
ARTICLE

Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Wisata Kuliner Tradisional Pasar Yosomulyo Pelangi Kota Metro

Emad Diya Yusita^{1*}, Noverman Duadji²

^{1,2} Jurusan Administrasi Negara, Universitas Lampung

How to cite: Yusita, E.D., Duadji, N., (2022) Penerapan Konsep Community Based Tourism Dalam Pengelolaan Wisata Kuliner Tradisional Pasar Yosomulyo Pelangi Kota Metro *Administrativa* (4) 1

Article History

Received: 7 Agustus 2021

Accepted: 3 Maret 2022

Keywords:

Community Based Tourism, Society Participation.

Kata Kunci:

Community Based Tourism (CBT), Partisipasi Masyarakat

ABSTRACT

Every citizen has the right to get a job and a decent living as described in the 1945 Constitution Article 27 paragraph 2, so the state has an obligation to make it happen. But country have limitations so that they have not been able to create jobs for all his people. So the need for the job creation in the environment community, one of which can be through the tourism sector. Community Based Tourism (CBT) is a concept that makes the community as actors major in tourism activities. This research aims to obtain overview of Community Based Tourism management in Market Yosomulyo Pelangi (Payungi) Metro City. The method used is qualitative, with inductive logic. Data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results showed that the application of the CBT concept to economic principles in the form of creating jobs in the tourism sector and the generation of community income; social principles, gender justice (men and women) and across generations (young and old); cultural principles, society respecting different cultures in tourism activities; principle environment, there is an environmentally friendly waste disposal system; principle politics, there is participation from the local community, but the Tourism Awareness Group Yosomulyo Village has not participated in the activity tourism in Payungi.

ABSTRAK

Setiap warga negara berhak mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 ayat 2, sehingga negara memiliki kewajiban untuk mewujudkannya. Akan tetapi negara memiliki keterbatasan sehingga belum mampu menciptakan lapangan kerja untuk seluruh rakyatnya. Maka perlunya penciptaan lapangan kerja pada lingkungan masyarakat, salah satunya dapat melalui sektor pariwisata. Community Based Tourism (CBT) merupakan konsep yang menjadikan masyarakat sebagai pelaku utama dalam kegiatan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro. Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan logika induktif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep CBT pada prinsip ekonomi berupa

* Corresponding Author
Email : ematisel56@gmail.com

tercipta lapangan pekerjaan di sektor pariwisata dan timbulnya pendapatan masyarakat; prinsip sosial, keadilan gender (laki-laki dan perempuan) dan lintas generasi (kaum muda dan tua); prinsip budaya, masyarakat menghormati budaya yang berbeda dalam kegiatan pariwisata; prinsip lingkungan, terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan; prinsip politik, terdapat partisipasi dari masyarakat lokal, namun Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kelurahan Yosomulyo belum berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata di Payungi.

A. PENDAHULUAN

Setiap warga negara berhak mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 ayat 2, sehingga negara memiliki kewajiban untuk mewujudkannya. Akan tetapi negara memiliki keterbatasan sehingga belum mampu menciptakan lapangan kerja untuk seluruh rakyatnya. Hal ini dibuktikan dengan data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) bahwa tingkat pengangguran Indonesia pada Februari 2018 sebesar 5,13% atau setara dengan 6,87 juta jiwa dari jumlah seluruh penduduk Indonesia sebanyak 267,7 juta jiwa (Asmara, 2018).

Masalah pengangguran tidak hanya terjadi dalam lingkup nasional, akan tetapi juga terjadi pada lingkup regional seperti pada Kota Metro yang berada di Provinsi Lampung. Kepala Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi (Disnakertrans) Kota Metro Rakhmat Zainudin mengatakan, pengangguran di Kota Metro tercatat sebanyak 4.723 orang pada tahun 2018 (Ardiansyah, 2019). Guna mengurangi angka pengangguran tersebut, maka perlu adanya dorongan agar terciptanya lapangan pekerjaan di lingkungan masyarakat. Salah satunya melalui gerakan dari masyarakat yang memiliki kepedulian tinggi untuk melakukan inovasi dalam menciptakan lapangan kerja baru di lingkungannya.

Sebagaimana pemerintah telah mengamanatkan setiap daerah untuk mengurus rumah tangganya sendiri dengan adanya otonomi daerah agar dapat mengelola sumber daya yang dimiliki. Sejak diterbitkannya Undang-Undang nomor 22 dan 25 tahun 1999, daerah memiliki kewenangan untuk mengembangkan daerahnya, salah satu sektor yang dikembangkan adalah pariwisata. Pariwisata mempunyai potensi dalam meningkatkan perekonomian dan juga sebagai penyedia lapangan pekerjaan serta peluang usaha.

Besar kecilnya pengaruh pariwisata secara ekonomis dapat digolongkan kedalam empat kelompok, yaitu pengaruh terdapat pendapatan, lapangan pekerjaan, neraca pembayaran, dan investasi. Menjadikan destinasi wisata dengan potensi lokal yang dimiliki merupakan salah satu kegiatan yang dapat membuka lapangan pekerjaan baru serta meningkatkan perekonomian masyarakat. Lapangan kerja yang tercipta dari sektor pariwisata juga sangat membantu masyarakat lokal sebagai mata pencaharian. Pentingnya pengoptimalan sektor pariwisata tidak hanya berdampak pada masyarakat lokal tetapi juga pada Pendapatan Asli Daerah (PAD). Maka pemerintah juga memiliki peran penting dalam pembangunan pada sektor pariwisata.

Kota Metro memiliki potensi kepariwisataan berupa daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan yang dapat dikembangkan. Menyadari potensi yang dimiliki, pemerintah mengeluarkan Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 10 Tahun 2017 tentang Penyelenggaraan Kota Wisata yang memberikan aturan bagi pelaksanaan pelaku wisata dalam menjalankan

kegiatan kepariwisataan agar selaras dengan visi Kota Metro. Dalam Perda tersebut dijabarkan bahwa penyelenggaraan pariwisata harus berorientasi pada upaya-upaya pertumbuhan ekonomi, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta

pelestarian lingkungan. Disamping itu, masyarakat memiliki beragam resep serta kekayaan jenis masakan dari tradisi dan etnik yang ada.

Kemampuan yang dimiliki masyarakat dalam mengolah makanan dapat dikembangkan menjadi sajian kuliner tradisional yang dikemas semenarik mungkin untuk dijadikan sebagai destinasi wisata di Kota Metro. Masyarakat tidak dapat hanya bergantung dengan pemerintah dalam meningkatkan kesempatan kerja, akan tetapi masyarakat dapat bergerak tanpa harus terus mengandalkan bantuan yang diberikan oleh pemerintah. Menyikapi permasalahan pengangguran di Kota Metro, maka muncul inisiasi dari Bapak Dharma Styawan (akademisi) untuk menggerakkan masyarakat, pemuda, dan mahasiswa di Kelurahan Yosomulyo Kota Metro dalam mengembangkan pariwisata dengan dibentuknya Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi).

Kawasan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) awalnya merupakan gang sempit kini menjadi destinasi wisata yang dikenal dengan pasar digital yang menawarkan kuliner tradisional dan taman edukasi. Kegiatan pasar ini sebagai tempat untuk mengembangkan kreativitas yang bernilai ekonomi agar meningkatkan pendapatan masyarakat dan dapat menambah lapangan kerja. Dalam pengelolaan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), dilakukan secara swadaya oleh masyarakat, Komunitas Payungi, Komunitas Bank Sampah Payungi, dan pemerintah sebagai fasilitator. Sebagai destinasi wisata yang memiliki konsep berbasis masyarakat, tentu partisipasi aktif masyarakat sangat diperlukan yang bertujuan memberikan kesejahteraan bagi mereka dengan tetap menjaga kualitas lingkungan hingga melindungi kehidupan, sosial, dan budaya.

Sebelum adanya destinasi wisata ini, sebagian masyarakat khususnya ibu-ibu hanya menggantungkan pendapatan dari suaminya, namun saat ini bisa mendapat keuntungan dari berjualan di setiap gelaran Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Menurut Ibu Rusdiana, selaku warga asli RW 07 Kelurahan Yosomulyo yang ikut serta berdagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) sejak awal didirikan, beliau mengatakan bahwasanya dengan adanya Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) di lingkungan tempat tinggalnya memberikan dampak perubahan perekonomian bagi beliau yang tadinya hanya seorang ibu rumah tangga. Saat ini Ibu Rusdiana setiap minggunya sudah bisa memperoleh penghasilan sendiri sebesar Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 per-gelaran pasar. Tidak hanya Ibu Rusdiana, berdasarkan data hasil riset terdapat 32 ibu rumah tangga lain yang semula tidak memiliki pendapatan dan kini setiap gelaran memiliki omset Rp.500.000 sampai dengan Rp. 4.000.000.

Dalam satu bulan uang yang masuk di kawasan Payungi memiliki rata-rata Rp.180.000.000. Hal ini menunjukkan adanya peningkatan perekonomian masyarakat. Selain untuk meningkatkan perekonomian, masyarakat yang berdagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) diharuskan untuk mengikuti setiap aturan yang telah dibuat dan disepakati bersama seperti mengikuti pesantren wirausaha, bersedekah makanan sebelum gelaran dimulai, menginfakkan sebagian keuntungannya untuk pembangunan masjid di lingkungan pasar dan infak untuk pengembangan sarana-prasarana destinasi wisata, serta gotong royong dalam mempersiapkan lokasi sebelum gelaran dan usai gelaran. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan tersebut mencerminkan bahwa tidak hanya keuntungan materi dan pengembangan destinasi wisata saja, akan tetapi juga untuk menumbuhkan guyub di lingkungan masyarakat.

Model pengembangan pariwisata sangat diperlukan dalam membangun dan mengoptimalkan pengelolaan destinasi wisata. Seperti pariwisata yang berbasis masyarakat memiliki berbagai kelebihan, baik dari aspek pengembangan masyarakat maupun industri pariwisata. Konsep

pariwisata berbasis masyarakat atau yang biasa disebut dengan Community Based Tourism (CBT) muncul sebagai sebuah alternatif dari arus utama pengembangan pariwisata.

Sebagaimana Hausler (2005), mendefinisikan CBT merupakan bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen atau pengelolaan dan pengembangan pariwisata.

Keberhasilan pariwisata berbasis masyarakat tentunya tidak lepas dari peran masyarakat itu sendiri, keberhasilan ini akan mampu menciptakan kesempatan kerja, mengurangi angka kemiskinan, dan dapat meningkatkan perekonomian. Akan tetapi, efektif atau tidaknya penerapan konsep CBT tergantung pada level partisipasi masyarakat. Partisipasi masyarakat juga akan menjadi tidak ada artinya jika pengembangan destinasi wisata tidak memperhatikan masalah-masalah yang terkait dengan infrastruktur, pendanaan, pemasaran, dan prasyarat utama dari eksistensi suatu objek wisata.

Terdapat tiga unsur penting CBT yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam manajemen dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (*capacity building*) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. Dalam pengelolaannya terdapat istilah pemicu, penggerak dan penguat, pemicu disini diartikan sebagai yang melatarbelakangi terciptanya kegiatan pariwisata. Di Payung Kota Metro yang menjadi pemicu terjadinya kegiatan pariwisata yaitu keinginan untuk memiliki pendapatan, aktor penggerak yaitu akademisi, pemerintah sebagai aktor penguat, serta komunitas Payung Kota Metro dan masyarakat sebagai pihak yang mengelola objek wisata.

Dalam wawancara bersama penggerak wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payung Kota Metro), Bapak Dharma Setyawan mengungkapkan bahwa pemerintah sebagai fasilitator hanya berperan sebagai penasihat dalam pengelolaan destinasi wisata, serta dalam pemberian sarana dan prasarana belum ada keterlibatan dari pemerintah, hal ini mungkin disebabkan karena belum lama berdirinya Payung Kota Metro yaitu sejak Oktober tahun 2018. Meski begitu, Pasar Yosomulyo Pelangi (Payung Kota Metro) menjadi salah satu destinasi wisata di Kota Metro yang berjalan baik dalam pengelolaannya, dapat memberdayakan masyarakat sekitar, serta meningkatkan perekonomian masyarakat. Keberhasilan penerapan *Community Based Tourism* (CBT) tergantung karakteristik dan kondisi masyarakat atau komunitas pada sekitar destinasi wisata sehingga model pelaksanaan CBT di wilayah satu dengan lainnya berbeda (Nurhidayati & Fandeli, 2012).

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin memperoleh gambaran pengelolaan pariwisata di Pasar Yosomulyo Pelangi Kota Metro yang dianalisis menggunakan konsep *Community Based Tourism* (CBT) dari (Suansri, 2003). Pengelolaan pariwisata dengan menerapkan konsep CBT memiliki aspek dasar berupa lima prinsip yaitu, prinsip ekonomi, prinsip sosial prinsip budaya, prinsip lingkungan, dan prinsip politik. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Penerapan Konsep *Community Based Tourism* (CBT) Dalam Pengelolaan Pasar Yosomulyo Pelangi (Payung Kota Metro)”.

B. TINJAUAN PUSTAKA

Community Based Tourism

Community Based Tourism (CBT) merupakan sebuah konsep pariwisata yang mampu membantu masyarakat untuk mendapatkan manfaat atas kemajuan pariwisata di wilayah terkait. Sunaryo (2013), mengungkapkan bahwa dalam pembangunan kepariwisataan yang berorientasi pada pemberdayaan masyarakat menjadi isu strategis pengembangan

kepariwisataan saat ini, yang dikenal dengan istilah *Community Based Tourism* (CBT) atau pariwisata berbasis masyarakat. Pariwisata berbasis masyarakat berkaitan erat dengan adanya partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pembangunan kepariwisataan yang ada. Partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri atas dua perspektif, yaitu partisipasi masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi yang berkaitan dengan

distribusi keuntungan yang diterima oleh masyarakat dari pembangunan pariwisata. Oleh karena itu, (Sunaryo, 2013) mengungkapkan pada dasarnya terdapat tiga prinsip pokok dalam strategis perencanaan pembangunan kepariwisataan yang berbasis masyarakat atau Community Based Tourism (CBT), yaitu:

1. Mengikutsertakan masyarakat dalam pengambilan keputusan.
2. Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan pariwisata.
3. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

Menurut (Tresiana & Duadji, 2018), CBT tidak berada pada tataran bagaimana pariwisata dapat memberikan manfaat yang lebih tinggi bagi komunitas, tetapi lebih pada bagaimana pariwisata berkontribusi dalam proses pembangunan masyarakat. CBT lebih memfokuskan pada dampak yang ditimbulkan pariwisata terhadap masyarakat (komunitas) dan sumber daya lingkungan, dalam hal ini wisata sebagai alat untuk memperkuat kemampuan organisasi masyarakat dalam mengatur sumber daya yang ada melalui partisipasi masyarakat langsung. Pembangunan pariwisata kerakyatan berbeda dengan pariwisata konvensional. Pembangunan ini lebih dikenal dengan model bottom up, pembangunan sebagai social learning yang menuntut adanya partisipasi masyarakat lokal dalam pembangunan dan pengelolaannya. Menurut (Suansri, 2003), Community Based Tourism (CBT) sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan budaya. CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Adapun lima prinsip dalam aspek utama pengembangan CBT menurut (Suansri, 2003), yakni:

- 1) Prinsip ekonomi, dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata dan timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata.
- 2) Prinsip sosial, dengan indikator meningkatnya kualitas hidup; peningkatan kebanggaan komunitas; pembagian peran yang adil antara laki-laki, perempuan, generasi muda dan tua; membangun penguatan organisasi komunitas.
- 3) Prinsip budaya, dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal.
- 4) Prinsip lingkungan, dengan indikator mempelajari carrying capacity area, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi.
- 5) Prinsip politik, dengan indikator meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kepuasan komunitas yang lebih luas, menjami hak-hak dalam pengelolaan sumber daya alam.

Pariwisata

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan (aktivitas perjalanan) yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang, bersifat sementara dan dilakukan untuk tujuan berlibur atau rekreasi. Dalam Undang-Undang Pasal 1 Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa konsep wisata dan pariwisata adalah:

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara;
- b. Sedangkan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Menurut Ismayanti (2010), wisata dibagi menjadi beberapa jenis antara lain: Wisata Olahraga, Wisata Kuliner, Wisata Religius, Wisata Agro, Wisata Gua, Wisata Belanja, dan Wisata Ekologi.

Berbagai jenis wisata dapat berkembang dikemudian hari, seiring berubahnya keinginan dan ketertarikan dari wisatawan. Hal ini tentunya dapat membuka bisnis pariwisata yang harus mempertimbangkan keinginan dan kebutuhan yang diminati oleh wisatawan.

Fungsi pariwisata mencakup tiga aspek, hal ini dikemukakan oleh Hartono (Aryunda, 2011), bahwa peranan pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya, berintikan tiga segi yaitu segi ekonomi (sumber devisa dan pajak), segi sosial (penciptaan kesempatan kerja), dan segi kebudayaan (memperkenalkan kebudayaan Indonesia pada wisatawan asing).

Kebijakan Kepariwisata di Indonesia

Menurut Goeldner dan Ritchie (Murdiastuti & Rohman, 2014), kebijakan pariwisata sebagai regulasi, aturan, pedoman, arah, dan sasaran pembangunan atau promosi serta strategi yang memberikan kerangka dalam pengambilan keputusan individu maupun kolektif yang secara langsung mempengaruhi pengembangan pariwisata dalam jangka panjang dan sekaligus kegiatan sehari-hari yang berlangsung di suatu destinasi. Sunaryo (2013) mengungkapkan untuk mewujudkan pengembangan pariwisata berjalan dengan baik dan dikelola dengan baik, maka hal yang paling mendasar dilakukan adalah bagaimana memfasilitasi keterlibatan yang luas dari komunitas lokal dalam proses pengembangan dan memaksimalkan nilai manfaat sosial dan ekonomi dari kegiatan pariwisata untuk masyarakat setempat. Masyarakat lokal memiliki kedudukan yang sama pentingnya sebagai salah satu pemangku kepentingan (Stakeholder) dalam pembangunan kepariwisataan, selain pihak pemerintah industri swasta.

Berkaitan dengan kepariwisataan, maka dalam pengelolaannya terdapat pemicu dan penguat. Pemicu disini diartikan sebagai latar belakang terciptanya kegiatan pariwisata, didalamnya terdapat aktor-aktor yang berperan. Dalam pengelolaan wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro yang menjadi pemicu terjadinya pariwisata yaitu terdapat pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan pariwisata. Untuk mendorong pemicu maka terdapat aktor yang menggerakkan masyarakat yaitu, akademisi yang memiliki inisiasi menciptakan ruang kreatif agar masyarakat dapat mengembangkan kemampuannya dalam mengolah keanekaragaman resep yang dimiliki untuk dijadikan kuliner tradisional, serta dapat mengemasnya secara kreatif sehingga menarik untuk dikunjungi. Pemerintah merupakan aktor yang menjadi penguat kegiatan pariwisata ini, dengan tidak menarik retribusi dan pajak.

Tujuan dalam penyelenggaraan kepariwisataan dimaksudkan agar mampu menunjang gerak pembangunan untuk memajukan kesejahteraan masyarakat serta meningkatkan citra bangsa. Akan tetapi, dalam menunjang gerak pembangunan tersebut tidak akan lepas dari peran pemerintah dalam penyediaan fasilitas yang berupa sarana dan prasarana yang dibutuhkan, aksesibilitas yang dapat dijangkau dengan mudah dan baik, serta sumber daya manusia yang mampu menopang peran pemerintah tersebut (Vianti dkk., 2021).

Dalam Peraturan Daerah Lampung Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Provinsi Lampung, pada pasal 34 ayat 2 dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah menjadi aktor utama dalam pengembangan pariwisata, khususnya dalam hal pengelolaan daya tarik dan pembinaan masyarakat sekitar objek wisata. Akan tetapi yang menjadi pelaksana dalam kegiatan pengembangan pariwisata adalah satuan kerja teknis yang terkait, swasta dan masyarakat yang memiliki kepedulian terhadap pengembangan pariwisata.

Dalam Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 10 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Kota Wisata dijabarkan bahwa, penyelenggaraan Kota Wisata di Kota Metro harus mampu

memberikan multiplier effect terhadap perekonomian masyarakat lokal dan pengembangan wilayah serta kondisi sosial budaya masyarakat. Pemerintah daerah juga memiliki tanggung jawab dalam peningkatan kerjasama dengan swasta, akademisi, dan sektor informal dalam mendukung pengembangan pariwisata. Pemerintah juga memiliki kewenangan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan dan penyelenggaraan pariwisata pada tataran kebijakan, program, kegiatan, dan anggaran selaras dengan visi Kota Metro. Dalam upaya mendukung perintisan pengembangan daya tarik wisata, pemerintah daerah memperkuat upaya pengelolannya. Masyarakat dapat berperan serta dalam penyelenggaraan pariwisata dengan memberikan masukan dalam penyusunan kebijakan, dan berperan dalam pengelolannya.

C. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Adapun alasan menggunakan metode kualitatif yaitu karena ingin memferivikasi, bukan ingin membuktikan atau menguji sesuatu. Peneliti ingin mengamati fenomena dalam proses pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi), berinteraksi dengan masyarakat yang terlibat dengan Payungi, serta menafsirkan pendapat mereka tentang penerapan konsep Community Based Tourism (CBT), sehingga peneliti dapat menyimpulkan fenomena tersebut. Logika yang digunakan dalam penelitian ini yaitu induktif. Logika induktif dimaksudkan sebagai penarikan fakta- fakta atau observasi-observasi spesifik menuju kesimpulan umum yang hanya digunakan untuk menjelaskan ragam fakta yang ada.

Fokus pada penelitian ini adalah pada penerapan konsep Community Based Tourism dalam pengelolaan wisata kuliner tradisional Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro dengan menggunakan teori Community Based Tourism Suansri (2003) yang melihat aspek utama dalam pengembangan CBT berupa lima prinsip yaitu:

1. Prinsip ekonomi, dengan indikator terciptanya lapangan pekerjaan, timbulnya pendapatan masyarakat.
2. Prinsip sosial, dengan indikator adanya pembagian peran yang adil antara laki-laki, perempuan, kaum muda dan tua dalam pengembangan pariwisata.
3. Prinsip budaya, dengan indikator mendorong untuk menghormati budaya yang berbeda.
4. Prinsip lingkungan, dengan indikator terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan.
5. Prinsip politik, dengan indikator terdapat upaya peningkatan partisipasi dari penduduk lokal.

Adapun jenis dan sumber data dalam penelitian ini yaitu terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan observasi yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro. Dengan sumber data yang diperoleh dari informan dan observasi dengan mendeskripsikan kegiatan pengelolaan pariwisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal, dokumen arsip, dan artikel yang berkaitan dengan pengelolaan pariwisata. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis model interaktif. Aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terciptanya Lapangan Pekerjaan di Sektor Pariwisata

Dalam konsep Community Based Tourism (CBT) salah satu prinsip ekonomi yang berkaitan dengan terciptanya lapangan pekerjaan pada sektor pariwisata yang dikaitkan dengan perubahan ekonomi melalui pemanfaatan potensi wisata. Terciptanya pekerjaan baru yang bersifat individu yaitu dengan berjualan kuliner tradisional. Salah satu indikator dalam prinsip ekonomi pada konsep Community Based Tourism (CBT) yang berkaitan dengan terciptanya lapangan pekerjaan baru di lingkungan masyarakat yaitu timbulnya pendapatan.

Omset Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) per-bulan atau sama dengan empat kali gelaran pasar, dengan jumlah Rp. 201.681.000 pada periode April 2021. Dengan rata-rata omset pedagang 3 juta rupiah per bulan (empat kali gelaran).

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) pada Juni 2021 sebanyak 55 orang. Dari jumlah tersebut memiliki beragam latar belakang pekerjaan. Pasar Yosomulyo Pelangi hanya digelar satu kali dalam satu minggu, sehingga masyarakat dapat memiliki pekerjaan lain untuk kegiatan sehari-hari. Tidak hanya masyarakat yang memiliki usaha dengan berdagang di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) yang mendapatkan lapangan pekerjaan dalam bidang pariwisata. Akan tetapi terdapat beberapa pedagang yang tidak mengelola dagangannya sendiri, sehingga mempekerjakan masyarakat untuk membantu menjajakan dagangan. Dengan mempekerjakan masyarakat untuk membantu berjualan maka dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru untuk masyarakat yang tidak memiliki usaha.

Masyarakat memanfaatkan halaman rumah yang dekat dengan Payungi untuk dijadikan parkir wisatawan. Dengan pengelolaan area parkir yang dilakukan sendiri oleh masyarakat lokal, maka dapat menjadi kegiatan tambahan di akhir pekan. Dengan adanya destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) membuka peluang baru untuk menciptakan lapangan pekerjaan di lingkungan masyarakat, seperti berdagang, menjaga parkir pengunjung, dan menjaga wahana permainan anak.

Timbulnya Pendapatan Masyarakat Lokal

Salah satu indikator dalam prinsip ekonomi yang berkaitan dengan terciptanya lapangan pekerjaan baru di lingkungan masyarakat yaitu timbulnya pendapatan masyarakat. Seperti yang kita ketahui, jika tercipta lapangan pekerjaan maka akan timbul pendapatan juga. Disamping itu, timbul dana untuk pengembangan sarana dan prasarana destinasi wisata. Sesuai dengan aspek utama Community Based Tourism yang diungkapkan oleh (Suansri, 2003) dalam prinsip ekonomi, bahwa salah satu poin dari keberhasilan pengelolaan wisata berbasis masyarakat adalah mampu menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal. Keberhasilan tersebut juga mampu memberikan manfaat dalam meningkatkan pendapatan masyarakat.

Dengan banyaknya wisatawan yang datang maka omset Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) semakin meningkat, seperti pada hasil penelitian menunjukkan bahwa omset per-gelaran memiliki rata-rata Rp. 45.000.000 dan omset parkir memiliki rata-rata Rp. 1.900.000. Pendapatan masyarakat lokal

Timbulnya pendapatan masyarakat karena adanya destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) juga dapat dilihat dari omset pasar. Berikut merupakan data omset Pasar Yosomulyo Pelangi sejak awal dibuka, yaitu pada Oktober 2018 hingga 4 April 2021:

Tabel 1. Rekapitulasi Omset Gelaran Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro 2018-2021

No.	Periode	Jumlah (Rupiah)	Keterangan
1.	28 Oktober 2018 – 5 Mei 2019	1.034.689.000	29 kali gelaran
2.	Ramadhan 1440 H	178.834.000	21 kali gelaran
3.	16 Juni - 27 Oktober 2019	729.749.000	19 kali gelaran
4.	3 November 2019-15 Maret 2020	849.204.000	20 kali gelaran
5.	14 Juni 2020 - 25 Oktober 2020	690.076.000	19 kali gelaran
6.	1 November 2020 – 4 April 2021	1.090.160.000	24 kali gelaran
	Jumlah	4.572.712.000	132 kali gelaran

Sumber: Data Rekapitulasi Omset Payungi (2021).

Pendapatan masyarakat lokal yang diperoleh dari pembelanjaan wisatawan tidak hanya untuk individu, akan tetapi terdapat dana kas Payungi. Dana kas tersebut berasal dari infak pedagang dan pengelola parkir yang digunakan untuk pengembangan destinasi wisata, yaitu berupa sarana dan prasarana destinasi wisata. Tidak hanya untuk pengembangan destinasi wisata, akan tetapi juga terdapat infak untuk pembangunan masjid di sekitar Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi). Sumber dana tersebut diperoleh dari pedagang, pengelola parkir, dan juga wisatawan yang datang ke Payungi. Dengan adanya destinasi wisata Payungi menimbulkan pendapatan bagi individu dan juga komunitas

Berdasarkan uraian pembahasan prinsip ekonomi dari kedua indikator yang bersumber pada hasil penelitian yaitu, terciptanya lapangan pekerjaan disektor pariwisata dan timbulnya pendapatan masyarakat dapat disimpulkan bahwa destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi memberikan manfaat bagi perekonomian masyarakat lokal, yaitu dengan terciptanya peluang lapangan pekerjaan berupa berwirausaha kuliner serta mengelola parkir wisatawan sehingga dapat menambah pendapatan masyarakat. Keuntungan yang diperoleh selain untuk kebutuhan individu, juga untuk dana pengembangan destinasi wisata serta dana Corporate Social Responsibility (CSR) untuk pembangunan masjid disekitar destinasi wisata.

Prinsip Sosial

Kelurahan Yosomulyo memiliki jumlah penduduk laki-laki lebih banyak dibandingkan perempuan, akan tetapi dalam kegiatan pariwisata Payungi tidak membatasi gender dan usia. Dapat dilihat dari pedagang yang terlibat langsung dengan kegiatan pariwisata di Payungi.

Dari data pedagang Pasar Yosomulyo Pelangi berdasarkan usia dan gender yang tercantum pada tabel 10, dapat dilihat bahwa pedagang di Pasar Yosomulyo Pelangi sebagian besar memiliki usia produktif (21-64 tahun). Pedagang yang memiliki usia produktif yaitu berjumlah 53 jiwa atau jika dipresentasikan sebesar 96,4% dari seluruh jumlah pedagang, dengan laki- laki sebanyak 12 jiwa dan perempuan 41 jiwa. Sedangkan pedagang yang

memiliki usia sudah tidak produktif atau biasa disebut dengan lanjut usia (lansia) berjumlah dua orang atau jika dipresentasikan sebesar 3,6% dari seluruh jumlah pedagang, dengan laki-laki berjumlah satu orang dan perempuan satu orang.

Dapat disimpulkan bahwa pada pengelolaan wisata Pasar Yosomulyo Pelangi dalam prinsip sosial terdapat keadilan gender (laki-laki dan perempuan) dan lintas generasi (kaum muda dan tua). Pembagian peran yang adil pada pengembangan destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi ditunjukkan dengan tidak adanya aturan yang membatasi masyarakat baik laki-laki, perempuan maupun kaum muda dan tua untuk terlibat langsung dalam kegiatan pariwisata. Meskipun lebih dominan jumlah perempuan yang menjadi pedagang, akan tetapi jumlah laki-laki juga dominan sebagai pengelola wahana anak dan pengelolaan parkir wisatawan. Masyarakat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata juga memiliki rentan usia yang bervariasi, antara 21 – 66 tahun.

Prinsip Budaya

Payungi tidak hanya menyajikan kuliner tradisional akan tetapi untuk mengembangkan daya tarik masyarakat yang beraneka ragam dan berganti setiap waktu, dalam tiap gelaran pengelola pasar membuat tema-tema menarik seperti Batik, Peringatan Pahlawan, Kampung Digital, Pameran Barang Antik, Festival Burung, Pameran Tanaman Bonsai, Pamrean Lukisan, lain sebagainya. Selain itu pengelola pasar dan warga bergotong royong memperbaiki spot-spot selfie dan mempercantik kawasan Payungi. Promosi pasar melalui fanpage @Kota Metro Lampung, instagram @yosomulyopelangi, website www.nuwobalak.id. Serta dari berbagai sosial media lainnya yang membuat masyarakat lebih banyak mengetahui tentang Payungi.

Kuliner tradisional yang menjadi ciri khas Pasar Yosomulyo Pelangi mampu menarik wisatawan baik dari Daerah Kota Metro maupun dari luar Kota Metro. Sebagaimana dalam Undang- Undang Nomor 10 tahun 2009 Tentang Kepariwisata disebutkan bahwa keanekaragaman bahasa dan suku bangsa, serta budaya merupakan sumber daya dan modal yang perlu dimanfaatkan secara optimal melalui penyelenggaraan kepariwisataan yang ditujukan untuk memperluas dan pemeratakan kesempatan berusaha dan lapangan kerja.

Dapat disimpulkan bahwa pada prinsip budaya dalam penerapan konsep Community Based Tourism (CBT), destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi menghormati budaya yang berbeda dalam kegiatan pariwisata. Hal ini ditunjukkan melalui aneka olahan kuliner yang disajikan dari berbagai daerah sehingga dapat menjadi salah satu cara melestarikan budaya. Tidak hanya dalam bentuk kuliner, terdapat sufenir yang memiliki motif khas Lampung, serta pelayanan pedagang yang ramah juga menjadi bentuk toleransi dengan budaya yang berbeda.

Prinsip Lingkungan

Sistem pembuangan sampah yang ramah yaitu dengan tidak mencemari lingkungan. Sampah terdapat beberapa jenis yang dapat dibuang dan dikumpulkan sesuai dengan jenisnya agar penanganannya tidak salah sehingga tidak berdampak pencemaran lingkungan. Sampah di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) tidak ditabung atas nama individu tetapi atas nama pasar. Hasil tabungan sampah diperuntukkan Kas Payungi yaitu sebagai dana pengembangan pasar. Berikut merupakan data tabungan Payungi di Bank Sampah Cangkir Hijau.

Tabel 2. Tabungan Komunitas Payungi di Bank Sampah Cangkir Hijau

No.	Tanggal	D	K	Saldo
1.	September	8	25.480	25.480
	<u>2019</u>			
2.		1	15.555	41.035
		<u>5</u>		
3.		2	13.440	54.475
		<u>2</u>		
4.		2	11.000	65.475
		<u>9</u>		
5.	Oktober	7	11.960	77.435
	<u>2019</u>			
6.		1	4.810	82.245
		<u>4</u>		

Sumber: Data Keuangan Nasabah Bank Sampah Cangkir Hijau, 2021.

Pada prinsip lingkungan dapat disimpulkan bahwa Pasar Yosomulyo Pelangi sebagai destinasi wisata yang memperhatikan kebersihan lingkungan dengan adanya sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan. Komunitas Payungi bermitra dengan Bank Sampah Cangkir Hijau untuk mengatasi permasalahan sampah plastik agar didaur ulang dan menjadikan sampah memiliki nilai ekonomi, serta melakukan upaya agar dapat mengolah sampah dengan mengadakan penyuluhan pengolahan sampah organik menjadi pupuk kompos.

Pengelola destinasi wisata Payungi juga melakukan upaya untuk tetap menjaga lingkungan agar tidak tercemari oleh sampah pasar dengan cara membuat sistem pembuangan sampah. Sebagaimana dalam Peraturan Daerah Lampung Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Provinsi Lampung, bahwa pembangunan pariwisata mencakup dimensi lingkungan yaitu harus memperhatikan terjaganya mutu lingkungan.

Sistem pembuangan sampah yang dimaksud disini adalah dengan memilah sampah untuk ditabung dan biasanya diangkut oleh petugas kebersihan sampah Kota Metro. Sampah yang dapat ditabung diantaranya, botol plastik dan gelas plastik, sedangkan sampah kantong plastik dan sampah organik dikumpulkan untuk diangkut petugas kebersihan. Hal ini dilakukan karena masyarakat belum bisa mengolah sampah secara mandiri, sehingga sistem pembuangan sampah masih mengandalkan bank sampah dan petugas kebersihan.

Komunitas Payungi bermitra dengan komunitas yang bergerak dalam bidang lingkungan hidup yaitu Komunitas Bank Sampah Cangkir Hijau untuk membantu menangani masalah sampah pasar. Bermitra dengan Bank Sampah Cangkir Hijau dapat mengurangi penumpukan sampah pada TPS (Tempat Penampungan Sementara), karena sampah plastik

dapat ditabung untuk didaur ulang. Dengan menabung sampah dapat meningkatkan nilai ekonomi dari sampah tersebut.

Prinsip Politik

Prinsip politik pada konsep Community Based Tourism (CBT) mencakup spectrum internal dan eksternal. Pada penelitian ini ditemukan spectrum internal dalam penerapan konsep CBT di Payungi yaitu, yang berkaitan dengan adanya partisipasi masyarakat lokal dan perluasan kekuasaan komunitas. Terdapat upaya peningkatan partisipasi yang dimaksudkan disini adalah dengan meningkatkan atau melibatkan masyarakat lokal dalam hal pengembangan destinasi wisata di Pasar Yosomulyo Pelangi. Proses pengambilan keputusan serta perencanaan strategi dalam pengembangan destinasi wisata Payungi semula dilakukan oleh Komunitas Payungi. Akan tetapi saat ini dalam pengambilan keputusan pengembangan pasar dimusyawarahkan dengan para pedagang.

1) Mengikutsertakan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

Pada pengelolaan destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) masyarakat lokal yang terlibat secara langsung dengan kegiatan pariwisata diikutsertakan dalam hal pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan dari setiap perencanaan yang dibuat oleh pengurus Komunitas Payungi akan dimusyawarahkan kepada masyarakat yang terlibat dengan kegiatan pariwisata untuk mendapatkan keputusan dengan suara yang mufakat. Hal ini dilakukan untuk menunjukkan keterbukaan dalam membuat sebuah kegiatan.

2) Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan pariwisata.

Kepastian bahwa masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan pariwisata yaitu dengan partisipasi masyarakat pada setiap kegiatan. Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata (Disporpar) Kota Metro juga sudah menegaskan bahwa masyarakat lokal adalah pemilik dari destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi, sehingga segala pengelolaan kegiatan pariwisata dilakukan oleh masyarakat lokal. Sebagaimana dalam Peraturan Daerah Lampung Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Provinsi Lampung, pada pasal 34 ayat 2 dijelaskan bahwa Pemerintah Daerah menjadi aktor utama dalam pengembangan pariwisata, khususnya dalam hal pengelolaan daya tarik dan pembinaan masyarakat sekitar objek wisata.

3) Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal.

Masyarakat lokal mendapatkan pendidikan tentang kepariwisataan dengan cara learning by doing (belajar sambil melakukan). Masyarakat lebih diajarkan tentang bagaimana mengembangkan kreativitas dengan segala potensi yang dimiliki. Pasar Yosomulyo Pelangi hanya sebuah tempat untuk mengembangkan kreativitas masyarakat agar memiliki nilai ekonomi. Masyarakat membuat Payungi semenarik mungkin agar terus mendatangkan pengunjung, karena dengan sesuatu yang memiliki ciri khas akan menarik pengunjung sehingga menjadi suatu destinasi wisata.

Dalam prinsip politik pengelolaan destinasi wisata Pasar Yosomulyo Pelangi dapat disimpulkan bahwa, upaya peningkatan partisipasi dari penduduk lokal telah diwujudkan. Adanya partisipasi aktif sehingga masyarakat dapat menerima manfaat dari kegiatan pariwisata, serta dukungan yang diberikan oleh pemerintah daerah dengan menyerahkan seluruh pengelolaan destinasi wisata untuk dilakukan oleh masyarakat. Pada setiap kegiatan pariwisata masyarakat lokal juga dilibatkan dalam pengambilan keputusan yang dimusyawarahkan terlebih dahulu melalui kegiatan pesantren wirausaha.

E. PENUTUP

Simpulan

Destinasi Wisata Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) dalam pengelolaannya telah menerapkan konsep Community Based Tourism (CBT) yaitu dalam prinsip ekonomi, sosial, lingkungan, budaya, dan politik. Payungi telah memberikan manfaat ekonomis berupa lapangan pekerjaan kepada 64 orang sehingga mengurangi angka pengangguran di Kota Metro, serta menambah pendapatan masyarakat lokal. Namun pada prinsip budaya, kuliner yang disajikan di Payungi masih kurang bervariasi, banyak persamaan olahan makanan yang sama. Begitu juga pada prinsip politik, belum adanya campur tangan secara langsung dari pemerintah dikarenakan segala pengelolaan diserahkan penuh kepada masyarakat oleh Pemerintah Daerah, dan juga Pokdarwis yang tidak terlibat dalam pengelolaan Payungi karena kurangnya komunikasi antara Pokdarwis dengan pengurus Payungi.

Saran

Melihat usaha pengembangan yang dilakukan oleh Komunitas Payungi ini menunjukkan keinginan besar untuk membuat destinasi wisata yang mereka kelola terus mengalami perkembangan baik dari segi kuantitas sarana prasarana maupun kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan. Hanya saja peneliti melihat masih ada beberapa hal yang perlu untuk dikembangkan, seperti:

- a) Perlu adanya pelatihan yang diadakan untuk para pedagang dari pengusaha kuliner atau yang dibidangnya agar kuliner yang dijual lebih bervariasi.
- b) Perlunya peran Pokdarwis atau pemerintah untuk mengembangkan Payungi agar semakin banyak menciptakan peluang pekerjaan bagi masyarakat, serta memperkenalkan Kota Metro lebih luas lagi.

REFERENCES.

- Ardiansyah, Z. (2019, August). Angka Pengangguran Di Metro Tinggi, Pemkot Diminta Beri Inovasi. *Lampungcentral.Com*, 1.
- Aryunda, H. (2011). Dampak Ekonomi Pengembangan Kawasan Ekowisata Kepulauan Seribu. *Journal of Region and City Planning*.
- Asmara, C. G. (2018, May). Tingkat Pengangguran di Februari 2018 Membaik ke 5,13%. *CNBCIndoneisa*, 1.
- Ismayanti. (2010). *Pengantar Pariwisata*. PT. Grasindo.
- Murdiastuti, A., & Rohman, H. (2014). *Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Democratic Governance* (A. Murdiastuti (ed.); 1st ed.). Pustaka Radja.
- Nurhidayati, S. E., & Fandeli, C. (2012). Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu , Jawa Timur. *Jejaring Administrasi Publik, IV*(1), 36–46.
- Peraturan Daerah Lampung Nomor 6 Tahun 2012 Tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA) Provinsi Lampung.
- Peraturan Daerah Kota Metro Nomor 10 Tahun 2017 Tentang Penyelenggaraan Kota Wisata.
- Suansri, P. (2003). Community based tourism handbook. In *Community Based Tourism Handbook*.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan Pembangunan Destinasi pariwisata: Konsep dan Aplikasinya*. Gava Media.
- Tresiana, N., & Duadji, N. (2018). *Tata Kelola Pariwisata Teluk Kiluan Berkelanjutan* (Pertama). Graha Ilmu.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata.
- Vianti, O., Kagungan, D., & Yulianti, D. (2021). Strategi Media Branding Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat sebagai Destinasi Wisata Internasional. *Jurnal Birokrasi, Kebijakan Dan Pelayanan Publik*, 3 Nomor 1. <https://doi.org/10.23960/administrativa.v3i1.68>

