

# **TINJAUAN PERILAKU SOSIOLOGIS DAN EKONOMI INDUSTRI PARAWISATA “CIAYUMAJAKUNING” BERBASIS KEARIFAN LOKAL**

Zuki Kurniawan  
*Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas 17 Agustus 1945 Cirebon*

## **Abstrak**

Ciayumajakuning merupakan suatu kawasan di wilayah pantai utara Provinsi Jawa Barat yang terdiri dari Kota/Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan. Salah satu potensi yang sedang dikembangkan adalah sektor industri pariwisata dan pengembangan industri pariwisata Ciayumajakuning yang berbasis kearifan lokal merupakan suatu keniscayaan karena kontribusinya bagi masyarakat lokal khususnya juga bagi masyarakat nasional dan global. Namun dalam pengembangan tersebut masih banyak tantangan yang harus dilewati, terutama aspek sosial budaya serta perilaku masyarakat dalam pengembangan perekonomian yang terkadang sering tidak masuk dalam kebijakan pembangunan. Tulisan ini mencoba mengelaborasi permasalahannya bagaimana tinjauan sosiologis pengembangan industri wisata yang berbasis kearifan lokal serta dampak bagi pengembangan ekonomi daerah. Melalui studi dokumentasi hasil penelitian dan studi literatur, diperoleh hasil bahwa : Pengembangan industri wisata yang berbasis kearifan lokal secara sosiologis diperlukan perhatian dan kesadaran bahwa pariwisata merupakan komersial keramah tamahan, memfasilitas untuk semua kalangan terjangkau wisatawan, mampu menjadi terapis para turis yang akan bersenang senang, sebagai kegiatan ziarah ke tempat sakral untuk memuaskan bathin. Kelembagaan pariwisata diperlukan pemberdayaan modal sosial berupa: kejujuran (trust), tanggungjawab, perluasan jaringan sosial ke semua stakeholder dan instansi swasta serta institusi pemerintah, hal ini menjadi penting terutama dalam memberikan dampak bagi peningkatan sektor ekonomi dan kesejahteraan masyarakat di daerah tersebut. Untuk destinasi dan kinerja ke pariwisata, perlu mengidentifikasi nilai tradisi dan kelembagaan ritual tradisi masyarakat untuk diintegrasikan dengan tempat wisata sumberdaya alam.

Kata kunci: Makna Sosiologis, Pariwisata, Kearifan Lokal.

## **PENDAHULUAN**

Wilayah “Ciayumajakuning” (Cirebon, Indramayu, Majalengka dan Kuningan), memiliki kekayaan keindahan bentang alam, keanekaragaman sumberdaya alam serta keunikan keaslian budaya tradisional, gejala alam, peninggalan sejarah budaya yang secara sistemik merupakan bagian dari kesejahteraan masyarakat. Keseluruhan obyek wisata alam ini merupakan sumber kehidupan ekonomi yang sangat tinggi. Sekaligus sebagai sumber daya ekonomi yang bernilai tinggi, yang perlu dilestarikan melalui pendidikan dan pelestarian lingkungan. Potensi pariwisata di ciayumajakuning hampir 100 persen bersumber dari potensi sumberdaya alam, seperti pantai, curug, lembah, pemandangan gunung, hutan, pesawahan, situ talaga, waduk, bukit, balong keramat, taman hewan (kera, kura-kura) dan lainnya. Potensi wisata budaya, sejarah dan religi, seperti kesenian, produk asli tradisional, mesjid, keraton dan lainnya. Potensii demikian

megah ini memerlukan penunjang sumberdaya manusia yang berkesadaran dan berpengetahuan, yang akan melestarikannya.

Obyek wisata alam tersebut perlu dilestarikan demi sebagai sumber kehidupan ekonomi yang berkelanjutan, maka perlu ada biaya sosial atau pemaknaan sosial tentang hubungan manusia yang berinteraksi dengan bentang alam pariwisata (sosiobio fisik). Seperti filosofi kebijakan pengembangan industri wisata yang ramah lingkungan, dengan pengertian konsep ramah lingkungan selain melestarikan obyek wisata vital, juga meningkatkan kesadaran masyarakat atas pelestarian lingkungan obyek wisata yang secara langsung atau tidak langsung sebagai sumber penghidupan kebutuhan ekonominya. Menurut Kabid Pariwisata Cirebon (27 Juli 2018) menunjukkan bahwa potensi industri wisata berupa capaian PAD di Cirebon kontribusinya mencapai 40 % dari jumlah total PAD, yang mencapai 80 M/thn, dengan demikian target kenaikan PAD 5% per tahun tercapai.

Sebagaimana dijelaskan dalam UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata (Republik Indonesia, 2009) bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha, memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional maupun global dengan tetap memperhatikan dan melindungi nilai-nilai agama, budaya yang hidup di masyarakat, dan juga kelestarian lingkungan. Selanjutnya pada Pasal 5 Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 29 Tahun 2010 Tentang Penyelenggaraan Komunikasi dan Informatika (Pemerintah Daerah Provinsi Jawa Barat, 2010), dijelaskan bahwa sasaran penyelenggaraan komunikasi dan informatika dapat menjadi salah satu instrumen dalam mendorong TIK untuk sektor kepariwisataan.

Sektor pariwisata dalam kaitannya dengan perkembangan teknologi diharapkan tidak menggerus nilai budaya bangsa kita, selain itu untuk mendorong pertumbuhan dan pemerataan kesejahteraan dan juga dalam menghadapi era globalisasi maka dalam hal ini pemerintah melakukan berbagai upaya melalui kebijakan yang dibuat seperti sesuai dengan tema, arah kebijakan, dan prioritas pembangunan yang tertuang dalam RKP 2017 (Badan Perencanaan Nasional Republik Indonesia, 2017), dan Instruksi Presiden RI No. 3 Tahun 2003 Tentang Kebijakan dan Strategi Nasional Pengembangan e-government (Presiden Republik Indonesia, 2003) dan Inpres No. 6 Tahun 2001 tentang Pengembangan dan Pemanfaatan Telematika di Indonesia (Republik Indonesia, 2001), maka untuk mendorong terjadinya pemerataan dan peningkatan pembangunan di seluruh wilayah Indonesia diperlukan sarana dan prasarana penunjang pembangunan, di antaranya adalah telekomunikasi dan informatika (telematika), termasuk sektor pariwisata.

Fenomena kendala yang sering dihadapi adalah dimensi kebijakan pembangunan yang terlalu berorientasi pada kepentingan salah satu bidang yang secara keseluruhan belum terwujud secara merata, padahal harus memiliki pula kepedulian kepada bidang-bidang lain seperti kebijakan yang berdimensi sosial budaya berbasis kearifan lokal.. Padahal dalam pembangunan secara konvensional perlu mengutamakan manusia dalam pembangunan (Cernea, 1988), termasuk di dalamnya pembangunan industri wisata perlu

mengutamakan implikasi sosialnya. Masalah pariwisata terkait dengan tiga masalah berupa aksesibilitas, amenities (sarana prasarana) dan atraksi (produk dan promosi). Kendala lain jaminan keamanan, rendah mutu pelayanan, rendahnya kesadaran masyarakat, kurang modal dan rendahnya sumber daya manusia pengelolaan dan kebijakan yang top down.

Berbagai kendala pengembangan obyek wisata secara optimum terkait dengan beberapa variabel sosial secara makro diantaranya instrumen regulasi terkait dukungan pemanfaatan fungsi kawasan bentang alam yang kurang kondusif; Kelemahan koordinasi antar instansi terkait yang membatasi efektivitas dan fungsi peran obyek wisata; Penguatan mekanisme partisipasi masyarakat dalam pengembangan obyek wisata mulai dari perencanaan sampai pelaksanaan dan menikmati hasilnya ; Kapasitas kelembagaan, organisasi atau individu pelaku penyedia obyek wisata dalam pengelolannya secara profesional. Variabel secara mikro sosiologis permasalahan pengembangan obyek wisata menyangkut kinerja wisatawan, motivasi, citra destinasi, faktor pendorong dan penarik, dan proses pengambilan keputusan.

Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal adalah strategis mengingat, potensi wisata yang ada, bersumber dari kekayaan alam sekaligus struktur sosialnya dimana potensi bentang wilayah wisata alam berada. Untuk kelestarian sumber daya alam wisata tersebut perlu pengelolaan sumber daya manusianya yang akan melestarikan alamnya. Potensi kearifan lokal membuat masyarakat memiliki cirinya sendiri yang melakukan perubahan sesuai tempo dan skala perubahannya; demikian pula potensi wisata terkait lingkungan hidup dan sumberdaya (Fannell,1995:48-49); Sehingga permasalahannya bagaimana tinjauan sosiologis pengembangan industri wisata yang berbasis ke arifan lokal?, selain itu tentunya faktor yang sangat strategis dalam mengelola industri pariwisata ini adalah sumber daya manusianya, bagaimana pengembangan kapasitas dan kemampuan masyarakat pelaku mampu mendukung keberhasilan sektor ini.

Keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. SDM pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (tourist) atau sebagai pekerja (employment). Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut. Dengan merujuk pada Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM dapat terkait dengan Pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.” Sedangkan yang dimaksud dengan Kepariwisata adalah “seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah daerah, dan pengusaha”. Sedangkan Industri Pariwisata adalah “kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.”

Berdasarkan ke tiga pengertian pariwisata di atas maka yang dimaksud dengan SDM Pariwisata adalah Seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat tangible maupun intangible yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata. Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara. SDM merupakan salah satu faktor yang berperan penting dalam memajukan sektor pariwisata. Pentingnya SDM di sektor pariwisata adalah manusia (people) merupakan sumber daya yang sangat penting di sebagian besar organisasi. Khususnya di organisasi berbasis jasa (service-based organization), SDM berperan sebagai faktor kunci dalam mewujudkan keberhasilan kinerja (Evans, Campbell, & Stonehouse, 2003). Pada beberapa industri, faktor manusia berperan penting dan menjadi faktor kunci sukses terhadap pencapaian kinerja. Seperti pada industri pariwisata, dimana perusahaan memiliki hubungan langsung yang bersifat intangible (tak berwujud) dengan konsumen yang sangat bergantung pada kemampuan individu karyawan dalam membangkitkan minat dan menciptakan kesenangan serta kenyamanan kepada para konsumennya. Demikian juga atraksi wisata di suatu daerah tujuan wisata, intinya merupakan faktor manusia yang akan menentukan apakah para pengunjung (wisatawan) akan memperoleh pengalaman total dan akan berkunjung kembali. Pengembangan SDM di industri pariwisata saat ini menghadapi tantangan global yang memerlukan solusi dengan menembus batasan-batasan Negara, wilayah dan benua. Salah satu solusi yang perlu ditempuh adalah dengan meningkatkan kompetensi SDM yang dimiliki suatu Negara termasuk Indonesia melalui peningkatan kualitas pendidikan dan pelatihan yang tepat. Dari uraian di atas, maka dapatlah dikatakan bahwa terdapat beberapa peran penting keberadaan SDM di industri pariwisata, yaitu sebagai motor penggerak kelangsungan industri; pelaku utama yang menciptakan produk inti pariwisata (pengalaman); dan salah satu faktor penentu daya saing industri.

Maka dapat disimpulkan bahwa pokok permasalahan pada pengembangan industri pariwisata ini adalah bagaimana peningkatan industri pariwisata berbasis kearifan local dilihat dari pendekatan aspek sosiologis serta peran sumber daya manusia di daerah Ciayumajakuning.

Beberapa sektor pariwisata di daerah Ciayumajakuning antara lain ;

### **1. Kabupaten Cirebon**

Kabupaten Cirebon merupakan suatu wilayah di Provinsi Jawa Barat yang letaknya di lintas jalur utara Pulau Jawa dengan luas wilayah administrasi 990,36  $km^2$  yang terdiri dari 40 kecamatan, 412 desa dan 12 kelurahan dan menjadi wilayah perbatasan dengan Provinsi Jawa Tengah. Letak geografis Kabupaten Cirebon berada pada posisi  $108^{\circ}40'$  –  $108^{\circ}48'$  Bujur Timur dan  $6^{\circ}30'$  –  $7^{\circ}00'$  Lintang Selatan. Jarak tempuh untuk mencapai Kabupaten Cirebon yaitu 270 Km dari arah Kota Jakarta dan 130 Km dari arah Kota Bandung.

Kabupaten Cirebon dapat dikatakan sebagai wilayah yang sedang giat melakukan eksplorasi potensi pariwisata seiring dibukanya Bandara Kertajati, disamping usaha-usaha industry yang sudah ada, baik yang diadakan oleh pemerintah maupun masyarakatnya itu sendiri. Usaha industri yang telah ada

sangatlah bervariasi seperti industri pengrajin kayu, industri pembuatan alat rumah tangga, industri keramik dan yang saat ini sedang menjadi bahan perhatian pemerintah yaitu industri pariwisata. Kabupaten Cirebon memiliki sumber daya alam yang sangat bervariasi dan tersebar secara merata di wilayahnya. Beberapa diantaranya telah dijadikan sebagai daya tarik wisata karena keunikan dan kemenarikannya. Pemerintah Daerah saat ini sedang menjalani berbagai program pengembangan kepariwisataan Kabupaten Cirebon. Berdasarkan susunan program kegiatan Kabupaten Cirebon salah satu visi yang ingin dicapai tentang industri pariwisatanya adalah “Kabupaten Cirebon Sebagai Destinasi Pariwisata Sejarah dan Budaya Yang Berdaya Saing dan Berkelanjutan”. Dengan semakin banyaknya penawaran produk pariwisata, hal itu pula yang membuat banyak wisatawan berkunjung ke Kabupaten Cirebon baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik untuk melakukan kegiatan wisata.

Data Tabel Obyek Wisata di Kabupaten Cirebon ;

No	Nama Obyek Wisata	Lokasi
1.	Taman Sari Gua Sunyaragi	Sunyaragi, Kec. Kesambi, Kota Cirebon
2.	Bukit Plangon	Babakan, Kec. Sumber, Cirebon.
3.	Kampung Batik Trusmi	Jalan. Syekh Datul Kahfi, Weru Kidul, Kec. Weru, Cirebon.
4.	Wahana Outbound Siwalk	Setupatok, Kec. Mundu, Cirebon
5.	Danau Setu Patok	Setupatok, Kec. Mundu, Cirebon.
6.	Desa Cikalahang	Cikalahang, Kec. Dukupuntang, Cirebon.
7.	Masjid Agung Sang Cipta Rasa	Jalan. Kasepuhan, Kec. Lemahwungkuk, Kota Cirebon
8.	Pantai Kejawan	Pegambiran, Kec. Lemahwungkuk, Kota Cirebon.
9.	Apita Waterboom	Jalan Tuparev, Kedawung, Cirebon, Jawa Barat.
10.	Cirebon Waterland Ade Irma Suryani	Jalan Yos Sudarso No. 1, Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Jawa Barat.
11.	Wisata Kura – Kura Belawa	Belawa, Lemahabang, Cirebon, Jawa Barat.
12.	Keraton Kasepuhan	Jalan Kasepuhan No. 43, Kasepuhan, Lemahwungkuk, Kota Cirebon , Jawa Barat.

## 2. Kabupaten Indramayu

Secara Geografis, Kabupaten Indramayu berada pada 107°51' – 108°36' Bujur timur dan 6°15' – 6°40' *Lintang Selatan*. Wilayahnya terletak dibagian utara Provinsi Jawa Barat yang berbatasan langsung dengan Laut Jawa. Kabupaten Indramayu berjarak sekitar 52 Km barat laut Kota Cirebon, 144 Km dari Kota Bandung melalui Sumedang serta 205 Km dari Jakarta ke arah timur. seluruh wilayahnya merupakan dataran rendah hingga pesisir. Ada sebagian daerah yang memiliki perbukitan terutama perbatasan Kabupaten sumedang yaitu Dusun Ciwado Desa Cikawung, Kecamatan Terisi, Indramayu dan sebagian wilayah sanca, Kecamatan Gantar.

Pusat Perekonomian kabupaten ini berada di wilayah Kecamatan Jatibarang dan Kecamatan Haurgeulis karena kedua kecamatan ini memiliki akses transportasi yang mudah seperti Jalur Pantura dan Stasiun Kereta Api, Beberapa kecamatan penting di wilayah Kabupaten Indramayu diantaranya :

- 1) Kecamatan Patrol
- 2) Kecamatan Karang Ampel, Dan
- 3) Kecamatan Terisi

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Kabupaten Indramayu terus melakukan berbagai upaya pendapatan dan promosi, agar sejumlah tempat pariwisata dan kebudayaan semakin dikenal dan tentu dapat meningkatnya jumlah minat pengunjung. Kepala Disbudpar Kabupaten Indramayu H. Carsim melalui, kepala Bidang Pariwisata H. Ela Nurlela Sari, SE., M.Si Memaparkan, sebanyak 85 tempat potensi pariwisata di Tanah Wiralodra masuk data Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten (RIPPARKAB) Tahun 2018 – 2025.

“Berbicara potensi pariwisata di Kabupaten Indramayu yang masuk data RIPPARKAB Tahun 2018 – 2025. Saat ini mencapai 85 tempat potensi pariwisata meliputi, Pariwisata Pantai, Pariwisata Buatan, Dan Pariwisata Minat Khusus”. Dari 85 tempat potensi pariwisata di Kabupaten Indramayu yang terdata hanya 10 tempat pariwisata yang perlu untuk difokus utamakan karena dianggap menjadi pariwisata unggulan Indramayu. Upaya promosi terus dilakukan dan tidak jarang mengikuti festival di luar daerah Indramayu untuk menunjang banyaknya pengunjung datang ke Indramayu. Termasuk promosi melalui media sosial yang berkaitan dengan IT dan teknologi terus galakan.

No	Nama Obyek Wisata	Lokasi
1	Wisata Pohon Randu Gede	Jl. Letnan Sutejo, Margadadi, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat
2	Jembatan Terusan Indramayu	Jalur Lohbener Cirebon Terusan, Sindang, Kab. Indramayu, Jawa Barat.

3	Science Center Mutiara Bangsa	Komplek Waduk Bojongsari, Sindang, Bojongsari, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
4	Pulau Biawak Indramayu	Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
5	Waduk Cipancuh Indramayu	Situraja, Kec. Gantar, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
6	Taman Tjimanoeck	Jl. Cimanuk, Margadadi, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
7	Hutan Mangrove Karangsong	Karangsong, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
8	Tugu Perjuangan	Pekandangan, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
9	Pantai Glayem	Juntinyuat, Blok Glayem, Kec. Juntinyuat, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
10	Pantai Dadap	Desa Juntinyat, Kab. Indramayu, Jawa Barat
11	Agung Fantasi Waterpark	Jl. Bangkaloa Ilir – widasari No. 58, Kec. widasari Kab. Indramayu , Jawa Barat.
12	Kolam Pemancing Wanguk	Jl. Jenderal Sudirman No.33 Wanguk, Anjatan, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
13	Alun – Alun Indramayu	Jl. Mayjen Sutoyo, Margadadi, Kec. Indramayu, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
14	Situs Buyut Banjar	Jl. Raya Jatibarang – Karangampel, Bulak, Kec. Jatibarang, Kab. Indramayu, Jawa Barat.
15	Situ Bolang	Desa Jatisura, Kec. Cikedung, Kab. Indramayu, Jawa Barat.

### 3. Kabupaten Majalengka

Secara Geografis Kabupaten Majalengka terletak di bagian timur Provinsi Jawa Barat. Kabupaten Majalengka tertelatak pada titik koordinat yaitu sebelah Barat  $108^{\circ}03'$  –  $108^{\circ}19'$  *Bujur Timur*, *Sebelah Timur*  $108^{\circ}12'$  –  $108^{\circ}25'$  *Bujur Timur*, *Sebelah Utara*  $6^{\circ}45'$  –  $7^{\circ}50'$  *Lintang Selatan* dan  $105^{\circ}20'$  –  $108^{\circ}40'$  *Bujur Timur*. Bagian timur wilayah kabupaten adalah dataran rendah, sedang di bagian barat berupa pegunungan, dengan puncaknya Gunung Ciremai (3.078 m) di perbatasan dengan Kabupaten Majalengka. Gunung Ciremai adalah gunung tertinggi di Jawa Barat. Kabupaten Majalengka mulai berbenah mengembangkan pada sector

Pariwisata, Daerah di Jawa Barat ini memiliki banyak potensi untuk diperkenalkan, dan harus dibalut dengan kemasan yang berbeda dengan harapan mampu menarik minat masyarakat untuk berkunjung. Pengembangan sektor pariwisata ini termasuk didalamnya adalah melengkapi sarana dan prasarana yang representatif.

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2010, DISPARBUD memiliki visi dengan kurun waktu tahun 2010 – 2025 : “Mewujudkan Kabupaten Majalengka sebagai destinasi ekowisata alam agro dan seni budaya yang berdaya asing dan berkelanjutan, serta berbasis masyarakat yang beriman dan bertaqwa tahun 2025”. Untuk mencapai visi tersebut, maka Disparbud Kabupaten Majalengka

Menetapkan misi sebagai berikut :

1. Membangun destinasi pariwisata alam agro dan seni budaya yang berdaya saing internasional melalui perlindungan, pengembangan dan pengelolaan terhadap sumber daya wisata alam pegunungan, pertanian, serta seni budaya tradisional dan kontemporer yang mendukung kepariwisataan Kabupaten Majalengka secara berkelanjutan.
2. Membangun dan mengembangkan industri pariwisata kreatif yang berpihak pada masyarakat lokal, berdaya saing, dan berbudaya, sekaligus mengembangkan jejaring industri secara nasional dan internasional untuk mendukung perekonomian Kabupaten Majalengka.
3. Mengembangkan pemasaran dan promosi pariwisata yang bertanggungjawab dan terpadu dengan sektor ekonomi lain di Kabupaten Majalengka, dan dengan destinasi pariwisata lainnya di Jawa Barat maupun nasional.
4. Membangun dan meningkatkan sistem kelembagaan kepariwisataan serta memberdayakan SDM (sumber daya manusia) lokal yang beriman dan bertaqwa untuk memperkuat peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan Kabupaten Majalengka.

Hausler (2005) dalam penelitian (Nurhidayati dan Fandeli, 2012) menurutnya terdapat tiga unsur penting CBT yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam manajemen dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (capacity building) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. Teori ini dapat di terapkan pada perencanaan desa wisata yang melibatkan masyarakat. perbatasan dengan Kabupaten Majalengka. Gunung Ciremai adalah gunung tertinggi di Jawa Barat.

Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah Kabupaten Majalengka Tahun 2010, DISPARBUD memiliki visi dengan kurun waktu tahun 2010 – 2025 :

“Mewujudkan Kabupaten Majalengka sebagai destinasi ekowisata alam agro dan seni budaya yang berdaya asing dan berkelanjutan, serta berbasis masyarakat yang beriman dan bertaqwa tahun 2025”.



Untuk mencapai visi tersebut, maka Disparbud Kabupaten Majalengka Menetapkan misi sebagai berikut:

1. Membangun destinasi pariwisata alam agro dan seni budaya yang berdaya saing internasional melalui perlindungan, pengembangan dan pengelolaan terhadap sumber daya wisata alam pegunungan, pertanian, serta seni budaya tradisional dan kontemporer yang mendukung kepariwisataan Kabupaten Majalengka secara berkelanjutan.
2. Membangun dan mengembangkan industri pariwisata kreatif yang berpihak pada masyarakat lokal, berdaya saing, dan berbudaya, sekaligus mengembangkan jejaring industri secara nasional dan internasional untuk mendukung perekonomian Kabupaten Majalengka.
3. Mengembangkan pemasaran dan promosi pariwisata yang bertanggungjawab dan terpadu dengan sektor ekonomi lain di Kabupaten Majalengka, dan dengan destinasi pariwisata lainnya di Jawa Barat maupun nasional.
4. Membangun dan meningkatkan sistem kelembagaan kepariwisataan serta memberdayakan SDM (sumber daya manusia) lokal yang beriman dan bertaqwa untuk memperkuat peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan Kabupaten Majalengka.

Hausler (2005) dalam penelitian (Nurhidayati dan Fandeli, 2012) menurutnya terdapat tiga unsur penting yaitu keterlibatan masyarakat lokal dalam hal untuk manajemen dan pengembangan pariwisata, pemerataan akses ekonomi bagi seluruh lapisan masyarakat serta pemberdayaan politik (capacity building) masyarakat lokal yang bertujuan meletakkan masyarakat lokal sebagai pengambil keputusan. Teori ini dapat di terapkan pada perencanaan desa wisata yang melibatkan masyarakat.

No	Obyek Daya Tarik Wisata	Jenis / Kategori Wisata	Lokasi Desa / Kecamatan
1	Curug Muara Jaya	Alam	Argamukti
2	Curug Sawyer	Alam	Argalingga
3	Paralayanan Gunung Panten	Alam	Sidamukti
4	Gunung Karang (stone garden)	Alam	Babakan Jawa
5	Situ Cipanten	Alam	Gunung Kuning
6	Cikadongdong River Tubing	Alam/Sport	Payung
7	Panorama Terasering Panyaweuyan	Alam/Pertanian	Argamukti atau Argapura
8	Terasering Ciboer Pas	Alam / Pertanian	Bantaragung
9	Pendakian Apuy (Gunung Ciremai)	Cagar Alam	Argamukti
10	Jatiwangi Art Factory (JAF)	Budaya	Jatisura

#### 4. Kabupaten Kuningan

Kabupaten Kuningan berada disebelah timur Provinsi Jawa Barat dengan luas wilayah sekitar 1.195,71  $km^2$  yang berbatasan dengan kabupaten Cirebon sebelah utara, Kabupaten Majalengka sebelah barat, Kabupaten Ciamis dan Cilacap sebelah selatan, serta sebelah timur dengan brebes.

Adapun Kabupaten Kuningan memiliki Posisi yang strategis dalam pengembang pariwisata daerah antara lain meliputi:

1. Memiliki letak geografis yang strategis, dimana kota dan kabupaten Cirebon merupakan jalur utama transportasi dari Jakarta menuju Jawa Barat, Jawa Tengah, yang melalui daerah utara atau pantai utara (pantura) dan Tol Cipali.
2. Memiliki pesona alam Gunung Ciremai yang dikembangkan menjadi kawasan Taman Nasional Gunung Ciremai (TNGC).
3. Memiliki banyak potensi wisata terdiri dari wisata alam, wisata religi, dan budaya, wisata kuliner dan wisata sejarah.

Potensi – Potensi tersebut didukung dengan adanya kebijakan pemerintah yang menetapkan Kuningan sebagai kabupaten konservasi yang senantiasa fokus terhadap pelestarian lingkungan hidup dan keseimbangan alam, menolak segala bentuk pembangunan industri yang merusak keseimbangan alam sehingga Kabupaten Kuningan menjadikan pengembangan Pariwisata menjadi salah satu prioritas pembangunan.

Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.

Obyek Wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang – orang mau berkunjung ke tempat tersebut. Kuningan sendiri memiliki banyak objek wisata diantaranya objek wisata alam, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata budaya dll.

Oleh karena itu, sektor pariwisata di Kabupaten Kuningan merupakan sektor andalan dalam meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), Sehingga dalam rencana pembangunan menempatkan sektor pariwisata sebagai komponen pembangunan yang utama. Di dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) 2005 – 2025 dan sesuai dengan peraturan Daerah Nomor 13 Tahun 2010, Kabupaten Kuningan telah menargetkan menjadi “Kabupaten Argopolitan dan Wisata Termaju di Jawa Barat Tahun 2027”.

Sektor Pariwisata di Kabupaten Kuningan belum optimal, terbukti masih rendahnya kontribusi sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Kuningan, padahal sektor pariwisata merupakan sektor unggulan kabupaten kuningan yang notabene sebagai Kabupaten Konservasi.

Wisata Alam	Wisata Air	Wisata Sejarah, Religi dan konservasi	Wisata Kuliner	Situs
Waduk darma	Sangkan Park	Gedung Perundingan Linggarjati	Hucap	Adipati Ewangga
Cigugur	Cibulan	Taman Purbakala Cipari	Peuyeum Kuningan	Arya Kamuning
Balong Dalem	Pemandian Cigugur	Komplek Pasiban tri Panca Tunggal	Opak Bakar	Eyang Weri
Cibunar	Tirta Agung Mas	Sumur Tujuh Cibulan	Jeniper	Cangkuang
Cibeureum	Linggarjati Indah	Gua Maria	Rujak Kangkung	Hasan Eyang Maolani
Paniis Singkup	Sangkanhurip alami	Kebun Raya Pada Beunghar	Sop Buntut	Komplek Arca
Telaga Remis	-	Gunung Siang	Nasi Kasreng	Batu Tilu
Curug Ciputri	-	Wisata Gongseng	-	Lingga Sugrahiang
y	-	Paniis	-	Darmaloka
Curug Sidomba	-	Hutan Kota Bungkirit	-	Balong Kagungan
Gua Indrakila	-	Hitan Kota Mayasih	-	Monumen Tentara Belajar

## METODE

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif, yaitu pendekatan yang bersifat induktif. Berdasarkan tujuan penelitian, jenis penelitian ini dikategorikan kedalam penelitian deskriptif. Hasil dari penelitian deskriptif adalah gambaran yang jelas mengenai subjek penelitian (Neuman, 2000). Berdasarkan manfaatnya, penelitian ini merupakan penelitian murni. Berdasarkan dimensi waktunya, penelitian ini merupakan penelitian crosssectional. Berdasarkan teknik pengumpulan data, maka penelitian ini termasuk dalam penelitian kualitatif. Peneliti menggunakan wawancara mendalam dan studi kepustakaan sebagai instrumen pengumpulan data. Data yang diperoleh pada saat penelitian dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data kualitatif yang berupa studi lapangan (field research) dan studi kepustakaan (library research). Kedua teknik pengumpulan data tersebut dalam rangka memperoleh data primer dan sekunder yang lebih komprehensif dan mendalam mengenai permasalahan yang diangkat penulis

## PEMBAHASAN

### 1. Pengembangan pariwisata berbasis kearifan lokal

Pengembangan pariwisata menurut Swarbrooke (<http://www.scribd.com>), merupakan upaya mewujudkan keterpaduan dalam menggunakan berbagai sumber daya pariwisata dan mengintegrasikan segala aspek di luar pariwisata yang berkaitan langsung atau tidak langsung dengan pengembangan pariwisata. Tujuannya adalah mendapat devisa, lapangan kerja, meluaskan lapangan usaha dan pembangunan daerah (Spilane, 1994:51-56) serta konservasi alam (Douglass dalam Fennell, 1999). Konsep konvensional dikenal dengan saptapersona pariwisata yang meliputi: keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahtamahan, kenangan.

Kearifan lokal atau sistem pengetahuan lokal merupakan pengetahuan kompleks, kepercayaan dan praktik dan pengetahuan umum; mempunyai dinamikanya sendiri dalam mengembangkan kebudayaan yang hasilnya totalitas gagasan, kepercayaan, peraturan, kebiasaan, teknik, kelembagaan, obyek dan artifak yang membuat masyarakat memiliki cirinya sendiri yang melakukan perubahan sesuai tempo dan skala perubahan (Ciran, 1993). Jadi kearifan lokal berupa gagasan, nilai, kebijakan masyarakat lokal dalam menangani masalah lingkungan. Sebagai contoh kearifan lokal Cirebon berwatak multikultural meliputi upacara tradisi ngunjung buyut, nadran, sedekah bumi, ngupati, mitoni, ngeloloso, mudun lemah, merupakan aspirasi harmoni dengan alam. Makna kearifan lokalnya bahwa masyarakat selalu berorientasi pada keharmonisan manusia dengan alam makrokosmos dan mikrokosmos. Hal ini sebagai modal mendasar pengembangan pariwisata yang didukung oleh kebijakan pemerintah setempat.

Pada seni tradisi ada pepatah karakter (wanda) seperti panji artinya idealis, tumanggung artinya pengabdian. Dalam pepatah *wong ngeli pikirane ngeli* artinya orang lapar mudah dipengaruhi; *ana rungu dirungu ana deleng di deleng* artinya bila melihat peristiwa dengar, lihat secara utuh (komprehensif); *ana rusiah aja di buka* artinya jangan buka rahasiah; *yen bodo kudu weruh yen kiyeng mesti pareng, yen pinter aja kebelinger*. Merasa bodoh belajar, kalau kemauan kuat pasti terlaksana, kalau pintar jangan kebelinger. Ditambah lagi pepatah sunda: filosofi *silih asih silih asah dan silih asuh*. (saling menyayangi, saling mencerdaskan dan saling mendorong. Suatu nilai atau ajaran yang dapat dijadikan etika landasan dalam pengembangan pariwisata), hasilnya *silih wawangian*, terutama dalam membangun kinerja para penyedia wisata. Sedangkan berbagai ritual atau upacara tradisi dapat dijadikan komoditas pariwisata yang diintegrasikan dengan keindahan bentang alam.

Maka dalam pengembangan pariwisata kearifan lokal diintegrasikan atau menjadi bagian dari pengembangannya, baik secara kultur atau nilai, struktur atau kelembagaan maupun dalam relasi sosial antara tamu wisatawan dengan tuan rumah atau sesama tuan rumah.

## **2. Makna Sosiologis dan Peran Sumberdaya Manusia Industri Pariwisata**

Makna sosiologis pariwisata maksudnya adalah mencoba mengelaborasi unsur pariwisata yang dipandang berdasarkan perspektif sosiologis, yang mencakup unsur dimensi kultur atau nilai, struktur dan relasi sosial (hasil integrasi konsep sosiologi dengan gagasan Cohen dalam Munandar, 1998).

*Pertama unsur kultur atau nilai* , sudah jelas tampak pada kearifan lokal. Kearifan lokal yang signifikan bahwa masyarakat selalu berorientasi pada keharmonisan manusia dengan alam makrokosmos dan mikrokosmos. Hal ini sebagai modal mendasar dan relevan dengan pengembangan pariwisata, keramah tamahan sebagai komoditas. Pariwisata sebagai komersial keramah tamahan. Sesuai dengan nilai kesundaan “someah hade ka semah”, keramah tamahan sebagai bagian potensi nilai untuk diberdayakan menjadi komersial keramah tamahan. dalam proses komersial hubungan tamu dengan tuan rumah.

*Kedua unsur struktur* , berupa berbagai ritual atau upacara tradisi dapat dijadikan komoditas pariwisata. Maksudnya bahwa pariwisata sebagai aktivitas bersenang senang maka , penyedia selanjutnya berasumsi bahwa para pelancong atau wisatawan adalah mereka sebagai kelompok yang sedang menghadapi “kegalauan” yang perlu mendapat pengobatan dengan destinasi wisata alam yang bersifat terapies. Mereka perlu difasilitasi dan dimanja untuk santai dan bersenang senang dengan menyediakan sarana autentisitas (keaslian). Wisatawan adalah komunitas masyarakat modern yang mungkin juga korban modernisasi, perlu diimbangi dengan sesuatu hal yang sifatnya tradisional. Atas dasar demikian maka pariwisata dipandang sebagai sebuah institusi. Pariwisata sebagai varietas modern dari perjalanan ziarah tradisional kesadaran kolektif. Pariwisata zaman sekarang dipandang sebagai ziarah keagamaan yang biasa dilakukan oleh masyarakat tradisional, sehingga dapat dianggap sebagai sebuah struktur atau bermakna struktural. Makna struktural artinya para wisatawan bagian dari struktur masyarakat atau komunitas sosial masyarakat. Wisatawan merupakan bagian dari kultur masyarakatnya, mulai dari bagian masyarakat yang luas etnik, komunitas, organisasi, kolektivitas atau kelompok yang bervariasi dari berbagai golongan dan organisasi masyarakat. Kesemuanya merupakan stakeholder yang perlu digarap sebagai tamu yang akan dikomersilkan melalui keramah tamahan.

*Ketiga unsur pola relasi sosial*; Hal tersebut mempunyai pengertian bahwa pariwisata sebagai perjalanan demokratis. Maksudnya penyedia wisata memiliki prinsip bahwa fasilitas yang disediakan bagi stakeholder adalah sarana dan prasarana yang dapat “terjangkau” oleh berbagai kalangan atau lapisan sosial masyarakat. Pariwisata dikonsepsikan sebagai perilaku perjalanan wisatawan dengan berbagai karakteristiknya. Pariwisata sebagai proses akulturasi bermakna bahwa antara tamu dan tuan rumah terjadi interaksi yang kemungkinan berasal dari kultur yang berbeda, sehingga terjadi penerimaan kebudayaan satu oleh kebudayaan lain tanpa menghilangkan identitas kebudayaan atau kepribadian miliknya. Oleh karena itu pemilihan tema tema “tour guide” perlu mempertimbangkan nilai nilai yang universal, yang memberi peluang proses akulturasi.

Ciri sosiologis pariwisata perlu mendapat perhatian para penyedia wisata, melalui pemahaman ciri sosiologis tersebut para penyedia mampu mengikuti aspirasi para wisatawan. Ciri pariwisata sebagai aktivitas bersantai pada waktu luang atau libur, gerak hubungan yang sementara, aktivitas di luar kewajaran (normal), wahana sosialisasi dan sebagai pilihan berfantasi (Urry,1990). Karakter demikian perlu dimanfaatkan penyedia

wisata ciayumajakuning semaksimal mungkin dengan memanjakan wisatawan meliputi segala destinasi yang memuaskan secara material dan spiritual, nyaman dan sejahtera. Kearifan lokal seperti ritual atau tradisi dapat dikemas untuk diintegrasikan dengan wisata alam.

Untuk mewujudkan industri pariwisata yang unggul selain harus adanya kebijakan pemerintah yang komprehensif juga diperlukan sumber daya manusia yang kompetitif pula dalam proses pengembangannya, karena potensi sumber daya alam yang sangat berlimpah untuk dieksplorasi tersebut memerlukan keterampilan dari individu-individu pelaku industri pariwisatanya yang tentunya harus didukung perangkat dari kebijakan, anggaran, hingga regulasinya karena hal itu akan mendukung bagi pencapaian sasaran. Salah satu faktor pendukung pencapaian kinerja adalah faktor keterampilan sumber daya manusianya (Robbins & Hunsaker, 2012), peran kompetitif sumber daya manusia akan membentuk suatu perilaku dan nilai pada komunitas lingkungannya (McShane, 2010)

Karena penyedia pariwisata dituntut ramah tamah (hubungan resiprokal), tanggungjawab, memiliki jaringan, maka para penyedia wisata dan masyarakat termasuk pengusaha dan pemerintah dituntut untuk memiliki modal sosial yang kuat. Modal sosial (social capital) meliputi kewajiban dan harapan, saluran informasi dan norma sosial (Coleman, 1985). Modal sosial sebagai stok kepercayaan sosial, norma dan jaringan dimana masyarakat dapat menggambarkan penyelesaian problem umum (Putnam, 1993). Wilayah sosiologis pariwisata mencakup wisatawan, hubungan wisatawan dengan masyarakat, struktur dan fungsi sistem pariwisata, serta dampak pariwisata (Cohen 1984). Khusus wisatawan yang berhubungan dengan masyarakat lokal diperlukan penguatan modal sosial, yang terjalin antara wisatawan dengan penduduk lokal setempat, modal sosial berupa kejujuran atau kepercayaan, tanggung jawab, jaringan hubungan sosial dan norma atau aturan harus ada dalam struktur dan fungsi sistem pariwisata. Melalui pemberdayaan modal sosial para operator pariwisata di ciayumajakuning, maka akan mendongkrak jumlah kunjungan para wisatawan. Modal sosial sebagai prasyarat berkembangnya daerah pariwisata, yang akan menguatkan kepercayaan stakeholder atau para wisatawan.

## **KESIMPULAN**

Pengembangan industri wisata yang berbasis ke arifan lokal secara sosiologis diperlukan perhatian dan kesadaran penyedia pariwisata bahwa pariwisata merupakan komersial keramah tamahan, menyediakan fasilitas untuk semua kalangan sosial ekonomi, sarana dan prasarana pariwisata terjangkau wisatawan. Pariwisata dituntut mampu menjadi terapis para turis yang akan bersenang senang; Pariwisata ibarat kegiatan ziarah ke tempat sakral untuk memuaskan bathin, sehingga wisatawan nyaman tidak berhadapan dengan masalah. Sebagai penguatan kelembagaan pariwisata diperlukan pemberdayaan modal sosial berupa: kejujuran (trust) dalam pengelolaan pariwisata, tanggungjawab dalam penyediaan wisata sesuai dengan apa yang diemban tugas sebagai penyedia serta dalam menghadapi masalah, perluasan jaringan sosial kepariwisataan ke

semua stakeholder dan instansi swasta serta institusi pemerintah. Dalam meningkatkan destinasi dan kinerja ke pariwisata, pengelola, pihak swasta, warga masyarakat dan pemerintah perlu mengidentifikasi nilai tradisi dan kelembagaan ritual tradisi masyarakat untuk diintegrasikan dengan tempat wisata sumberdaya alam berupa bentang alam yang indah.

### UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena telah mampu menyelesaikan penelitian ini, meskipun masih banyak kekurangan dalam penyajiannya, kritik dan saran sangat diperlukan untuk perbaikan dalam penulisan ini bagi dimasa kedepan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada ;

1. Kedua orang tua yang penuh kasih sayang serta selalu mendoakan bagi keberkahan hidup putra putrinya
2. Istri dan anakku tercinta yang selalu mendampingi dengan segala doanya
3. Rektor UNTAG Cirebon
4. Rekan-rekan dan civitas akademika UNTAG Cirebon
5. Para Pimpinan Instansi Terkait serta Masyarakat di wilayah Ciayumajakuning yang telah sudi untuk berbagi data dan masukan bagi penulis
6. Semua pihak yang tidak disebutkan satu persatu, terimakasih atas dukungan dan kerjasamanya

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan dan memberkahi kita semua, Aamiin.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ciran, 1993. dalam *Indegenious knowledgeand Development*. Moniter international development research centre. Ottawa canada
- Cernea. 1998. Mengutamakan Manusia dalam Pembangunan. LP3 S Jakarta
- Coleman James S, *Social Capital in The Creation of Human Capital*, 2000, dalam Dasgupta, Social Capital, The World Bank Washington DC. Hal.13.
- Douglas N. 1996. *Social and Cultural Infact of Tourism in the South Pasific*. Dalam *Hall and Page*. Eds. *Tourism in the Pasific*. London International Thomas Business Press.
- Fennel, DA. 1999. *Ecotourism: An Introduction*. London and New York Routledge.
- I Gede Pitana, G Gayatri. 2005. Sosiologi Pariwisata. Penerbit Andi Yogyakarta.
- McShane L.,Steven, Glinow, Von, 2010, *Organization Behaviour ; Emerging Knowledge an Practice For The Real World*, 1221 Avenue of the Americas, New York, NY, 10020, Published by McGraw-Hill Companies Inc.
- Robbins, P.Stephen-Hunsaker L.Phillip, 2012, *Training in Interpersonal Skill ; tips for managing people at work*, sixth edition, Prentice Hall New Jersey 07458, Pearson Education, Inc.

Munandar Sulaeman. 1998. *Dinamika Masyarakat Transisi*. Penerbit Pustaka Pelajar Yogyakarta.

Munandar Sulaeman. 2018. *Ilmu Budaya Dasar dan Ilmu Sosial Budaya Dasar*. Refika Aditama Bandung.

Putnam R, 1993, *The Prosperous Community; Social Capital and Public Life*. The American Prospect, 13-65-78.

Urry. 1990. *The Touris Gaze.Laisure and Travel and Contemporary Societies*. London: New

Bury Park

Spillane James. 1994. *Pariwisata Indonesia : Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Kanisius Yogyakarta.

Website

<http://www.scribd.com>

<http://jembatan4.blogspot.co>. teori keparwisataaan. Bahan kuliah univ Tadulako