



## KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM MEMBANGUN DAERAH SADAR WISATA KASUNDAAN YANG BERBASIS KEARIFAN LOKAL

Taufiqurokhman<sup>1</sup>, Evi Satispi<sup>2</sup>, Andriansyah<sup>3</sup>  
<sup>1,3</sup> FISIP Universitas Prof. Dr. Moesopo (Beragama)  
<sup>2</sup> FISIP Universitas Muhammadiyah Jakarta  
<sup>1</sup>taufiqurokhman@dsn.moestopo.ac.id<sup>2</sup>evi.satispi@umj.ac.id,  
<sup>3</sup>andriansyah@dsn.moestopo.ac.id

### ABSTRACT

*The purpose of writing the results of dedication is to provide input on government policies in developing local wisdom-based tourism conscious areas. Indonesia's 70th ranking from 140 countries for tourism and travel competitiveness index. Its position is below Singapore, Malaysia, Thailand. Even though Indonesia has a very beautiful and enchanting wealth of nature and culture, it has even implemented a free visa visit and an ongoing visit year. The community service methodology uses descriptive qualitative methods, with a multidisciplinary approach. The reason is that community service is done naturally by using various methods, theories, techniques and instruments. As a result, the Tourism Awareness Program was launched since 2003, until now there needs to be an increase towards significant changes and results. The things that need to be improved are, resentment, security and safety as well as service and fostering local and creative industries to build awareness of people who have entrepreneurial characteristics. This community service is expected to be used as a Infinity region reference to build a conscious character of community tourism in the destination through local wisdom, and destinies in the Indonesian region in general.*

*Keywords: Government policies, Building tourism conscious areas, Based on Local wisdom.*

### ABSTRAK

Tujuan penulisan hasil pengabdian masyarakat adalah memberikan masukan terhadap kebijakan pemerintah dalam membangun daerah sadar wisata berbasis kearifan lokal. Peringkat Indonesia ke 70 dari 140 negara untuk Index daya saing pariwisata dan perjalanan. Posisinya di bawah Singapura, Malaysia, Thailand. Padahal Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang sangat indah dan mempesona, bahkan sudah menerapkan bebas visa kunjungan dan visit year yang sudah berjalan. Metodologi pengabdian masyarakat menggunakan metoda kualitatif deskriptif, dengan pendekatan multidisiplin. Alasannya, pengabdian masyarakat dilakukan secara alamiah dengan menggunakan berbagai metoda, teori, teknik dan instrument. Hasilnya, Program Sadar Wisata yang diluncurkan sejak tahun 2003, hingga kini perlu peningkatan kearah perubahan dan hasil yang signifikan. Hal yang perlu ditingkatkan adalah, kebesihan, keamanan dan keselamatan serta pelayanan serta menumbuhkan industri lokal dan kreatif untuk membangun kesadaran masyarakat yang berkarakter kewirusahaan. pengabdian masyarakat ini diharapkan dijadikan referensi daerah destiny untuk membangun karakter sadar wisata masyarakat di destinasi melalui kerarifaan lokal, dan destnasi diwilayah Indonesia pada umumnya.

Kata kunci: Kebijakan pemerintah, Membangun daerah sadar wisata, Berbasis kearifan Lokal.

#### A. Pendahuluan

Sektor pariwisata sudah lama dikenal sebagai sektor ekonomi yang terandalkan, menurut Arevin, Ayat Taufik, (2007) perencanaan daerah

wisata harus disiapkan secara terencana. Karenanya dimungkinkan karena cakupan kegiatannya sangat luas, memperbesar *multiflier effect* termasuk didalamnya dapat



meningkatkan pendapatan para petani di lokasi pariwisata, Adimihardja, (1999). Sehingga akan menciptakan kesempatan kerja dengan hasil-hasil produk pertanian dan membuat peluang usaha baru bagi para petani. Sehingga sumbangan ekonomisnya dapat dirasakan oleh masyarakat, (Budiwati, Yulia, (2011). Sedangkan pemerintah daerah (pajak/retribusi), maupun pemerintah pusat berupa pajak dan devisa (Damanik, 2005). Melalui komitmen dan kebijakan pemerintah yang tepat dalam mencapai kondisi tersebut, terbuka ruang yang lebih lebar bagi masyarakat (khususnya: local community) untuk memperoleh distribusi dan redistribusi sumberdaya pariwisata, (Cabilos dan Lascurian dalam Linberg dan Hawkins, 1995)

Pengembangan pariwisata dalam menumbuhkan sifat kreatif masyarakat lokal, memberikan stimulan berupa apresiasi cara bagaimana mengemas kegiatan sosial dan budaya menjadi salah satu label produk lokal dalam hal kewirausahaan, selain akan menuju masyarakat yang multikultur dengan adanya pengembangan pariwisata, Suparlan, Parsudi (2002). Selain akan munculnya konflik baru antara wisatawan yang datang perihal budaya

yang hadir dengan masyarakat lokal, Pratiwi (2008). Tinggal bagaimana dapat mendorong terciptanya segmen pasar wisatawan yang bisa kondusif dengan masyarakat lokal atau system masyarakat budaya lokal yang memang menginginkan keunikan produk yang direpresentasikan oleh simbol- simbol lokal serta tan wujud atau intangible (Ashley dan Haybom, 2004).

Model pelaksanaan program pengembangan pariwisata untuk memajukan masyarakat setempat adalah peningkatan fungsi-fungsi usaha pariwisata yang berbasis masyarakat (*Community Based Tourism* atau CBT). Model CBT ditandai dengan keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi daya tarik wisata. Dalam proses keterlibatan dan pengelolaan daya tarik wisata berbasis masyarakat itu, sebagian besar manfaat ekonomi dari kegiatan pariwisata dinikmati oleh masyarakat, Putra, I Nyoman Darma. (2015).

Contohnya, pariwisata berbasis masyarakat Model Bali menurut Putra, I Nyoman Darma. (2015), menunjukkan tujuh model pariwisata berbasis masyarakat di Bali sebagai contoh pengelolaan Daya Tarik Wisata



(DTW) atau potensi wisata yang memberikan keuntungan sosial budaya, Haryanto, (2009). Dan ekonomi bagi masyarakat, seperti pengelolaan DTW Tanah Lot oleh masyarakat Beraban dan Pantai Pandawa oleh masyarakat Desa Kutuh. Dua dari tujuh contoh ini menunjukkan kemampuan masyarakat mengelola potensi wisata di desanya dan kemampuan mereka untuk mengelola manfaat ekonomi dari daya tarik itu guna peningkatan kesejahteraan masyarakat dalam menangani kemiskinan di daerah wisata, (Ashley, C. dan Haybom, G, 2004).

Pemerintah Indonesia juga sudah menjalankan Program Sadar Wisata (DARWIS) dan Sapta Pesona (SWSP) yang dalam perjalanannya mengalami pasang surut sejak tahun 2003, kemudian dihidupkan kembali oleh Menteri Parpostel Susilo Sudarman, kemudian pada tahun 2015 oleh Arief yahya sebagai Kemenpar. Ini merupakan modal promosi paling efektif, dimana sudah berjalan selama 27 tahun sejak awal diluncurkannya program SWSP pada tahun 1990. Awal ditetapkan dekade kunjungan Indonesia (DUKUNI), (Arevin, 2007).

Program SWSP merupakan program penyuluhan dari kementerian pariwisata (Kemenpar) yang diberikan kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat didestinasasi (Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata). Tujuannya untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan wisatawan ketika berkunjung di destinasi. Sehingga negara Indonesia dapat setara dengan negara tetangga lainnya dalam persaingan pasar wisata di Asia. Diharapkan target kunjungan wisatawan nusantara (wisnu) dan wisatawan mancanegara (wisman) tercapai 25 juta wisatawan pada tahun 2020. Target tersebut diharapkan wisatawan dapat berkunjung menyebar merata diseluruh destinasi yang ada di Indonesia. Peningkatan kunjungan wisman dan yang masuk ke Indonesia akan meningkatkan pemasukan devisa, maupun Pendapat Asli Daerah (PAD), (Yudananto, 2012). Khususnya bagi wisnu dan wisatawan lokal (wislok) berwisata didalam negeri akan lebih memupuk rasa persatuan dan cinta tanah air serta meningkatkan citra Indonesia dimata Dunia.

Sebaliknya, bila kekurangan-kekurangan yang ada dimasyarakat



parwisata, menurut Pitana, I Gede, (1999), dimiliki oleh setiap daerah yang ada di Indonesia tidak cepat di perbaiki, maka wisnu akan berbondong-bondong berwisata ke negara tetangga (luar negeri). Hal ini, akan mengakibatkan meningkatnya permintaan mata uang Asing (*dollars*). Sehingga akan melemahkan nilai tukar rupiah (terdepresiasi). Peningkatan kunjungan wisman dan wisnu ke berbagai daerah destinasi di Indonesia akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan membuka peluang kesempatan pekerjaan, (Yudananto, Wisnu., Remi Sutyastie S., Muljarijadi Bagdja, (2012). Selain diharapkan akan membuka industri kreatif dan inovatif yang berbasis local wisdom. Pada akhirnya, akan bermuara pada kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia secara merata. Sesuai cita-cita luhur dalam UU Kepariwisata, Pasal 4, Nomor 10, Tahun 2009 bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam dan sumber daya, memajukan Kebudayaan, mengangkat citra Indonesia dan memupuk rasa cinta tanah air serta

memperkuat jatidiri dan persatuan bangsa dan mempererat persahabatan.

Gagasan, dan cita-cita, tersebut diatas, serta beberapa hal yang masih kurang dan kelemahan yang masih ada di destinasi seperti kebersihan, keamanan dan keselamatan serta pelayanan. Melihat hubungannya dengan ditetapkan sebagai dekade kunjungan Indonesia (DEKUNI) 1989-1990, sebagai awal tahun sadar wisata. Selanjutnya dibentuk kelompok sadar wisata (pokdarwis) di desa-desa yang telah mendapat penyuluhan sadar wisata dengan intern pokok saptapesona: keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamahan, dan kenangan (Arevin. 2007).

Pelaksanaan Program penjurulhan DARWIS telah berjalan selama 27 tahun, dan meninjau hasil yang telah dicapai sampai saat ini belum memberikan hasil yang signifikan memuaskan wisatawan, (Forum Ekonomi Dunia (World Economic Forum), (2013). Selanjutnya posisi Indonesia berada peringkat 70 dari 140 destinasi negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, Thailand (*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*). Untuk



meningkatkan posisi Indonesia setara dengan negara tetangga sebagai negara destinasi Asia dan Dunia, maka usaha untuk meningkatkan kesadaran bersama sebagai pelaku usaha pariwisata dan masyarakat di destinasi serta masyarakat Indonesia pada umumnya. Bersama-sama secara holistik pembangun karakter sadar wisata atau merubah karakter menjadi sadar Wisata. Karakter adalah mental atau watak dan kepribadian (Wibowo & Gunawan, 2015). Karakter merupakan modal utama untuk melakukan pembangunan atau mengadakan perubahan mental. Kembali pada mental dan kepribadian orisinal yang telah dimiliki oleh masing-masing suku yang ada di Indonesia sebagai kearifan lokal bangsa Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka pengabdian masyarakat ini akan fokus bagaimana “Kebijakan Pemerintah Dalam Membangun Daerah Sadar Wisata Kasundaan yang Berbasis Kearifan Lokal”. Dimana masyarakat kasundaan adalah suku terbesar setelah Jawa yang ada di Indonesia. Dan terdiri dari berbagai ragam adat istiadat dari warisan kerajaan nusantara

dengan memiliki kearifan lokal masing-masing untuk membangun karakter sadar wisata di daerah destinasinya masing-masing. Selanjutnya penulis akan menguraikan beberapa konsep kajian yang berhubungan dengan judul penelitian bawah ini.

## **B. Kajian Pustaka**

### **1. Kearifan Lokal**

Konsep kearifan lokal yang ada di dalam kehidupan masyarakat Indonesia terdapat nilai-nilai sosial yang membentuk kearifan lokal (*local wisdom*) dan telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Misalnya, gotong royong, kekeluargaan, musyawarah untuk mufakat, dan tepa selira (toleransi). Hadirnya kearifan lokal ini tak bisa dilepaskan dari nilai-nilai religi yang dianut masyarakat Indonesia. Sehingga nilai-nilai kearifan lokal ini makin melekat pada diri mereka, seperti halnya masyarakat lokal Batak yang hari ini sangat tumbuh pesat dalam kearifan lokalnya, Siregar, Parluhutan, 2008). Seingga Tak mengherankan, nilai-nilai kearifan lokal ini dijalankan tidak semata-mata untuk menjaga keharmonisan hubungan antar manusia, tetapi juga



menjadi bentuk pengabdian manusia kepada Sang Pencipta (Suryadi, 2010).

## 2. Membangun Karakter

Konsep membangun karakter masyarakat, secara etimologi dijelaskan, *character* berasal dari bahasa Yunani *charassein*, yang artinya *to engrave* (melukis, menggambar), merupakan pola perilaku yang bersifat individual, sikap mental atau keadaan moral manusia. Karakter diartikan juga sebagai kepribadian atau *personality*, secara psikologi karakter adalah sistem keyakinan dan kebiasaan yang mengarahkan tindakan seorang individu.

Konsep karakter menurut Paul (2016): *“Character is defined as a typical way of thinking and behaving that individual has, within the family, community, nation, and state. Individuals with good character are those who can make decisions and be ready to account for any consequence of their decision”*. Definisi tersebut memiliki pengertian yang luas yaitu cara berpikir dan berperilaku individu yang di miliki dalam keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Dengan karakter yang

baik mereka dapat mengambil keputusan dengan memperhitungkan setiap konsekuensinya. Artinya, bila setiap individu dapat berpikir dan berperilaku secara baik, didalam keluarga maupun di masyarakat maka akan tercipta suatu negara dengan mental bangsa baik dan kuat.

Istilah pelaksanaan pendidikan karakter bagi masyarakat yang tepat untuk orang dewasa adalah membangun atau merubah karakter masyarakatnya. Sedangkan istilah yang digunakan oleh Presiden Joko Widodo adalah “Revolusi Mental”. Bahwa Indonesia dengan kondisi sekarang ini, diperlukan perubahan mental secara cepat, di segala lini pemerintah dan membangun karakter atau mental yang luhur, yang dapat membuat rakyat sejahtera. Pemerintah dan jajarannya harus menjadi model dan teladan bagi swasta dan masyarakat pada umumnya. Menurut Lickona, (1991), menyatakan karakter mulia (*good character*) meliputi pengetahuan tentang kebaikan, lalu menimbulkan komitmen (niat) terhadap kebaikan, dan akhirnya benar-benar melakukan kebaikan. Membangun karakter masyarakat tidak sama dengan melaksanakan pendidikan karakter



pada orang dewasa dan anak-anak. Membangun dan merubah karakter masyarakat tidak semudah memberikan pendidikan karakter pada orang dewasa dan anak. Karena kompleksitas yang ada dalam lingkup masyarakat lebih banyak daripada orang dewasa dan anak-anak.

Menurut Lickona (2014), “Komponen karakter yang baik meliputi: “1) Pengetahuan moral yang baik yaitu a. kesadaran moral, b. mengetahui nilai-nilai moral, c. pengambilan prespektif, d. penalaran moral, e. pengambilan keputusan, f. pengetahuan diri. 2) Perasaan moral yaitu a. hati nurani, b. penghargaan diri, c. empati, d. menyukai kebaikan, e. kontrol diri, f. kerendahan hati. 3) Aksi moral yaitu a. Kompetensi, b. kemajuan, c. kebisaan.”

Tahapan komponen karakter baik, Lickona tersebut dapat dilalui oleh seseorang apabila telah mendapatkan beragam pengetahuan moral. Seseorang dapat membedakan atau memberikan penilaian terhadap sesuatu yang dianggap betul atau salah, sehingga memunculkan perasaan moral. Perasaan moral akan memotivasi aksi moral untuk menerima atau menolak.

Istilah Pendidikan karakter lebih tepat untuk anak-anak, pendidikan karakter sebaiknya ditanamkan sejak anak usia dini (AUD), guru dan orang tua menjadi model dan teladan bagi anak-anak. Menurut Lickona (1992) “*Character education is a teaching activity that students to helps acquire universal core values that help them to develop in them moral thinking moral promise, and moral behaviour*”.

Kegiatan pendidikan karakter pada siswa, membantu siswa untuk memperoleh nilai-nilai universal agar siswa dapat mengembangkan pikiran dan perilaku moral. Pendidikan idealnya tidak sekedar transfer pengetahuan dari guru kepada murid tetapi mengajri murid untuk tulus menghormati, menghargai diri sendiri dan keberagaman perbedaan yang ada di Indonesia (Wibowo & Gunawan, 2015).

Pendidikan karakter, menurut Ryan & Bohlin (1999), dalam membina masyarakat harus mengandung tiga unsur pokok, yaitu masyarakat mengetahui kebaikan (*knowing the good*), nilai-nilai masyarakat mencintai kebaikan (*loving the good*), dan masyarakat itu sendiri melakukan kebaikan (*doing the*



good). Pendidikan Karakter tidak sekedar mengajarkan mana yang benar dan mana yang salah, tetapi lebih dari itu pendidikan karakter menanamkan kebiasaan yang baik (*habituation*). Sehingga pemahaman dapat ditanam di masyarakat dan masyarakat diharapkan mampu merasakan, dan mau melakukan yang baik. Jadi, pendidikan karakter bagi masyarakat dapat membawa misi yang sama dengan kearifan local yang ada di daerah setempat dalam membangun daerahnya.

### **3. Program Sadar Wisata Sapta Pesona (SWSP)**

Program Sadar Wisata Sapta Pesona (SWSP) merupakan program penyuluhan dari kementerian pariwisata (Kemenpar) yang diberikan kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat didestinasikan (Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata). Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kegiatan Pariwisata merupakan kesatuan unsur-unsur pergerakan ekonomi secara *multiplier effect*, (Azra, Azyumardi,

(2003). Artinya, kegiatan pariwisata tidak bergerak sendiri, tetapi terkait dengan kegiatan dan aktifitas lainnya. Roda pergerakan dan perputaran perekonomian bergerak dari satu unsur ke unsur yang lain ada saling keterkaitan, untuk memenuhi pelayanan dan kebutuhan wisatawan. UU Kepariwisata, Pasal, 1 Nomor: 10 Tahun 2009, Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau Wisata. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu (destinasi) untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Destinasi adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Untuk memelihara keberlangsungan dan mengembangkan pariwisata secara berkesinambungan di destinasi, maka diperlukan sumberdaya





manusia yang handal yang memiliki karakter “sadar wisata dan yang mampu menginternalisasi sapta pesona dalam dirinya. Sadar wisata adalah partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif, bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisata suatu wilayah. Bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, percepatan pertumbuhan ekonomi serta mengatasi kesenjangan pendapatan dan pemerataan hasil-hasil pembangunan. Sapta Pesona merupakan penjabaran konsep “sadar wisata” yang terkait dengan dukungan dan peran masyarakat sebagai tuan rumah. Dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah dan kenangan (Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata). Sadar wisata dan sapta pesona bagaikan pupuk dan air yang akan membesarkan kepariwisataan di Indonesia. Sehingga mampu setara dan bersaing dengan negara destinasi di Asia dan Dunia.

#### **4. Kearifan Lokal Kasundaan**

Kearifan lokal, terdiri dari dua kata: kearifan atau kebijaksanaan (*wisdom*) dan lokal (*local*) atau setempat. Jadi kearifan local adalah gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal menunjukkan keragaman suku yang ada di Indonesia. Karena masing-masing suku memiliki nilai-nilai kebaikan dan inspirasi dalam strategi mamatuhi dan memenuhi kebutuhan hidup, (Fitzgerald, Alvin, (2012). Kearifan lokal sebagai warisan budaya yang di turunkan dari generasi ke generasi berikutnya, tetapi akhir-akhir ini kearifan lokal sudah mulai memudarkan bahkan hilang tergerus oleh arus budaya globalisasi, Hariyanto, I.B. Oda, (2015).

Sedangkan Suku Sunda adalah kelompok etnis yang berasal dari bagian barat pulau Jawa, disebut juga tatar Pasundan atau tatar Sunda. Suku Sunda merupakan etnis kedua terbesar di Indonesia, secara etimologi Sunda berasal SUN DA HA, setiap kata memiliki arti sebagai berikut: SUN adalah diri, DA adalah Alam, HA

Tuhan. Arti dari kata tersebut menggambarkan hubungan manusia dengan Tuhan, Alam dan sesama Manusia. Artinya, bahwa kearifan lokal Sunda dapat digambarkan dengan mengidentifikasi tiga ranah (domain) tempat kearifan lokal itu berlaku. Ranah pertama adalah DIRI; hubungan antara manusia dengan manusia; kedua, ALAM; hubungan manusia dengan alam; dan ketiga TUHAN; hubungan manusia dengan Tuhan atau Sang Pencipta.

Pada dasarnya melakukan cinta terhadap alam. Kearifan lokal yang berelasi dengan DA adalah sebagai berikut:

- a. *Suci Ing Pamrih Rancage Gawe*. (Hubungan Antara manusia dan alam adalah bagian yang menyatu tidak terpisah), artinya Masyarakat adat beranggapan bahwa mereka hidup “bersama” alam, dan bukan “di” alam seperti sikap kebanyakan anggota masyarakat modern. Oleh karena itu, masyarakat tradisional memiliki solidaritas yang lebih kuat dengan alam.
- b. “*Leuweung ruksak, cai beak, ra'yat balangsak*” (Hutan rusak, air habis, rakyat sengsara), atau

“*Leuweung kaian, gawir awian, legok balongan*” (Hutan tanami kayu, tebing tanami bambu, palung jadikan kolam). HA, yang merupakan hubungan manusia [https:// images. search. yahoo. com/ search/images/diunduh 20/2/2017](https://images.search.yahoo.com/search/images/diunduh/20/2/2017).

c. SUN merupakan Diri, terwujud dalam hubungan pribadi dengan pribadi, pribadi dengan komunitas. Kearifan local yang berelasi dengan SUN adalah sebagai berikut:

- 1) *Hade ku omong, goreng ku omong* (segala hal sebaiknya dibicarakan), artinya keterbukaan dalam hubungan pribadi sebaiknya dibicarakan.
- 2) *Undur katingali punduk datang katingali tarang* (pergi tampak tengkuk datang tampak pelipis) artinya perilaku kita sebagai anggota komunitas harus diketahui oleh anggota komunitas lain.
- 3) *Someah hade ka semah* (Ramah dan baik terhadap tamu) artinya kepada siapa kita harus baik dan ramah kepada tamu dengan memberikan bantuan informasi

yang benar, melayani dengan  
ihklas.

- 4) *Mun aya angin bula bali ulah muntang kana kiara, muntang mah ka sadagori* (kalau ada angin puting beliung, jangan berpegang kepada pohon beringin tetapi pada rumput sadagori), artinya rumput sadagori adalah tanaman kecil atau rumput dengan akar yang sangat kuat, yang diungkapkan sebagai rakyat kecil.

DA merupakan hubungan manusia dengan alam, hal ini diperlihatkan oleh komunitas adat Sunda, misalnya komunitas Baduy, Pancer Pangawinan, Kampung Naga, dan dengan Tuhan tidak semata-mata diungkapkan dalam perilaku komunitas-komunitas itu, melainkan juga dalam ungkapan, seperti yang kita baca dalam buku *Sang Hiang Siksa Kanda Ng Karesian* (Terbit abad XVI), yaitu:

- 1) *Tapa di nagara* (Bertapa di tengah-tengah kehidupan sehari-hari), artinya bagi anggota komunitas tradisional, hidup itu sendiri adalah bertapa (ibadah). Hidup adalah menyucikan diri agar layak

berhadapan dengan Tuhan Yang Maha suci.

- 2) *Silih Wawangi*, artinya bahwa hasilnya akan memberikan manfaat yang optimal terhadap masyarakat, tidak hanya kepada diri pribadi tetapi juga terhadap masyarakat banyak dan alam itu sendiri. (Fitzgerald, Alvin/<https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh-20/2/2017>).

### C. Metode Pelaksanaan

Berdasarkan permasalahan dan konteks pengabdian masyarakat, dengan mengambil tema Kebijakan pemerintah dalam membangun daerah sadar wisata kasundaan yang berbasis kearifan lokal, maka dipandang perlu untuk menggali pengetahuan dan pengembangan kreativitas yang bersifat lokal serta kasuistik, dengan paradigma naturalistik, pendekatan emik (emic view/persepsi informan) dan pendekatan etik (*ethic view*/interpretasi peneliti berdasarkan konsep/ teori dan hasil-hasil kajian yang relevan, (Alvin Toffler. C, 2002).



Metode pengabdian masyarakat yang digunakan dalam pengabdian masyarakat ini adalah metoda kualitatif deskriptif dengan pendekatan multidisiplin. Alasannya, pengabdian masyarakat ini dilakukan secara alamiah dengan menggunakan berbagai metoda, teori, teknik dan instrument, (Ratna, 2010). Tujuannya, untuk mendapatkan data yang faktual di lapangan. Sehingga menghasilkan pengabdian masyarakat yang akurat dan valid. Keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (Undang-undang Kepariwisata Pasal 1, Nomor 10 Tahun 2009).

Lokasi pengabdian masyarakat adalah di kawasan wilayah Kasundaan yang saat ini ada di Pemerintahan Daerah Propinsi Jawa Barat. Dimana suatu daerah yang kaya akan keindahan alamnya serta banyaknya daerah wisata yang dikembangkan di kepemimpinan Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil. Selainbanyaknya

kawasan agro industry yang bisa dikembangkan atau yang bisa dikelola oleh pemerintah maupun swasta, industri kecil dan menengah yang berbasis masyarakat lokal, kawasan pertanian masyarakat, serta kawasan bahari dengan masyarakat pesisir. Hampir seluruh kawasan daerah wisata Kasundaan, sampai hari ini masih memiliki *enclave-enclave* atau daerah-daerah kemiskinan yang memerlukan sentuhan pemberdayaan dan memperoleh akses pemanfaatan sumberdaya yang ada di sekelilingnya.

#### **D. Hasil dan Pembahasan**

##### **1. Konsep Kebijakan Membangun Pariwisata**

Pariwisata melibatkan aktivitas sosial yang kompleks, baik dari sisi wisatawan yang terdiri atas berbagai latar belakang sosial dan budaya, maupun masyarakat yang dikunjungi memiliki nilai-nilai sosial dan budaya yang berbeda-beda pula. Dengan daerah wisata, maka masyarakat akan melakukan reintegrasi terhadap budaya lokal dengan budaya yang ada di Indonesia yang di bawa wisatawan dalam negeri dan bukan hal tidak mungkin menjadi akulturasi budaya baru. Sehingga keragaman aneka



budaya dapat dimanej dengan baik, Sitorus, Henry, (1999). Selain itu, juga ada keterlibatan *stakeholders* pariwisata yang lain seperti biro perjalanan, transportasi, pemandu wisata, dan pedagang di DTW. Di sinilah perlu adanya keselarasan atau komplementaritas antara kepentingan wisatawan dan pemenuhan kebutuhan wisatawan oleh penyedia jasa pariwisata (Soekadijo, 2005). Selain itu membangun pariwisata juga mesti didukung oleh regulasi atau kebijakan yang ada di daerah kasundaan dalam hal ini adalah Propinsi Jawa Barat. Konsep kebijakan menurut Marlowe dalam Wicaksono (2006:56): “Kebijakan adalah sebuah upaya untuk menciptakan atau merencanakan sebuah cerita dalam rangka mengamankan tujuan-tujuan si perencana. “Istilah kebijakan mengandung arti yang sama dengan pengertian kebijaksanaan, seperti yang diungkapkan oleh seorang ahli James dalam Wahab (2005:2), yang merumuskan: “Kebijaksanaan sebagai perilaku dari sejumlah aktor (pejabat, kelompok, instansi pemerintah) atau serangkaian aktor dalam suatu bidang kegiatan tertentu.”

Sedangkan Friedrich dalam Winarno (2012:20) memandang

kebijakan sebagai: “Suatu arah tindakan yang diusulkan seseorang, kelompok, atau pemerintah dalam suatu lingkungan tertentu yang memberikan hambatan-hambatan dan peluang-peluang terhadap kebijakan yang diusulkan untuk menggunakan dan mengatasi dalam rangka mencapai suatu tujuan atau merealisasikan suatu sasaran atau suatu maksud tertentu”. Definisi tersebut menyangkut dimensi yang luas karena kebijakan tidak hanya dipahami sebagai tindakan yang dilakukan oleh pemerintah, tetapi juga kelompok maupun individu. Jones dalam Winarno (2012:19): “Istilah kebijakan (*policy term*) digunakan dalam praktek sehari-hari namun digunakan untuk menggantikan kegiatan atau keputusan yang sangat berbeda. Istilah ini sering dipertukarkan dengan tujuan (*goals*), program, keputusan (*decisions*), *standard*, proposal, dan *grand design*.”

Jadi, sesuai konsep kebijakan diatas, maka pembangunan kebijakan pariwisata seharusnya melakukan kegiatan kepariwisataan jangan sampai mengabaikan manfaat yang diterima oleh masyarakat lokal. Mereka perlu diberdayakan sebagai pihak yang memiliki *local knowledge*, *local*



*resources*, dan *local accountability*. Pemberdayaan masyarakat bisa dilakukan melalui penyadaran kemampuan (*enabling*), penguatan potensi (*empowering*), dan kemandirian (*autonomy*). Tujuannya, agar masyarakat lokal dapat menjadi pelaku aktif dalam kegiatan pariwisata dan membangun jaringan bisnis pariwisata. Masyarakat lokal akan memiliki tanggung jawab moral yang tinggi dalam pemanfaatan sumberdaya yang mereka miliki, karena kegiatan yang dilakukan secara langsung berkaitan dengan keberadaan sumberdaya tersebut yang akan mempengaruhi kehidupan mereka. (Pitana, 1999).

Dalam membangun daerah wisata kasundaan yang berbasis kearifan lokal dengan cara menghidupkan industry lokal dan kreatif yang inovatif dengan produk-produk lokal yang ada di daerah tersebut. Adapun beberapa jenis industry pariwisata menurut Pendit (1999: 211), yang dapat dikembangkan adalah sebagai berikut: (a) *Wisata Tirta*, yaitu jenis wisata dengan kegiatan yang ditunjang oleh sarana dan prasarana di suatu badan air seperti di danau, pantai, laut, sungai. Kegiatan

yang biasanya dilakukan adalah olahraga air berupa berlayar, menyelam, berselancar, memancing, mendayung, ataupun kegiatan menikmati keindahan alam di danau, pantai, maupun kehidupan bawah laut. (b) *Wisata Cagar Alam*, yaitu wisata dengan tujuan perjalanan ke tempat-tempat yang telah dilindungi oleh undang-undang seperti daerah cagar alam, taman margasatwa, hutan lindung. Wisata ini dilakukan dalam kaitannya dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara, keajaiban kehidupan liar hewan maupun tumbuhan. (c) *Wisata Agrowisata*, yaitu wisata dengan tujuan perjalanan ke tempat proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya, dimana wisatawan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk studi maupun melihat-lihat sekeliling sambil menikmati segarnya tanaman beranekaragam warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di lokasi yang dikunjungi. (d) *Wisata Buru*, yaitu jenis wisata yang dilakukan pada daerah daerah yang telah disetujui oleh pemerintah sebagai tempat berburu hewan liar. Biasanya dilakukan pada musim



tertentu dan jangka waktu yang terbatas sehingga tidak mengganggu keseimbangan ekosistem maupun lingkungan. (e) *Wisata Ziarah*, yaitu wisata yang banyak dikaitkan dengan agama, sejarah dan adat istiadat. Biasanya dilakukan ke tempat-tempat suci, makam orang besar atau pemimpin besar, wali, atau tempat-tempat keramat lainnya. (f) *Wisata Budaya* yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan atas keinginan memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain untuk mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka. Dan Wisata lainnya berupa jenis wisata lainnya yang sesuai perkembangan industri pariwisata seperti wisata kuliner, museum, konvensi ataupun wisata belanja dan lain lain. Dengan pariwisata pun dapat mengatasi kemiskinan yang ada di daerah tersebut karena tercipta industri lokal yang berdasarkan kearifan lokal daerah bersangkutan, Soerjani, (2005).

Sebagai sebuah industri, pariwisata harus mempunyai modal kepariwisataan yang dapat menarik wisatawan tertarik berkunjung dan

kembali datang lagi ke tempat yang sama di lain waktu. Sehingga daerah tersebut menjadi daerah eko wisata yang memang diperlukan oleh masyarakat, Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber, (2006).

Kebijakan pemerintah dalam membangun daerah sadar wisata kasundaan sebagai suatu bagian logis dari pembangunan masyarakat yang sadar akan pariwisata yang berkelanjutan, memerlukan pendekatan dari berbagai disiplin, perencanaan yang hati-hati (baik secara fisik maupun pengelolaan) dan pedoman-pedoman serta peraturan-peraturan yang ada. Hanya saja melalui keterlibatan lintas sektoral pembangunan masyarakat yang sadar akan wisata kasundaan tersebut harus benar-benar mencapai tujuannya (Cabilos dan Lascurian dalam Linberg dan Hawkins, 1995).

## **2. Pariwisata dengan Membangun Industri Lokal dan Kreatif**

Pembangunan suatu daerah Pariwisata menurut Chambers, R, (1995), adalah hal yang terpenting juga adalah bagaimana membangun Industri lokal dan industry kreatif yang ditopang dengan inovasi guna



mengembangkan produk-produk lokal yang ada di daerah wisata tersebut, (Rahmintama, 2009). Hal ini diperlukan guna membangun karakteristik masyarakatnya, menurut Dadang Respati Puguh, (2009), yaitu dengan menguasai industri lolal dan kreatif. Sehingga industry kreatif memerlukan ide-ide dan solusi serta imajinasi yang cepat mengikuti umur sebuah teknologi/produk/desain atau tren yang berdurasi tidak lama, (Santos Dos, 2007).

Industri local yang kreatif dan penuh inovasi memerlukan kemampuan spesifik manusia yang melibatkan kreativitas, keahlian dan bakat. Oleh karena itu, industri lokal dan kreatif sulit ditiru. Karena lebih banyak melibatkan kemampuan otak kanan manusia, seperti aspek seni, design, play, story, humor, symphony, caring, beauty, empathy and meaning (Rahmintama, 2009). Konsep industri ekonomi kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi di era ekonomi baru yang mengintensifkan informasi dan kreativitas dengan mengandalkan ide dan *stock of knowledge* dari sumberdaya manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Struktur perekonomian

dunia mengalami transformasi dengan cepat seiring dengan pertumbuhan ekonomi, dari yang tadinya berbasis sumberdaya alam (SDA) menjadi berbasis SDM, dari era pertanian ke era industri jasa dan informasi. Toffler (1970) dalam teorinya melakukan pembagian gelombang peradaban ekonomi ke dalam tiga gelombang. Gelombang pertama adalah gelombang ekonomi pertanian, ke dua, gelombang ekonomi industri, dan ke tiga, adalah gelombang ekonomi informasi. Kemudian diprediksikan gelombang ke empat yang merupakan gelombang ekonomi kreatif dengan berorientasi pada ide dan gagasan kreatif (Santos, 2007).

### **3. Karakter Sadar wisata Pada Masyarakat di Destinasi di Kasundaan**

Membangun masyarakat karakter, menurut Lickona, Thomas, (1991), adalah masyarakat yang memiliki karakter sadar wisata menjadi hal penting dalam pembangunan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah di berbagai provinsi. Maka yang harus dibangun bersama-sama dengan masyarakatnya, Dadang sudiadi,





(2009). Pada intinya masyarakat lokal dan pelaku usaha pariwisata yang menjadi ujung tombak di destinasi, tetapi selama masyarakatnya atau pemerintah daerahnya (wilayah Kasundaan) belum sinergi, maka semua pencapaian pembangunan itu belum maksimal. Sejak awal munculnya SWSP pada tahun 1990 hingga tahun 2015, pendekatan yang dilakukan kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat didestinasikan adalah dengan penyuluhan saja (Witrianto, 2010).

Penyuluhan terhadap pembangunan kebijakan di daerah pariwisata menurut Witrianto, Yenny Narny, Israr Iskandar & Yudhi Andoni, (2010) adalah membangun masyarakat yang berkarakter pariwisata. Termasuk di daerah kasundaan, perlu diberikan di salah satu tempat di destinasi dengan mengundang tokoh masyarakat, tokoh adat, beberapa perwakilan pelaku usaha, dan bisa juga satuan kerja daerah yang linear, Paul. Arlin, (2016). Pada awal tahun 2016. Sehingga menjadi kegiatan tambahan disamping program penyuluhan di hari pertama, pada hari kedua dilakukan program aksi didestinasikan. Program aksi yang dilakukan kerjasama dengan

pelaku usaha dan masyarakat serta perwakilan SKPD di Propinsi Jawa Barat secara berkesinambungan dan Komitmen Kepala Daerah untuk membangun daerah wisata harus seiring dengan kebijakan pemerintah pusat yang melakukan pembenahan untuk mendatangkan wisatawan asing 25 juta ke Indonesia dan untuk wisatawan dalam negeri datang ke daerah wisata. Kebersihan di wilayah wisata merupakan satu unsur dari tujuh unsur program SWSP yang harus dilaksanakan. Sedangkan yang lainnya seperti keamanan, nyaman dan pelayanan bagi wisatawan diperlukan sentuhan secara maksimal. (Hariyanto, 2015).

Keamanan merupakan faktor yang sangat penting bagi wisatawan selama perjalanan, faktor Keamanan akan menciptakan kenyamanan bagi wisatawan. Faktor-faktor keamanan adalah sebagai berikut: menolong dan melindungi wisatawan, menunjukkan sifat bersahabat terhadap wisatawan, memelihara keamanan lingkungan, membantu memberi informasi dengan baik dan benar kepada wisatawan, menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular,



meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

#### D.4. Kearifan Lokal Sunda Dalam Membangun Karakter Sadar Wisata

Secara filosofis pariwisata dapat digambarkan sebagai sebuah pohon besar merupakan sumber daya pariwisata, cabang dan ranting yang banyak dari pohon tersebut digambarkan sebagai fasilitas utama dan fasilitas pendukung. Agar pohon besar dapat tumbuh subur dan berkembang menjadi besar harus memiliki akar dan batang yang kuat dan kokoh, maka pohon tersebut harus dipelihara, diberi pupuk dan disiram sehingga dengan perumpamaan pohon besar itulah menjadi dasar pondasi bagaimana pariwisata dan masyarakat menjadi sebuah nilai-nilai lokal yang ada di daerahnya, (Ridwan, N. A, 2007). Sadar Wisata dan sapta pesona adalah sebagai pupuk dan siraman air terhadap pohon besar tersebut agar tumbuh besar dan berbuah manis dengan lebat. Hasilnyapun kelak akan dirasakan oleh semua orang, itulah kesejahteraan secara merata untuk rakyat Indonesia sesuai dalam UU Kepariwisata Pasal 4 Nomor 10 tahun 2009. Sumber daya pariwisata

dimana masyarakatnya yang sudah tumbuh karakternya menurut Ratna, NyomanKutha, (2010), adalah berupa sumberdaya alam, sumberdaya manusia, sumber daya budaya dan sumber daya minat khusus. Sumberdaya alam, alam Indonesia memiliki daya tari tersendiri, beragam dan panorama yang sangat indah dibandingkan destinasi negara tetangga. Sumberdaya budaya, tidak perlu diragukan lagi bahwa Indonesia memiliki 1.128 suku jumlah yang sangat besar kekayaan budaya yang dimiliki oleh masing-masing suku yang ada di Indonesia. (Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia).

Sumber daya minat khusus hal ini banyak berkaitan dengan letak alam geografis Indonesia, terletak diantara dua samudra Pasifik dan Hindia, dan apit oleh dua benua Asia dan Australia. Indonesia juga dikelilingin oleh gunung berapi (*ring road fire*), tebing-tebing yang sangat tinggi, sungai yang deras airnya sehingga memiliki tantangan khusus bagi wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia. Disinilah salah satu kelebihan Indonesia yang kayak akan sumber daya alam yang akan menciptakan industri kreatif yang

unggul dan tumbuh dari kearifan lokal yang ada, (Sartini, 2004).

Kesenjangan yang ada adalah sumberdaya manusia sebagai pengelola destinasi wisata, yang perlu dibangun karakter sadar wisata, dengan pendekatan kearifan lokal. Mendidik orang dewasa dalam membangun karakter berbeda dengan pendidikan karakter pada anak. Pada orang dewasa perlu menggunakan strategi yang efektif yaitu 1) tidak banyak mengajari dengan penyuluhan 2) tetapi aksi yang nyata dengan memberikan contoh bekerjasama. 3) Melakukan pendampingan secara berkesinambungan sebagai evaluasi, 4) dirasakan hasilnya, 5) dan menggunakan pendekatan kearifan budaya setempat, Sunda untuk wilayah Jawa Barat.

Sesuai dengan posisi peringkat 70 dari (140 negara) kelemahan yang masih ada dalam hal pelaksanaan membuat daerah wisata lebih aman, nyaman dan pelayanan dan yang dimaksud dengan faktor-faktor keamanan pada sadar Wisata. Pendekatan kearifan lokal Sunda yang dapat diterapkan adalah arti kata SUN merupakan Diri, terwujud dalam hubungan pribadi dengan pribadi, pribadi dengan komunitas. Khususnya

“*Someah hade ka semah*” (Ramah dan baik terhadap tamu), bagaimana relasi pelaku usaha dan masyarakat dengan wisatawan, hal ini dapat dilaksanakan kepada masyarakat melalui keteladanan oleh tokoh masyarakat, adat, dan pemangku kepentingan kalau ingin berhasil.

#### **E. Kesimpulan**

Dari hasil pengabdian masyarakat dan pembahasan tentang Kebijakan Pemerintah Dalam Membangun Daerah Sadar Wisata Kasundaan yang Berbasis Kearifan Lokal dalam kesimpulan penulisan dalam pengabdian masyarakat ini, Yaitu *pertama* pengembangan kebijakan pemerintah dalam membangun sadar wisata kasundaan yang berbasis kearifan lokal sangatlah tepat. Karena masyarakat kasundaan adalah pemilik nilai-nilai dasar tentang konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistem yang ada dilingkungan mereka, tertuang dalam nilai-nilai lokal *indigenous* secara turun temurun dari nenek moyang mereka. Pemaknaan pelestarian kearifan local dimulai melalui penggalian cerita tetua, pemahaman tradisional dari desa dengan nilai-nilai kearifan lokal



mereka. Bukan dari orang luar, bahkan pemerintah sendiri harus menghormati nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat sepanjang dapat memberi manfaat secara terpadu dan optimal.

*Kedua*, membangun daerah sadar wisata berbasis kearifan local di tanah kasundaan yang terpenting adalah bagaimana membangun karakter sadar wisata masyarakat di destinasi melalui kearifan lokal Sunda. Karena program SWSP yang dilaksanakan di tanah kasundaan telah dimulai sejak tahun 1990 sampai sekarang 2017. Selama 28 tahun berjalan, terjadi pasang surut, meskipun keberhasilannya perlu terus ditingkatkan secara keseluruhannya. Pemangku kepentingan dalam hal ini pemerintah daerah Propinsi Jawa Barat dan jajarannya sudah barang tentu berusaha semaksimal mungkin, bersama pelaku usaha dan masyarakat didestinasikan untuk memperbaiki dan peningkatan SWSP secara bersama-sama.

Hasil pengabdian masyarakat juga merekomendasikan dua hal, yaitu *pertama*, kebijakan pemerintah dalam membangun sadar wisata di tanah kasundaan yang perlu dibangun utamanya adalah membangun karakter masyarakat agar sadar wisata.

Sehingga diperlukan peran perbaikan secara keseluruhan untuk membangun daerah sadar wisata. Terutama adalah membangun karakter masyarakat yang memberikan keteladanan dari para tokoh Masyarakat, adat dan pemangku kepentingan dalam melakukan pendampingan secara berkesinambungan, tidak hanya satu kali saja selesai. Harus menyentuh hati masyarakat dan dirasakan hasilnya dengan cara memberikan kesempatan peluang kerja atau modal usaha serta memberikan kesempatan yang seluas-luasnya mengembangkan kreativitas lokal. Mengadopsi dan memunculkan kembali kearifan lokal yang sudah ada dari daerah tersebut.

*Kedua*, kebijakan pemerintah daerah wisata harus menggali Keahlian dalam mengembangkan nilai seni tradisional dan kreatifitas banyak dimiliki oleh penduduk lokal dengan naluri dan bakat alami mereka (*nature and culture*) diperlukan industri kreatif dan local yang disentuh inovasi kedaerahnya di pedesaan yang akan menarik para wisatawan datang ke suatu daerah. Dalam pengembangan suatu daerah wisata berbasis kearifan lokal perlu beberapa sentuhan inovasi, teknologi, serta diferensiasi produk-



produk local yang akan di pasarkan menjadi industry local yang kreatif. Hal-hal tersebut merupakan kekuatan dasar bagi pengembangan regulasi dalam mengembangkan daerah wisata yang berbasis kearifan lokal. Sehingga kehadiran industri kreatif, dan kearifan lokal merupakan “*The Golden Triangle*” modal dan kontribusi pariwisata bagi pembangunan pedesaan, konservasi, dan pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, sudah seharusnya menjadi kesadaran, tekad, dan kebersamaan stakeholder bahu membahu memajukan pengembangan sebuah desa wisata di pedesaan yang berbasis industri kreatif berwawasan kearifan lokal.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Arevin, Ayat Taufik, (2007).  
Perencanaan Dan Rancangan Program Penyuluhan Sadar Wisata Bagi Pengelola Usaha Rumah Makan Di Kota Bogor. Panorama Nusantara edisi III/Juli- Desember.

Alvin Toffler. C, (2002). *Pokoknya Kualitatif: Dasar-dasar Merancang dan Melakukan*

*Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Pustaka Jaya.

Budiwati, Yulia, (2011), Signifikansi Masyarakat Multikultural Bagi Pengembangan Demokrasi, Makalah Disajikan pada Seminar Nasional Demokrasi dan Masyarakat Madani, FISIP – UT, 07 Juli 2011.

Cabilos dan Lascurian dalam Linberg dan Hawkins, (1995). “Ekoturism Sebagai Suatu Gejala yang Menyebar Ke Seluruh Dunia”. Dalam Linberg at all (Ed). Ekoturisme, Edisi Indonesia, kerjasama PACT dan Yayasan Alami, Jakarta: Yayasan Alami.

Chambers, R, (1995). *Rural Development: Putting the last first*, England: Longman Group Limited.

Dadang sudiadi, (2009). Menuju Kehidupan Harmonis Dalam Masyarakat Yang Majemuk: Suatu Pandangan Pentingnya Pendekatan Multikultur Dalam Pendidikan di Indonesia, diakses dari <http://beritasore.com/2009/04/15/membangun-masyarakat-harmonis-dengan->



- semangat-multi kulturalisme/,29 Agustus 2012.
- Dadang Respati Puguh, (2009). *Membangun Masyarakat Madani Berbasis Kearifan Lokal* diakses dari <http://www.babinrohisnakertrans.org/artikel-islam/membangun-masyarakat-madani-berbasis-kearifanlokal-oleh-dadang-respati-puguh>, 29 Agustus 2012.
- Damanik, Janianton dan Helmut F. Weber, (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*, Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Penerbit Andi.
- Forum Ekonomi Dunia (World Economic Forum), (2013). *Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata 2013* "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013.
- Hariyanto, I.B. Oda, (2015). *Materi paparan Sadar Wisata dan Sapta Pesona*. Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Barat: Bandung.
- Haryanto, (2009). *Sistem Sosial Budaya Indonesia*, Jakarta, Universitas Terbuka.
- Lickona, Thomas, (1991). *Educating for Character: How Our School Can Teach Respect and Responsibility*. Bantam Books: New York. 2014. Pendidikan Karakter. Penerjemah Lita.S. Nusa Media: Bandung.
- Paul. Arlin, (2016). *Need for Character Education Programme for Institutionalised Children in Kerala*. Departement of Social Work Sree Sankaracharya University of Sankrit, Kalady, Kerala. Lissah Journal.
- Pitana, I Gede, (1999). *Community Management Dalam Pembangunan Pariwisata, Analisis Pariwisata*, Vol. 2 No. 2.
- Pratiwi, S, (2008). *Model Pengembangan Institusi Ekowisata untuk Penyelesaian Konflik di Taman Nasional Gunung Halimun-Salak*. Desertasi, Bogor: IPB.
- Putra, I Nyoman Darma, (2015). *Pariwisata berbasis masyarakat model Bali*. Denpasar: Buku Arti bekerja sama dengan Program Studi Magister Kajian Pariwisata, Universitas Udayana.
- Ratna, NyomanKutha, (2010). *Metode Penelitian, Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Humaniora pada*



- Umumnya. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.
- Ridwan, N. A, (2007). Landasan Keilmuan Kearifan Lokal. *Ibda P3M STAIN Purwokerto Vol 5 No.1*, 27-38.
- Undang-Undang Republik Indonesiano 10 tahun (2009), tentang Kepariwisata. Deperatemen Kemnterian Pariwisata: Jakarta.
- Witrianto, Yenny Narny, Israr Iskandar & Yudhi Andoni, (2010). Penyuluhan Dan Pelatihan Sadar Wisata Bagi Masyarakat Sekitar Obyek Wisata Sejarah Di Kota Sawahlunto. Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Andalas: Sumatra Barat.
- Yudananto, Wisnu., Remi Sutyastie S., Muljarjadi Bagdja, (2012). Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah Di Indonesia (Analisis Interregional Input-Output). Universitas Padjadjaran: Bandung.
- Adimihardja, (1999). Petani Merajut Tradisi Era Globalisasi: Pendayagunaan Sistem Pengetahuan Lokal dalam Pembangunan, Bandung, Humaniora Utama Press.
- Akhmad SatoriD:\Prosiding B5\ (6) Prosiding Akhmad Satori (16.h).docx - \_ftn1, (2012).
- Ashley, C. dan Haybom, G. (2004). "From Philanthropy of a Different Way of Doing Business". Makalah pada Konferensi ATLAS Africa di Pretoria (Afsel), Oktober. Dalam Damanik, Janianton dkk. 2005. Penanggulangan Kemiskinan Melalui Pariwisata, Yogyakarta: Kepel Press.
- Azra, Azyumardi, (2003). "From Civic Education to Multicultural Education: With Reference to the Indonesian Experience," Paper presented at Workshop" Multicultural Education in Southeast Asian Nations: Sharing Experience, Univensity of Indonesia, Depok 17- 19 June 2003.
- Fitzgerald, Alvin, (2012). Kearifan Lokal Suku Sunda. [https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh\\_20/2/2017](https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh_20/2/2017).



- Noor, R, (2014). Tergerusnya Kearifan Lokal, Kompasiana, <https://www.kompasiana.com>.
- Rahmintama. (2009), *Tahun Industri Kreatif: Industri kreatif itu apa sih?* [http://www.google.co.id/search?client=firefox-  
&rls=org.mozilla%3Aen-US%3Aofficial & channel = s&hl = id  
&source=hp&q=konsep+industri+kreatif &meta  
=&btnG=Penelusuran+Google](http://www.google.co.id/search?client=firefox-&rls=org.mozilla%3Aen-US%3Aofficial%20channel%3D&hl=id&source=hp&q=konsep+industri+kreatif&meta=&btnG=Penelusuran+Google).  
24 April 2009.
- Santos, Dos, (2007). *Definisi Industri Kreatif*, <http://www.indonesiakreatif.net/index.php/idage/read/definisi-ekonomi-kreatif>.
- Sartini. (2004), Menggali Kearifan Lokal Nusantara Sebuah Kajian Filsafati. *Jurnal Filsafat Jilid 37, Nomor 2*, 111.
- Siregar, Parluhutan, (2008), Revitalisasi Kerarifan Lokal Batak Toba dalam Memperkuat Kerukunan Umat Beragama, *Jurnal Multikultural dan Multireligius Vol. VII No. 27* Juli-September 2008.
- Sitorus, Henry, (1999). Rekonstruksi Integrasi Sosial Melalui Manajemen SARA, Makalah disajikan dalam Kongres ISI III, Malang, 24 – 26 Pebruari 1999.
- Soerjani, (2005). Krisis Kearifan Kita. Kompas, Kamis, 20 Oktober 2005, Dalam Pattinama, Marcus, J., 2009. Pengentasan Kemiskinan dengan Kearifan Lokal (Studi Kasus Di Pulau Buru- Maluku dan Surade Jawa Barat). *Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 13 No. 1 Juli 2009: 1-12.
- Suparlan, Parsudi, (2002). *Menuju Masyarakat Indonesia Yang Multikultural*, Makalah, Disajikan pada Simposium Internasional *Jurnal Antropologi Indonesia ke-3*, Universitas Udayana, Denpasar, Bali, 16-19 Juli 2002.