

IDENTIFIKASI POTENSI, PENGEMASAN DAN MODEL SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN PAKET WISATA PEDESAAN DI DESA MUNDEH KANGIN, KECAMATAN SELEMADEG BARAT, KABUPATEN TABANAN, BALI

Ni Luh Redianis^{1,*}, Dewa Ayu Suryawati²

Akademi Komunitas Manajemen Perhotelan Indonesia

*) Corresponding author:
redianisn4@gmail.com

Abstract

The Mundeh Kangin Village area of Tabanan Regency is very potential to be developed. This village has interesting natural characteristics, agricultural products, unique social and cultural life. This study was designed to identify the potential, packaging and distribution channel models of rural tourism packages in Mundeh Kangin Village, Tabanan Regency. This research is a type of qualitative research that uses data collection techniques with direct observation to the research location (observation), in-depth interviews, distributing questionnaires, and using library research. The data is presented in the form of a description by showing the results of in-depth interviews with informants, namely Perbekel, Pokdarwis and local communities in Mundeh Kangin Village. From the results of in-depth interviews, observations and secondary data studies that the main driver in the sustainability of tourism in Mundeh Kangin Village is in the field of agrotourism, referring to the potential of horticultural products, especially durian and mangosteen commodities. The development of agro-tourism is to package various agricultural activities in such a way that it can create a unique attraction (Unique Selling Point) to be presented as agro-tourism. The marketing distribution channel model designed to market rural tourism packages in Mundeh Kangin Village is a direct marketing distribution channel model, namely through digital media.

Keywords: *Identify the potential, Packaging, Tourism Village*

PENDAHULUAN

Pengembangan desa wisata akan menampilkan dimensi baru jika desa wisata kreatif mengembangkan *creative tourism* di mana wisatawan tertarik mencobanya sebagai media untuk mencari pengalaman berwisata. Keberadaan desa wisata yang menyuguhkan keunikan alam dan budaya menjadi destinasi wisata alternatif yang aman dengan kegiatan wisata di ruang terbuka (Lumanauw, 2022). Oleh karenanya, kegiatan sosialisasi ekonomi berbasis pariwisata di tingkat desa dengan konsep desa wisata digalakkan. Namun demikian, desa wisata tetap memerlukan dukungan dari berbagai pihak dalam masa pemulihan pariwisata. Salah satu upaya yang perlu dilakukan untuk pemulihan sektor pariwisata desa adalah meyakinkan wisatawan agar bisa datang berkunjung dengan ketersediaan paket wisata yang berkualitas. Nuryanti (dalam Putra dan Pitana,

2010) memberikan definisi bahwa desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku. Dengan ini masyarakat desa diharapkan mampu memanfaatkan peluang untuk berpartisipasi dalam memajukan desanya. Wisata pedesaan menjadi sebuah aktivitas wisata yang dikembangkan di wilayah pedesaan, dimana daya tarik utamanya merupakan keseluruhan hal yang dimiliki suatu desa, mulai dari kehidupan sosial, ekonomi, adat istiadat, arsitektur bangunan dan lain sebagainya yang merupakan potensi wisata milik desa tersebut (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2001 dalam Dewi 2016).

Pengembangan wisata pedesaan sangat penting untuk dilakukan karena sejalan dengan tren pariwisata berkelanjutan dan kebutuhan *new tourist*. Munculnya desa wisata diharapkan dapat menjadi daya ungkit bagi ekonomi desa dan sebagai wahana promosi untuk menunjukkan potensi desa-desa wisata di Indonesia kepada wisatawan domestik maupun mancanegara. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mencetuskan target pengembangan 2000 desa wisata di seluruh Indonesia (Patriella, 2019). Melalui pengembangan desa wisata begitu terbukti adil dalam penyerapan tenaga kerja karena melibatkan masyarakat lokal. Bali telah memiliki 54 desa wisata yang tersebar di seluruh kecamatan yang ada (Statistik Pariwisata Bali, 2018 dalam Arismayanti et al., 2019). Pertumbuhan jumlah desa wisata di Bali tidak sejalan dengan perkembangannya, dimana kuantitas desa wisata di Bali tidak diiringi dengan kualitas yang bagus sehingga berdampak pada eksistensi desa wisata di Bali yang masih sangat minim. Hal ini disebabkan karena kurangnya sosialisasi dan pembinaan desa wisata dan masyarakat, kurangnya pemahaman dalam pengemasan produk wisata, belum terjalin koordinasi antar pemerintah, kunjungan wisatawan yang belum sesuai harapan, pemikiran masyarakat untuk hal-hal instan, dan permasalahan promosi hingga kurangnya pengembangan atraksi di sebuah desa wisata.

Selain itu, sebagai tujuan wisata, bahasa Inggris juga perlu dipertimbangkan untuk mendukung keberhasilan komunikasi dengan wisatawan asing, bahasa Inggris merupakan salah satu aspek penting dalam komunikasi. Bahasa Inggris ada sebagai bahasa global, oleh karena itu bahasa Inggris secara luas dianggap sebagai bahasa global (Anggayana, Nitiasih & Budasi, 2016). Bahkan dikenal sebagai bahasa internasional (Asriyani, Suryawati & Anggayana, 2019). Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kesalahan pada aspek tata bahasa atau grammar bahasa Inggris, seperti penggunaan bentuk tenses dalam kalimat (Lindawati, Asriyani & Anggayana, 2018).

Keterampilan dan komponen bahasa yang terkandung di dalamnya masih bersifat umum dan kurang relevan dengan kebutuhan siswa (Sudipa, Susanta, & Anggayana, 2020). Tata bahasa atau dalam bahasa Inggris disebut dengan grammar adalah seperangkat peraturan yang terdapat dalam bahasa tertentu (Lindawati, Asriyani & Anggayana, 2019). Memungkinkan mengembangkan kompetensi komunikatif mereka dalam empat keterampilan bahasa, yaitu keterampilan menyimak, berbicara, membaca dan menulis (Asriyani, Suryawati & Anggayana, 2019). Sumber energi utama dalam hal bunyi bahasa adalah adanya udara melalui paru-paru (Anggayana, Suparwa, Dhanawaty, & Budasi, 2021).

Bahasa yang dipelajari dapat memberikan kontribusi bagi Perkembangan Bahasa dan peneliti lain di seluruh dunia (Anggayana, Suparwa, Dhanawaty, &

Budasi, 2020). Walaupun di Indonesia terdiri dari berbagai dialek tidak menjadi halangan (Anggayana, Budasi & Suarnajaya, 2014). Berbahasa Inggris saat ini telah menjadi percakapan yang sering dilakukan oleh wisatawan asing (Anggayana, Budasi, & Kusuma, 2019). Dalam pelayanan tersebut, fasilitas dan kualitas pelayanan menjadi ujung tombak dalam hal pemberian kesan baik terhadap pelayanan (Anggayana & Sari, 2018).

Menghasilkan aturan yang berkaitan dengan penggunaan bahasa pada mahasiswa perhotelan dengan menggunakan teori dan disiplin lain yang terkait dengan penggunaan bahasa sangat penting (Anggayana, 2022) Dalam industri pariwisata budaya dimasukkan ke dalamnya (Redianis, Putra & Anggayana, 2019). Karena masyarakat Bali melakukan banyak kegiatan budaya dan keagamaan (Budasi, Satyawati, & Anggayana, 2021). Sektor pariwisata mampu menyediakan ekonomi, sosial dan budaya yang bermanfaat bagi semua pelaku pariwisata stakeholders (Osin, Pibriari & Anggayana, 2019).

Salah satu pengembangan di bidang pariwisata adalah membuka peluang bagi generasi milenial untuk melakukan pariwisata di desa wisata yang mensinergikan berbagai pihak yaitu masyarakat dan Pemerintah (Osin, Purwaningsih, & Anggayana, 2021). Mencermati pertumbuhan dan perkembangan pariwisata dunia yang terus bergerak dinamis dan kecenderungan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dalam berbagai pola yang berbeda merupakan sebuah peluang sekaligus tantangan bagi seluruh daerah tujuan (Suarthana, Osin, & Anggayana, 2020). Tidak mengherankan bahwa industri pariwisata menjadi sektor ekonomi utama, di mana sebagian besar orang bekerja di industri pariwisata (Budasi & Anggayana, 2019).

Pada dasarnya, kemajuan suatu bangsa sangat ditentukan oleh kualitas pendidikan penduduknya (Anggayana & Osin, 2018). Sektor pariwisata terus digalakkan karena sektor ini merupakan andalan dalam menghasilkan pendapatan masyarakat serta devisa bagi negara (Suryawati, & Osin, 2019). Dengan berkembangnya suatu industri pariwisata akan berpengaruh kepada meningkatnya pendapatan masyarakat sekitar obyek wisata serta terciptanya lapangan kerja (Osin, Kusuma, & Suryawati, 2019).

Banyak ekspresi bahasa yang dapat digunakan untuk menyapa dan menawarkan bantuan kepada pelanggan. Dalam menggunakan ungkapan-ungkapan tersebut, pemilihan ungkapan yang tepat yang sesuai dengan situasi dan tingkat formalitas sangat penting (Anggayana, 2022). Minat pariwisata mulai menggali potensi daerah dan semaksimal mungkin mengemasnya menjadi produk wisata alternatif (Suryawati, Dewi, Osin, & Anggayana, 2022). Keberadaan industri pariwisata dewasa ini telah meningkat secara signifikan baik secara kuantitas maupun kualitas, yang mampu memberikan kontribusi ekonomi terhadap devisa negara (Osin, Pibriari & Anggayana, 2020).

Desa Mundeh Kangin di Kabupaten Tabanan dikenal sebagai desa agraris hingga mampu memukau wisatawan baik karena keindahan alam yang mempesona serta budaya, adat istiadat, hasil pertanian dan kesenian yang beraneka ragam. Salah satu komoditas hortikultura yang sudah mengarah pada pasar baik nasional dan internasional adalah komoditas manggis. Komoditas ini banyak diusahakan oleh petani di Bali, salah satu Kabupaten yang merupakan sentra agribisnis manggis adalah Kabupaten Tabanan. Buah manggis Kabupaten Tabanan diekspor ke Hongkong, Cina, Singapura, Perancis, Taiwan dan peluang ekspor ke negara lain

seperti Eropa dan Timur Tengah. Selain itu hasil kebun berupa buah-buahan lokal seperti durian, salak, buni, Coklat, kopi, kelapa, porang tumbuh subur di Desa Mundeh Kangin. Pengembangan potensi wisata melalui sebuah paket wisata pedesaan sangat tepat dan penting untuk dilakukan karena sejalan dengan tren pariwisata saat ini yaitu pariwisata berkelanjutan dan permintaan pasar new tourist yang juga beriringan dengan tren tersebut. Potensi wisata Desa Mundeh Kangin yang telah dikemas menjadi paket wisata pedesaan, memerlukan model saluran distribusi pemasaran agar dapat sampai pada konsumen dan akhirnya dapat meningkatkan kunjungan wisatawan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalahnya dapat di formulasikan sebagai berikut: (a) apa saja potensi yang dapat dikembangkan di Desa Mundeh Kangin di Kabupaten Tabanan? (b) bagaimanakah mengemas potensi wisata di Desa Mundeh Kangin di Kabupaten Tabanan? Berdasarkan hal tersebut, penulis bertujuan untuk meneliti mengenai potensi, pengemasan dan model saluran distribusi pemasaran di Desa Mundeh Kangin, Kabupaten Tabanan.

TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Desa Wisata

Desa wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku (Windu, 1993). Desa Wisata (rural tourism) merupakan pariwisata yang terdiri dari keseluruhan pengalaman pedesaan, atraksi alam, tradisi, unsur - unsur yang unik yang secara keseluruhan dapat menarik minat wisatawan (Joshi, 2012). Baiquni (2005) menyatakan bahwa satu hal penting yang diabaikan dalam pengembangan desa wisata adalah persoalan kapasitas kelembagaan pengelola desa wisata. Pendekatan dalam peningkatan kapasitas kelembagaan lokal (pemerintah daerah dan masyarakat) memiliki spektrum konsep dan pendekatan yang bervariasi. Ada lima aspek dan pendekatan yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu desa wisata, yaitu holistic approach, participatory learning, empowerment of management, action research, dan synergy and network. Keberhasilan pengembangan desa wisata tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat lokal (Wearing, 2001). Masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Ungkapan tentang pentingnya desa wisata dapat memberikan motivasi pada masyarakat untuk membangun potensi desanya.

Pengertian Pengembangan

Menurut Ramly (2007:45) pengembangan adalah upaya memperluas atau mewujudkan potensi-potensi, membawa suatu keadaan secara bertingkat kepada suatu kegiatan yang lebih lengkap, lebih besar atau lebih baik. Suatu pengembangan meliputi kegiatan mengaktifkan sumberdaya, memperluas kesempatan, mengakui keberhasilan, dan mengintegrasikan kemajuan. Dari segi kualitatif, pengembangan berfungsi sebagai peningkatan yang meliputi penyempurnaan program kearah yang lebih baik. Dari segi kuantitatif, fungsi pengembangan adalah memperluas program dengan titik berat perluasan jangkauan wilayah dan jangkauan sasaran program. Menurut Yoeti (2008: 273) pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Pengembangan

pariwisata pada suatu daerah tujuan wisata selalu akan diperhitungkan dengan keuntungan dan manfaat bagi masyarakat yang ada di sekitarnya. Pengembangan pariwisata harus sesuai dengan perencanaan yang matang sehingga dapat bermanfaat bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial juga budaya. Jadi strategi pengembangan yang dimaksud adalah sebagai suatu usaha terencana yang disusun secara sistematis yang dilakukan untuk mengembangkan, meningkatkan dan memperbaharui suatu objek wisata, sehingga ke depannya dapat memberikan manfaat kepada semua pihak, baik wisatawan, pemerintah maupun masyarakat lokal. Pada prinsipnya penyusunan tentang strategi pengembangan merupakan proses rencana strategi yang terfokus pada implementasi strategi, termasuk pengorganisasian, pengaruh dan pengendalian. Pengembangan desa wisata yang dikeluarkan Kemenparekraf, ada empat tahap perkembangan atau kategori desa wisata yaitu desa wisata rintisan, berkembang, maju dan mandiri.

Penggalian Potensi Desa Wisata

Objek wisata adalah segala sesuatu yang ada di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke tempat tersebut. Menurut SK. MENPARPOSTEL No.: KM. 98 / PW.102 / MPPT-87 Daya tarik wisata dapat berupa potensi alam, yaitu daya tarik yang disediakan oleh alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut, atau potensi budaya yaitu obyek budaya seperti adat-istiadat, museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lain-lain, serta potensi buatan manusia. Ada lagi satu yang sering dimasukkan sebagai daya tarik wisata yaitu Syaujana atau benteng alam, adalah objek alam atau budaya atau buatan manusia yang dilatarbelakangi oleh pemandangan alam, seperti Pura Tanah Lot dengan latar belakang pemandangan laut, Pura Batukaru dengan latar belakang Gunung Batukaru, atau hamparan persawahan Jatiluwih dengan latar belakang pemandangan pegunungan di belakangannya. Desa menawarkan suasana pedesaan, yang dapat dikembangkan untuk mengantisipasi perkembangan pasar (wisatawan) yang lebih tersegmentasi seiring dengan perkembangan motivasi, ekspektasi dan preferensi pasar yang semakin kompleks berpengalaman dan peka terhadap pelestarian alam, budaya serta golongan minoritas (Smith, 1989). Konsep penggalian komponen produk desa wisata (atraksi, aksesibilitas, amenities dan ansilari) semestinya didasarkan pada pengembangan interaksi sosial budaya dari manusia ke manusia (masyarakat desa adat dengan wisatawan) dan dari manusia ke lingkungan.

Pengemasan Produk Wisata

Inti dari produk pariwisata adalah destinasi wisata. Inilah yang menjadi daya tarik utama atau core business dari industri pariwisata. Destinasi berkaitan dengan sebuah tempat atau wilayah yang mempunyai keunggulan dan ciri khas, baik secara geografi maupun budaya, sehingga dapat menarik wisatawan untuk mengunjungi dan menikmatinya. Semua produk yang berkaitan dengan perjalanan sebelum, selama, dan sesudah mengunjungi suatu destinasi adalah produk-produk pendukung industri pariwisata. Produk-produk tersebut menyatu dan tidak bisa dipisahkan untuk menciptakan pengalaman yang “memuaskan” bagi wisatawan. Jika salah satu produk membuat wisatawan kecewa, maka secara keseluruhan wisatawan akan kecewa terhadap destinasi tersebut. Untuk membuat sebuah destinasi wisata yang unggul, menurut Cooper (1993), sebelum sebuah destinasi diperkenalkan dan dijual seperti halnya desa wisata, terlebih dahulu harus mengkaji empat aspek utama (4A) yang harus dimiliki, yaitu Attraction (daya tarik),

Accessibility (aksesibilitas=keterjangkauan), Amenity (fasilitas pendukung), dan Ancillary (organisasi/kelembagaan pendukung). Potensi wisata merupakan segala hal dan kebijakan yang diatur dan disediakan sehingga dapat dimanfaatkan sebagai kemampuan, faktor dan unsur diperlukan dalam usaha dan pengembangan pariwisata baik berupa suasana, kejadian maupun jasa (Pendit, 2001).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Mundeh Kangin Kabupaten Tabanan karena adanya potensi wisata yang dapat dikembangkan.

Data dalam penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Informan dalam wawancara ditentukan dengan metode purposive sampling, yaitu ditentukan berdasarkan kriteria khusus yang ditetapkan penulis, dalam hal ini kriteria narasumber yang ditetapkan adalah narasumber yang memiliki wawasan mengenai Desa Mundeh Kangin, pemasaran paket wisata serta masyarakat setempat yang memiliki aktivitas unik, dimana Perbekal desa Mundeh Kangin merupakan informan pangkal. Data yang dikumpulkan selanjutnya dianalisis dengan teknik analisis deskriptif kualitatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Mundeh Kangin, maka diperoleh hasil dan pembahasan sebagai berikut:

Potensi Desa Mundeh Kangin

Mundeh Kangin adalah desa yang berada di Kecamatan Selemadeg Barat, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. Desa ini merupakan desa pemekaran dari desa Mundeh. Secara geografis desa ini terletak di barat daya kaki gunung Batukaru. Ketinggiannya berkisar antara 230-450 meter dpl. Iklim cukup sejuk karena dikelilingi oleh hutan kebun. Sektor pertanian merupakan pekerjaan mayoritas penduduk desa Mundeh Kangin. Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Desa Mundeh Kangin, maka diperoleh hasil dan pembahasan sebagai berikut:

Potensi desa Mundeh Kangin yang dapat mendukung pengemasan paket wisata pedesaan yaitu potensi alam dilihat dari hasil kebun berupa buah-buahan lokal seperti Durian, Manggis, Salak, Buni, Coklat. Salah satu komoditas hortikultura yang sudah mengarah pada pasar baik nasional dan internasional adalah komoditas manggis. Komoditas ini banyak diusahakan oleh petani di Bali, salah satu Kabupaten yang merupakan sentra agribisnis manggis adalah Kabupaten Tabanan. Buah manggis Kabupaten Tabanan diekspor ke Hongkong, Cina, Singapura, Perancis, Taiwan dan peluang ekspor ke negara lain seperti Eropa dan Timur Tengah. Selain itu di Desa Mundeh Kangin tumbuh subur biji kopi, cengkih, kelapa, porang, daun sirih, dan kebun anggrek. Selain itu potensi alam lainnya yaitu air terjun Tibu Sing Sing, air terjun Tibu Kentenan, air terjun Tibu Pangseg Malem. Selanjutnya memiliki potensi budaya masa lalu (*cultural heritage*) dan potensi budaya yang masih hidup/berlanjut (*living cultural*) sampai sekarang. Potensi budaya yang sudah berkembang menjadi daya tarik wisata adalah Sarkofagus. Sarkofagus merupakan tempat untuk menyimpan jenazah pada zaman dahulu yang terbuat dari batu. Sarkofagus pada umumnya diukir dan dihias. Peninggalan sarkofagus (makam jenazah) ditemukan tahun 2018 di dekat tempat dipamerkan sekarang, yaitu Puskesmas pembantu Mundeh Kangin. Sepasang sarkofagus, berupa wadah dan tutup.

Dari hasil wawancara dengan Perbekel Bapak I Gede Yudha Artama menyampaikan "kami mencoba memperkuat potensi yang ada. Potensi wisata yang dapat dikembangkan yaitu agrowisata. Merujuk dengan potensialnya durian untuk dikembangkan di desa Mundeh Kangin ini. Desa Mundeh kangin telah memiliki banyak kelompok tani, namun untuk khusus kampung durian ada dua kelompok tani yaitu Kelompok Tani Merta Harum dan Kelompok Tani Tunas Merta. Dua kelompok ini dapat mengembangkan dan memperkuat hasil hortikultura khususnya komoditi durian di kawasan desa Mundeh Kangin. Dua kelompok ini juga akan mengemas desa menjadi kampung durian. Keberadaan kampung durian ini kedepan bisa menjadi kawasan agrowisata baru di Tabanan. Selanjutnya potensi alam yang dapat dikembangkan yaitu air terjun atau disebut sing-sing".

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara dari Bapak I Wayan Suka Antara selaku ketua Kelompok Tani Merta Harum, beliau menyampaikan untuk pengolahan lahan sendiri dari kelompok tani Merta Harum mencakup luasan lahan sekitar 63,9 Hektar. Pohon durian yang ditanam adalah durian lokal dan premium seperti musang king, duri hitam, bawor, super tembaga, namlung dan kane atau montong. Dimana untuk jumlah pohon durian lokal yang sudah produksi sebanyak 476 pohon dan yang belum produksi sebanyak 808 pohon. Sedangkan untuk jumlah pohon durian premium yang baru ditanam sebanyak 2.352 pohon dan yang sudah produksi sebanyak 97 pohon dari jenis durian kane. Sementara itu untuk Kelompok Tani Tunas Merta, memiliki luas lahan 57,13 Ha. Jenis pohon durian yang ditanam adalah durian lokal dan premium yaitu musang king, duri hitam, bawor, super tembaga, namlung, kane atau montong. Jumlah pohon durian lokal yang sudah produksi sebanyak 711 pohon, dan belum produksi sebanyak 974 pohon. Kemudian, untuk jumlah pohon durian premium yang baru di tanam sebanyak 1.362 pohon dan yang sudah produksi sebanyak 97 pohon dari jenis durian kane. Pohon durian lokal lebih banyak dimiliki oleh kelompok Tani Tunas Merta.

Perbekel Desa Mundeh Kangin Bapak I Gede Yudha Artama sudah bertekad untuk memanfaatkan potensi desanya menjadi desa wisata. Persiapan itu sudah dilakukan dengan mengeluarkan SK Kelompok Sadar Wisata. Desa Mundeh Kangin menawarkan agrowisata beserta alam yang indah dan budaya bagi wisatawan lokal, nasional, dan internasional. Persiapan ke arah itu sudah dilakukan terutama dalam pembangunan infrastruktur dan peningkatan SDM. Konsep dari paket wisata yang akan mereka tawarkan itu adalah memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mengenal desa Mundeh Kangin dan melakukan sesuatu yang menarik sehingga kunjungan mereka menjadi memorable. Wisatawan tidak saja menikmati, menatap keindahan desa, tetapi mengalami apa yang dilakukan masyarakat. Misalnya, wisatawan ke desa diajak ke Kampung Durian melihat dari pembibitan durian, pengolahan tanah, penanaman dan pemeliharaan hingga panen. Wisatawan diajak berlaku seperti petani. Selain itu, wisatawan juga diajak trekking, cycling, atau mengunjungi air terjun dan juga sarkofagus yang jaraknya berdekatan.

Desa Mundeh Kangin telah membentuk Kelompok Sadar Wisata atau disingkat Pokdarwis yang diketuai oleh Bapak I Nyoman Sudianta. Namun dalam pelaksanaan Kelompok sadar wisata atau pokdarwis di Desa Mundeh Kangin sebagai pengelola destinasi wisata desa belum bersinergi antar elemen pemangku kepentingan yang saling terkait ditengah masyarakat. Kurangnya pengetahuan dan pemahaman dalam melakukan inovasi produk wisata dari pokdarwis dan masyarakat juga menjadi alasan belum berkembangnya pariwisata

di Desa Mundeh Kangin. Implikasi dari masalah tersebut adalah kurangnya tingkat kunjungan wisatawan baik wisatawan mancanegara dan lokal, serta belum banyak dikenal kalangan pelaku pariwisata. Selanjutnya Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) masih rendah di bidang sumber daya masyarakatnya khususnya terkait dalam mengemas potensi yang dimiliki desa untuk dijadikan kemasan paket wisata pedesaan, serta permasalahan terkait saluran distribusi dan pemasaran produk yang belum terintegrasi karena belum memiliki kerjasama dengan Biro Perjalanan Wisata yang ada di Bali khususnya serta yang akan dipromosikan dan memasarkan produk dari hasil kemasan tersebut secara langsung kepada wisatawan maupun agen – agen wisata yang lainnya.

Dari hasil wawancara mendalam (in-depth interview), observasi dan kajian data sekunder, bisa disimpulkan. Pertama, Penggerak utama dalam keberlangsungan wisata di Desa Mundeh Kangin adalah pada bidang agrowisata. Agrowisata merupakan salah satu bentuk dari rural tourism yang menawarkan kegiatan pertanian sebagai daya tarik wisata serta melibatkan penduduk lokal dalam perencanaan hingga pengelolaan kawasan agrowisata. Menurut Jolly dan Reynolds, agrowisata adalah suatu bisnis yang dilakukan oleh para petani yang bekerja di sektor pertanian bagi kesenangan dan edukasi para pengunjung. Agrowisata menghadirkan potensi sumber pendapatan dan meningkatkan keuntungan masyarakat. Pengunjung kawasan agrowisata dapat berhubungan langsung dengan para petani dan mendukung peningkatan produk-produk pertanian secara tidak langsung (Bagus, 2015: 15). Agrowisata tidak hanya memanfaatkan keindahan alam dan keanekaragaman kegiatan pertanian, tetapi banyak tercipta model-model agrowisata yang memanfaatkan objek-objek pertanian tertentu, seperti agrowisata hortikultura, agrowisata tanaman perkebunan, ataupun varian kebun-kebun perkebunan adalah contoh dari sekian banyak agrowisata yang dapat dikembangkan (Departemen Pertanian RI, 2009). Pengembangan agrowisata adalah mengemas berbagai aktivitas pertanian sedemikian rupa sehingga dapat menimbulkan daya tarik yang unik (Unique Selling Point) untuk disajikan sebagai agrowisata. Secara garis besar ada 2 hal yang perlu dikemas menjadi satu paket wisata agar dapat menarik wisatawan. (1) Budi daya, berbagai budi daya mulai dari pembibitan, pengolahan tanah, penanaman dan pemeliharaan hingga panen dapat menjadi satu paket wisata agar dapat menarik wisatawan apabila panen dapat menjadi kegiatan-kegiatan yang sangat menarik wisatawan apabila kita dapat mengemasnya menjadi satu kegiatan yang unik atau langka. (2) Penataan kawasan areal, satu kawasan pertanian apabila akan dijadikan sebagai obyek agrowisata perlu ditata sedemikian rupa sehingga akan menimbulkan daya tarik. Penataan kawasan tidak hanya ditujukan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung, namun juga memperhatikan segi-segi kelestarian obyek. Penataan kawasan dapat dilakukan dengan cara menerapkan sistem zonasi. Pembagian zonasi ini dimaksudkan untuk menjaga kelestarian lingkungan/kebun dan menjaga keselamatan pengunjung (Usman, Hakim, & Malik, 2012). Kecenderungan ini merupakan signal tingginya permintaan akan agrowisata dan sekaligus membuka peluang bagi pengembangan produk-produk agribisnis, baik dalam bentuk kawasan ataupun produk pertanian yang memiliki daya tarik spesifik. Hamparan areal pertanaman yang luas seperti areal perkebunan dan hortikultura, disamping menyajikan pemandangan dan udara segar, juga merupakan media pendidikan bagi masyarakat dalam dimensi yang sangat luas, mulai dari pendidikan tentang usaha di bidang perkebunan atau

hortikultura tersebut, sampai pendidikan tentang keharmonisan dan kelestarian alam.

Model saluran distribusi pemasaran yang dirancang untuk memasarkan paket wisata pedesaan di Desa Mundeh Kangin adalah model saluran distribusi pemasaran langsung yaitu melalui media digital khususnya email untuk menginformasikan kepada pelanggan sebelumnya mengenai promo maupun informasi terbaru mengenai Desa Mundeh Kangin. Selanjutnya melalui perantara dengan melibatkan agen pemasaran seperti sopir pariwisata, pemandu wisata, travel agent dan market places seperti Traveloka, Tripadvisor dan lainnya, dimana saluran distribusi pemasaran tak langsung tersebut diperantarai dengan adanya booklet serta *contract rate* sebagai perjanjian penjualan paket wisata pedesaan di Desa Mundeh Kangin dengan agen-agen pemasaran tersebut. Harga yang diajukan merupakan kesepakatan dengan menambahkan besaran komisi yang telah ditentukan dalam penghitungan biaya produksi paket wisata.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Potensi wisata yang dapat dikembangkan di desa Mundeh Kangin yaitu yaitu agrowisata. Pengembangan agrowisata adalah mengemas berbagai aktivitas pertanian sedemikian rupa sehingga dapat menimbulkan daya tarik yang unik (Unique Selling Point) untuk disajikan sebagai agrowisata. Secara garis besar ada 2 hal yang perlu dikemas menjadi satu paket wisata agar dapat menarik wisatawan yaitu Budi daya dan penataan kawasan areal. Model saluran distribusi pemasaran yang dirancang untuk memasarkan paket wisata pedesaan di Desa Mundeh Kangin adalah model saluran distribusi pemasaran langsung yaitu melalui media digital dan melalui perantara dengan melibatkan agen pemasaran seperti sopir pariwisata, pemandu wisata, travel agent dan market places.

Saran

Agrowisata dalam penelitian ini didefinisikan sebagai sebuah bentuk kegiatan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam, pertanian (agro), budaya, dan aktivitas masyarakat pedesaan sebagai daya tarik wisata, dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman, area rekreasi, dan hubungan usaha agribisnis pedesaan. Agrowisata dikembangkan berdasarkan konsep pengembangan wilayah, melalui pemanfaatan potensi alam, pertanian, budaya, dan aktivitas masyarakat lokal dan mengacu pada prinsip-prinsip pembangunan pariwisata berkelanjutan. Agrowisata berbasis masyarakat di Desa Mundeh Kangin diharapkan dapat memacu pertumbuhan dan perkembangan usaha-usaha agribisnis, mendorong peningkatan kuantitas dan kualitas sumber daya manusia, penguatan kelembagaan pertanian, sosial-budaya, dan ekonomi, membuka kesempatan berusaha seluas-luasnya bagi masyarakat setempat dan sekitarnya. Selain itu, pengembangan Agrowisata, juga diharapkan mampu menjaga kelestarian alam, kekayaan sumberdaya alam hayati (pertanian), budaya, dan aktivitas masyarakat lokal. Pengembangan agrowisata khususnya buah durian dan manggis yang menjadi komoditas unggulan di Desa Mundeh Kangin membutuhkan dukungan serius dari pemerintah daerah, stakeholder terkait maupun masyarakat. Dari analisis terlihat bahwa di Desa Mundeh Kangin mempunyai potensi untuk dikembangkan sebagai kawasan agrowisata dengan tetap menjaga kearifan dan teknologi lokal, partisipasi dan peran aktif masyarakat serta mengemas wisata agro.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggayana, I. A., Budasi, I. G., & Kusuma, I. W. (2019). Social Dialectology Study of Phonology in Knowing English Student Speaking Ability. (P. Robertson, Ed.) *The Asian EFL Journal*, 25(5.2), 225-244.
- Anggayana, I. A., Suparwa, I. N., Dhanawaty, N. M., & Budasi, I. G. (2020). Lipang, Langkuru, Waisika Language Kinship: Lexicostatistics Study in Alor Island. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(4), 301-319.
- Anggayana, I. W. A. (2022). ENGLISH FOR SELLERS IN THE TOURISM SECTOR English for Specific Purposes. Penerbit Lakeisha.
- Anggayana, I. W. A. (2022). THE ISSUE OF CULTURE ON HOSPITALITY STUDENTS IN LANGUAGE ACQUISITION. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 6(1), 301-306.
- Anggayana, I. W. A., & Sari, N. L. K. J. P. (2018). Kemampuan Berbicara Bahasa Inggris Mahasiswa Akomodasi Perhotelan: sebuah Kajian Fonologi. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 1(1), 8-14.
- Anggayana, I. W. A., Budasi, I. G., Lin, D. A., & Suarnajaya, I. W. (2014). Affixation of bugbug dialect: A Descriptive Study. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris undiksha*, 1(1).
- ANGGAYANA, I. W. A., NITIASIH, D. P. K., BUDASI, D. I. G., & APPLIN, M. E. D. (2016). Developing English For Specific Purposes Course Materials for Art Shop Attendants and Street Vendors. *Jurnal Pendidikan Bahasa Inggris Indonesia*, 4(1).
- Anggayana, I. W. A., Suparwa, I. N., Dhanawaty, N. M., & Budasi, I. G. (2021). Description of Phonology, Characteristics, and Determination of the Origin Language of Waisika. *e-Journal of Linguistics*, 15(1), 25-39.
- Anggayani, N. W., & Osin, R. F. (2018). Pengaruh Service Performance Terhadap Nilai Sekolah Kepuasan Dan Loyalitas Pelajar Pada Smk Pariwisata Triatma Jaya Tabanan. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 1(1), 28-35.
- Arismayanti, Ni Ketut, I Made Sendra, I Ketut Suwena, Made Budiarsa, I Made Bakta, dan I Gde Pitana. 2019. Tourism Villages' Development in Bali, Mass or Alternative Tourism. *Journal of Tourism and Hospitality Management*. Vol 7/2. pp 117-139. American Research Institute for Policy Development.
- Asriyani, R., Suryawati, D. A., & Anggayana, I. W. A. (2019). PENERAPAN TEKNIK ROLE PLAY DALAM MENINGKATKAN KOMPETENSI BERBICARA BAHASA INGGRIS SISWA KELAS SEBELAS TERHADAP KEANEKARAGAMAN PERSONALITY TYPES DI SMK

PARIWISATA TRIATMA JAYA BADUNG. LITERA: Jurnal Litera Bahasa Dan Sastra, 5(2).

Asriyani, R., Suryawati, D. A., & Anggayana, I. W. A. (2019, August). USING ROLE PLAY TECHNIQUES IN IMPROVING ENGLISH SPEAKING COMPETENCY ON THE PERSONALITY TYPES. In International Conference on Cultural Studies (Vol. 2, pp. 44-48).

Azwar, Saifuddin. (2004). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Chaer.

Bagus, I. G. (2015). Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Rajawali Press

Baiquni, M., Damanik, J., Rindrasih, E. (Eds.) (2014). *Ecotourism Destinations In Archipelago Countries*. Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.

Bansal. S.P. dan Kumar Jaswinder. (2011). *“Woman Empowerment and Self Sustainability Through Tourism: A Case Study of Self-Employed Woman in Handicraft Sector in Kullu Valley of Himachal Pradesh”*. Journal Himachal Pradesh University.

Budasi, I. G., & Anggayana, I. A. (2019). Developing English for Housekeeping Materials for Students of Sun Lingua College Singaraja-Bali. The Asian EFL Journal, 23(6.2), 164-179.

Budasi, I. G., Satyawati, M. S., & Anggayana, W. A. (2021). The status of Lexicon used in Tabuh Rah ritual in Menyali Village North Bali: An Ethnolinguistic study. Kasetsart Journal of Social Sciences, 42(4), 960-967.

Cooper, C. John Fletcher, David Gilbert and Stephen Wanhill. 1993. Tourism: Principles and Practice. London: Pitman Publishing.

Dewi, Ni Gusti Ayu Susrami dan Luh Gede Leli Kusuma Dewi. 2016. Paket Wisata Pedesaan “Become Pangsanian” di Desa Wisata Pangsang, Petang, Badung. Jurnal Analisis Pariwisata. Vol 16/1. pp 35-51. OJS Unud.

Istriyanti, N. L. A., & Simarmata, N. (2014). Hubungan Antara Regulasi Diri dan Perencanaan Karir pada Remaja Putri Bali. Jurnal Psikologi Udaya, 1(2), 301–310.

Joshi, Paresh. 2012. “A Stakeholder Networking for Sustainable Rural Tourism Development in Konkan Region of Maharashtra State (India)” Reseach Paper. Vol. 1, Issue. IX. Narayangaon: College of Agricultural Economics and Marketing

Lindawati, N. P., Asriyani, R., & Anggayana, I. W. A. (2018). KEMAMPUAN MENULIS KARANGAN DIALOG MELALUI MODEL PEMBELAJARAN KOOPERATIF TIPE THINK-PAIR-SHARE PADA

MAHASISWA JURUSAN TATA HIDANGAN DI AKADEMI
KOMUNITAS MANAJEMEN PERHOTELAN INDONESIA. SINTESA.

- Lindawati, N. P., Asriyani, R., & Anggayana, I. W. A. (2019). MODEL KOOPERATIF THINK-PAIR-SHARE DALAM MENINGKATKAN KEMAMPUAN MENULIS KARANGAN DIALOG BAHASA INGGRIS MAHASISWA AKADEMI KOMUNITAS MANAJEMEN PERHOTELAN INDONESIA. *LITERA: Jurnal Litera Bahasa Dan Sastra*, 4(1).
- Lumanauw, N. (2022). Potensi Kawasan Grembengan Menjadi Destinasi Wisata Edukasi Di Desa Bongan, Tabanan, Bali. *Jurnal Master Pariwisata*, Volume 8, Nomor 2, Januari 2022 <https://ojs.unud.ac.id/index.php/jumpa/article/view/82089>
- Osin, R. F., Kusuma, I. R. W., & Suryawati, D. A. (2019). STRATEGI PENGEMBANGAN OBJEK WISATA KAMPUNG TRADISIONAL BENA KABUPATEN NGADA-FLORES NUSA TENGGARA TIMUR (NTT). *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 14(1).
- Osin, R. F., Pibriari, N. P. W., & Anggayana, I. W. A. (2019, August). BALINESE WOMEN IN SPA TOURISM IN BADUNG REGENCY. In *International Conference on Cultural Studies* (Vol. 2, pp. 35-38).
- Osin, R. F., Pibriari, N. P. W., & Anggayana, I. W. A. (2020). MEMAKSIMALKAN PELAYANAN WISATA SPA DI KABUPATEN BADUNG DALAM USAHA YANG DIJALANKAN OLEH PEREMPUAN BALI. *Jurnal Ekonomi dan Pariwisata*, 15(1).
- Osin, R. F., Purwaningsih, N. K., & Anggayana, I. W. A. (2021). The Model of Development Tourism Village Through the Involvement of Millennial Generation in Bali. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 8(1), 300-306.
- Patriella, Yanita. 2019. 2019, Indonesia Ditargetkan Punya 2000 Desa Wisata. (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20190715/12/1124347/2019-indonesiaditargetkan-punya-2.000-desa-wisata>, diakses tanggal 22 Spetember 2019)
- Pendit, I Nyoman, S. (1999). *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Cetakan Keenam (Edisi Revisi). Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pendit. Nyoman.S. (2001). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta:Pradnya Paramita.
- Pramono Heru. (2012). *Diktat Kuliah Geografi Pariwisata*. Yogyakarta: UNY.

-
- Prasiasa, Putu Oka. (2011). *Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat*. Selemba Empat. Jakarta.
- Puspa, I.A. Tary. 2012. *Ardanaweswari dalam Hindu*. Hindu Raditya Magazine. Thursday 26 April 2012.
- Redianis, N. L., Putra, A. A. B. M. A., & Anggayana, I. W. A. (2019, August). EFFECT OF CULTURE ON BALINESE LANGUAGE USED BY EMPLOYEE HOTELS FOR FOREIGN TRAVELERS IN THE SOCIOLINGUISTIC PERSPECTIVE. In *International Conference on Cultural Studies* (Vol. 2, pp. 39-43).
- Salazar, Noel B. (2011). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*. Volume 20,2012- Issue 1: 20 th Anniversary Issue. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2011.596279>.
- Suarthana, J. H. P., Osin, R. F., & Anggayana, I. W. A. (2020). ANALISIS MENU SERTA KAITANNYA DENGAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA LOLOAN RESTAURANT KUTA-BALI. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 4(1), 12-18.
- Sudipa, I. N., Aryati, K. F., Susanta, I. P. A. E., & Anggayana, I. W. A. (2020). The development of syllabus and lesson plan based on English for occupational purposes. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*, 24(4), 290-300.
- Suryawati, D. A., & Osin, R. F. (2019). Analisis Menu untuk Menentukan Strategi Bauran Pemasaran pada Bunut Café di Hotel White Rose Legian Kuta. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 3(1), 29-35.
- Suryawati, D. A., Dewi, S. P. A. A. P., Osin, R. F., & Anggayana, I. W. A. (2022). THE ROLE OF WOMEN IN PROTECTING THE VILLAGE AND RURAL TOURISM IN TIMPAG VILLAGE. *Jurnal Manajemen Pelayanan Hotel*, 5(2), 74-79.
- Usman, Hakim, L., & Malik, I. (2012). *Strategi Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Agrowisata di Kabupaten Bantaeng*. Otoritas , 195
- Windu, Nuryanti. 1993. *Concept, Perspective and Challenges*, makalah bagian dari Laporan Konferensi Internasional mengenai PariwisataBudaya. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Hal.2-
- Yoeti, Oka, A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Pradya Pratama: Jakarta