

## Strategi Pengembangan Desa Wisata Mangrovesari Berbasis Masyarakat Menuju Mega Mangrove Center di Era Society 5.0

Hapsari Kharisma Maharani<sup>a</sup>, Allifia Dwina Oktabria<sup>b</sup>, Dian Maysaroh<sup>c</sup>

<sup>a,b,c</sup>Politeknik STIA LAN Bandung

e-mail : <sup>a</sup>Hapsari.maharania@gmail.com, <sup>b</sup>Allifiadwina26@gmail.com,

<sup>c</sup>dianmaysaroh05@gmail.com

### Abstrak

Perkembangan revolusi industri 4.0 yang pesat melahirkan tuntutan di berbagai sektor. Salah satunya pengembangan Desa Wisata Mangrove Pandansari, Kabupaten Brebes yang tengah menjadi salah satu program nasional bertajuk Mega Mangrove Centre. Program ini berpotensi meningkatkan taraf perekonomian dan sosial masyarakat Dukuh Pandansari apabila diimbangi dengan konsep Society 5.0 yang melibatkan proses digitalisasi di setiap kegiatan termasuk pengelolaan tata administrasi, promosi dan marketing produk unggulan yang diproduksi masyarakat. Akan tetapi berbagai permasalahan timbul di dalamnya seperti penurunan pengunjung dan rendahnya pengetahuan masyarakat terhadap teknologi dapat berimbas pada penurunan taraf sosial ekonomi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara secara mendalam untuk menggali informasi lebih luas, pengamatan, serta studi dokumentasi. Identifikasi analisis penelitian menggunakan aspek 4A (aksebilitas, atraksi, amenitas, dan kelembagaan) serta analisis SWOT guna mengenali dan mengembangkan potensi-potensi serta menguraikan strategi-strategi yang perlu diimplementasikan dalam mengembangkan sektor pariwisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan. Hasil riset menunjukkan jika Desa Pandansari memiliki potensi menjadi Mega Mangrove Center asalkan menetapkan strategi-strategi untuk mengembangkan peluang serta meminimalisir kelemahan. Dalam pengembangan SDM dapat dilakukan pelatihan berbasis digital, memperluas aktivitas pemasaran lewat platform digital sebagai bagian dari strategi promosi, menguatkan produk dengan memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat, dan meningkatkan fasilitas dan pelayanan untuk pengembangan daya tarik wisata.

Kata kunci : mega mangrove centre, desa wisata berbasis masyarakat, society 5.0

## *Community-Based Tourism Village Development Strategy of Mangrovesari towards Mega Mangrove Center in the Community Era 5.0*

### Abstract

The rapid growth of industrial revolution 4.0 brings demands in various sectors of life. Likewise with the tourism sector, one of which is the development of the Pandansari Mangrove Tourism Village, Brebes into one of the national Mega Mangrove Center programs. By hight participation of community, this program has potentioin to increase the economic and social level of Pandansari Village community if it is combined with the Society 5.0 concept that involves the digitization process in every activity carried out, including administrative management, promotion, and marketing of superior products by the community. Nevertheless various problems arise in it, such as a decrease in visitors and the low level of community knowledge about technology which can have an impact on decreasing the socio-economic level in it. This research identification analysis uses 4A aspects (accessibility, attractions, amenities, and ancillary) and SWOT analysis to identify and develop its potential to describe what strategies need to be applied in developing a sustainable community-based tourism sector.

**Keywords:** mega mangrove centre, community-based tourism village, society 5.0

## A. PENDAHULUAN

Perkembangan revolusi industri 4.0 yang mendigitalisasi semua proses melahirkan berbagai tuntutan yang akan mengubah semua aktivitas manusia untuk berpaling pada kecanggihan teknologi. Jika perkembangan tersebut tidak mampu dikendalikan maka berakibat pada tuntutan manusia untuk bertransformasi dan harus beradaptasi pada kecanggihan teknologi yang mampu menimbulkan degradasi moral. Maka dari itu pemerintah Jepang 2019 mencetuskan konsep *society* 5.0 yang menjadi solusi untuk menyelesaikan atau menghadapi berbagai tantangan dan permasalahan sosial dengan memanfaatkan berbagai inovasi yang lahir di era revolusi industri 4.0.

Kabupaten Brebes merupakan salah satu daerah di utara Jawa Tengah yang berbatasan dengan Jawa Barat. Daerah ini memiliki potensi sebagai destinasi wisata melalui keputusan Bupati Brebes tentang daftar daya tarik wisata dan budaya religi terdapat 51 lokasi yang dapat mengundang wisatawan. Salah satunya adalah wisata alam Hutan Mangrove yang terletak di Dukuh Pandansari, Desa Kaliwlingi. Pengelolannya dilakukan secara optimal menggunakan semua sumber daya yang berdasarkan pada pendekatan pariwisata berbasis masyarakat atau *community-based tourism* (CBT) serta melibatkan para pemuda Karang Taruna atau komunitas di setiap dusun dalam pengembangan pariwisata.

Hasil penelitian Syahrul Akbar, dkk (2021) yang berjudul Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Mangrove Sari, Kabupaten Brebes mengemukakan bahwa pariwisata berbasis masyarakat atau *community-based tourism* (CBT) merupakan alat pembangunan kapasitas masyarakat yang memperkuat kemampuan masyarakat desa dalam mengelola sumberdaya pariwisata dengan memastikan keterlibatan masyarakat. Karakteristik konsep CBT meliputi 1) masyarakat lokal sebagai pemilik dan pengelola sumber daya pariwisata, 2) masyarakat lokal berperan sebagai penyedia jasa dan supplier, 3) melakukan penafsiran terhadap komunikasi budaya dan lingkungan lokal. Kemudian tahapan pengembangan

pariwisata berbasis masyarakat meliputi kebijakan, organisasi eksternal dan persepsi wisatawan, sedangkan keberhasilan pengembangan CBT ditentukan oleh perencanaan, kemitraan, kapasitas masyarakat dalam mensosialisasikan produk wisata dan pendanaan.

Pendapat yang sama dikemukakan oleh Russel, P. (2018), *Community Based Tourism* (CBT) merupakan suatu konsep yang memperhatikan adanya keberlanjutan ekonomi, memperhatikan masyarakat disekitarnya dan terus tetap menjaga keutuhan budaya agar tidak dapat berubah maupun bercampur dengan budaya yang lainnya. Oleh karenanya *Community Based Tourism* (CBT) harus memenuhi kriteria dalam memberikan keuntungan ekonomi kepada masyarakat setempat, mendapatkan dorongan dan pelibatan masyarakat setempat dan tetap harus menjaga kemurnian budaya dan keutuhan lingkungan. Kemudian Cooper dkk dalam Sunaryo (2013:159) mengemukakan bahwa model pengembangan destinasi pariwisata mencakup beberapa komponen utama, seperti: daya tarik atraksi, aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan.

Pengembangan pariwisata Desa Mangrove Sari berorientasi pada hasil dari penanggulangan atau upaya bersama masyarakat Dusun Pandansari selama 10 tahun untuk keluar dari bencana abrasi yang menimpa wilayahnya. Pemasalahan timbul dari data kunjungan ke Desa Wisata Mangrove Sari yang sudah beroperasi pada tahun 2016 menunjukkan grafik yang menurun. Tercatat pada tahun 2017 jumlah kunjungan wisatawan sebanyak 209.073 kunjungan, kemudian menurun ke 198.735 selama tahun 2018. Pada tahun 2019 juga mengalami penurunan 132.306 kunjungan wisatawan dan titik terendah ada pada tahun 2020 hanya mampu menarik kunjungan sebanyak 52.784 wisatawan. Hal tersebut terjadi karena adanya kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) sehingga Pemerintah Provinsi Jawa Tengah hanya membatasi jumlah pengunjung sebanyak 30%. Permasalahan lainnya adalah kurangnya pengetahuan

masyarakat terhadap teknologi dalam mengembangkan desa wisata untuk menarik jangkauan wisatawan secara lebih luas. Oleh karena itu kami selaku peneliti berupaya untuk menyelesaikan masalah tersebut melalui pendekatan pariwisata berbasis masyarakat dalam menuju Mega Mangrove Center di era *society* 5.0.

## B. PEMBAHASAN

### Identifikasi Potensi Mangrove Pandansari sebagai Desa Wisata

Dukuh pandansari di desa Kaliwlingi, Brebes memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan menjadi Desa Wisata Mega Mangrove Centre (MMC) bertaraf nasional yang di perkasai oleh Kementerian Koordinator Kemaritiman dan Investasi guna pengembangan mangrove. Hal ini sesuai dengan kajian terhadap aspek 4A, yaitu aksesibilitas (*accessibility*), atraksi (*attraction*), amenitas (*amenity*), dan kelembagaan (*ancillary*).

Aspek yang pertama ialah aksesibilitas (*accessibility*) yang dimiliki Dukuh Pandansari, Desa Kaliwlingi sudah terbilang baik. Lokasi Desa Wisata Mangrove Pandansari tergolong strategis dengan jarak tempuh sekitar 11 KM dari ruas jalan pantura. Infrastruktur jalan dan lampu penerangan yang tersedia juga sudah sangat baik dan dapat dilalui oleh kendaraan roda empat. Namun, akses internet dan teknologi informasi yang tersedia kurang optimal baik bagi warga dan wisatawan yang datang.

Aspek kedua ialah terkait atraksi (*attraction*) yang di miliki. Dukuh Pandansari yang dikelola masyarakat desa secara swadaya dan tradisional menawarkan aktivitas wisata yang bervariasi mulai dari tracking hutan mangrove, taman kupu-kupu, taman burung, konservasi kepiting soka, spot foto, berlayar menggunakan kapal kecil, batik mangrove, garam rebus dan festival kesenian daerah. Dengan komitmen pengelolaan dan perawatan yang dilakukan sepenuhnya oleh masyarakat, terbukti mampu memenuhi 7 Sapta Pesona Pembangunannya, yakni keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahtamahan dan kenangan (7K).

Ketiga, dari aspek amenitas (*amenity*) dapat dikatakan sudah memenuhi kriteria sarana dan prasarana yang dibutuhkan wisatawan. Hal yang di sebutkan ialah; ketersediaan toilet dan sumber air bersih, system telekomunikasi dan sumber daya listrik, mushola, gazebo, area parkir, perlengkapan keselamatan air, tempat isi bahan bakar dan rumah makan yang tersebar di destinasi wisata tersebut.

Aspek kelembagaan (*ancillary*) menjurus pada komunikasi dan aksi antara stakeholder ABCGM (*Academician, Business, Community, Government, dan Media*). Dengan keinginan kuat masyarakat untuk mempertahankan desanya membawa mereka untuk bersama-sama menanam pohon mangrove secara masiv dan melakukan seruan untuk mengajak para nelayan agar tidak lagi menjual kayu mangrove di pantai. Tersedia system kelembagaan masyarakat secara swadaya seperti; Kelompok Masyarakat Pelestari Hutan Pesisir (KMPMP) Pandansari, Kelompok Masyarakat Pengawas Satuan Tugas Jaga Segara (Pokmaswasatgasgara) dan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Selain itu, dukungan datang dari beberapa NGO dan para akademisi yang bergerak di bidang pelestarian lingkungan. Pemerintah daerah juga melakukan intervensi secara berkelanjutan dalam ranah kebijakan dan pembangunan wilayah yang membawa sector mangrove ini menjadi sebuah desa wisata berbasis masyarakat yang mampu mendongkrak sosial-ekonomi didalamnya. Sayangnya dalam hal ini, peran media belum menyentuh dikarenakan kurangnya informasi yang disajikan.

### Analisis SWOT dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Menuju Mega Mangrove Center di Era *Society* 5.0

Dalam mengembangkan Desa Wisata berbasis masyarakat menuju Mega Mangrove Center di Era *Society* 5.0 diperlukan perumusan startegi pengembangannya. Berdasarkan hasil temuan faktor internal (kekuatan dan kelemahan) beserta faktor eksternal (peluang dan ancaman) maka dengan analisis SWOT ditemukan strategi pengembangan Desa Wisata menuju Mega Mangrove Center seperti dijelaskan pada Tabel 1.

**Tabel 1**  
**Analisis SWOT Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Menuju Mega Mangrove Center di Era Society 5.0**

	<b>Kekuatan (Strength)</b>	<b>Kelemahan (Weakness)</b>
<b>Faktor Internal</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>Desa Wisata Pandansari terletak strategis (di Jawa Tengah)</li> <li>Semangat gotong royong masyarakat sangat tinggi</li> <li>Dukungan penuh oleh Masyarakat lokal, Pemerintah dan NGO</li> <li>Festival khusus yang bertema kebudayaan di bulan-bulan tertentu untuk menarik wisatawan</li> <li>Spesies Mangrove yang beragam</li> <li>Keselarasan antara konservasi lingkungan dengan kegiatan ekonomi dan pariwisata</li> <li>Aktifitas kreatif dan ekonomi masyarakat sekitar dalam mendukung perwujudan desa wisata</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>SDM Masyarakat masih kurang</li> <li>Promosi belum optimal</li> <li>Belum tersedia pusat oleh-oleh</li> <li>Fasilitas untuk wisatawan asing kurang memadai</li> <li>Belum tersedia penandaan jalur evakuasi</li> <li>Belum tersedia web pribadi mengenai informasi dan paket wisata</li> <li>Arsip dan Data Base belum tertata</li> <li>Belum tersedia ukuran target yang akan dicapai</li> </ol>
<b>Faktor Eksternal</b>		
<b>Peluang (Opportunities)</b>	<b>Strategi SO</b>	<b>Strategi WO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>Kebijakan pemerintah Kabupaten Brebes terhadap pengembangan Desa Wisata Pandansari menuju Mega Mangrove Center</li> <li>Kebijakan pemerintah pusat untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan di pariwisata nasional</li> <li>Belum ada Wadah Pusat edukasi Mangrove di sepanjang pantura</li> <li>Ide menyatukan lingkungan, ekonomi, pariwisata dan pendidikan</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan kerjasama dengan stakeholder pariwisata untuk membangun jejaring pemasaran</li> <li>Memperluas aktifitas pemasaran melalui platform digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan pelatihan kepada masyarakat desa mengenai pariwisata dan kewirausahaan secara rutin</li> <li>Memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa sekitar</li> <li>Membangun tatakelola administrasi</li> <li>Melakukan pembenahan fasilitas di tempat tracking wisata Mangrove</li> </ul>

5. Penyerapan tenaga kerja masyarakat sekitar

Ancaman (Threats)	Strategi ST	Strategi WT
1. Kecemburuan sosial di masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan fasilitas, pelayanan dan kualitas yang sudah ada sebelumnya</li> <li>Melakukan pelatihan kepada masyarakat mengenai pariwisata yang sudah berbasis digital</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai era digital</li> <li>Meningkatkan kompetensi SDM pada bidang kepariwisataan.</li> </ul>
2. Pandemi Covid-19		
3. Tuntutan digitalisasi agar tidak ketinggalan zaman		
4. SDM Masyarakat yang masih sulit untuk mengikuti perkembangan zaman		
5. Meningkatnya persaingan SDM di bidang Pariwisata		

#### Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat Menuju Mega Mangrove Center di Era Society 5.0

Berdasarkan analisis SWOT yang disajikan dalam Tabel diatas, maka dapat disusun beberapa strategi, yaitu:

1. Strategi *Strength Opportunities* (SO), untuk meraih peluang-peluang dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki melalui:
  - a) Melakukan kerjasama dengan stakeholder pariwisata untuk membangun jejaring pemasaran;
  - b) Memperluas aktifitas pemasaran melalui platform digital
2. Strategi *Strength Threats* (ST), untuk menanggapi ancaman-ancaman dengan memanfaatkan kekuatan yang ada, melalui:
  - a) Meningkatkan fasilitas, pelayanan dan kualitas yang sudah ada sebelumnya
  - b) Melakukan pelatihan kepada masyarakat mengenai pariwisata yang sudah berbasis digital
3. Strategi *Weakness Opportunity* (WO), untuk meminimalisir kelemahan-kelemahan yang ada dengan memanfaatkan peluang, melalui:
  - a) Melakukan pelatihan kepada masyarakat desa mengenai pariwisata dan kewirausahaan secara rutin

- b) Memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa sekitar
- c) Membangun tatakelola administrasi
- d) Melakukan pembenahan fasilitas di tempat tracking wisata Mangrove
4. Strategi *Weakness Threats* (WT), untuk meminimalisir kelemahan dengan menghindari ancaman yang dihadapi, melalui:
  - a) Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai era digital
  - b) Meningkatkan kompetensi SDM pada bidang kepariwisataan.

#### C. PENUTUP DAN REKOMENDASI

Berdasarkan uraian di atas, Desa Wisata Mangrove Pandansari memiliki potensi besar untuk di kembangkan menjadi *Mega Mangrove Center* (MMC) berdasarkan aspek 4A yaitu aksesibilitas (accessibility), atraksi (attraction), amenitas (amenity), dan kelembagaan (ancillary). Meskipun demikian, di tengah perkembangan teknologi yang kian pesat tampaknya masyarakat Dukuh Pandansari kurang memahami penggunaan teknologi dalam mengembangkan desa wisata yang dikelolanya..

Strategi pengembangan Desa Wisata Mangrove Pandansari di lakukan menggunakan analisis SWOT. Dalam strategi pengembangan kelembagaan dan SDM; melakukan pelatihan kepada masyarakat mengenai pariwisata yang sudah berbasis digital, meningkatkan kompetensi SDM pada bidang kepariwisataan, dan membangun tatakelola administrasi. Strategi

promosi; melakukan kerjasama dengan stakeholder pariwisata untuk membangun jejaring pemasaran, dan memperluas aktifitas pemasaran melalui platform digital. strategi penguatan produk unggulan; melakukan pelatihan kepada masyarakat desa mengenai pariwisata dan kewirausahaan secara rutin, dan memperkuat jiwa kewirausahaan masyarakat desa sekitar. Strategi pengembangan daya tarik wisata berkelanjutan; meningkatkan fasilitas, pelayanan dan kualitas yang sudah ada sebelumnya, melakukan pembenahan fasilitas di tempat tracking wisata Mangrove.

#### REFERENSI

- Akbar, Syahrul, dkk. 2021. *Implementasi Pariwisata Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Mangrove Sari, Kabupaten Brebes*. Jurnal Binawakya
- Hermawati, Prihutami Rista. 2020. *Komponen Kepariwisataaan dan Pengembangan Community Based Tourism di Desa Wisata Panusupan, Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga*. Jurnal Hermeneutika.
- Nisa, Kanita Khoirun. 2019. *Pengembangan Berbasis Masyarakat di Desa Wisata Panusupan, Kecamatan Rembang, Kabupaten Purbalingga*. Hermeneutika
- Prabawati, Nisita. 2018. *Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Wilayah Pesisir Berbasis Ekowisata Bahari di Desa Kaliwlingi, Kecamatan Brebes, Kabupaten Brebes, Jawa Tengah*. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *Analisis SWOT Teknik – Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sahawi, M. El. 2015. *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata dan Dampaknya Terhadap Peningkatan Ekonomi Masyarakat*. Skripsi. Bogor: Institut Pertanian Bogor