements from the traditional community. These actions represent efforts to preserve the authenticity of Pinge's cultural products. The research also finds that the planning, development, and operations of the Pinge Tourism Village are driven by the local community, which prevents external hegemony. All societal levels contribute to the development of the tourism village. This study offers practical insights into cultural implementation for strengthening tourism villages and provides an academic contribution by proposing a cultural strengthening model for the sustainability of tourism villages with characteristics similar to those of Pinge.

Keywords: *Implementation, Tourist Village, Culture, Sustainability, Hegemony*

Abstrak

Pengembangan desa wisata berkelanjutan diharapkan dapat memenuhi secara optimal tiga indikator utama: keberlanjutan budaya, keberlanjutan lingkungan, dan keberlanjutan ekonomi. Namun, dalam mewujudkannya, desa wisata masih menghadapi berbagai tantangan, termasuk dinamika autentisitas versus komodifikasi, dominasi politik pariwisata, hegemoni, serta perlunya penguatan kelembagaan tradisional. Fokus penelitian ini adalah mengkaji implementasi penguatan budaya, lingkungan, dan ekonomi dalam perkembangan Desa Wisata Pinge di tengah hegemoni pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan didukung oleh tinjauan pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penguatan budaya dilakukan melalui pelaksanaan tradisi kehidupan sehari-hari masyarakat desa, seperti bertani, menjahit, memetik bunga, belajar menari, dan metekap/nenggala pada musimnya, tanpa membuat paket wisata khusus. Tradisi di Desa Adat Pinge tetap menjadi prioritas utama

dengan pengelolaan yang melibatkan unsur Desa Adat Pinge. Implementasi tradisi sehari-hari sebagai produk budaya merupakan upaya menjaga keaslian produk budaya Desa Wisata Pinge. Penelitian ini juga menemukan bahwa perencanaan, pengembangan, dan operasional Desa Wisata Pinge berasal dari masyarakat setempat, sehingga tidak terdapat hegemoni dalam pengembangan. Semua lapisan masyarakat dilibatkan dalam pengembangan desa wisata. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis terkait dengan implementasi budaya dalam rangka penguatan eksistensi desa wisata dan kontribusi akademis berupa model penguatan budaya yang dapat diterapkan pada desa wisata lain yang memiliki karakteristik serupa dengan Desa Wisata Pinge untuk menjaga keberlanjutan budaya.

Kata Kunci: *Implementasi, Desa Wisata, Budaya, Keberlanjutan, Hegemoni*

A. Pendahuluan

Pengembangan pariwisata nasional menyebabkan terjadinya redefinisi terhadap dekonstruksi budaya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Redefinisi, reproduksi, dan dekonstruksi budaya terjadi karena hegemoni pariwisata yang terakumulasi dalam program-program pengembangan desa wisata yang unik, lokal, dan khas untuk mewujudkan kemandirian dan kesejahteraan masyarakat Indonesia (Ardika 2003).

Pengalaman empiris di lapangan memperlihatkan bahwa desa wisata lebih menonjolkan aspek ekonomi dibandingkan aspek sosial-budaya. Kondisi ini diperkuat oleh perkembangan *mass tourism* yang lebih melihat produk pariwisata dari aspek ekonomi. Akibatnya, terjadi paradoks antara pengembangan desa wisata sebagai industri dengan upaya melestarikan produk pariwisata terkait budaya dalam arti luas. Dalam kondisi seperti ini, pangsa pasar dijadikan panglima dalam pengembangan desa wisata. Menurut Abdullah (2006:16–19), menjadikan pangsa pasar sebagai panglima merupakan bagian dari ideologi pasar, yang memberi tekanan pada ide dan praktik pasar dan mempercepat komodifikasi di destinasi pariwisata. Untuk mewujudkannya, aspek sosial, aspek budaya, dan sumber daya manusia akan mengalami mobilisasi sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan dalam sistem sosial dan sistem budaya di desa wisata. Mobilisasi yang luas terhadap aspek sosial, aspek budaya, dan sumber daya manusia dapat memicu terjadinya inovasi

produk baru sehingga berakibat pada diferensiasi produk pariwisata. Dalam kondisi seperti ini, masyarakat di desa wisata yang semula hanya dihadapkan pada negara, kini berhadapan dengan pasar. Dengan demikian akan terjadi relasi diantara negara, pasar dan masyarakat. Dalam praktiknya, berhasil tidaknya inovasi produk di desa wisata akan dipengaruhi oleh sejauh mana inovasi produk tersebut dapat diterima oleh wisatawan yang berkunjung ke desa wisata.

Kredibilitas produk desa wisata yang berasal dari budaya dalam arti luas sangat terkait dengan relasi sosial kultural. Menurut Mulder (1999:203–205) dan Abdullah (2006:9), kebudayaan menjadi propaganda pemerintah dan pengusaha pariwisata untuk mengajak masyarakat dapat menerima budaya pariwisata dalam kehidupan sehari-hari. Simbol-simbol kebudayaan oleh pengusaha dijadikan wahana untuk mempromosikan pariwisata guna merebut pangsa pasar.

Adanya keinginan untuk merebut pangsa pasar dari sebuah pasar global, telah menjadikan kebudayaan terhegemoni oleh pariwisata atau kebudayaan dipaksa untuk memenuhi habitus wisatawan. Dalam konteks inilah, upaya pelestarian budaya menjadi sebuah permasalahan yang patut dicarikan solusi. Dari sisi lain, Pilliang (2004:321) melihat adanya pembauran yang semakin kental antara hasrat dan kesucian sebagai postspiritualitas. Adanya perbedaan kepentingan antara upaya pelestarian dengan upaya memuaskan hasrat wisatawan, maka para pelaku pariwisata serta para penghasil produk wisata dipandang perlu untuk tidak sepenuhnya memenuhi keinginan wisatawan, sehingga produksi produk wisata tidak dikendalikan oleh keinginan wisatawan. Namun demikian, menurut Sedyawati (2010:345) ruang perlu diberikan kepada masyarakat untuk mewujudkan daya kreativitas budaya sebagai industri budaya. Mengacu pada cara pandang tersebut, dapat dikemukakan bahwa adanya sejumlah tantangan dalam bidang kebudayaan, baik di Bali maupun di Indonesia, yang telah melahirkan sebuah solusi yang dianggap tepat dan kredibel berupa desa wisata sebagai produk pariwisata berkelanjutan. Selain itu produk wisata yang akan dikembangkan serta dikonsumsi oleh wisatawan perlu

disertai dengan penyajian karakter dari produk wisata tersebut, termasuk karakter dari wisata alternatif sebagai daya tarik yang mendukungnya.

Adanya upaya untuk memberikan nilai tambah bagi sebuah desa dengan cara meningkatkan status desa tersebut dari desa menjadi desa wisata dengan kriteria berkelanjutan, maka perlu dibarengi dengan upaya-upaya antara lain memberi ruang bagi tumbuhnya kebudayaan dalam jangka panjang, menjaga kelestarian alam dan lingkungan secara berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat desa dan masyarakat sekitar desa wisata. Khusus terkait pemberian ruang bagi tumbuhnya kebudayaan dalam jangka panjang, Prasiasa et al. (2023) menemukan sejumlah tantangan kebudayaan untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan, antara lain keaslian dan komodifikasi, hegemoni yang disertai dengan dominasi politik dalam pariwisata, serta lemahnya dari lembaga-lembaga tradisional terkait pengelolaan kepariwisataan di desa wisata. Meskipun terdapat sejumlah tantangan dalam pengembangan desa wisata, namun Desa Wisata Pinge sebagai salah satu desa wisata di Kecamatan Marga, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali justru terjadi kondisi sebaliknya. Desa Wisata Pinge berhasil mengimplementasikan pengembangan pariwisata berkelanjutan melalui penguatan budaya, penguatan lingkungan, dan penguatan ekonomi. Oleh karena itu, berdasarkan beberapa pandangan empiris dan teoretis tersebut, maka penguatan budaya, penguatan lingkungan, dan penguatan ekonomi di Desa Wisata Pinge menjadi fokus kajian dalam penelitian ini.

Pariwisata melalui permintaan wisatawan dapat memberikan dampak negatif berupa hilangnya jati diri masyarakat lokal (Mac Naught, 1982). Selain itu penelitian Urbanovics (1978:89) menemukan bahwa waktu tidak menjadi ukuran ada tidaknya dampak negatif pariwisata terhadap kebudayaan lokal. Urbanovics memberi contoh, selain nilai-nilai sosial sudah mulai luntur, hubungan antar masyarakat juga didasarkan pada materialisme. Perubahan nilai-nilai seperti ini menurut Kadit (1979) dan Dogan (1989) merupakan hubungan yang bersifat ekonomi. Dalam kondisi seperti ini, Picard (1995)

menyatakan telah terjadi dominasi ekonomi serta komodifikasi budaya, yang berujung dijadikannya budaya sebagai modal pariwisata.

Pariwisata yang dikembangkan di Bali adalah Pariwisata Budaya, karena menurut Pitana dan Diarta (2009:75) pariwisata Bali mengandalkan budaya sebagai daya tarik utama. Beberapa komponen yang dapat mendukung perkembangan pariwisata budaya yaitu seni theater, seni lukis, *event*, kuliner, histori, pengalaman masa lalu serta cara hidup dari sebuah masyarakat. Motivasi wisatawan melakukan perjalanan wisata sangat didorong oleh rasa ingin tahu yang terlalu besar terhadap cara hidup dan budaya dari komunitas masyarakat tradisional.

Lebih lanjut Barker (2005:517) bahwa apabila objek, kualitas dan tanda bergeser menjadi komoditas untuk diperjualbelikan, maka budaya tersebut sudah mengalami komodifikasi. Dalam pariwisata, peluang terjadinya komodifikasi sangat besar, karena simbol dan kebudayaan dapat dikomodifikasi dengan mudah. Jika ini terjadi, maka sifat *homo economicus* sebagai bentuk nyata dari ideologi neoliberalisme telah masuk ke ranah kebudayaan.

Upaya untuk melakukan penguatan budaya dengan menjaga keaslian produk wisata di desa wisata diarahkan untuk menjaga identitas masyarakat dan kebudayaan lokal. Selanjutnya dominasi diberikan solusi antara lain berupa pengembangan produk di desa wisata yang diarahkan dengan kemandirian atau tidak mengandalkan modal dari kapitalis. Berdasarkan fenomena tersebut, menurut Prasiasa et al. (2023) diperlukan sinergisitas dengan seluruh *stakeholder* yang ada di desa wisata, termasuk memperkuat lembaga tradisional dan *sekaha-sekaha*, sehingga tercipta desa wisata berbasis inovasi dan budaya lokal sebagai sebuah kekuatan dalam rangka memenangkan persaingan di tingkat global.

B. Metode

Studi Kajian terhadap implementasi penguatan budaya untuk keberlanjutan Desa Wisata Pingge di tengah hegemoni pariwisata merupakan sebuah penelitian studi kasus, dengan tujuan untuk mendeskripsikan upaya-upaya yang dilakukan oleh Desa Wisata Pingge untuk memperkuat budaya.

Informan ditentukan secara *purposive* dengan jumlah 7 orang yang terdiri dari Ketua Pengelola Desa Wisata Pinge, *Bendesa Adat*, Ketua *Teruna Teruni*, Ketua PKK, dan 3 Tokoh Masyarakat yang mewakili 3 *banjar*. Data dikumpulkan selain dengan melakukan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada para informan terkait penguatan budaya, lingkungan, dan ekonomi, data juga dikumpulkan dengan melakukan pengamatan/observasi terhadap hal-hal yang terkait dengan penguatan budaya di Desa Wisata Pinge, serta didukung dengan dokumentasi. Data yang telah terkumpul, selanjutnya dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif.

C. Hasil dan Pembahasan

1. Implementasi Penguatan Budaya untuk Keberlanjutan Desa Wisata Pinge

Penguatan budaya untuk keberlanjutan Desa Wisata Pinge dilaksanakan antara lain dengan tetap melaksanakan tradisi kehidupan keseharian masyarakat desa (seperti pergi ke sawah, *mejejahitan*, memetik bunga di kebun, belajar menari, *metekap/nenggala* pada musimnya), tidak membuat paket wisata secara khusus untuk desa wisata, tradisi di Desa Adat Pinge tetap berjalan sebagai prioritas utama, dan pengelolaan desa wisata dengan melibatkan unsur-unsur Desa Adat Pinge. Pelaksanaan tradisi kehidupan keseharian sebagai produk budaya di desa seperti itu adalah suatu upaya untuk menjaga keaslian dari produk budaya Desa Wisata Pinge.

Para peneliti nasional dan global begitu tertarik untuk melakukan penelitian tentang produk dari desa wisata yang telah dinikmati oleh wisatawan terutama dari aspek keasliannya. Ketertarikan para peneliti tersebut tidak saja terhadap kandungan budaya dari produk di desa wisata, tetapi juga terhadap lingkungan yang ada di sekitar produk tersebut yaitu masyarakat beserta kebudayaan yang dihasilkan oleh masyarakat di desa wisata. Meskipun para peneliti begitu tertarik mengkaji keaslian dari produk di desa wisata, namun sebenarnya keaslian dari produk tersebut masih banyak yang mempermasalahkannya. Hal ini karena produk yang bersifat eksotik, primitif dan alami belum tentu merupakan ciri dari produk yang asli. Selain itu juga

karena kebudayaan sebagai hasil cipta, rasa, dan karsa, dimana cipta, rasa, dan karsa manusia akan selalu berkembang, maka produk budaya akan selalu berubah seiring perjalanan waktu. Perubahan kebudayaan dari sekelompok masyarakat tidak akan sama lajunya, karena masing-masing kebudayaan memiliki tingkat perubahan yang sangat berbeda, meskipun kebudayaan tersebut ada dalam satu rumpun. Namun demikian, Desa Wisata Pinge tetap berupaya untuk menjaga keaslian budaya dan tradisi di tengah-tengah gempuran budaya serta hegemoni pariwisata sebagai faktor eksternal.

Wisatawan memiliki pandangan yang sangat beragam terhadap arti keaslian dari sebuah kebudayaan (Pitana 2006). Temuan dari Pitana (2006) ini sejalan dengan Cohen (1988) bahwa keaslian adalah pemaknaan dari kebudayaan yang masih banyak diperdebatkan karena pemaknaan tersebut dihasilkan dari berbagai sudut pandang dengan berbagai konteks dan kepentingan. Jika pemaknaan keaslian ini dikaitkan dengan pariwisata sebagai sektor pembangunan yang mengonsumsi kebudayaan, maka keaslian akan sangat susah untuk didapatkan karena kebudayaan itu selalu berubah (tidak statis) sebagai akibat wisatawan yang bertindak sebagai konsumen aktif. Sebagai sebuah analogi, cinderamata yang dihasilkan oleh sebuah desa wisata dengan cirinya yang unik (atau khas) karena tidak dijumpai di desa wisata lain dapat dikatakan memenuhi standar keaslian karena unik atau khas sebagai ukurannya. Karena unik atau khas sebagai ukurannya, maka penjiplakan model, bentuk dan ukuran untuk sebuah karya seni diantara seniman dalam satu desa, karya para seniman di desa ini masih bisa dikatakan asli. Tetapi jika Bali sebagai etalase produk seni dari berbagai daerah di Indonesia memproduksi patung Asmat (patung Asmat tidak didatangkan dari Papua), maka patung Asmat yang diproduksi di Bali ini tidak lagi dapat dikatakan sebagai produk yang asli. Jika penelitian Pitana (2006) dan Cohen (1988) dikaitkan dengan penelitian ini, maka kedua penelitian tersebut tidak sesuai dengan kondisi Desa Wisata Pinge, karena semua produk budaya yang disuguhkan oleh Desa Wisata Pinge betul-betul bersumber dari kondisi riil yang terjadi di Desa Wisata Pinge yang bersifat *fixed*.

Dari berbagai pandangan tentang keaslian, ada juga pendapat yang menyatakan bahwa yang menentukan keaslian adalah seniman dari penghasil produk seni dan budaya tersebut, bahan-bahan yang dipergunakan, masih bersifat alami dan tidak diproduksi dengan mempergunakan mesin. Jika dikaitkan dengan produksi patung Asmat yang berbahan baku asli Papua, dikerjakan di Papua, namun para pembuat patung tersebut tidak berasal dari penduduk asli suku Asmat, maka hasil produksi patung Asmat tersebut dapat digolongkan tidak asli. Apalagi pembuatan patung tersebut dalam jumlah besar dan bersifat produksi massal, maka produksi seperti ini merupakan sebuah komodifikasi dari patung Asmat. Produksi massal umumnya kurang memperhatikan motivasi tradisional, sehingga kurang mendukung program penguatan budaya melalui hasil karya tradisional. Terkait dengan pemikiran konsumsi pariwisata ini, maka produk budaya Desa Wisata Pinge merupakan tradisi asli dari masyarakat desa setempat, kebiasaan sehari-hari dari masyarakat desa setempat, tidak diproduksi sebagai *mass production* sehingga terhindar dari komodifikasi.

Sebagai sebuah produk wisata, desa wisata juga perlu mempertimbangkan aspek keaslian dan identitas, karena keduanya akan saling mempengaruhi dan saling memperkuat. Keaslian dan identitas akan selalu berkembang dan tidak pernah stagnan, dan keduanya akan selalu berinteraksi dengan masyarakat baik secara intern, ekstern, dan intra. Interaksi tersebut dapat berada pada lingkungan lokal, nasional, dan bahkan global. Karena masyarakat sebagai pemilik keaslian dan identitas tersebut, maka masyarakat juga akan berinteraksi dengan pariwisata, baik secara lokal, nasional dan bahkan global. Secara global, maka masyarakat akan berinteraksi dengan warga masyarakat yang multibudaya, dan menjadi bagian dari *a tourist society*. Masuknya masyarakat ke kancah pariwisata global, akan membuat masyarakat harus dapat mempertahankan budayanya di tengah-tengah kuatnya pengaruh wisatawan internasional yang membawa budaya global. Disinilah perlunya penguatan budaya seperti yang dikemukakan oleh Crick (1989), Francillon (1977), Picard

(1995), Burn dan Holden (1995), Britton (1991), dan Urry (1990). Dalam konteks Desa Wisata Pinge, meskipun Desa Wisata Pinge *go international*, namun muatan budaya lokal, tradisi lokal, dan kebiasaan sehari-hari masyarakatnya terus terjaga atau *ajeg*. Kondisi ini merupakan bentuk implementasi kearifan lokal dalam menjaga keberlanjutan budaya dalam pengembangan Desa Wisata Pinge.

Adanya pengaruh budaya luar yang dibawa oleh wisatawan akibat aktivitas kepariwisataan, menjadikan seluruh lapisan masyarakat Desa Wisata Pinge mencari dan mempertahankan identitasnya. Dalam kaitan ini, identitas yang digambarkan bukanlah identitas yang digambarkan oleh kaum romantis atau primordialis (Eickelman and Piscatori 1989) yang mendefinisikan identitas sebagai suatu yang *fixed*. Budaya luar yang dibawa oleh wisatawan, belum mampu mengubah aspek lokalitas, tradisi dan budaya di masyarakat Desa Wisata Pinge. Aspek lokalitas, tradisi dan budaya itulah yang dikonsumsi oleh wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Pinge. Adapun kegiatan penguatan budaya yang dilakukan seperti *mejejahitan* dan belajar menari untuk para wisatawan seperti Gambar 1.

Gambar 1
Wisatawan Belajar *Mejejahitan* dan Menari di Desa Wisata Pinge



(Sumber: A.A. Ngurah Putra Arimbawa, 2024)

2. Implementasi Penguatan Lingkungan Untuk Keberlanjutan Desa Wisata Pinge

Bentuk implementasi penguatan lingkungan untuk keberlanjutan Desa Wisata Pinge antara lain berwujud selalu menjaga kebersihan seluruh areal Desa Wisata Pinge, meminimalisir penggunaan plastik, setiap 15 hari sekali (menjelang *purnama* dan *tilem*) melakukan aksi kebersihan di telajakan rumah, aksi kebersihan di tanah milik desa adat, tanah milik pura (*pelaba pura*) ditanami

tanaman *upakara*, dan tanaman di sekitar tempat-tempat suci tidak dibersihkan (dibiarkan dalam kondisi *bet* atau dibiarkan rimbun).

Jika dikaitkan dengan hubungan tiga kerangka yang membentuk keseimbangan (Tuhan, manusia dan lingkungan) atau *tri hita karana*, maka desa wisata dapat dilihat dari aras mikro (keluarga), meso (desa adat), dan makro (daerah). Dari aras mikro, desa wisata terdiri dari keluarga (*pawongan*), rumah beserta pekarangan (*palemahan*) serta tempat upakara (*parhyangan*). Pada aras meso, desa wisata berada di wilayah *desa adat*. Sedangkan pada aras makro (daerah) desa wisata memiliki masyarakat (*pawongan*), wilayah (*palemahan*), dan tempat-tempat ibadah/pura (*parhyangan*).

Jika bentuk implementasi penguatan lingkungan di Desa Wisata Pinge tersebut dikaitkan dengan konsep *tri hita karana* secara meso dan makro, maka aspek *palemahan* sudah mendapatkan perhatian yang sangat baik, antara lain dengan menjaga kebersihan seluruh areal Desa Wisata Pinge, meminimalisir penggunaan plastik, setiap 15 hari sekali (menjelang purnama dan *tilem*) melakukan aksi kebersihan di telajakan rumah. Sedangkan dari aspek *parhyangan*, secara meso dan makro antara lain berwujud tanah milik *desa adat* dan *pelaba* pura ditanami tanaman *upakara*, dan tanaman di sekitar tempat-tempat suci tidak dibersihkan (dibiarkan dalam kondisi *bet* atau dibiarkan rimbun menyerupai *tropical garden*).

Konsep *sukla* dan *leteh* juga merupakan konsep lain yang juga ada di Desa Wisata Pinge. Selain itu terkait arsitektur serta tata letak bangunan, di Desa Wisata Pinge juga dikenal adanya *trimandala*. Konsep atau kearifan lokal tersebut sangat ditaati oleh Desa Wisata Pinge. Berbagai penyimpangan terhadap kearifan lokal tersebut, mengutip Atmadja (2008:247–48) disebabkan oleh pergeseran cara pandang terhadap kawasan suci, yang melihat kawasan suci sebagai modal ekonomi. Hal ini berimplikasi pada pemaknaan kawasan suci sebagai kawasan yang dapat dikomodifikasi untuk tujuan ekonomi pasar atau menghasilkan uang. Terlebih lagi jika cara pandang ekonomi pasar terhadap kawasan suci ini ada di benak masyarakat sekitar kawasan suci yang juga sebagai

pengempon pura, maka akan dapat mengganggu harmonisasi hubungan dari komponen-komponen *tri hita karana*, dan dapat menyebabkan terjadinya konflik. Konflik ini sebagai sebuah tantangan dalam pengembangan desa wisata khususnya dalam penguatan lingkungan. Adapun aktivitas penguatan lingkungan yang dilakukan oleh masyarakat bersama-sama wisatawan seperti Gambar 2.

Gambar 2
Aktivitas Penguatan Lingkungan antara Masyarakat dengan Wisatawan di
Desa Wisata Pinge



(Sumber: A.A. Ngurah Putra Arimbawa, 2024)

Berdasarkan aspek 4A (*attraction, accessibilty, amenities* dan *ancillary*) yang dikaitkan dengan aspek manajemen, dalam rangka penguatan budaya pada pengembangan desa wisata maka aspek kelembagaan (*ancillary*) sangat perlu diperkuat. Penguatan budaya pada kelembagaan desa wisata perlu didukung oleh seluruh komponen masyarakat Desa Wisata Pinge. Bentuk dukungan komponen masyarakat dapat berwujud menjaga serta meningkatkan kualitas atraksi wisata serta berbagai bentuk pelayanan yang menyertai atraksi wisata tersebut berdasarkan standar produk dan pelayanan industri pariwisata yang berbasis budaya. Menurut Chang dan Tsai (2016) budaya dengan berbagai integrasi serta implikasi yang ditimbulkan merupakan faktor yang menentukan kualitas atraksi wisata serta menurut Akhoondnejad (2016) mengemukakan bahwa persepsi wisatawan terhadap kualitas, nilai dan kepuasan sangat ditentukan oleh pemaknaan wisatawan terhadap aspek keaslian.

Mengikutsertakan seluruh lapisan masyarakat Desa Wisata Pinge dan memperkuat serta mengedepankan peran *sekaha-sekaha* dalam berinovasi

mengembangkan karya kreatif adalah bentuk dan upaya penguatan pengelolaan Desa Wisata Pinge. Penguatan pengelolaan Desa Wisata Pinge dapat berpengaruh pada pembentukan citra dan kesadaran masyarakat akan arti penting sadar wisata. Penguatan pengelolaan dapat juga berdampak pada terintegrasinya semua aktivitas *stakeholders* (masyarakat, pengelola, pelaku usaha, wisatawan serta akademisi) yang berkaitan dengan kepariwisataan di Desa Wisata Pinge. Harapannya adalah dengan terintegrasinya semua aktivitas kepariwisataan, kontrol akan mudah dilakukan serta kualitas produk untuk kepuasan wisatawan dapat ditingkatkan.

Terkait dengan kelembagaan, struktur organisasi sebagai cerminan pengelolaan desa wisata telah diisi oleh semua komponen yang ada di masyarakat Desa Wisata Pinge. Hal ini berarti upaya untuk memperkuat pengelolaan desa wisata telah dilakukan, dan juga sebagai wujud implementasi pariwisata berbasis masyarakat. Sementara itu, unsur Organisasi Perangkat Daerah (OPD) hanya menjalankan fungsi sebagai pembina dan bersifat koordinatif.

3. Implementasi Penguatan Ekonomi Untuk Keberlanjutan Desa Wisata Pinge

Penguatan ekonomi yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Pinge adalah menjadikan pendapatan dari Desa Wisata Pinge bukan sebagai pendapatan utama, tetapi sebagai manfaat ikutan dari kehidupan keseharian masyarakat Desa Wisata Pinge, dan Desa Wisata Pinge tidak bersifat *profit oriented*. Adanya penguatan ekonomi yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Pinge seperti ini menjadi solusi terhadap tantangan pengembangan desa wisata dari aspek konsumsi global dengan ciri semua produk dikomodifikasi. Kondisi faktual di lapangan menemukan bahwa Desa Wisata Pinge terbebas dari logika komodifikasi, dan benda-benda budaya tidak diikutsertakan dalam menghasilkan karya inovatif. Adapun bentuk penguatan ekonomi terkait atraksi wisata di Desa Wisata Pinge antara lain dilakukan dengan mengajak wisatawan

melihat kegiatan sehari-hari masyarakat di kebun bunga yang mereka dimiliki serta aktivitas masyarakat membuat *klatkat* seperti Gambar 3.

Gambar 3.

Bentuk Aktivitas Penguatan Ekonomi yang tidak bersifat komodifikatif



(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2023)

Dengan demikian, pengembangan Desa Wisata Pinge terlepas dari komodifikasi, dan temuan penelitian ini tidak sejalan dengan Picard (1990), Pitana (2006) dan Spillane (2003) termasuk juga tidak sejalan dengan Prasiasa (2010:151) tentang fenomena *made to order*. Hal-hal yang dilakukan Desa Wisata Pinge bermanfaat untuk mendukung kebudayaan lokal terkait karakter, identitas, pemahaman dan apresiasi terhadap budaya berkelanjutan.

Karena Desa Wisata Pinge tidak dikembangkan berdasarkan prinsip *profit oriented* dan mengejar pertumbuhan sebagai ciri pembangunan bersifat kapitalistik, maka Desa Wisata Pinge terbebas dari politik kepentingan. Dengan demikian studi yang dilakukan oleh Agger (2005:362-63) serta Williams dan Shaw (1991: 1) tidak dapat sepenuhnya diterapkan di Desa Wisata Pinge karena tidak ada dominasi akibat politik kepentingan. Namun demikian, studi dari Matthews dan Richter (1991:122) perlu dikaji untuk Desa Wisata Pinge, mengingat dalam kondisi apa pun kepentingan akan selalu ada termasuk dalam pengembangan desa wisata.

Desa adat di Bali sebagai komunitas masyarakat adat yang menjadi wilayah lokasi pengembangan desa wisata perlu mengaturnya dengan *awig-awig* atau *perarem*, serta membentuk kesadaran masyarakat adat akan berbagai kepentingan di balik pengembangan desa wisata serta ideologi yang menyertainya. Kondisi ini menurut Elliott (1997:xii) serta Mowforth dan Munt (1995:53) adalah untuk memberi perlindungan kepada budaya lokal. Hegemoni

dan diskursus adalah dua hal yang dapat dilakukan oleh pemilik kekuasaan di desa wisata, dan dapat melemahkan keterlibatan masyarakat lokal. Padahal menurut Ratcharak (2007:159) dan Lubis (2004:165), pemilik kekuasaan tidak perlu terlibat dalam pengembangan pariwisata. Selain itu menurut Pujaastawa (2005: 142), dominasi kekuasaan seharusnya diberikan kepada *desa adat* dan *subak*, karena umumnya di wilayah *desa adat* dan *subak* itulah lokasi pengembangan desa wisata. Dalam konteks pengembangan Desa Wisata Pinge, semua perencanaan dan pengembangan serta operasional desa wisata bersumber dari masyarakat setempat, sehingga tidak terjadi hegemoni dalam pengembangan Desa Wisata Pinge. Semua lapisan masyarakat dilibatkan dalam pengembangan desa wisata.

Secara praktis dan empiris, pengembangan desa wisata ibarat sebagai gula yang akan didatangi oleh semut. Para pekerja lokal dan pekerja pendatang akan datang untuk mencari pekerjaan di desa wisata. Menurut Piliang (2004: 474-475) fenomena ini merupakan proses indigenisasi dan meningkatkan in-migrasi. Kondisi ini akan menjadikan desa-desa yang dikembangkan sebagai desa wisata akan menjadi desa plural dan bahkan desa multikultural, sehingga akan terjadi konsep *keliyanaan*. *Emancipatory politics* dan *life politics* menurut Abdullah (2006: 38) juga akan menimpa generasi muda yang desanya dikembangkan sebagai desa wisata. Generasi muda akan terlepas dari hambatan sosial tradisional, dan mereka akan mengonsumsi produk budaya perkotaan untuk aktualisasi diri sebelum memasuki ranah global. Dalam kondisi seperti ini perlu ditanamkan kearifan lokal *jele melah gelahang*, agar generasi muda sadar akan budaya lokalnya. Hal ini juga menurut Abdullah (2006: 38) untuk meniadakan *landscape* dan *ethnoscape* antara desa dengan kota. Jika upaya ini tidak berhasil, maka menurut Poespoprodjo (1985), Friedman (1994), Sugiharto (1996), dan Craik (1991:321) reproduksi lokalitas mereka patut dipertanyakan.

D. Penutup

Penguatan budaya untuk keberlanjutan Desa Wisata Pinge dilaksanakan antara lain dengan tetap melaksanakan tradisi kehidupan keseharian

masyarakat desa (seperti pergi ke sawah, *mejejahitan*, memetik bunga di kebun, belajar menari, *metekap/nenggala* pada musimnya), tidak membuat paket wisata secara khusus untuk desa wisata, tradisi di Desa Adat Pinge tetap berjalan sebagai prioritas utama, dan pengelolaan desa wisata dengan melibatkan unsur-unsur Desa Adat Pinge. Pelaksanaan tradisi kehidupan keseharian sebagai produk budaya di desa seperti itu adalah suatu upaya untuk menjaga keaslian dari produk budaya Desa Wisata Pinge.

Bentuk implementasi penguatan lingkungan untuk keberlanjutan Desa Wisata Pinge antara lain berwujud selalu menjaga kebersihan seluruh areal Desa Wisata Pinge, meminimalisir penggunaan plastik, setiap 15 hari sekali (menjelang purnama dan *tilem*) melakukan aksi kebersihan di telajakan rumah, aksi kebersihan pada tanah milik desa adat, tanah *pelaba* pura ditanami tanaman upakara, dan tanaman di sekitar tempat-tempat suci tidak dibersihkan (dibiarkan dalam kondisi *bet* atau dibiarkan rimbun).

Penguatan ekonomi yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Pinge adalah menjadikan pendapatan dari Desa Wisata Pinge bukan sebagai pendapatan utama, tetapi sebagai manfaat ikutan dari kehidupan keseharian masyarakat Desa Wisata Pinge; dan Desa Wisata Pinge tidak bersifat *profit oriented*. Adanya penguatan ekonomi yang telah dilakukan oleh Desa Wisata Pinge seperti ini merupakan jawaban terhadap dijadikannya desa sebagai produk komodifikasi bagi wisatawan, serta menghindarkan desa dari pengaruh budaya global yang mengedepankan uang dan budaya pasar.

Ucapan Terimakasih

Ucapan terimakasih dihaturkan kepada Universitas Dhyana Pura yang sudah membantu dari mulai tahap persiapan hingga tahap penulisan artikel ini. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Universitas Dhyana Pura yang sudah mendukung penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Irwan. 2006. *Konstruksi Dan Reproduksi Kebudayaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Agger, Ben. 2005. *Teori Sosial Kritis: Kritik, Penerapan, Dan Implikasinya*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Akhoondnejad, Arman. 2016. "Tourist Loyalty to a Local Cultural Event: The Case of Turkmen Handicrafts Festival." *Tourism Management* 52:468–77. doi: 10.1016/j.tourman.2015.06.027.
- Ardika, I. Wayan. 2003. *Dinamisme Kebudayaan Bali*. Denpasar: PT Upada Sastra.
- Atmadja, N. B., and A. T. Atmadja. 2008. "No Title." in *Dinamika Sosial Masyarakat Bali dalam Lintasan Sejarah*. Denpasar: Swasta Nulus.
- Barker, Chris. 2005. *Cultural Studies: Teori Dan Praktik*. Yogyakarta: Bentang Pustaka.
- Britton, Stephen G. 1991. *Tourism and Underdevelopment in Fiji*. Canberra: Australian National University.
- Chang, Feng-Hsiang, and Chih-yung Tsai. 2016. "Influences Of The Cultural Implications And Tourism Attractiveness Of Festival Tourism On Tourist Loyalty."
- Cohen, Erik. 1988. "Authenticity and Commoditization in Tourism." *Annals of Tourism Research* 15(3):371–86. doi: 10.1016/0160-7383(88)90028-X.
- Craik, J. 1991. *Resorting to Tourism: Cultural Policies for Tourism Development in Australia*. North Sydney: Allen & Unwin.
- Crick, M. 1989. "Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights, Savings, and Servility." *Annual Review of Anthropology* 18(1):307–44. doi: 10.1146/annurev.an.18.100189.001515.
- Doğan, Hasan Zafer. 1989. "Forms of Adjustment." *Annals of Tourism Research* 16(2):216–36. doi: 10.1016/0160-7383(89)90069-8.
- Eickelman, D. F., and James Piscatori. 1989. *Social Theory in the Studi of Muslim Societies. In Muslim Travellers: Pilgrimage, Migration, and the Religious Imagination*. London: Routledge.
- Elliot, James. 1997. *Tourism Politics and Public Sector Management*. London: Routledge.
- Francilon, G. 1977. "Tourism in Bali." *Research in Tourism* 1:61–93.
- Kadt, Emanuel Jehuda de. 1979. *Tourism, Passport to Development? Perspectives on the Social and Cultural Effect of Tourism in Developing Countries*. New York: Oxford University Press.
- Lubis, Akhyar Yusuf. 2004. *Setelah Kebenaran Dan Kepastian Dihancurkan Masih Adakah Tempat Berpijak Bagi Ilmuwan: Sebuah Uraian Filsafat Ilmu Pengetahuan*

- Kaum Posmodernis*. Bogor: Akademia.
- Matthews, Harry G., and Linda K. Richter. 1991. "Political Science and Tourism." *Annals of Tourism Research* 18(1):120-35. doi: 10.1016/0160-7383(91)90043-B.
- Mowforth, Martin, and Ian Munt. 1995. *Tourism and Sustainability New Tourism in the Third World*. London: Routledge.
- Mulder, Niels. 1999. *Agama, Hidup Sehari-Hari Dan Perubahan Budaya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Picard, M. 1995. *Cultural Heritage and Tourist Capital: Cultural Tourism in Bali*. https://www.researchgate.net/publication/302191916_Cultural_Heritage_and_Tourist_Capital_Cultural_Tourism_in_Bali.
- Piliang, Yasraf Amir. 2004. *Dunia Yang Dilipat: Tamasya Melampaui Batas-Batas Kebudayaan*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Pitana, I. Gde. 2006. "Industri Budaya Dalam Pariwisata Bali: Reproduksi, Presentasi, Konsumsi, Dan Konservasi Kebudayaan." in *Bali Bangkit Bali Kembali*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia dengan Universitas Udayana.
- Pitana, I. Gde, and I. K. S. Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Poespoprodjo, W. 1985. *Filsafat Moral, Kesusilaan Dalam Teori Dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Prasiasa, D. P. .. 2010. "Pengembangan Pariwisata Dan Keterlibatan Masyarakat Di Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan." Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Prasiasa, Dewa Putu Oka, Ni Wayan Karmini, and Dewa Ayu Diah Sri Widari. 2023. "Challenges of Strengthening Culture in the Development of Sustainable Tourism Villages in Bali." *Mudra Jurnal Seni Budaya* 39(1):34-44. doi: 10.31091/mudra.v39i1.2554.
- Ratcharak, Nattamon. 2007. "Guidelines of Community Participation for Sustainable Tourism Development: The Case Study of Tambon Cherrngtalay, Amphur Thalung, Changwat Phuket." Prince of Songkla University.
- Sedyawati, Edi. 2010. *Klasifikasi Industri Budaya. Dalam Kenedi Nurhan (Editor). Industri Budaya: Budaya Industri*. Jakarta: Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata dengan Badan Pekerja Kongres Kebudayaan Indonesia.
- Spillane, James. 2003. *Pariwisata Indonesia: Siasat Ekonomi Dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Sugiharto, B. .. 1996. *Postmodernisme*. Yogyakarta: Kanisius.
- Urbanovicz, C. F. 1978. "Tourism in Tonga, Troubled Times. Dalam de Kadt." *Tourism: Passport to Development*.
- Urry, J. 1990. *The Tourist Gaze*. London: Sage.