



Pengembangan

Desa Sungsang Menjadi Desa Wisata

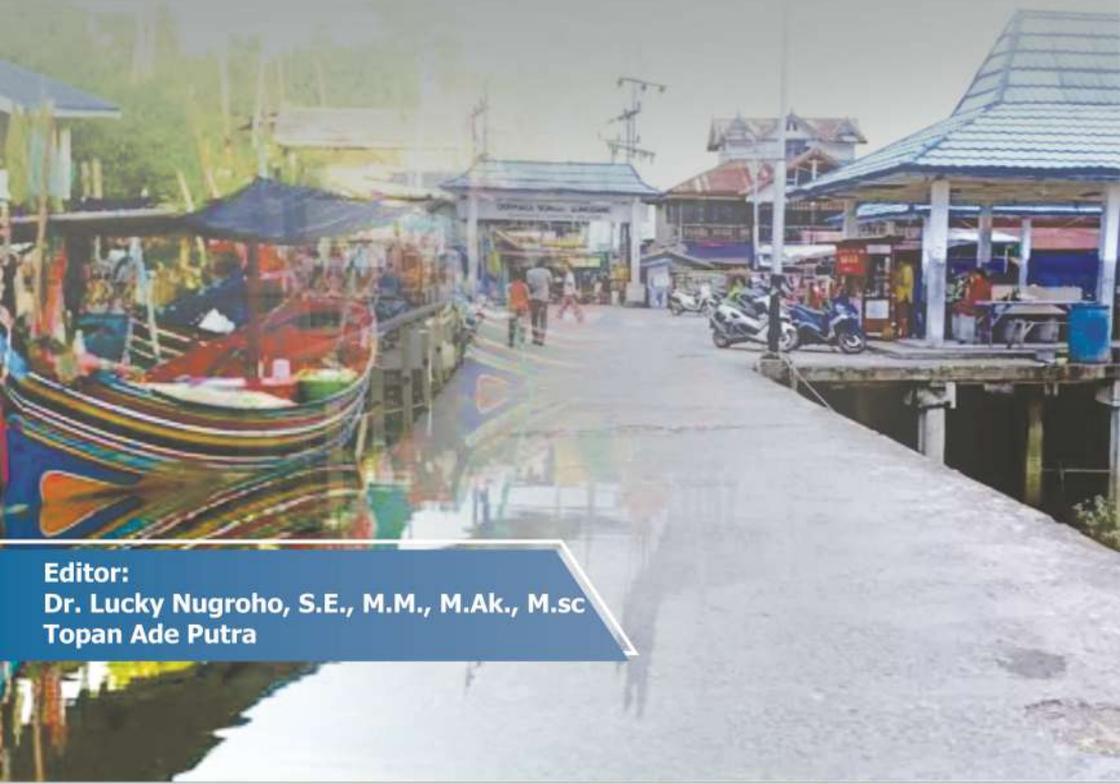
Yang Berdaya Saing Dan Berkelanjutan

Tim Penulis :

Amalia Mustika, S.E., M.M, Devita Gantina, S.S.T.Par, M.Par, Dr. Nurbaeti, M.M,
Farah Levyta, S.S.T.Par, M.Par, CHE, Fetty Asmaniaty, S.E., M.M, Hendra, S.E., M.M,
Ir. Fachrul Husain Habibie. M.M, Novita Widyastuti S.S.T. Par, M.Si., Par,
Prof. Dr. S. Pantja Djati, M.Si., M.A., M.Th, Prof. Dr. Willy Arafah, M.M., D.B.A.

Editor:

**Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.sc
Topan Ade Putra**



Pengembangan

Desa Sungsang Menjadi Desa Wisata Yang Berdaya Saing Dan Berkelanjutan

Tim Penulis :

Amalia Mustika, S.E., M.M, Devita Gantina, S.S.T.Par., M.Par, Dr. Nurbaeti, M.M,
Farah Levyta, S.S.T.Par., M.Par, CHE, Fetty Asmaniaty, S.E., M.M, Hendra, S.E., M.M,
Ir. Fachrul Husain Habibie. M.M, Novita Widyastuti S.S.T. Par., M.Si., Par,
Prof. Dr. S. Pantja Djati, M.Si., M.A., M.Th, Prof. Dr. Willy Arafah, M.M., D.B.A.

Editor:

**Dr. Lucky Nugroho, S.E., M.M., M.Ak., M.sc
Topan Ade Putra**



PENGEMBANGAN DESA SUNGSANG MENJADI DESA WISATA YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN

Tim Penulis:

Amalia Mustika, Devita Gantina, Nurbaeti, Farah Levyta, Fetty Asmaniaty, Hendra, Fachrul Husain Habibie, Novita Widyastuti, S. Pantja Djati, Willy Arafah

Desain Cover:

Usman Taufik

Tata Letak:

Handarini Rohana

Editor:

**Lucky Nugroho
Topan Ade Putra**

ISBN:

978-623-459-071-5

Cetakan Pertama:

Mei, 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Hak Cipta Dilindungi Oleh Undang-Undang

Copyright © 2022

by Penerbit Widina Bhakti Persada Bandung

All Right Reserved

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT:

WIDINA BHAKTI PERSADA BANDUNG

(Grup CV. Widina Media Utama)

Komplek Puri Melia Asri Blok C3 No. 17 Desa Bojong Emas
Kec. Solokan Jeruk Kabupaten Bandung, Provinsi Jawa Barat

Anggota IKAPI No. 360/JBA/2020

Website: www.penerbitwidina.com

Instagram: [@penerbitwidina](https://www.instagram.com/penerbitwidina)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya dokumen Pengembangan Desa Wisata Sungsang menjadi Desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan. Dengan adanya dokumen ini diharapkan mampu meningkatkan kualitas tata kelola destinasi pariwisata terkait dengan arah dan pengembangan destinasi wisata desa Sungsang di masa yang akan datang. Berbagai aktivitas program destinasi wisata Desa Sungsang telah dilakukan sehingga perlu disusun kembali desain serta strategi yang lebih terarah.

Sungsang menjadi salah satu destinasi wisata menarik Banyuasin. Sungsang terletak di pesisir arah laut yang menjadi pusat peristirahatan para nelayan di Banyuasin. Untuk menuju lokasi, dibutuhkan waktu 2,5 jam dari Kota Palembang. Akses ke lokasi ada dua alternatif, bisa memakai jalur darat atau naik speed boat.

Sungsang memiliki banyak potensi untuk menjadi desa wisata. Selain memiliki daya tarik tradisi dan budaya yang unik, desa tersebut juga bisa menjadi persinggahan bagi pelancong yang hendak menyaksikan burung migran dari Siberia di Taman Nasional Berbak—Sembilang.

Potensi yang tak kalah menariknya adalah setiap tahun dari bulan Oktober sampai Februari adanya burung migran dari Siberia mencari makan di pesisir Sembilang dan fenomena itu sudah menarik minat wisatawan lokal, dan wisatawan dari Australia juga datang ke desa tersebut. Mereka berlayar dengan kapal Coral Adventure. Selain dari Australia, penumpang asal Inggris, Belgia, Prancis, Amerika Serikat, Selandia Baru, Rusia, dan Belanda.

Di dalam dokumen Pengembangan Desa Wisata Sungsang menjadi

Desa wisata yang berdaya saing dan berkelanjutan ini dijabarkan menjadi Pendahuluan berupa latar belakang dan tinjauan teori tentang Pariwisata, Pariwisata alam serta eco wisata serta konsepnya, Konsep berdaya saing dan berkesinambungan, daya Tarik Sungsang, konsep Home stay, wisata gastronomi dan food Souvenir serta Komunikasi pemasaran berbasis digital pada desa Sungsang.

Terselesaikannya dokumen ini, kami dari tim penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat di dalamnya, kami berharap dokumen ini mampu memberikan manfaat kepada Pariwisata desa Sungsang dan pembaca sekalian. Terima Kasih.

Tim Penulis

Mahasiswa S3, Angkatan 2020

KATA SAMBUTAN

Syukur Alhamdulillah kita ucapkan kepada Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya maka buku yang berjudul “Pengembangan Sungsang menjadi Desa Wisata yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan” dapat diselesaikan. Buku ini merupakan hasil karya mahasiswa S3 (Program Doktorat Pariwisata) Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Di usia 52 tahun dengan Visi “Menjadi Pusat Unggulan Pengembangan Ilmu Pariwisata dan Hospitality yang memiliki Daya Saing Global,” STP Trisakti berkomitmen dan terus memberikan kontribusi strategis terhadap kebijakan Pemerintah untuk membangun dunia pariwisata di bumi Nusantara ini, baik melalui menyiapkan Sumber Daya Manusia yang unggul, dan juga mengembangkan ilmu pengetahuan Pariwisata dan Hospitality. Salah satu kegiatan untuk memberikan kontribusi adalah dengan dibukanya Program Studi S3 Pariwisata yang merupakan satu-satunya Perguruan Tinggi Swasta bidang Pariwisata yang mempunyai Program S3 (Doktoral) di bidang Pariwisata di Indonesia.

STP Trisakti terus berkomitmen memberikan karyanya yang terbaik seperti buku ini kepada negara Indonesia. Untuk itu Selain melahirkan Ahli Pariwisata yang menjadikan Pariwisata di negara Indonesia yang kita cintai ini makin unggul, bermartabat, dan bermanfaat bagi kesejahteraan, khususnya di masyarakat Pedesaan dan Indonesia pada umumnya.

Melalui Buku ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi para *stakeholders* yang terlibat pada pembangunan pariwisata di Desa Sungsang, Kabupaten Banyuasin, Propinsi Sumatera Selatan dan juga bagi masyarakat yang membacanya. Kami mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa doktoral STP Trisakti yang telah memberikan pemikirannya berdasarkan keahlian yang dimilikinya. Kami juga mengucapkan banyak terimakasih kepada para pihak yang telah menyampaikan masukan baik teknis maupun substansi, serta yang telah me-review dokumen ini. Semoga Tuhan Yang Maha Esa dan Kuasa selalu memberikan petunjuk Nya agar kita dapat menciptakan karya yang berguna bagi NKRI yang kita cintai ini.

Jakarta, Februari 2022



Fetty Asmaniaty, SE., MM
Ketua STP Trisakti

KATA SAMBUTAN

Rasa syukur kita ucapkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, dan berkat bimbingan dan petunjuk-Nya telah disusun buku dengan judul “Pengembangan Sungsang menjadi Desa Wisata yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan”. Buku ini merupakan hasil karya mahasiswa S3 (Program Doktorat Pariwisata) Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti.

Visi STP Trisakti adalah “Menjadi Pusat Unggulan Pengembangan Ilmu Pariwisata dan Hospitality yang memiliki Daya Saing Global,” Salah satu upaya untuk mencapai visinya program studi pariwisata doktoral berkomitmen melaksanakan kegiatan yang sesuai dengan visi tersebut. Selain itu Prodi Pariwisata S3 juga berkomitmen mendukung kebijakan Pemerintah di sektor Pariwisata, melalui berbagai kegiatan yang memberikan peran serta dalam membangun dunia pariwisata di bumi Nusantara ini. Salah satu kegiatan yang dilakukan adalah dengan dibuatnya buku ini yang diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pemangku kepentingan yang terlibat dalam pembangunan pariwisata di Kabupaten Banyuasin, Provinsi Sumatera Selatan dan juga bagi masyarakat yang membacanya.

Kami mengucapkan terima kasih kepada para mahasiswa doktoral STP Trisakti yang telah memberikan pemikirannya berdasarkan keahlian yang dimilikinya. Kami juga berterima kasih ke seluruh pihak yang telah memberikan masukan secara teknis maupun substansi, sehingga buku dapat diselesaikan dengan baik. Semoga Tuhan YME selalu memberikan hidayah-Nya agar kita selalu dapat mewujudkan karya-karya lainnya yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat Negara Indonesia yang kita cintai ini. Aamiin

Jakarta, Februari 2022



Prof. Dr. Sundring Pantja Djati, M.Si, M.A
Kepala Program Studi Pariwisata Doktoral
STP Trisakti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iii
KATA SAMBUTAN	v
KATA SAMBUTAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
BAB 2 TINJAUAN TEORI	3
A. Pariwisata	3
a. Pengertian Pariwisata	3
b. Jenis-Jenis Pariwisata	5
c. Unsur-unsur Pariwisata	8
B. Desa Wisata	9
a. Pengertian Desa Wisata	9
b. Manfaat Desa Wisata	10
C. Pengembangan Desa Wisata	12
BAB 3 PENGEMBANGAN DESA SUNGSANG	15
A. Daya Tarik Desa Sungsang	15
B. Akomodasi/Homestay	21
C. Gastronomi Desa Sungsang	24
D. Food Souvenir Desa Sungsang	26
E. Komunikasi Pemasaran Pariwisata Berbasis Digital Pada Desa Sungsang	29
F. Desa Wisata Sungsang Yang Berkelanjutan	31
G. Sertifikasi Desa Wisata Sungsang	35
BAB 4 PENUTUP	37
A. Kesimpulan	37
B. Saran	38
DAFTAR PUSTAKA	39
PROFIL PENULIS	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Muara Sungai Musi, Desa Sungsang.....	16
Gambar 3.2 Ekosistem Muara Sungai Musi, Desa Sungsang	16
Gambar 3.3 Desa Nelayan Tua, Desa Sungsang	17
Gambar 3.4 Pola Penyebaran Pemukiman, Desa Sungsang.....	18
Gambar 3.5 Tempat Pelelangan Ikan (TPI), Desa Sungsang.....	18
Gambar 3.6 Potensi Kerajinan Lokal, Desa Sungsang	19
Gambar 3.7 Industri Rumah Tangga Pengolahan Ikan (Pempek, Sungsang).....	19
Gambar 3.8 Potensi Industri Rumah Tangga, Nata De Coco, Desa Sungsang	20
Gambar 3.9 Rumah Tradisional, Desa Sungsang.....	20
Gambar 3.10 Seni Pertunjukan, Tarian Burung Migran, Desa Sungsang ...	21
Gambar 3.11 Kamar Tidur di Homestay, Desa Sungsang	23
Gambar 3.12 Kamar Mandi Jongkok, Desa Sungsang	24
Gambar 3.13 Desain Promosi Produk Souvenir, Desa Sungsang	27
Gambar 3.14 Food Souvenir Desa Sungsang (Hasil Pendampingan)	28



PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Manfaat desa wisata menjadi salah satu bentuk kegiatan ekonomi kreatif, khususnya bidang pariwisata kreatif. Pada umumnya dikenal dua konsep yaitu desa wisata dan wisata pedesaan. Keduanya memiliki makna yang berbeda. Konsep wisata pedesaan, menekankan pada kegiatan mengunjungi destinasi wisata di sebuah desa. Sementara itu, desa wisata menekankan pada pengenalan seluruh aspek pedesaan yang mencerminkan suasana keasrian pedesaan. Di dalamnya meliputi juga kehidupan sosial, ekonomi dan budaya masyarakatnya.

Berdasarkan uraian nya, perbedaan konsep antara desa wisata dan wisata pedesaan amat lah jelas. Perbedaan paling mendasar terletak pada adanya interaksi antara turis dan masyarakat lokal di desa wisata. Sementara, pada wisata pedesaan tidak ditemukan hal serupa. Lahirnya desa wisata seakan menjadi jawaban atas tren pariwisata alternatif. Dimana konsep wisata lebih menekankan pada hubungan antara turis dengan alam dan masyarakat lokal. Aspek inilah yang menjadi keunikan desa wisata dibanding destinasi wisata lain.

Desa wisata tidak hanya menjadi alternatif destinasi wisata. Akan tetapi juga memiliki peran penting dalam pengembangan entitas lokal. Baik pengembangan komoditi, seni budaya, SDA, ataupun SDM.

Salah satu kawasan yang memiliki potensi dan keunikan kawasannya yang dapat dikembangkan menjadi daerah tujuan wisata adalah kawasan Sungsang; yang secara administratif terdiri dari 5 Desa yaitu Desa Marga Sungsang, Desa Sungsang 1, Sungsang 2, Sungsang 3 dan Sungsang, dan Sungsang 4. Selain memiliki potensi dan keunikan kawasan Sungsang masuk ke dalam kawasan *buffer zone* Cagar Biosfer dan Taman Nasional Sembilang dimana pada bulan Oktober – November setiap tahunnya ada kawanan burung dengan jumlah jutaan bermigrasi yang singgah untuk mencari makan di kawasan sembilang. Peristiwa memberikan keuntungan dan added value dalam hal kelengkapan serta potensi wisata di Kasawan Sungsang. Sehingga kawasan Sungsang dinilai memiliki sangat banyak potensial dan keunikannya untuk dimanfaatkan dan dioptimalkan menjadi destinasi wisata atau Desa Wisata.



BAB
2

TINJAUAN TEORI

A. PARIWISATA

a. Pengertian Pariwisata

Umumnya bagi manusia pariwisata adalah merupakan suatu yang dibutuhkan untuk pergantian suasana, sehingga pergantian suasana dinilai dan menimbulkan rasa syukur dan cinta akan ciptaan Tuhan Yang Maha Kuasa seperti keindahan alam ciptaan-Nya. Pariwisata juga menciptakan pergaulan berbagai suku, agama dan golongan, bangsa dan di masyarakat. Pariwisata juga merupakan kegiatan manusia atau seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain atau menginap di suatu tempat yang bukan tinggalnya dalam jangka waktu kurang dari satu tahun secara terus menerus, untuk bersenang-senang, usaha dagang ataupun maksud lainnya.

UNWTO, 2008 menjelaskan bahwa pariwisata merupakan fenomena sosial, budaya dan ekonomi dimana adanya perpindahan manusia dari lingkungan yang biasa ke negara atau tempat untuk tujuan pribadi atau bisnis/profesional. Manusia yang melakukan perpindahan ini disebut dengan pengunjung (yang dapat berupa turis atau eksekursi; penduduk atau bukan penduduk). Selain UNWTO terdapat beberapa pengertian dari beberapa sumber lainnya seperti:

World Tourism Organization, 1994. Pariwisata adalah terdiri dari kegiatan orang-orang yang bepergian ke dan tinggal di tempat-tempat di luar mereka lingkungan biasa selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk liburan, bisnis, dan lainnya tujuan, berbeda dari pelaksanaan suatu kegiatan yang dibayar dari dalam tempat yang dikunjungi.

Wahab (1975:55) berpendapat bahwa pariwisata merupakan jenis industri baru yang mampu mempercepat peningkatan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, pendapatan yang meningkat, taraf hidup dan merangsang bidang lainnya. Sebagai sektor yang beraneka ragam bidangnya, industri pariwisata juga mewujudkan industri lainnya seperti industri kreatif dan cinderamata (kerajinan sebagai oleh-oleh wisatawan), akomodasi dan transportasi.

James J. Spillane (1982:20) berpendapat bahwa pariwisata adalah kegiatan berpergian untuk memperoleh kesenangan, menemukan kepuasan, mengetahui sesuatu, meningkatkan kesehatan, melakukan olahraga atau istirahat, serta memenuhi tugas, ziarah dan lain-lain.

Menurut H. Kodhyat (1983) pariwisata adalah berpergian atau kunjungan dari satu lokasi ke lainnya yang sifatnya sementara, dilakukan secara individu atau grup, dalam upaya mencari harmoni atau kepadanan dan kebahagiaan terhadap budaya, lingkungan social dan alam serta pengetahuan.

Sedangkan pengertian pariwisata oleh A.J. S. Burkart dan Medis (1987) adalah peranjakan orang untuk sementara waktu dan dalam jangka waktu yang singkat ke suatu atau beberapa tujuan di luar tempat di mana mereka berasal dan bekerja.

Menurut Richard Sihite dalam Marpaung dan Bahar (2000) mendefinisikan pariwisata merupakan perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diadakan dari suatu tempat ke tempat lain dan meninggalkan tempat asalnya, dengan tujuan bukan untuk suatu usaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi hanya untuk menikmati kegiatan rekreasi atau bertamasya dan untuk memenuhi berbagai keinginan.

Suyitno (2001) berpendapat tentang pariwisata adalah para pelaku wisata atau para wisatawan dalam waktu jangka pendek mereka ke suatu destinasi dan kembali ke tempat asalnya yang melibatkan beberapa bidang

perjalanan, seperti transportasi, penginapan, restoran, atraksi, produk lokal dan lain-lain. Tujuan mereka melakukan perjalanan adalah agar memperoleh kesenangan, dan tidak untuk mencari nafkah di tempat tujuan, bahkan dengan adanya kunjungan tersebut akan memberikan tambahan pendapatan bagi masyarakat lokal atau wilayah yang menjadi tempat tujuannya, karena uang yang di belanjakannya berasal dari tempat asal wisatawan tersebut.

Sedangkan Pitana dan Gyatri (2005), menguraikan bahwa pariwisata adalah merupakan pergerakan orang untuk waktu yang tidak lama ke destinasi diluar tempat asal tinggalnya dan tempat mencari nafkahnya. Selain itu mereka juga melakukan kegiatan dan menikmatinya selama di destinasi serta melakukan menyiapkan beberapa fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

T. Arunmozhi dan A. Panneerselvam, 2013, menjelaskan bahwa pariwisata adalah pergerakan para wisatawan dari satu tempat ke tempat lain. Pergerakan ini merupakan pergerakan orang sementara dalam jangka pendek ke tujuan di luar tempat asal mereka tinggal & bekerja termasuk kegiatan mereka menikmati di tempat tujuan semua fasilitas dan layanan yang dibuat khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pariwisata tidak hanya berarti bepergian ke tujuan tertentu tetapi juga mencakup semua kegiatan yang dilakukan selama menginap. Ini termasuk kunjungan harian & wisata. Gerakannya bisa di negara atau wisatawan juga dapat melakukan perjalanan ke destinasi luar negeri untuk tujuan berwisata

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Bepergian adalah salah satu kegiatan yang paling bermanfaat bagi manusia, terkait dengan kesenangan dan kualitas hidup. Ini adalah titik pertemuan antara budaya yang berbeda yang memungkinkan pengembangan nilai-nilai moral, intelektual dan emosional.

Di bawah ini merupakan uraian dari jenis-jenis pariwisata menurut UNWTO. Semua jenis ini telah berkembang dari waktu ke waktu sesuai dengan kebutuhan dari turis atau pelancong.

1. Wisata Pedesaan: merupakan kegiatan pariwisata di mana pengalaman pengunjung terhadap berbagai macam produknya yang berbasis pada alam sekitar, pertanian dan perkebunan, gaya hidup social dan budaya

pedesaan, pemancingan, dan bertamasya. Kegiatan tersebut dilakukan pada kawasan non-perkotaan dengan ciri-ciri sebagai berikut: kepadatan atau jumlah penduduk yang sedikit, panorama dan penggunaan lahan yang kebanyakan merupakan pertanian, perkebunan dan kehutanan serta struktur sosial dan gaya hidup yang masih tradisional.

2. **Pariwisata Perkotaan:** merupakan kegiatan pariwisata yang berlangsung di dalam kota dengan atribut-atribut yang bercirikan ekonomi berbasis non-pertanian. Destinasi perkotaan menawarkan bermacam-macam pengalaman, produk budaya, rancang bangun, teknologi, sosial serta liburan dan bisnis.
3. **Wisata Budaya:** adalah merupakan jenis pariwisata di mana keinginan penting berwisata bagi pengunjung adalah untuk mempelajari, menemukan, mengalami, dan mengkonsumsi atraksi/produk budaya berwujud dan tidak berwujud di suatu daerah tujuan wisata.
4. **Ekoturisme:** adalah jenis kegiatan wisata yang berdasarkan kekayaan alam di mana keinginan untuk berwisata bagi wisatawan adalah untuk melindungi keutuhan lingkungan ekosistem dan peningkatan kesejahteraan. Keberadaan masyarakat setempat. Melalui pengamatan, belajar, penemuan, pengalaman dan keanekaragaman hayati dan budaya yang dihargai dengan sikap bertanggung jawab
5. **Adventure Tourism:** merupakan jenis pariwisata yang ada di suatu destinasi dengan bentuk geografis dan panorama tertentu dan kecenderungan kegiatannya dengan kegiatan fisik, pertukaran budaya, interaksi, dan keterlibatan dengan alam. Pengalaman ini dapat melibatkan beberapa risiko atau kegiatan yang dirasakan dan memerlukan fisik dan/atau mental bagi para wisatawan.
6. **Wellness Tourism:** ialah aktivitas pariwisata yang mempunyai tujuan menaikkan serta penyeimbangan seluruh tujuan utama kehidupan manusia seperti fisik, mental, emosi, pekerjaan, intelektual serta spiritual. Keinginan utama untuk melakukan kegiatan *wellness Tourism* yaitu ikut serta dalam aktivitas preventif, proaktif, gaya hidup seperti kebugaran, makanan sehat, relaksasi, perawatan serta pengobatan.

7. **Wisata Kesehatan:** mencakup jenis wisata yang memiliki keinginan utama terhadap kesehatan fisik, mental dan/atau spiritual melalui kegiatan medis dan kesehatan yang meningkatkan kemampuan individu untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri dan juga hasilnya berdampak pada kehidupan lebih baik sebagai individu dalam lingkungan dan masyarakat mereka.
8. **Wisata Medis:** adalah jenis kegiatan wisata yang melibatkan penggunaan sumber daya dan layanan penyembuhan medis berbasis bukti (baik invasif maupun non-invasif). Ini mungkin termasuk diagnosis, pengobatan, penyembuhan, pencegahan dan rehabilitasi.
9. **Wisata Gastronomi:** merupakan kegiatan wisata yang terkait dengan makanan dan produk selama perjalanan pengunjung. Selain pengalaman kuliner yang unik, tradisional, atau inovatif, wisata Gastronomi juga dapat melibatkan kegiatan terkait lainnya seperti berkunjung ke produsen lokal, dan menghadiri kelas memasak. Serta berpartisipasi dalam kegiatan acara/perayaan yg dimana semua makanan tradisional khas disajikan untuk dimakan bersama dan mempererat hubungan kekerabatan diantara satu sama lainnya,
10. **Wisata Bisnis:** adalah pengunjung melakukan kegiatan perjawalan wisata untuk tujuan profesional atau usaha dagang tertentu ke suatu tempat di luar asal tempat dimana mereka bekerja dan juga tempat tinggal mereka yang bertujuan menghadiri pertemuan, dan acara. Bidang utama wisata bisnis adalah rapat, kegiatan konvensi, insentif dan pameran.
11. **Wisata Pesisir:** merupakan kegiatan wisata seperti berjemur, berenang, berselancar, dan kegiatan rekreasi pantai lainnya, olahraga yang berlangsung di tepi laut, danau atau sungai. Dekat dengan pantai merupakan factor utama pelayanan dan fasilitas yang menunjang wisata pantai.
12. **Wisata Gunung:** merupakan kegiatan pariwisata yang berlangsung di ruang geografis yang ditentukan dan terbatas seperti perbukitan atau pegunungan dengan karakteristik dan ciri khas yang melekat pada struktur tanah, topografi, iklim, keanekaragaman hayati (flora dan fauna), dan Komunitas lokal.

13. Wisata Eno: merupakan bagian dari wisata gastronomi yang tujuannya mengunjungi kebun anggur, pengolahan anggur, mencoba rasa anggur, serta membeli anggur.
14. Wisata Bahari: merupakan kegiatan wisata yang berbasis pada laut seperti menjelajah, kapal pesiar, berlayar, serta olahraga bahari termasuk layanan dan infrastrukturnya.
15. Wisata Air Pedalaman: merupakan kegiatan pariwisata seperti berlayar, naik kapal pesiar, serta olahraga bahari yang berlangsung di lingkungan perairan yang terletak di dalam batas-batas daratan seperti danau, sungai, kolam, mata air, air gua, dan lain-lain.
16. Wisata Olahraga: merupakan jenis pariwisata yang berdasarkan pada pengalaman wisatawan baik yang mengamati sebagai penonton maupun berpartisipasi aktif pada suatu kegiatan olahraga komersial dan nonkomersial.
17. Wisata Pendidikan: merupakan jenis wisata yang keterlibatan dan pengalaman wisatawan dalam pembelajaran, pengembangan diri, pengembangan intelektual, dan keterampilan. Wisata Pendidikan juga merupakan berbagai produk dan layanan yang berkaitan dengan akademik, liburan untuk peningkatan keterampilan, perjalanan yang dilakukan sekolah, pelatihan olahraga, kursus pengembangan karir atau bahasa, dan lain-lainnya.

c. Unsur-unsur Pariwisata

Menurut Suwanto (2004), unsur-unsur pengembangan pariwisata meliputi 5 hal yaitu Atraksi, Transportasi, Akomodasi, Fasilitas Pelayanan, dan infrastruktur.

Atraksi. Merupakan daya tarik wisata berdasarkan pada: 1) keadaan alam (keindahan alam, flora dan fauna, sifat khas perairan laut, danau); 2) Buatan manusia seperti: masjid kuno, katedral, museum, makam kuno dan sebagainya; 3) budaya seperti: adat istiadat, kesenian, makanan, minuman, dan sebagainya).

Akomodasi. Merupakan penginapan yang dibedakan untuk keperluan umum (hotel, motel, pondokan, perkemahan) dan yang di bangun khusus perumahan yang diperuntukkan keperluan penginapan keluarga, kelompok, atau perkumpulan tertentu.

Fasilitas Pelayanan. Penyediaan fasilitas dan pelayanan semakin bervariasi sejalan dengan perkembangan jumlah pengunjung. Para pengunjung atau wisatawan membutuhkan pelayanan jasa untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Untuk pemenuhan ini maka berkembang penjual makanan, warung minum atau jajanan, kemudian berkembang juga jasa-jasa perdagangan seperti pramuniaga, atau jasa pelayanan lain. Kemudian berkembang juga pelayanan jasa seperti toko pakaian, toko perabot rumah tangga, dll). Semakin tumbuhnya jasa yang menyangkut keamanan dan keselamatan, sehatan seperti polisi, pemadam kebakaran, dokter dan apotek. Semakin banyak pengunjung pada akhirnya perkembangan lebih lanjut adanya jasa penjualan barang-barang mewah seperti perhiasan dan lain-lain sebagainya.

Transportasi. Pertumbuhan transportasi berpengaruh terhadap arus wisatawan dan perkembangan penginapan. Selain itu pengembangan teknologi transportasi yang terus berkembang juga berpengaruh atas fleksibilitas penggunaan jenis transportasi, Misalnya dengan transportasi kereta api yang tidak banyak lintasan yang berkelok-kelok sehingga membutuhkan waktu yang lebih singkat dari menggunakan mobil. Jika transportasi menggunakan mobil maka arah perjalanan dapat menjadi lebih bervariasi, namun membutuhkan waktu yang lebih lama sampai ke tujuan. Demikian pula dengan transportasi pesawat terbang yang dapat melintasi berbagai rintangan alam dan waktu ke tempat tujuan yang lebih singkat.

Infrastruktur. Jasa pelayanan dan fasilitas kepada wisatawan diperlukan dukungan dari infrastruktur yang memadai. Disamping mendukung pengembangan pariwisata, pembangunan infrastruktur akan memberikan manfaat juga bagi penduduk setempat. Manfaat yang di rasakan oleh masyarakat tidak hanya pada pembangunan infrastruktur transportasi seperti: jalan, pelabuhan, jalan kereta api, dll, namun juga pembangunan infrastruktur penerangan listrik, saluran air minum, dan juga fasilitas tempat atau saluran pembuangan limbah.

B. DESA WISATA

a. Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah merupakan sebuah wujud penggabungan antara atraksi, akomodasi dan sarana pendukung dalam sebuah tata kehidupan

dan budaya masyarakat yang menjadi satu dengan aturan dan tradisi yang berlaku. Sebuah desa dapat dikatakan sebagai desa wisata apabila desa tersebut mempunyai potensi wisata yang unik dan dapat dikembangkan, mempunyai tradisi kebudayaan dengan ciri khasnya, program desa wisata didukung oleh sarana-prasarana dan aksesibilitas wisata, terjaminnya keamanan dan ketertiban serta kebersihan. Pengembangan desa wisata didasari oleh pemahaman karakter dan kemampuan fundamental yang ada di desa, seperti: kondisi ekonomi masyarakat, kondisi sosial budaya masyarakat, kondisi alam lingkungan, kondisi demografi, aspek historis, bangunan, termasuk pengetahuan dan kemampuan lokal yang dimiliki masyarakat.

b. Manfaat Desa Wisata

Pemerintah terus mendorong pertumbuhan desa wisata di Indonesia menjadi lebih banyak lagi, karena dengan Desa Wisata akan bermanfaat bagi Indonesia, Manfaat tersebut adalah:

1. Mengurangi Urbanisasi dari Desa ke Kota

Adanya desa wisata, berdampak pada tersedianya lapangan pekerjaan baru di desa tersebut. Warga desa tidak lagi hanya mempunyai mata pencaharian sebagai petani persawahan atau perkebunan, tetapi dapat menambah penghasilannya dari sumber yang lain, seperti usaha pembuatan karya seni sebagai produk desa, ataupun usaha potensial lainnya. Melalui desa wisata, diharapkan masyarakat tidak berpikir mengenai bagaimana mendapatkan pekerjaan, namun menciptakan lapangan pekerjaan di desa.

Oleh karena itu, untuk lebih mendukung kesuksesan desa wisata perlu diadakannya peningkatan SDM. Hal itu dapat dilakukan dengan pengadaan pelatihan keterampilan secara berkala. Dengan begitu, desa wisata dapat terwujud dan kualitas SDM warga meningkat. Peningkatan SDM tersebut juga menjadi salah satu manfaat adanya desa wisata. Adanya kualitas SDM yang kompeten di bidang pariwisata dapat menjadi aset investasi untuk generasi masa depan dan pengembangan desa secara berkelanjutan.

2. Kesejahteraan Masyarakat Meningkat.

Manfaat kedua adanya Desa Wisata adalah kesejahteraan masyarakat meningkat. Kesejahteraan masyarakat meningkat karena desa wisata dapat mendatangkan turis yang membawa dana yang tidak sedikit untuk membelanjakan apa yang mereka butuhkan pada saat berkunjung ke desa wisata, seperti produk makanan atau souvenir desa sebagai oleh-oleh yang akan dibawa pulang pada saat Kembali ke daerah asal mereka. Dengan adanya transaksi ini maka akan mendorong makin meningkatnya usaha-usaha mandiri (UMKM) di masyarakat untuk memenuhi kebutuhan turis tersebut. Berkembangnya sektor UMKM ini akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, sehingga kehidupan masyarakat semakin meningkat, segi ekonomi, sosial, maupun kualitas sumber daya manusianya. Sehingga, menciptakan desa yang maju dan memiliki daya saing.

3. Sarana Promosi Produk Lokal

Salah satu manfaat dengan dijadikannya sebuah desa menjadi desa wisata adalah sarana promosi produk lokal, karena melalui desa wisata dapat dijadikan tempat mengenalkan produk lokal yang menjadi ciri khas desa tersebut. Sehingga dapat memicu terjadinya penjualan. Oleh karena itu, branding produk yang kuat diperlukan agar produk lokal desa tersebut mudah diingat dan menarik pembeli.

4. Meningkatkan Pembangunan Infrastruktur Desa

Manfaat adanya desa wisata lainnya adalah terjadinya peningkatan pembangunan infrastruktur desa yang berperan penting dalam perkembangan desa wisata. Contohnya infrastruktur transportasi menjadi faktor utama untuk kemudahan akses ke desa tersebut. Infrastruktur yang baik dapat mendorong kemajuan desa, masyarakat akan mudah melakukan pengembangan potensi desa. Selain itu dengan infrastruktur yang baik menciptakan kegiatan ekonomi desa berjalan dengan lancar, dan menciptakan suasana ekonomi kreatif yang lebih maju lagi.

5. Mendorong Peningkatan UMKM

Adanya desa wisata, memberikan manfaat lainnya dengan meningkatnya jumlah UMKM di desa wisata tersebut. Pengelola UMKM

akan memanfaatkan produk dan sumber daya alam lokal sebagai bahan baku pembuatan produknya. Sehingga, suasana ekonomi kreatif dapat tercipta pada sebuah desa yang dijadikan desa wisata. Makin banyaknya jumlah UMKM dapat dijadikan solusi terbaik untuk memecahkan permasalahan kekurangan lapangan pekerjaan. Melalui UMKM pada akhirnya akan mengurangi tingkat urbanisasi di sebuah desa karena masyarakat desa sudah mendapatkan pendapatan yang cukup di daerah atau di Desa asalnya.

C. PENGEMBANGAN DESA WISATA

Gabungan dari kegiatan sosial dan budaya masyarakatnya merupakan daya tarik dari suatu desa wisata, hal ini tergambar pada sistem adat istiadat, kebudayaan dan kearifan lokal, serta kehidupan masyarakat di pedesaan. Tujuan dari adanya pengembangan desa wisata adalah untuk melestarikan suatu kondisi lingkungan dan memacu terjadinya pertumbuhan ekonomi masyarakat di suatu daerah sehingga sapat menjadi salah satu bentuk pariwisata yang ramah lingkungan di masa depan (Juwita, 2010). Di dalam konsep desa wisata terkandung adanya keunikan yang bisa dioptimalkan oleh masyarakat setempat dan keunikan ini bisa berupa bentuk fisik (*tangible*) dan tidak kasat mata (*intangibile*). Beberapa keunikan yang bersifat *tangible* seperti bentuk arsitektur bangunan dan panorama desa wisata, dan aktivitas masyarakat sedangkan contoh keunikan desa yang bersifat *intangibile* contohnya adalah norma atau kebiasaan masyarakat di daerah tersebut, bentuk gotong royong antar masyarakat, rasa saling percaya yang dipertunjukkan oleh masyarakat setempat, dsb. Kedua hal inilah yang keunikan atau menambah daya tarik dari suatu desa wisata dan secara tidak langsung hal tersebut menunjukkan bagaimana bentuk pengelolaan oleh masyarakat atau kelompok dari desa wisata tersebut.

Pengembangan desa wisata yang optimal tidak dapat dilepaskan dari masalah ketersediaan prasarana-sarana dasar (PSD) wisata. Adanya akses yang mudah menuju lokasi desa wisata tersebut akan menambah nilai keberadaan desa wisata tersebut selain keunggulan potensi alam yang sudah dimiliki oleh sebuah desa wisata. Keberhasilan dalam proses pengembangan suatu desa wisata tidak dapat terlepas dari adanya keterlibatan sebuah lembaga atau institusi lokal yang mengelola desa

wisata tersebut. Institusi lokal ini yang menjadi perpanjangan tangan dari berbagai *stakeholders* yang terhubung langsung dan tak langsung dengan semua aktivitas pariwisata di Desa Wisata sehingga keberadaan institusi lokal ini perlu dipahami dengan tepat dan komprehensif. Desa yang memiliki keunikan dapat menjadi potensi pariwisata pedesaan yang banyak diminati dan dikembangkan sehingga dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara dan domestik. Tidak sedikit wisatawan yang mencari suasana pedesaan untuk menghilangkan kepenatan mereka dari aktifitas keseharian mereka. Kondisi desa yang masih alami dan kehidupan sosial budaya masyarakatnya menjadi alasan mengapa wisatawan memilih berkunjung ke sebuah desa atau pedesaan. Wisata pedesaan (*rural tourism*) dapat diterjemahkan sebagai bentuk atau jenis pariwisata yang menjadikan desa sebagai aktifitas utama wisatawan. Kehidupan masyarakat sebagai petani misalnya, tidak hanya menjadi aktifitas sehari-hari masyarakatnya, tetapi dapat menjadi produk wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan melalui paket tour wisata pedesaan. Para petani yang tinggal di desa yang menjadi destinasi wisata atau tujuan utama wisatawan berkunjung dapat menyediakan pelayanan bagi wisatawan tersebut. Oleh karena itu diperlukan anggota masyarakat yang aktif dan mendorong masyarakat lainnya mengelola desa mereka. Selain itu diperlukan anggota masyarakat yang memiliki semangat, sehingga menjadi pionir pengelola potensi pariwisata. Pada akhirnya merekalah yang berperan pada organisasi tata kelola pariwisata di tingkat pedesaan untuk mengelola daya tarik wisata dan destinasi wisata.



PENGEMBANGAN DESA SUNGSANG

A. DAYA TARIK DESA SUNGSANG

Salah satu kriteria sebuah desa agar dapat dijadikan sebagai Desa wisata adalah apakah desa tersebut mempunyai potensi yang unik sehingga dapat mendatangkan turis/pelancong untuk berkunjung dan menghabiskan waktunya di desa tersebut. Para pelancong pada akhirnya menghabiskan selain waktu juga dana mereka di sela tersebut sehingga berdampak pada ekonomi masyarakat yang meningkat, kehidupan social masyarakat semakin membaik, budaya terlestarikan serta lingkungan terjaga kebersihannya.

Lima desa di wilayah Sungsang yang menjadi desa wisata memiliki keunikan-keunikan yang dapat di Kelola dengan baik sehingga dapat terus di kembangkan dan terpelihara sehingga dapat bersaing dengan Destinasi Desa Wisata lainnya yang ada di Indonesia khususnya di Pulau Sumatera. Adapun potensi yang dimiliki oleh Desa yang berada di wilayah Sungsang dapat dilihat penjelasan di bawah ini.



Gambar 3.1 Muara Sungai Musi, Desa Sungsang

Gambar 3.1 merupakan potensi daya tarik wisata alam lansekap muara Sungai Musi yang terletak di desa-desa yang ada di kawasan pesisir Sungsang. Potensi wisata ini dapat dinikmati dengan melihat fenomena matahari terbit dan terbenam. Sungai musu yang kecoklatan, Pulau Payung yang terlihat dari kejauhan dan suara burung camar menjadi fenomena alam di Muara Sungai Musi ini. Udara sejuk di pagi hari berkombinasi dengan aktifitas masyarakat nelayan Sungsang yang sudah siap berangkat mencari ikan di laut. Deru mesin perahu nelayan yang juga mewarnai suasana pagi hari di Sungsang. Potensi desa nelayan menjadi daya tarik wisata yang dinamis jika dikelola dengan baik. Sudah dicanangkannya Sungsang menjadi sebuah kawasan Desa Wisata oleh Bupati Banyuasin akan memperkuat pencapaian rencana tersebut.

Perlunya memahami potensi geografi yang dimiliki oleh kawasan Sungsang perlu dipadukan dengan potensi modal sosial masyarakatnya untuk mewujudkan kualitas hidup dan lingkungan Sungsang yang lebih baik.



Gambar 3.2. Ekosistem Muara Sungai Musi, Desa Sungsang

Pada gambar 6 merupakan potensi daya tarik wisata flora dan fauna yang ada di Desa Sungsang IV. Potensi flora yang sebagian besar berupa tumbuhan mangrove terbentang luas ke arah timur dari Desa Sungsang sampai dengan Tanjung Ki Buyut. Dengan jalan setapak yang sudah diberi konstruksi beton, hutan mangrove dapat dicapai dengan berjalan kaki. Tetapi untuk mencapai hutan mangrove yang jauh lebih lengkap dengan ekosistem perairannya maka harus ditempuh dalam waktu sepuluh menit dengan menggunakan perahu speed menuju Tanjung Ki Buyut. Sedangkan fauna yang dapat dilihat pada saat berada di kawasan muara Sungai Musi Sungsang adalah burung elang, camar, biawak dan babi hutan.



Gambar 3.3. Desa Nelayan Tua, Desa Sungsang

Gambar 3.3 di atas merupakan desa nelayan Sungsang yang menempati lokasi kawasan muara Sungai Musi sejak masa kerajaan Sriwijaya. Dikenal dengan desa nelayan Tua karena memang catatan beberapa sumber sejarah mengatakan seperti itu. Desa yang terletak di Muara Sungai Musi ini memang sangat strategi dijadikan sebuah tempat menetap dan persinggahan bagi nelayan, pedagang dan pengembara yang akan berlayar ke pedalaman maupun ke lautan lepas.



Gambar 3.4 Pola Penyebaran Pemukiman, Desa Sungsang

Gambar 3.4 adalah pola penyebaran permukiman dan unsur lainnya desa ini ternyata tidak lepas dari kawasan perairan yang ada di muara Sungai Musi. Bangunan rumah, pasar, kantor desa, puskesmas dan konstruksi jalan dibangun tepat di atas perairan muara Sungai Musi. Karakter perdesaan di muara sungai atau lebih dikenal dengan desa nelayan inilah yang dapat dijadikan potensi daya tarik desa Sungsang sebagai tujuan wisata perdesaan nelayan.



Gambar 3.5 Tempat Pelelangan Ikan (TPI), Desa Sungsang

Gambar 3.5. di atas merupakan potensi daya tarik wisata Tempat Pelelangan Ikan (TPI) yang dikelola oleh dinas perikanan setempat. TPI akan menjadi daya tarik bagi calon wisatawan yang akan membeli ikan segar yang baru diperoleh nelayan. Potensi TPI ini dapat pula dijadikan tempat kuliner seafood yang langsung dimasak ketika pengunjung datang. Harga

yang lebih murah dibandingkan dengan harga di kota Palembang ini diyakini menjadi potensi dikembangkannya wisata kuliner seafood.



Gambar 3.6. Potensi Kerajinan Lokal, Desa Sungsang

Gambar 3.6 merupakan potensi daya tarik kerajinan lokal yang berasal dari masyarakat setempat. Walaupun sudah ada kerajinan setempat namun demikian bentuk yang sederhana dan pemilihan warna yang belum menarik dari kerajinan di atas memerlukan sentuhan profesional di bidang seni rupa. Dalam hal ini dapat dilihat potensi modal sosial masyarakat sebenarnya sudah memiliki karakter dalam penyediaan benda kerajinan yang dapat dijadikan souvenir. Belum tersentuhnya simbol kebaharian dalam pembuatan kerajinan ini menjadi potensi yang akan diciptakan benda seni lainnya di kemudian hari.



Gambar 3.7 Industri Rumah Tangga Pengolahan Ikan (Pempek, Sungsang)

Gambar 3.7 di atas merupakan potensi daya tarik industri rumah tangga pembuatan kerupuk berbahan dasar ikan. Bagi masyarakat Sumatera Selatan, ikan tawar dan ikan laut biasanya dapat dijadikan bahan pembuatan kerupuk kemplang, pempek, dan tekwan. Di Pasar Sungsang, kemplang dan tekwan mentah dijual dengan harga Rp,50,000,-/Kg. Pempek dan tekwan khas Sungsang memiliki warna kemerahan yan berasal dari campuran bahan udang yang banyak dihasilkan di daerah ini.



Gambar 3.8 Potensi Industri Rumah Tangga, Nata De Coco, Desa Sungsang

Gambar 3.8 di atas adalah daerah yang dilewati rute jalan menuju wilayah Sungsang, dimana terdapat banyak industri perkebunan kelapa yang dikelola untuk menjadi kopra. Bahan baku alam ini juga menghasilkan air kelapa yang sebenarnya dapat dijadikan bahan baku untuk pembuatan nata de coco. Namun demikian potensi ini belum ada yang membuatnya sehingga air kelapa yang ada terbuang begitu saja. Perlu adanya pelatihan bagi masyarakat desa Sungsang untuk dapat menjadikan air kelapa menjadi bahan baku pembuatan nata de coco.



Gambar 3.9 Rumah Tradisional, Desa Sungsang

Rumah tradisional di desa nelayan Sungsang sebagian besar bentuk konstruksinya adalah rumah panggung. Dengan gaya rumah yang ada di hilir dan juga rumah limas khas Palembang, sebagian besar rumah didirikan di atas area muara yang bagian bawahnya adalah muara sungai Musi. Fenomena pasang dan surut air mewarnai bagian bawah rumah tradisional.



Gambar 3.10. Seni Pertunjukan, Tarian Burung Migran, Desa Sungsang

Sebagai masyarakat yang sudah ada sejak zaman Kerajaan Sriwijaya, Sungsang memiliki juga unsur seni pertunjukan yang sebagian besar berbasiskan agama Islam dan budaya Sumatera Selatan. Namun sayang pada saat survey dilakukan tim tidak menemukan daya tarik wisata dalam bentuk pertunjukan budaya dan event tradisional. Hal ini terjadi karena pertunjukan budaya (seperti rebana) hanya akan ditemukan ketika ada permintaan khusus, seperti Maulid Nabi dan upacara khitanan.

B. AKOMODASI/HOMESTAY

Salah satu kriteria adanya desa yang sudah ditentukan dan dijadikan desa wisata oleh pemerintah, adalah adanya penginapan atau akomodasi. Penginapan ini yang dapat meningkatkan perekonomian dan pemberdayaan masyarakat lokal. Sehingga dibutuhkanlah partisipasi masyarakat di suatu desa tersebut. Penginapan di desa wisata, dikenal dengan istilah homestay (Amalia dkk:2020). Homestay adalah cara yang ideal bagi wisatawan untuk bersentuhan dengan budaya lokal yang asli.

Selain menjadi cara terbaik untuk membenamkan diri dalam budaya dan tradisi kelompok etnis tertentu, homestay telah diakui sebagai cara untuk menyediakan akomodasi murah untuk pengunjung. (Amalia dan

Fachrul:2016). Berdasarkan dari fungsinya homestay adalah rumah tinggal yang memiliki kamar kosong yang dapat disewakan kepada tamu, dan pemilik rumah dapat berinteraksi dengan tamu, sehingga mereka dapat mempelajari budaya setempat atau suatu kegiatan rutinitas tertentu. (Amalia dkk: 2020). Kriteria Rumah Homestay Menurut Standard ASEAN

1) Rumah

- Bangunan rumah aman untuk diinapi
- Penerangan/ listrik/ lampu yang memadai
- Bentuk rumah sesuai dengan yang dimiliki pemilik homestay tanpa harus merenovasi menjadi rumah baru
- Minimal ada 1 kamar tidur dan 1 kamar mandi untuk tamu
- Adanya air bersih

Homestay di Sungsang

- Air untuk mandi payau, tapi memiliki air bersih untuk dikonsumsi
- Unik berbentuk Panggung dan ciri khas rumah Sumatera Selatan
- Saling berdekatan dengan tetangga
- Memiliki akses dengan kendaraan motor atau becak

2) Kamar Tidur

- Kamar yang akan disewakan minimal memiliki satu (1) kamar tidur yang kosong,
- Memiliki persediaan air bersih untuk dikonsumsi
- Jenis tempat tidur standar seperti single bed dan double bed dengan kasur dan bantal yang nyaman (biasanya homestay di Indonesia menyediakan guling)
- Tersedia kipas angin, cermin, lemari pakaian di dalamnya terdapat gantungan baju.
- Selimut disediakan bila lokasi homestay berada di daerah yang berudara dingin

Kamar Tidur Di Sungsang

- Memiliki tempat tidur yang cukup untuk berdua
- Unik dan berukir sesuai dengan ciri khas Sumatera

- Memiliki cermin, kipas angin, lemari, bahkan ada yang ber-AC
- Memiliki bantal dan guling, bahkan selimut bila tamu ada yang memerlukannya.

Contoh Kamar Tidur:



Gambar 3.11 Kamar Tidur di Homestay, Desa Sungsang

3) Kamar Mandi

- Menyediakan air bersih untuk mandi
- Menyediakan amenities untuk tamu
- Menyediakan wc duduk atau jongkok

Kamar mandi di Sungsang:

Biasanya fasilitas kamar mandi yang dimiliki oleh warga masyarakat desa wisata, masih dalam keadaan sederhana, tapi ada juga yang sudah lebih modern

- Masih menggunakan ember atau gayung
- Masih menggunakan toilet jongkok
- Adanya sabun dan cermin
- Untuk homestay yang lebih modern menggunakan shower dan toilet duduk

Contoh Kamar Mandi Homestay:



Gambar 3.12 Kamar Mandi Jongkok, Desa Sungsang

C. GASTRONOMI DESA SUNGSANG

Dalam beberapa tahun terakhir, wisata gastronomi menjadi sangat populer di kalangan wisatawan. Salah satu daya tarik suatu daerah wisata selain alam dan kebudayaannya adalah makanan lokal yang terbuat dari bahan-bahan yang ada di sekitar daerah wisata tersebut. Menurut (UNWTO) definisi atau karakteristik wisata gastronomi adalah pengalaman berkunjung yang terkait dengan makanan serta pembuatannya dan aktifitas tersebut dilakukan saat melakukan perjalanan. Kegiatan dari wisata gastronomi termasuk di dalamnya adalah aktifitas yang berhubungan dengan mengunjungi pembuatan makanan di daerah tersebut serta menghadiri festival makanan atau menghadiri kelas memasak.

Selain itu kegiatan wisata gastronomi banyak dilakukan oleh wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mencicipi dan merasakan kuliner secara langsung yang asli serta otentik dari suatu daerah.

(Sthapita,2019). Hal ini mereka lakukan secara langsung ke asal daerah makanan tersebut serta mencicipinya di saat itu juga saat berkunjung ke Kawasan wisata tersebut. (Akmese,2019).

Saat membuat produk makanan menjadi produk wisata tentunya harus memperhatikan standar yang baik dalam teknik pengolahan, rasa dan penyajiannya. Pengembangan wisata gastronomi dengan memanfaatkan hasil perikanan, pertanian serta peternakan belum dilakukan secara optimal. Minimnya pengetahuan serta kemampuan dalam mengolah bahan

baku lokal menjadi produk wisata yang memiliki nilai jual yang tinggi menjadi salah satu penghambat dalam memasarkan produk ini. Dengan tersedianya hasil produksi masyarakat di bidang peternakan serta perikanan seharusnya dapat dilakukan kajian yang mendalam untuk memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk mendapatkan nilai lebih dari suatu produk dan dapat menciptakan lapangan pekerjaan yang bisa menghasilkan uang. Dengan demikian kaum muda yang ada di sekitar desa wisata yang awalnya enggan untuk melakukan transaksi perdagangan karena hasil yang didapatkan cenderung tidak menentu dapat diajak turut serta dalam kegiatan ini. Bila kegiatan ini menghasilkan keuntungan maka kaum muda juga akan bekerja lebih baik di sektor ini.

Desa Sungsang terletak di Kecamatan Banyuasin Sumatera Selatan. Daerah ini terletak 70km ke arah timur dari kota Palembang. Makanan khas di daerah ini hampir sama dengan makanan Palembang pada umumnya, Tekwan, Burgo, Celimpungan, Lakso, Empek-Empek serta Kemplang. Empek – Empek adalah makanan yang terbuat dari ikan yang diolah dengan tepung sagu. Ikan yang akan digunakan, setelah dibersihkan kemudian dihaluskan dan ditambahkan tepung sagu. Bahan tersebut diaduk rata setelah itu diberi bawang putih yang sudah dihaluskan, garam dan penyedap rasa. Setelah adonan Empek Empek kalis dan mudah dibentuk, adonan tersebut kemudian direbus, setelah direbus, ada yang langsung dikonsumsi atau setelah dikukus akan digoreng terlebih dahulu. Empek – Empek ini biasanya disajikan dengan menggunakan kuah. Kuah ini dinamakan Cuko. Cuko terbuat dari gula merah atau gula aren yang dimasak dengan bumbu dan di beri rasa asam. Menikmati Empek – Empek seperti ini sudah lazim di daerah Sumatera Selatan. Akan tetapi ada perbedaan saat berada di daerah Sungsang.

Di daerah ini, semua kuliner khas Palembang yang biasanya terbuat dari bahan dasar ikan, di Sungsang bahan yang digunakan adalah udang. Untuk rasa, pasti berbeda dengan Empek-Empek pada umumnya. Warna dari empek-empek ini juga tidak berwarna putih kecoklatan seperti yang biasa ditemukan pada Empek-Empek yang ada di Palembang, akan tetapi Empek-Empek ini berwarna merah, karena mengandung udang. Bukan hanya Empek-Empek, hasil laut dari Sungsang yang melimpah membuat aneka jenis olahan udang produksi rumah warga banyak dijumpai disini.

Kemplang, terasi udang, kerupuk, tekwan serta beragam ikan asin juga dihasilkan di sini. Namun karena kurangnya pelatihan serta pembinaan, maka pengemasan yang dilakukan oleh UKM masih terlihat seadanya.

D. FOOD SOUVENIR DESA SUNGSANG

Food Souvenir Souvenir berasal dari bahasa Perancis yang berarti “to remember”, dan bahasa latin ‘*subvenire*’ berarti “to come up. Come to mind”, E. Hoven and et al, 2005. Sedangkan di Indonesia sendiri, souvenir sering disebut sebagai cinderamata, oleh-oleh, kenang- kenangan, atau buah tangan. Buah tangan merupakan sesuatu yang dibawa pada saat ingin mengunjungi seseorang (kerabat, teman, kolega) atau pada saat kembali dari suatu tempat atau acara. W. H. Kong and T. Z. Chang, 2012, mengatakan Souvenir adalah benda berwujud dan tak berwujud pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan selama dan setelah perjalanan mereka.

Kenang-kenangan yang paling populer ketika seseorang melakukan perjalanan dari sebuah tempat adalah makanan khas daerah tersebut. Food souvenir adalah oleh-oleh yang mengangkat pangan local, Horodyski et al., 2014. Namun tidak semua makanan tradisional khas daerah tersebut dapat menjadi souvenir. Suatu makanan termasuk food souvenir jika asal-usulnya dari tempat wisata tersebut (bersejarah), di produksi di tempat wisata tersebut dan dikerjakan oleh penduduk lokal.

Food souvenir juga harus berkualitas tinggi, praktis, tidak mudah pecah dan rusak selama perjalanan, serta dikemas dengan baik (tidak mudah tumpah dan sobek), serta memiliki label yang menyampaikan informasi dan mudah diidentifikasi ciri khasnya (Horodyski et al.,2014), dan dapat didistribusikan dengan mudah (Mitchel and Orwig,2002). Konsep food souvenir terus meningkat dan berkembang karena food souvenir merupakan salah satu daya tarik utama tempat wisata (Gimenes-Minasse,2015).

Banyak terdapat motivasi untuk membeli souvenir yaitu peran souvenir sebagai hadiah, pengingat dan bukti, S. Kim and M. Littrell,2001. Produk souvenir dapat diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu: pictorial images souvenir, pieces of the rock souvenir, symbolic shorthand souvenir, markets, dan local product souvenir, B. Gordon, The Souvenir, 1986. Studi

sebelumnya mengkategorikan souvenir menjadi tiga jenis: lokal produk, produk yang berbeda dengan grafik, dan pakaian dan perhiasan

Masyarakat sangat senang ketika produk hasil olahan yang siap saji nampak bagus dan menarik setelah ditempatkan dalam kemasan yang diberi label dan kadar nutrisi. Keyakinan mereka setelah produk dikemas maka penjualan akan lebih meningkat karena konsumen akan tertarik dengan kemasan produk yang telah sesuai dengan standard dan layak jual di toko oleh-oleh. Pada kesempatan tersebut para produsen produk kuliner khas desa Sungsang juga ingin mengembangkan beberapa produk yang telah dibuat sebelumnya. Produk-produk olahan yang telah dihasilkan harus terus ditingkatkan kualitas produknya dan harus sepenuhnya didukung oleh dinas-dinas terkait, sehingga tidak hanya berhenti sampai disana saja.



Gambar 3.13 Desain Promosi Produk Souvenir, Desa Sungsang



Gambar 3.14 Food Souvenir Desa Sungsang (Hasil Pendampingan)

Produk Food Souvenir yang berhasil dikembangkan dari hasil pendampingan adalah;

1. Coconut Chips, makanan ringan tradisional yang terbuat dari kelapa serut yang dimasak hingga kering dengan penambahan gula.
2. PASKER, makanan ringan yang berbentuk seperti pastel berukuran mini yang diisi dengan abon ikan sembilang atau ikan tenggiri.
3. Kerupuk ikan berbumbu, Kerupuk ikan yang terbuat dari ikan tenggiri segar dan dicampur dengan tepung sagu lalu dikukus hingga matang kemudian dikeringkan dan diiris sesuai ukuran lalu digoreng dan ditambahkan bumbu.
4. Abon Ikan Sembilang, Ikan yang hidup di perairan sungai musi ini memiliki ukuran yang cukup besar dan dagingnya dapat dimanfaatkan sebagai bahan dasar abon kering yang berbumbu.
5. Terasi Udang, merupakan bahan masakan yang terbuat dari udang rebon segar hingga memiliki citarasa yang khas.

Dari hasil pembuatan produk food souvenir tersebut, masyarakat dapat memiliki ketrampilan tambahan dan dapat meningkatkan penjualan bagi menambah perekonomian keluarganya.

E. KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERBASIS DIGITAL PADA DESA SUNGSANG

Perkembangan teknologi informasi yang sangat pesat serta penerimaan yang cukup luas dari semua lapisan masyarakat, membuat model pemasaran digital saat ini menjadi hal yang vital dalam menarik wisatawan. Pengelola desa wisata harus lebih fokus lagi dalam melaksanakan pemasaran dengan konsep digital marketing untuk membangun brand awareness. Digital marketing dapat di mulai dari membangun website dengan konten yang tepat, penggunaan media sosial yang optimal, beriklan di berbagai media digital. Desa wisata merupakan salah satu program pemberdayaan masyarakat untuk memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki oleh suatu desa untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya (Kusiawati, 2017).

Potensi wisata berupa objek wisata serta fasilitasnya seperti akomodasi, transportasi serta paket-paket wisata dibuat dalam bentuk digital dan disebarluaskan secara luas melalui media elektronik. Seperti yang dikemukakan oleh Tiago & Verissimo (2014) dalam artikelnya yang berjudul Digital Marketing dan Social Media: Why Bother, mengatakan bahwa website dan sosial media merupakan alat yang sangat berguna bagi pemasar dalam menciptakan merek yang kuat dan menciptakan keunggulan kompetitif (Tiago, 2014). Pengelola wisata juga harus mengoptimalkan media digital tersebut sebagai saluran pemberian informasi kepada calon pengunjung, menghubungkan dengan para pemangku kepentingan, dan akhirnya menghasilkan kunjungan wisatawan yang meningkat. Sehingga desa wisata Desa Sungsang menjadi lebih dikenal oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Sesuai dengan latar belakang masalah tersebut di atas, maka dipandang perlu untuk melakukan penelitian pada desa wisata Desa Sungsang agar diketahui strategi pemasaran yang tepat dalam pengembangan desa wisata tersebut sehingga dapat meningkatkan kunjungan wisatawan baik nusantara maupun internasional. Dengan naiknya kunjungan wisatawan tersebut maka diharapkan taraf ekonomi masyarakat sekitar desa tersebut juga meningkat. Pengembangan website yang sudah ada dapat ditempuh dengan menciptakan konten-konten yang menarik tentang potensi Desa Sungsang kemudian menggunakan teknik SEO untuk menaikkan

peringkat website hingga bisa berada pada halaman pertama pencarian di mesin pencari dengan kata kunci tertentu. Hal tersebut dapat diserahkan kepada pihak ketiga atau profesional yang khusus menangani pengembangan website dan teknik SEO. Selanjutnya POKDARWIS juga harus merekrut sumber daya manusia dengan kualifikasi yang fasih dengan penggunaan teknologi serta memiliki pengetahuan tentang pemasaran untuk keberlanjutan website tersebut.

Kegiatan digital marketing sangat tergantung dengan kualitas website, teknik *search engine optimizer* (SEO), email marketing, penggunaan social media dan pembuatan konten yang menarik.

GORLEVSKAYA (2016) berpendapat bahwa kunci utama kesuksesan dari pemasaran suatu brand atau produk adalah websitenya.

Website menjadi titik awal yang akan menjadi penghubung antara seluruh saluran komunikasi. Dalam melakukan komunikasi pemasaran digital, perlu diperhatikan juga terkait dengan tahapan respon AISAS (*attention, interest, search, action* dan *share*) (Kurnianti, 2018). Ketika calon pengunjung mengakses internet baik melalui website maupun blog atau media sosial lainnya, mereka akan melihat berbagai produk maupun jasa yang ditawarkan (*attention*) dan mendapat ketertarikan (*interest*) untuk mencari informasi lebih lanjut (*search*) mengenai kemudahan dalam bidang akomodasi, transportasi, maupun informasi wisata lainnya.

Apabila proses *attention, interest* dan *search* sukses dilaksanakan maka konsumen akan melakukan pembelian (*action*) dengan berkunjung ke lokasi wisata tersebut dan setelah melakukan kunjungan, wisatawan tersebut akan menjadi pengantar word of mouth secara online dengan cara menceritakan kepada orang lain atau menulis comment di internet (*share*). Media massa sebagai sarana komunikasi massa yang banyak dipergunakan di jaman modern ini adalah internet (Wilantari, 2018).

Promosi yang telah dilakukan jika dilihat dari bauran pemasaran dapat dijabarkan sebagai berikut yaitu:

- a. *Advertising* adalah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan pariwisata melalui berbagai media kepada masyarakat luas yang pada akhirnya bertujuan membuat calon konsumen atau wisatawan menggunakan barang atau jasa yang kita iklankan (Hasan, 2015).

- b. *Direct Marketing* *Direct marketing* adalah metode promosi dengan metode pendekatan kepada konsumen agar memperoleh tanggapan yang terukur Hasan (Hasan,2015).

Tingkat kunjungan wisatawan yang berkunjung ke Desa Sungsang mengalami kenaikan namun belum optimal. Hal ini karena para wisatawan banyak mengetahui Desa Sungsang dari pihak ketiga. Pengelola Desa Sungsang telah melakukan cara-cara promosi sesuai dengan bauran pemasaran termasuk juga telah memiliki media digital yaitu website dan facebook. Namun dalam praktiknya masih perlu perbaikan dan pengelolaan lebih lanjut. Pengelola Desa Sungsang harus melakukan update terhadap media digital yang dimiliki dengan merekrut sumber daya manusia yang mengerti dan fasih menggunakan teknologi informasi. Dengan begitu tingkat kunjungan akan naik secara optimal. Jika kunjungan wisatawan naik secara tidak langsung akan berdampak kepada kenaikan taraf ekonomi masyarakat sekitarnya. Hal yang perlu dilakukan yaitu dengan meningkatkan penggunaan media sosial secara mandiri seperti update website dan media sosial serta menambah SDM yang paham penggunaan media digital tersebut. Yang kemudian perlu diarahkan untuk penelitian selanjutnya adalah pengembangan model teknologi informasi berbasis mobile dalam rangka menambah media untuk digital marketing. Hal ini sesuai juga dengan harapan pemerintah yang ingin mengembangkan mobile application pariwisata yang belum terealisasi.

F. DESA WISATA SUNGSANG YANG BERKELANJUTAN

Lima Desa yang berada di kawasan Sungsang yaitu Marga Sungsang, Sungsang I, Sungsang II, Sungsang III dan Sungsang IV. Letak kelima desa ini saling berdampingan satu dengan yang lain. Jika menuju Desa Sungsang IV maka akan melalui mulai Desa Marga Sungsang, Sungsang I, Sungsang II, dan Sungsang III, dapat menggunakan transportasi ojek, becak atau berjalan kaki. Oleh karena itu Desa Sungsang ini tergolong cukup unik karena kedekatan jarak desa satu dengan yang lainnya jika dibandingkan dengan desa-desa di wilayah Indonesia lainnya yang berjarak cukup jauh antara satu desa dengan desa lainnya. Dengan kedekatan jarak tersebut maka perlu lihat dan di pertimbangkan potensi wisata pada masing-masing

secara detail dan menyeluruh sehingga tidak menimbulkan masalah di kemudian hari seperti persaingan yang tidak sehat, kecemburuan dari masyarakat yang merasa kurang di kunjungi oleh wisatawan dan masalah sosial lainnya.

Untuk menjadi Desa Wisata di Sungsang yang berkelanjutan tidak dapat diwujudkan apabila berjalan sendiri-sendiri baik oleh masyarakat di wilayah desa tersebut mau pun pemerintah tanpa melibatkan pihak lainnya. Perlu adanya kolaborasi atau kolaborasi dalam mengembangkan Desa Wisata yang berkelanjutan. Pembangunan atau pengembangan sumber daya manusia, sumber daya alam, infrastruktur, sosial dan budaya perlu dibangun antara pihak-pihak yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata khususnya desa wisata Sungsang. Kolaborasi ini dikenal dengan istilah Kolaborasi Pentahelix. Konsep Pentahelix merupakan salah satu yang ditawarkan oleh Kementerian Pariwisata mengenai pengembangan pariwisata di Indonesia yang disampaikan melalui Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia No 14 tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata yang berkelanjutan. Konsep Pentahelix bertujuan untuk memastikan dan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan dan menciptakan pengalaman serta nilai manfaat dari pariwisata khususnya Desa wisata di Sungsang. Kolaborasi dalam konsep *Penta-Helix* merupakan kegiatan kerjasama antar bidang dan pihak dari Masyarakat, Pemerintah, Bisnis, Akademisi dan Media.

- **Peran Masyarakat**

Pada konteks perubahan sosial, komunitas dapat berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan pengembangan potensi yang akan dikembangkan. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam keseluruhan proses perubahan sosial dan memperlancar proses usahanya. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan yang diproduksi oleh masyarakat. Masyarakat Desa Sungsang perlu dilibatkan dalam pengembangan desa nya menjadi desa wisata yang berkelanjutan. Agar Masyarakat Sungsang terlibat maka kegiatan yang dilakukan adalah memberikan pemahaman tentang pariwisata seperti

sapta pesona, pelatihan-pelatihan yang terkait dengan bagaimana melakukan pengelolaan desa wisata dan memberikan pelatihan bagaimana membuat produk unggulan yang menggunakan bahan baku yang ada di Desa Sungsang, serta kegiatan lainnya yang bertujuan peningkatan SDM masyarakat Sungsang.

- **Peran Pemerintah**

Pemerintah sebagai salah satu pemangku kepentingan yang memiliki fungsi mengeluarkan kebijakan dan tanggung jawab dalam pengembangan desa wisata. Kegiatan yang dilakukan berupa perencanaan program, pelaksanaan program yang ditetapkan, pemantauan pelaksanaan program, pengendalian, mempromosikan desa wisata, mengalokasikan keuangan untuk pengembangan desa, perizinan, serta kebijakan daerah. Desa Wisata Sungsang sudah ditetapkan oleh pemerintah daerah menjadi desa wisata. Keputusan ini setidaknya mendorong stakeholder lainnya ikut berperan dalam pengembangan desa wisata sungsang secara berkelanjutan. Pemerintah daerah sepatutnya mengalokasikan dana yang cukup untuk pembangunan infrastruktur yang ada di Desa Sungsang, sehingga Desa wisata Sungsang akan terus berkembang secara berkelanjutan dan dapat bersaing dengan desa wisata lainnya.

- **Peran Industri**

Umumnya peran industri dalam pengembangan desa wisata adalah yang berkaitan langsung dengan kegiatan pariwisata seperti pengelola, warung masyarakat, pelaku usaha (travel, penginapan dll) di mana berperan sebagai *stakeholder* yang menyediakan fasilitas dan kualitas pelayanan dalam upaya kemajuan ekonomi daerah serta membantu desa wisata agar lebih efektif, efisien, dan produktif dalam pengembangan wisata secara berkelanjutan. Namun perlu di lakukan juga penglibatan industri yang tidak berdampak langsung dengan penglibatannya seperti perusahaan Nasional maupun Internasional yang banyak menyediakan dana CSR dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Desa Sungsang mendapatkan dana CSR dari Yayasan Belantara dalam peningkatan SDM masyarakat Sungsang serta pembuatan konsep pengembangan Desa Sungsang secara berkelanjutan. Konsep ini dapat dijadikan referensi dalam pengembangan

Desa Sungsang menjadi Desa Wisata yang berkelanjutan dan dapat bersaing dengan Desa Wisata lainnya.

- **Peran Perguruan Tinggi**

Peran Perguruan Tinggi sering dikenal dengan peran akademisi. Peranan akademisi adalah berbagi informasi dengan para stakeholder. Salah satu perannya adalah sebagai konseptor, seperti standarisasi proses usaha serta membantu sertifikasi produk dan ketrampilan pada sumber daya manusia. Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti telah banyak memberikan pengetahuan dan keterampilan terhadap masyarakat Sungsang, seperti membantu pembentukan Pokdarwisa, pelatihan pengembangan produk asli desa Sungsang yang dapat dijadikan oleh-oleh bagi pengunjung atau turis yang datang ke Desa Sungsang serta pembuatan Konsep pengembangan Desa Sungsang. Keterlibatan Akademisi ini perlu dilakukan secara terus menerus sehingga konsep atau pelatihan yang dirancang dan dilaksanakan dapat berjalan dengan baik, sehingga keinginan menjadi desa wisata yang berkelanjutan dan dapat bersaing menjadi terwujud dan dirasakan manfaatnya bagi masyarakat Desa Sungsang.

- **Peran Media**

Secara umum fungsi media pada pariwisata adalah sebagai pemberi informasi, pendidikan, penghibur, dan sebagai pengontrol social serta promosi yang kegiatannya berupa aktivitas periklanan, *personal selling*, *public relation*, informasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*), dan direct marketing serta berperan kuat untuk brand image. Oleh karena itu, Desa Wisata Sungsang juga perlu melibatkan media sosial. Media social yang terlibat untuk memberikan informasi adalah melalui Portal yang dikelola oleh pemerintah daerah dalam hal ini adalah yang dikelola oleh Kecamatan Banyuasin 2 mau pun ke lima desa wisata yang menjadi Desa Wisata. Namun juga perlu dibuat dan dikembangkan serta dikelola sendiri oleh masyarakat Sungsang. Sehingga kegiatan di masyarakat khususnya yang terkait dengan kegiatan pariwisata seperti kegiatan masyarakat, paket wisata serta produk makanan atau minuman ciri khas masyarakat Sungsang dapat di ketahui oleh masyarakat Indonesia dengan mudah. Melalui peran ini diharapkan makin banyak masyarakat Indonesia berkunjung ke Desa

Wisata Sungsang. Peningkatan kunjungan ini akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pada akhirnya Desa Wisata dapat terus berkembang secara berkelanjutan dan dapat berdaya saing dengan desa wisata lainnya.

G. SERTIFIKASI DESA WISATA SUNGSANG

Salah satu upaya untuk mewujudkan destinasi wisata berkualitas, berdaya saing dan berkelanjutan adalah melalui sertifikasi Desa Wisata. Sertifikasi desa wisata berkelanjutan adalah merupakan tahapan proses dan puncak capaian dari suatu desa wisata. Melalui Sertifikasi dapat diketahui atau dinilai apakah suatu desa wisata telah memenuhi standar mutu yang ditentukan. Jika suatu desa memenuhi standar yang ditetapkan maka desa tersebut telah menjadi desa yang berkualitas karena telah melaksanakan standar mutu dari sebuah desa wisata berkelanjutan. Sertifikasi ini mengaudit dan memberikan jaminan bahwa fasilitas desa wisata, produk yang ada, proses yang dijalankan, sistem pelayanan yang dijalankan telah memenuhi standar yang ditetapkan. Sehingga dengan sertifikasi akan memberikan jaminan kepada para wisatawan akan kualitas sebuah desa wisata sehingga dapat meningkatkan tingkat kunjungan dan loyalitas wisatawan agar datang berulang ke desa wisata tersebut.

Lima desa di wilayah Sungsang perlu mendapatkan sertifikasi dari pemerintah khususnya dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Sehingga membuktikan bahwa kelima desa Sungsang telah memenuhi standar mutu dan berkualitas menjadi Desa Wisata Berkelanjutan. Adapun standar mutu yang ditetapkan tertuang pada buku pedoman Kriteria dan Indikator Sertifikasi Desa Wisata Indonesia.



BAB
4

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Pengelolaan dari sebuah desa harus ditentukan oleh warga desa itu sendiri. Prinsip dari pengelolaan desa wisata berbasis manusia, adalah lingkungan atau society nya ikut mendukung. Pemberdayaan masyarakat untuk kegiatan pariwisata di desa Sungsang dilakukan dengan cara mengajak seluruh komponen masyarakat untuk ikut berpartisipasi dalam semua kegiatan yang menyangkut desa wisata Sungsang. Pembangunan dan pengembangan pariwisata tidak hanya membangun dan menata lingkungan suatu kawasan pariwisata tetapi juga membina masyarakat setempat dan mengelola wisatawan yang akan datang. Pemberdayaan masyarakat di Desa Sungsang juga dilakukan dengan cara mengadakan pelatihan pelatihan yang berkesinambungan dari tim yang berpengalaman di bidang Desa Wisata. Pelatihan home stay, food souvenir serta wisata kuliner dapat di lanjutkan di desa ini, dengan tujuan untuk meningkatkan potensi dan pengetahuan warga masyarakat di desa Sungsang.

Faktor-faktor lain yang mendukung pemberdayaan desa ini ada dua. Faktor tersebut adalah faktor eksternal dan faktor internal. Faktor internal yang pertama adalah Desa wisata Sungsang memiliki potensi potensi yang mungkin tidak didapatkan di desa lain seperti alam yang masih alami, memiliki potensi eco wisata yang kemudian dijadikan tema dari desa pada umumnya menjadi Desa Wisata Sungsang. Faktor eksternal dalam

pemberdayaan masyarakat di desa wisata Sungsang adalah adanya dukungan dari pemerintah daerah yang menjalin kerjasama dengan STP Trisakti dan Yayasan Belantara. Peranan Stakeholders yang dikenal dengan istilah Penthaelix perlu di realisasikan sehingga Desa Sungsang menjadi Desa Wisata secara berkelanjutan dan berdaya saing dapat terwujud. Selain itu Sertifikasi Desa Wisata Sungsang perlu di lakukan agar dapat menjamin wisatawan akan kualitas desa wisata Sungsang sehingga dapat meningkatkan tingkat kunjungan dan loyalitas wisatawan agar datang berulang ke desa wisata Sungsang.

B. SARAN

Desa wisata Sungsang dengan kegiatan yang sudah mulai dikembangkan dibuat lagi lebih menarik guna meningkatkan minat wisatawan untuk datang baik domestik maupun international. Peran serta seluruh komponen masyarakat serta dukungan dari pemerintah daerah dan pemerintah pusat secara berkesinambungan di perlukan agar peningkatan serta pengembangan desa wisata Sungsang dengan segala keunikannya dapat berjalan dengan baik. Sarana serta prasarana juga lebih ditingkatkan agar desa wisata Sungsang menjadi desa wisata yang maju serta mengajak masyarakat agar mempunyai kesadaran yang tinggi tentang pentingnya masyarakat yang sadar wisata. Penggunaan media digital yang berupa website dari desa Sungsang juga dapat dilakukan.

Sumber daya manusia sebagai pengelola website juga diperlukan disini untuk mempromosikan setiap saat kawasan desa Sungsang ini. Konten yang menarik di dalam website Desa Sungsang juga digunakan untuk menarik wisatawan. Penggunaan media influencer di era digital ini juga membuat desa wisata Sungsang menjadi trend di kalangan kaum milenial. Dalam hal ini kaum muda yang ada di desa ini turut dibekali keterampilan dalam penggunaan website atau media sosial lain serta penggunaan yang bijak saat menggunakan media sosial, sehingga pengetahuan para wisatawan tentang website di desa Sungsang lebih banyak diketahui oleh wisatawan domestik ataupun wisatawan International.

DAFTAR PUSTAKA

- Arunmozhi, T dan Panneerselvam, A.. 2013. "Types of Tourism in India". ISSN: 2347-3215 Volume 1 Number 1 (2013) pp. 84-88
- Butarbutar, R. R., Wiratanaya, G. N., Rachmarwi, W., Ganika, G., Susanty, S., Widyaningsih, I. U., ... & Suma, N. N. (2021). PENGANTAR PARIWISATA. Penerbit Widina
- Hasan, M., Hartoto, H., Abdelina, A., Riyaldi, M. H., Aswanto, A., Akbar, T., ... & Nugroho, L. (2022). EKONOMI PEMBANGUNAN SEBUAH TINJAUAN TEORI DAN PRAKTIS.
- H.Kodhyat, (1983). Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Irwansyah, Rudy, Danil Syahputra, Supiah Ningsih, Muhammad Hasan, Titus Kristanto, Lucky Nugroho, Diana Triwardhani et al. "Marketing Digital Usaha Mikro." (2021).
- Ismayanti. 2010. Pengantar Pariwisata. Jakarta: Gramedia Widisarana.
- Burkart, A.J. dan Medlik, S. 1987. Tourism, Past, Present, and Future. London.
- James J. Spillane (1982), Ekonomi Pariwisata, Deresan, Yogyakarta: Kanisius
- Kurniawan, wawan. 2015. Dampak Sosial Ekonomi Pembangunan Pariwisata Umbul Sidomukti Kecamatan Bandungan Kabupaten Semarang. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Labetubun, M. A. H., Kembauw, E., Hasan, M., Arifudin, O., Yulistiyono, A., Maulina, D., ... & Nugroho, L. (2021). Sistem Ekonomi Indonesia.
- Labetubun, M. A. H., Nugroho, L., Pinem, D., Mukhtadi, M., Sinurat, J., Pusporini, P., ... & Gaol, S. L. (2022). CSR PERUSAHAAN "Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab". Penerbit Widina.
- Lubis, C., Nugroho, L., Fitrijanti, T., & Sukmadilaga, C. (2020). Peluang Pengusaha Mikro dan Kecil (UMK) Menggunakan Layanan Digital Lembaga Keuangan Mikro Syariah. Jurnal Al-Qardh, 5(1), 56-68.

- Mahliza, F., Nugroho, L., & Ali, A. J. (2020). Antecedents and Consequences of Muslim Millennials Attitude Towards Halal Personal Care Products. *Ikonomika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 5(2), 249-270.
- Mahliza, F., Nugroho, L., Putra, Y. M., Nugraha, E., & Sukiati, W. (2021). Desa Discourses of Muslim-Friendly Tourism (Indonesia Empirical Cases). *Journal of Islamic Economics & Social Science (JI ESS)* p-ISSN, 2722, 7499.
- Marpaung, Happy dan Bahar. 2000. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Metanfanuan, T., MM, M. A. T. H. S., Indra Krishernawan, S. E., Lestari, N. P., Ginting, S., Supriyanto, E. E., ...& Nugroho, L. (2021). *Pengantar Manajemen Potensi Desa: Aku Yakin desaku Punya Sejuta Potensi*. Agrapana Media.
- Muljadi, A.J. 2009. *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muniarty, P., Bairizki, A., Sudirman, A., Wulandari, W., Anista, J. S. A., Elistia, E., ... & Fitriana, F. (2021). *Kewirausahaan*.
- Nasfi, N., Ganika, G., Putro, S. E., Muttaqien, Z., Ayuanti, R. N., Kusumawardani, M. R., ... & Mulatsih, L. S. (2022). *DASAR MANAJEMEN DAN BISNIS (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis)*.
- Nugroho, L., & Tamala, D. (2018). Persepsi pengusaha umkm terhadap peran bank syariah. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 3(1), 49-62.
- Nugroho, L., Utami, W., & Doktoralina, C. M. (2019). Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah (Halal Tourism Business Ecosystem in the Maqasid Syariah Perspective). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(2), 92.
- Nugroho, L. (2020). *Isu, Konsep, dan Implementasi Bisnis Wisata Halal. Membangun Peradaban Berbasis Parwisata*, 41-60.
- Nugroho, L., & Arafah, W. (2020). *Eksistensi Dan Tantangan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Pada Era Globalisasi. Manajemen Hasil Pemikiran dari Para Dosen Perguruan Tinggi di Indonesia (Vol. First, pp. 172–187)*. Sumatera Utara: Sihsawit Labuhan Batu. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324>, 4.

- Nugroho, L. (2021). The Role of Information for Consumers in The Digital Era (Indonesia Case). *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 49-59.
- Nugroho, L., Badawi, A., & Hidayah, N. (2022). How Indonesian Women Micro and Small Entrepreneurs Can Survive in Covid-19 Pandemic?. *Amalee: Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 3(1), 215-222.
- Pitana, I Gede dan Putu Gede Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi
- Richard Sihite Dalam Marpaung dan Bahar 2000:46-47. *Pariwisata Sihite, Richard, 2000, Tourism Industry (Kepariwisataaan)*, Surabaya: Penerbit SIC
- Sudirman, A., Alaydrus, S., Rosmayati, S., Syamsuriansyah, S., Nugroho, L., Arifudin, O., ...& Rijal, K. (2020). Prilaku konsumen dan perkembangannya di era digital.
- Sugiana, A Gima. 2013. *Manajemen Aset Pariwisata: Pelayanan Berkualitas Agar Wisatawan Puas dan Loyal*. Bandung: Guardaya Intimarta.
- Suwantoro, Gamal. 2004. *Dasar-dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Suyitno, 2001, *Perencanaan Wisata*, Yogyakarta: Kanisius
- Utami, W., & Nugroho, L. (2022). Internal Control and Risk Management Issues on The Sustainability Micro and Small Enterprises in Indonesia. *BİLTÜRK Journal of Economics and Related Studies*, 4(1), 1-19.
- Wahab, S. (1975 : 55) *Definisi Pariwisata*, PT. Pradnya Paramita : Jakarta
- Wahid, Abdul. 2015. *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Islami*. Yogyakarta: UMY.

Artikel lainnya:

- ASEAN Secretariat.(2016). *ASEAN Homestay Standard*. Jakarta: ASEAN Secretariat
- UNWTO Tourism Highlights, 2008 Edition Published: 2008 Pages: 12 eISBN: 978-92-844-1356-0
- UNWTO. (2019). *Guidelines for the development of gastronomy tourism*. Madrid: World Tourism Organization (UNWTO) and Basque Culinary Center (BCC)

World Tourism Organization. (1994). National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. London: Routhledge.

Desa Wisata Kabupaten Wonosobo Provinsi Jawa Tengah. Jurnal Riset Komunikasi. <https://doi.org/10.24329/jurkom.v1i1.24>

<https://www.kajianpustaka.com/2019/12/pariwisata-pengertian-unsur-bentuk-dan-jenis-wisata.html>

PROFIL PENULIS

Amalia Mustika S.E., M.M., MBA



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 09 Februari. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah Diploma III Perhotelan, lulus pada tahun 1990 dari Akademi Pariwisata Trisakti, S1 Sarjana Manajemen, lulus pada tahun 1997 dari Fakultas Ekonomi pada jurusan Ekonomi Manajemen UPI Yayasan Persada Indonesia, S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2013 dari Universitas Bunda Mulia, S2 Magister Manajemen dengan konsentrasi Pemasaran dari Multimedia University Malaysia. (Double Degree), Sedang Kuliah S3 Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dengan konsentrasi Pariwisata. Penulis merupakan Dosen Lektor Kepala yang sedang mengikuti program Doktorat. Penulis telah mendapatkan beberapa kali hibah penelitian, seperti Dosen Pemula, Fundamental, dan Penelitian Dasar. Mengikuti beberapa Proceeding Internasional dan mendapatkan The Best Poster. The best grooming dari vote mahasiswa internal. Penulis juga sebagai Narasumber Homestay dan Service Excellent, untuk Desa Wisata. Narasumber Grooming, Etos Kerja dan Komunikasi, untuk Front liner di hotel, bekerja sama dengan Kemenpar. Telah membuat Reference book dan beberapa Chapter book.

Devita Gantina S.S.Par., M.Par.



Penulis lahir di Sumedang pada tanggal 28 Januari 1983. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah D3 Diploma Terapan Pariwisata lulus pada tahun 2006 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti pada jurusan Perhotelan, Akta Mengajar lulusan pada tahun 2006 dari Universitas Terbuka, D4 Sarjana Terapan Pariwisata lulus pada tahun 2007 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti pada jurusan Usaha Perjalanan Wisata dan S2 Magister Pariwisata lulus pada tahun 2013 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Penulis adalah

Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti untuk pengampu mata kuliah manajemen kualitas pelayanan, akuntansi hotel, dan kantor depan hotel. Saat ini penulis bertugas di bagian Pusat penelitian dan pengabdian kepada masyarakat di Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti, serta aktif dalam pengelolaan jurnal ilmiah.

Dr. Nurbaeti, M.M.



Penulis adalah Lektor Kepala, Dosen S3 dan Wakil Ketua II: Bidang Pusat Data dan Informasi, SDM, Umum, Keuangan, Humas dan Kesekretariatan. Pendidikan: Lulusan S-3 Kajian Pariwisata Universitas Gajah Mada. Pengalaman; Wakil Sekjen Hildiktipari (2010), Pengelola Dana Hibah TFCA (Tropical Forest Conservation Action) dan Yayasan Belantara, Ketua Tim Penyempurnaan Peraturan Kepegawaian Trisakti (2017). Aktif melakukan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam Pengajaran, Penelitian, dan Pengabdian kepada Masyarakat. Kepakaran: Destinasi, Pengelolaan Biaya dan Manajemen Keuangan.

Farah Levyta, S.S.T.Par., M. Par., CHE



Penulis lahir di Jakarta pada tanggal 16 Januari 1973. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah D3 Diploma Terapan Pariwisata lulus pada tahun 1994 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti pada jurusan Perhotelan, D4 Sarjana Terapan Pariwisata lulus pada tahun 2012 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti pada jurusan Perhotelan, S2 Magister Pariwisata lulus pada tahun 2016 dari Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Penulis adalah Dosen Universitas Bina Nusantara (BINUS) dan pengampu mata kuliah Indonesian Gastronomy, Indonesian Cuisine serta Pastry and Bakery. Saat ini, penulis adalah mahasiswa aktif program Doktorat Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Selain sebagai dosen, penulis juga menjabat sebagai Head of Hotel Management Laboratory di Hotel Management Binus. Disela sela kesibukannya sebagai structural di

Hotel Management, penulis juga bertindak sebagai assessor kompetensi di bidang Food & Beverage di LSP Hotel dan Restoran.

Fetty Asmanati, S.E., M.M.



Penulis adalah Dosen Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti dengan jabatan fungsional akademik Lektor Kepala sekaligus menjabat sebagai Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Penulis aktif dalam menjalankan Tri Dharma Perguruan Tinggi dalam hal pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada Masyarakat. Penulis berpengalaman di organisasi Himpunan Pendidikan Tinggi Pariwisata (HILDIKTIPARI) sebagai Bendahara dan

Yayasan Beasiswa Trisakti sebagai Sekretaris sampai saat ini.

Hendra, S.E., M.M.



Penulis yang akrab disapa Chef Hugo menyelesaikan studinya di Continental Food Management di NHI-Bali dan mendapatkan gelar pariwisata di bidang pariwisata dan gelar master bisnis di Universitas Ciputra Surabaya. Memulai perjalanan kulinernya di hotel bintang 5, The Ritz Carlton Singapore dan The Ritz Carlton Bali (Ayana Resort) hingga menjadi Executive Chef di Dive Indonesia Resort pada usia 21 tahun. Sebagai chef entrepreneur,

dosen Universitas Ciputra dan seorang chef selebriti, ia telah menulis dan menerbitkan beberapa buku kuliner bersama Gramedia dan juga 10 DVD Cooking & Baking. Dia sekarang dikenal sebagai "Koki Bernyanyi" oleh media dan televisi nasional. Kreasi makanannya bisa dilihat di beberapa media dan juga di www.dapurumami.com. Beberapa orang juga memanggilnya "Koki Sultan" karena dedikasinya dalam mengeksplorasi dan mempromosikan kuliner Kerajaan Raja Indonesia melalui serial TV "Dapur Raja.". Beliau juga merupakan salah satu pendiri Perkumpulan Chef professional Indonesia (PCPI), asosiasi chef terbesar di Indonesia yang memonetisasi bisnisnya menjadi start up digital bernama "The Chef apps" dan pendiri food startup Indonesia yang concern terhadap start up business makanan dan minuman.

Ir. Fachrul Husain Habibie. M.M.



Penulis lahir di Ujungpandang pada tanggal 22 Juni 1968. Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah Sarjana Elektro (Telekomunikasi dan Elektronika) lulus pada tahun 1992 dari Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik Universitas Hasanuddin, Ujungpandang dan S2 Magister Manajemen lulus pada tahun 2009 dari Program Pasca Sarjana Universitas Trisakti, Jakarta. Penulis saat ini Dosen STP Trisakti, pengampu matakuliah Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan, Horeka. Selain menjadi Dosen juga bertanggung jawab sebagai Kepala Satuan Pengawasan Internal pada tahun 2010 sd 2014, Direktur Vokasi pada tahun 2014 sd 2018 dan saat ini sebagai Kepala Pusat Penjaminan Mutu Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti. Berpengalaman selama 12 tahun di berbagai Industri. Penulis juga menulis buku Standarisasi, Buku Sistem Informasi Perhotelan, Buku Pengabdian Masyarakat dengan judul Strategi Bertahan UMKM dalam Masa Pandemi Covid 19 dan Pengembangan Wira Usaha Baru dalam Rangka Meningkatkan Produktifitas Di Masa Pandemi Covid 19. Selain itu penulis juga aktif sebagai coordinator Pembuatan Grand Desain Pengembangan Ekowisata Kawasan Sungsang Kabupaten Banyuasi 2020–2045, dan Kordinator Lapangan Pemberdayaan Masyarakat untuk Mendukung Pengembangan Agrowisata Kecamatan Bunga Raya (focus Kuliner).

Novita Widyastuti S.S.T. Par., M.Si., Par



Pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis adalah Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti – D3 (lulus tahun 1992), Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti – D4 (lulus tahun 2008), Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti – S2 (lulus tahun 2011) dan Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti – Program Doktorat (on progress). Penulis adalah Dosen STP Trisakti, pengampu matakuliah Studi Kelayakan Bisnis dan Kewirausahaan, Management Facilities of F&B Business, Manajemen

Perusahaan. Selain menjadi Dosen, saat ini diberikan amanah untuk mengelola Pusat Bisnis Kepariwisata (PBK) STP Trisakti, adapun unit bisnis dibawah PBK yakni, Lembaga Bahasa Asing, Lembaga Sertifikasi Profesi, Lembaga Pelatihan, Trisakti Tour & Travel, In.Cube Enterprise yang terdiri dari In.cube artisan coffee house, In.cube artisan patisserie, In.cube Coaching Clinic bagi mahasiswa yang akan berwirausaha atau yang ingin mengembangkan usahanya sert Memiliki pengalaman selama 14 tahun di Industri Food and Beverage International, sebagai Corporate General Manager yang mengelola 4 Brand Franchise International dan 1 Brand Lokal dan 11 tahun berpengalaman dalam bidang pendidikan.

Prof. Dr. S. Pantja Djati, M.Si., M.A, M.Th



Penulis menyelesaikan pendidikan Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Universitas Kristen Indonesia Jakarta (1986); Pendidikan Magister Sains pada Program Pascasarjana Jurusan Ilmu Manajemen, Universitas Airlangga Surabaya (1996) dan pendidikan Master of Arts in Ministry pada Program Pascasarjana Jurusan Pastoral, Sekolah Tinggi Theologia Baptis, Semarang (2004); dan Magister Teologi, Sekolah Teologia Baptis

Jakarta (2019), Pendidikan Doktor dalam bidang Ilmu Ekonomi pada Program Pascasarjana Universitas Brawijaya, Malang. Suami dari Dr. Wahyu A. Rini, MA, M.Pd,K , dikaruniai 3 orang anak: Gracia Paramitha, S.Hub.Int., M.Si, Ph.D, Christian Adijaya, S.E dan Letda. dr. Jeremia Kurniawan. Saat ini aktif sebagai dosen dan Kadep Doktor Pariwisata di STP Trisakti. Pernah menjadi dosen tetap di Universitas Pelita Harapan, Universitas MercuBuana, serta menjabat sebagai Kaprodi Doktor Manajemen di Universitas MercuBuana (2016-2018). Direktur Pascasarjana UKI tahun 2013-2014, Kepala Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Kristen Indonesia, Jakarta. Dosen tetap di Universitas Kristen Indonesia serta sebagai dosen di Universitas Kristen Petra Surabaya tahun 1991-2011. Sebagai dosen pengajar di Seskoal Jakarta, Sesko TNI Bandung serta Universitas Pertahanan, juga sebagai dosen penguji Program Doktor di beberapa Perguruan Tinggi. Menulis beberapa Jurnal internasional, Nasional dan

beberapa buku. Menjabat sebagai Ketua Ikatan Doktor Ekonomi Indonesia (IDEI) wilayah DKI Jakarta masa bakti 2015-2020 serta Ketua Insan Doktor Ekonomi Indonesia wilayah DKI tahun 2020-2024. Menjabat sebagai Ketua III Perkumpulan Guru Besar Indonesia (PERGUBI) periode tahun 2021-2026

Prof. Dr. Willy Arafah, M.M., D.B.A.



Penulis lahir di Curup (Bengkulu) pada tanggal 18 Februari 1971, Pendidikan yang telah ditempuh penulis adalah (S1) Ilmu Ekonomi Pembangunan (IESP), Lulus pada tahun 1994, pada Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Trisakti, Jakarta, (S2) Magister Manajemen, Lulus pada tahun 1996, pada Program Pasca Sarjana, Universitas Trisakti, Jakarta, (S3) Doktor Manajemen Pendidikan, Lulus pada tahun 2006, pada Program Pasca Sarjana, Universitas Negeri Jakarta, Jakarta, (S3) Doktor Bisnis Administrasi, Lulus pada tahun 2009, pada San Beda Graduate School of Business, Philippines (Manila), Filipina.

Pengembangan

Desa Sungsang Menjadi Desa Wisata

Yang Berdaya Sainq Dan Berkelanjutan

Desa wisata adalah komunitas atau masyarakat yang terdiri dari para penduduk suatu wilayah terbatas yang bisa saling berinteraksi secara langsung dibawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian serta kesadaran untuk berperan bersama dengan menyesuaikan keterampilan individual berbeda. Desa wisata dibentuk untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dan kepedulian kami dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata diwilayah masing-masing desa.

Selain itu tujuan dari pembentukan desa wisata ini adalah untuk meningkatkan posisi dan peran masyarakat sebagai pelaku penting dalam pembangunan sektor pariwisata dan dapat bersinergi dan bermitra dengan pemangku kepentingan terkait dalam meningkatkan kualitas perkembangan kepariwisataan didaerah membangun dan menumbuhkan sikap dukungan positif dari masyarakat desa sebagai tuan rumah melalui perwujudan nilai-nilai sapta pesona bagi tumbuh. Desa Wisata Sungsang menjadi salah satu destinasi wisata menarik, pasalnya Desa Wisata Sungsang terletak di lokasi yang sangat strategis, selain dari pada itu Sungsang memiliki banyak potensi untuk menjadi desa wisata berkonsep ekowisata. Selain memiliki daya tarik tradisi dan budaya yang unik, desa tersebut juga bisa menjadi persinggahan bagi para wisatawan. Sebagai desa persinggahan, warga pun telah berpikir kreatif dengan menyediakan homestay untuk wisatawan.

Tak hanya itu, dia menambahkan, pengembangan wisata juga membuka peluang untuk mengolah kegiatan perekonomian yang ada di lokasi desa wisata. Berdasarkan hal tersebut, maka buku ini menyajikan segala yang dibutuhkan oleh para pengelola pariwisata dalam menjalankan pengelolaan pariwisata agar dapat menciptakan kualitas dan kuantitas desa wisata yang baik. Oleh sebab itu buku ini hadir dihadapan pembaca sebagai bagian dari upaya diskusi sekaligus dalam rangka melengkapi khazanah keilmuan di bidang pariwisata, sehingga buku ini sangat cocok untuk dijadikan bahan acuan bagi kalangan intelektual di lingkungan perguruan tinggi ataupun praktisi yang berkecimpung langsung di bidang pariwisata.