

STRATEGI PENGEMBANGAN MASYARAKAT DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA KAMPUNG PATIN KABUPATEN KAMPAR

Hanna Fadiya¹⁾ Adianto²⁾

^{1,2}Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Riau, Pekanbaru

Corresponding Author: hanna.fadiya1678@student.unri.ac.id

ABSTRACT

This research mean to know: (1) the strategy for developing the Patin Village Tourism Village (2) the driving and inhibiting factors in the development of the Patin Village Tourism Village. This study uses the theory of Tourism Village Development Strategy by Arief Yahya (2019), this theory describes a tourism village development strategy through 3 things, namely 3A (Attractions, Accessibility and Amenities), SMI (HR, Community and Industry), BAS (Branding, Advertising and Selling) which is applied in the strategy of developing the village tourism village of Patin in Koto Mesjid, Kampar Regency. This study uses a qualitative method with a case study approach.. Informants were taken using purposive sampling. Data collection is done by observation, interviews, documentation. Data analysis used qualitative data analysis. The results of this study indicate that the village of Koto Mesjid held several programs with the formation of Pokdarwis for creative economy training and culinary presentation. The management program in facilitating tourists also synergizes by providing good facilities and accommodation such as transportation, homestay, souvenirs and processed food from catfish. In addition, in providing attractiveness, holding advertisements in the form of banners, banners and social media. The driving factors are the presence of adequate natural resources, good relations are established between the government and the local community as well as the establishment of significant cooperation between the village government and the tourism office, then the inhibiting factor in the successful development of the Kampung Patin Tourism Village strategy is the emergence of community elements who destroying tourist facilities, tourists who are not friendly to the environment and the emergence of several illegal levies in the use of tourist objects in the Koto Mesjid Village.

Key word: Development, Community, Tourist Village, Strategy

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mengetahui : (1) Strategi pengembangan Desa Wisata Kampung Patin (2) Faktor pendorong dan penghambat dalam pengembangan Desa Wisata Kampung Patin. Penelitian ini menggunakan teori Strategi Pengembangan Desa Wisata oleh Arief Yahya (2019), teori ini menjabarkan strategi pengembangan desa wisata melalui 3 hal yaitu 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amensitas), SMI (SDM, Masyarakat dan Industri), BAS (*Branding, Advertising and Selling*) yang diterapkan dalam strategi pengembangan desa wisata kampung patin di Koto Mesjid Kabupaten Kampar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis data kualitatif. Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa desa Koto Mesjid mengadakan beberapa program dengan pembentukan Pokdarwis pelatihan ekonomi kreatif dan penyajian kuliner. Program pengelolaan dalam memfasilitasi wisatawan juga bersinergi dengan menyediakan fasilitas dan akomodasi yang baik seperti, tranportasi, homestay, souvenir dan olahan makanan dari ikan patin. Selain itu dalam memberikan daya tarik mengadakan pengiklanan berupa spanduk, banner dan sosial media. Adapun faktor pendorongnya berupa terdapatnya sumber daya alam yang memadai, terjalin hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat setempat serta terjalinnya kerjasama yang signifikan antara pemerintahan desa dengan dinas pariwisata, kemudian adapun faktor penghambat dalam sukses strategi pengembangan Desa Wisata Kampung Patin adalah berupa munculnya para oknum masyarakat yang merusak fasilitas wisata, wisatawan yang tidak ramah dengan lingkungan dan munculnya beberapa pungutan liar dalam pemanfaatan objek wisata di Desa Koto Mesjid.

Kata kunci: Pengembangan, Masyarakat, Desa Wisata, Strategi.

PENDAHULUAN

Kabupaten Kampar adalah salah satu kabupaten yang berada di provinsi Riau, Indonesia. Di samping julukan sebagai Bumi Sarimadu, kabupaten Kampar yang beribukota di Bangkinang ini juga dikenal dengan julukan Serambi Mekkah di provinsi Riau. Kampar merupakan salah satu kabupaten yang ada di Propinsi Riau, yang memiliki keindahan alam yang dijadikan sebagai destinasi pariwisata, dan yang cukup terkenal didaerah ini adalah keindahan Waduk PLTA Koto Panjang dan Candi Muara Takus, Danau Rusa, Air Terjun Gulamo, Puncak Kompe dan lain sebagainya yang saat ini banyak diminati pengunjung, baik domestic, maupun manca Negara.

Potensi alam dan wisata yang menarik untuk dikunjungi, menunjukkan bahwa potensi objek wisata itu perlu dikaji untuk mengembangkan potensi objek wisata tersebut dan efeknya untuk meningkatkan ekonomi masyarakat serta meningkatkan pendapatan daerah, salah satu objek wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan yang salah satunya adalah Desa Wisata kampung Patin yang terletak di Desa Koto Masjid Kecamatan XIII Koto, Kampar, Propinsi Riau. Yang berjarak dari kota Pekanbaru 135 kilometer atau sekitar 2 jam perjalanan darat dan hanya berjarak 20 Kilometer dari jalan lintas Riau-Sumatera Barat.

Salah satu strategi yang tumbuh subur yaitu strategi pengembangan desa wisata melalui pemberdayaan masyarakat. Salah satu misi pemerintah pada saat ini yaitu untuk membangun daerah pedesaan yang dapat dicapai melalui sebuah pemberdayaan masyarakat dengan tujuan untuk meningkatkan produktivitas dan keanekaragaman usaha yang ada, terpenuhinya sarana dan fasilitas untuk mendukung peningkatan ekonomi desa, membangun dan memperkuat institusi yang mendukung rantai produksi dan pemasaran, serta mengoptimalkan sumber daya manusia sebagai dasar pertumbuhan ekonomi desa

Dasar hukum pengembangan pariwisata yang sesuai dengan prinsip pengembangan adalah peraturan daerah provinsi riau Nomor 7 Tahun 2016 tentang pengembangan kepariwisataan dan tujuan wisata. Pengembangan pariwisata pada dasarnya suatu aktivitas untuk segala potensi pariwisata yang berasal dari sumber daya alam, manusia, ataupun buatan yang semuanya berpengaruh satu sama lainnya. tujuan utama alam pengembangan pariwisata yang melibatkan peran masyarakat secara aktif adalah untuk memperdayakan masyarakat, memperbaiki ekonomi masyarakat dan meningkatkan pendapatan daerah setempat, karena secara teoritis semakin berperan aktif masyarakat dalam aktivitas pariwisata maka kesempatan kerja masyarakat juga semakin terbuka sehingga pendapatan masyarakat semakin meningkat. Selain memiliki potensi perikanan darat, Koto Masjid juga memiliki potensi dibidang pariwisata,

keindahan alam yang melimpah. Beberapa kelompok sadar wisata diantaranya adalah Kelompok Sadar Wisata :

1. Puncak Kompe
2. Sungai Gagak
3. Goa Rambut Emas.

Objek wisata yang baru dibuka untuk umum pada tahun 2017 ini murni merupakan inisiatif masyarakat setempat untuk menciptakan objek wisata baru setelah melihat potensi yang ada disekitar lokasi.

Kawasan yang awalnya perkebunan karet yang dipenuhi semak belukar, oleh masyarakat yang tergabung dalam kelompok sadar wisata dibersihkan secara bergotong royong, ditata sedemikian rupa dengan menambahkan spot-spot cantik dan berbagai fasilitas pendukung untuk memberi kenyamanan kepada pengunjung yang datang. Untuk menuju ke lokasi wisata, pengunjung yang berangkat dari Kota Pekanbaru harus menempuh perjalanan sejauh kurang lebih 82 km yang dapat ditempuh dengan menggunakan kendaraan bermotor sekitar 2 jam. Rute yang ditempuh adalah melewati Jalan Lintas Riau – Sumatera Barat hingga tiba di Kecamatan XIII Koto Kampar yang menjadi bagian dari Kabupaten Kampar. Menariknya, belum lama ini, Desa Koto Masjid berhasil meraih penghargaan sebagai Desa Wisata Terbaik dalam acara Apresiasi Perguruan Tinggi Terbaik dalam pendampingan Desa Wisata 2020.

Namun dibalik sisi positif tersebut, ada beberapa masalah dalam pengembangan desa wisata kampung patin tersebut, seperti adanya program kerja yang belum terlaksana yang sesuai dengan Laporan Rencana Strategi Organisasi Perangkat Desa Tahun 2020. Maka berdasarkan fenomena dan hambatan yang telah dikemukakan dan dipaparkan di atas, penulis tertarik untuk lebih fokus mengkaji mengenai “Strategi Pengembangan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar”.

Strategi Pengembangan Desa Wisata

Strategi Pengembangan Desa Wisata dapat dilihat dari berbagai aspek, salah satu diantaranya adalah sebagai berikut:

1. 3A (Atraksi, Aksesibilitas dan Amensitas)
 - a. Atraksi. Yang biasa disebut dengan Daya Tarik merupakan aset-aset yang dapat menarik wisatawan domestik maupun Internasional. Daya Tarik yang dapat memberikan motivasi awal bagi wisatawan untuk dapat mengunjungi sebuah destinasi. Daya Tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori yaitu: Alam (Nature), Budaya (Culture) dan Buatan Manusia (Built).

- b. Aksesibilitas. Desa wisata mesti dapat dijangkau, tersedianya sarana, prasarana dan juga sistem transportasi yang memudahkan para wisatawan dari maupun menuju ke destinasi desa wisata.
 - c. Amensitas. Merupakan kelengkapan sarana, prasarana, peralatan amensitas yang mendukung aktivitas dan layanan para wisatawan tersebut. Yang meliputi infrastruktur dasar seperti layanan umum, transportasi publik dan jalan, dan layanan langsung bagi wisatawan seperti informasi, pemandu wisata, operator wisata, rekreasi, fasilitas belanja dan katering (jasa boga) .
2. SMI (SDM, Masyarakat dan Industri)
- a. SDM. Sumber Daya Manusia bekerja dan terlibat langsung dalam pengembangan desa wisata yang menyediakan barang dan jasa bagi para wisatawan atau penyelenggara pariwisata. Pariwisata yang merupakan bersifat padat karya, dan tenaga kerja sektor pariwisata yang terlatih sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.
 - b. Masyarakat. Di dalam maupun di sekitar desa wisata terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Terlibat aktif bersama pemangku kepentingan pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata.
 - c. Industri. Terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang dan jasa bagi para wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Desa wisata industri diharapkan dikelola langsung oleh masyarakat, yang diantaranya penyedia perjalanan wisata, Penyedia jasa transportasi wisata, penyedia usaha rumah makan, Pemandu dan lain-lain.
3. BAS (*Branding, Advertising and Selling*)
- a. Branding. Merupakan Pembuatan slogan atau tagline desa wisata sesuai dengan karakteristik dan konsep desa wisata yang ingin dibentuk sebagai ciri khas desa wisata yang dapat memudahkan untuk diingat oleh para wisatawan.
 - b. Advertising. Merupakan promosi desa wisata kepada wisatawan, baik menggunakan media cetak maupun online untuk dapat menarik wisatawan agar berkunjung ke desa wisata.
 - c. Selling (Misi Penjualan). Dilakukan dengan mengikuti even seperti bazar, travel fair, pameran dengan menawarkan atraksi dan produk wisata yang ada di desa wisata.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk mengungkapkan informasi yang telah didapat dan diproses dengan makna mendiskripsikan suatu masalah. Sugiyono, penelitian yang dilakukan bersifat deskriptif yaitu untuk mengetahui atau menggambarkan kenyataan dari kejadian yang diteliti atau penelitian yang dilakukan terhadap variable mandiri atau tunggal, yaitu tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain. Sehingga untuk memudahkan penulis dalam meneliti tentang strategi pemerintah dalam pengembangan wisata kampung patin. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan metode wawancara, observasi dan dokumentasi. Setelah data terkumpulkan melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi Analisis data pada penelitian ini yaitu analisis data dengan pendekatan linear dan hierarki mengenai analisis data dalam penelitian kualitatif, sumber data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini berdasarkan atas hasil wawancara dengan informan yang telah dipilih yaitu: Dinas Pariwisata Kasih Hubungan Kelembagaan dan Pengembangan, Kepala Desa, Direktur Bumdes, Sekretaris Pokdarwis, Masyarakat Desa Koto Mesjid, Pengunjung (Masyarakat Wisatawan). Observasi yang dilakukan ialah mengamati pengunjung desa wisata kampung patin. Dokumentasi yang digunakan oleh peneliti ialah berita-berita yang menjelaskan tentang desa wisata patin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Strategi Pengembangan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar

Penelitian ini mengkaji tentang Strategi Pengembangan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar, penelitian ini menggunakan teori oleh Arief Yahya (2019). Dimana teori ini menjabarkan strategi pengembangan desa wisata melalui 3 hal yaitu:

1. Atraksi, Aksesibilitas dan Amensitas (3A)
2. SDM, Masyarakat dan Industri (SMI)
3. Branding, Advertising dan Selling (BAS)

Atraksi, Aksesibilitas dan Amensitas (3A)

1. Atraksi

Atraksi yang biasa disebut dengan Daya Tarik merupakan aset-aset yang dapat menarik wisatawan domestik maupun Internasional. Daya Tarik yang dapat memberikan motivasi awal bagi wisatawan untuk dapat mengunjungi sebuah destinasi. Daya Tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori yaitu: Alam (Nature), Budaya (Culture) dan Buatan Manusia (Built).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan Atraksi wisata kampung patin adalah beberapa hasil karya masyarakat yang dipersembahkan sebagai bagian untuk menarik minat para wisatawan dan memiliki tujuan demi memberikan kesan kesenangan karena masih berisi hiburan. Ketika ada obyek wisata alam (baik pantai, gunung, ngarai, dan lain-lain) yang memang merupakan karunia Tuhan, maka atraksi wisata merupakan obyek yang lebih cenderung menggali pada kemampuan manusia, yaitu dengan memberdayakan diri pada kreasi dan inovasi budaya setempat. Walaupun begitu, kenyataannya keberadaan “atraksi wisata” ini tidak bisa dilepaskan dari faktor alam dan juga faktor kebudayaan setempat, dimana keberadaannya dituntut mampu memberikan kesan mendalam bagi para wisatawan. Jika dilihat dari arti katan, “atraksi” adalah sesuatu yang menarik perhatian atau daya tarik. Atraksi juga memiliki arti pertunjukan atau tontonan. Sedangkan atraksi wisata adalah seni, budaya, warisan sejarah, tradisi, kekayaan alam, atau hiburan, yang merupakan daya tarik wisatawan di daerah tujuan wisata.

2. Aksesibilitas

Aksesibilitas Desa Koto Mesjid merupakan Desa wisata mesti dapat dijangkau, tersedianya sarana, prasarana dan juga sistem transportasi yang memudahkan para wisatawan dari maupun menuju ke destinasi desa wisata, daya hubung antar zona yang mewujudkan berupa jalan raya dan jaringan angkutan.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan menunjukkan bahwa Desa Koto Mesjid memiliki kesadaran yang tinggi dalam menjaga dan melestarikan potensi desa yang ada, ketersediaan sarana dan prasarana yang cukup memuaskan seperti, kondisi jalan yang bagus dan ketersediaan moda angkutan untuk menuju kawasan wisata tersebut. Peningkatan aksesibilitas berarti mempersingkat waktu dan biaya perjalanan.

3. Amensitas

Amensitas merupakan kelengkapan sarana, prasarana, peralatan amensitas yang mendukung aktivitas dan layanan para wisatawan tersebut. Yang meliputi infrastruktur dasar seperti layanan umum, transportasi publik dan jalan, dan layanan langsung bagi wisatawan seperti informasi, pemandu wisata, operator wisata, rekreasi, fasilitas belanja dan katering (jasa boga) .

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dalam upaya amensitas Desa Koto Mesjid Memiliki Sarana dan Prasarana yang cukup memuaskan, yaitu sebagai berikut:

- a. Mensinergikan kepada para wisatawan yang berkunjung ke Desa Kampung Patin dengan memfasilitasi dan melayaninya dengan baik.
- b. Mengoptimalkan transportasi akomodasi dan makanan tradisional setempat sebagai langkah promosi wisata.
- c. Mengadakan Homestay untuk pelayanan yang lebih optimal.

SDM, Masyarakat, Industri (SMI)

1. SDM

Sumber Daya Manusia bekerja dan terlibat langsung dalam pengembangan desa wisata yang menyediakan barang dan jasa bagi para wisatawan atau penyelenggara pariwisata. Pariwisata yang meupakan bersifat padat karya, dan tenaga kerja sektor pariwisata yang terlatih sesuai dengan kapasitas yang diharapkan.

Bedasarkan hasil wawancara, Potensi Sumber Daya di Desa Wisata Kampung Patin cukup banyak sekali. Dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, pembahasan tentang SDM (Sumber Daya Manusia) yang dibutuhkan dalam pelayanan kegiatan kepariwisataan yang benar dan efektif seringkali mendapat perhatian yang rendah. Dalam beberapa kasus, bahkan sama sekali diabaikan. Hal tersebut mengakibatkan timbulnya permasalahan serius dalam industri kepariwisataan, dan memungkinkan terhalangnya partisipasi masyarakat setempat dalam kegiatan ekonomi yang dikembangkan dari pengembangan kepariwisataan. Untuk memperoleh gambaran yang lebih jelas mengenai peran dan kondisi SDM dalam industri pariwisata, maka pada pembahasan ini akan mengidentifikasi dan merumuskan pengertian SDM pariwisata, jenis dan klasifikasinya, peranannya terhadap perkembangan industri pariwisata, posisi daya saing dan kebutuhan di masa yang akan datang.

2. Masyarakat

Masyarakat di dalam maupun di sekitar desa wisata terlibat dan mendukung penyelenggaraan pariwisata. Terlibat aktif bersama pemangku kepentingan pemerintah pusat, daerah dan pelaku usaha pariwisata. Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin membutuhkan keterlibatan masyarakat sebagai pelaku utama dari adanya kegiatan pariwisata di Desa Wisata. Karena dalam pengembangan desa wisata, masyarakat sebagai subjek dan objek pembangunan desa wisata.

Oleh karena itu partisipasi masyarakat harus ada dalam semua proses pengembangan desa wisata.

Berdasarkan keterangan para informan dalam aspek masyarakat yang menjadi poin penting dalam strategi pengembangan Desa Wisata Kampung Patin terdapat beberapa hal yang bisa disimpulkan yaitu:

- a. Pelaku wisata dari masyarakat itu sudah mencapai garis 360 wisatawan yang datang kesini setiap bulan.
- b. Yaitu munculnya beberapa kelompok masyarakat penggiat dan pelaku ekonomi kreatif dengan membuat beberapa usaha dalam paraf meningkatkan ekonomi masyarakat itu sendiri.
- c. Dari pemanfaatan keadaan dan juga potensi yang ada maka hampir disetiap rumah di Desa Koto Mesjid memiliki kolam ikan patin.
- d. Masyarakat juga mengadakan kreatif seperti souvenir dan usaha-usaha olahan makanan dari ikan patin yang berada di Desa ini.

3. Industri

Terkait dengan fasilitas pariwisata yang menyediakan barang dan jasa bagi para wisatawan dan penyelenggara pariwisata. Desa wisata industri diharapkan dikelola langsung oleh masyarakat, yang diantaranya penyedia perjalanan wisata, Penyedia jasa transportasi wisata, penyedia usaha rumah makan, Pemandu dan lain-lain.

Branding, Advertising and Selling (BAS)

1.Branding

Merupakan Pembuatan slogan atau tagline desa wisata sesuai dengan karakteristik dan konsep desa wisata yang ingin dibentuk sebagai ciri khas desa wisata yang dapat memudahkan untuk diingat oleh para wisatawan. Sebagai sektor penggerak perekonomian, Desa Wisata Kampung Patin menyumbang kontribusi yang sangat besar. Geliat pariwisata dan penggerak jutaan orang dalam perjalanan wisata secara tidak langsung juga menuntut pemerintah bersama pengelolaan destinasi wisata untuk terus konsisten meningkatkan kualitas pariwisatanya, baik dari sisi destinasi, industri, kelembagaan, maupun pemasaran.

Dari hasil wawancara dari pernyataan-pertanyaan yang dipaparkan oleh para informan diatas menunjukkan bahwa Desa Koto Mesjid dalam rangka strategi pengembangan potensi Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin terutama dalam aspek branding

ini. Maka masyarakat disini mengadakan beberapa langkah yang ditempuh dalam menjaga image dan reputasi dari wisata-wisata di Desa Kampung Patin kepada para wisatawannya yaitu:

- a. Desa Wisata Kampung Patin memberikan ciri khas sesuai dengan namanya Desa Wisata Kampung Patin tetap menjaga jargon dari Desa Koto Masjid kepada desa wisata kampung patin yaitu dengan menaikkan asumsi dari masyarakat bahwasanya Desa Koto Masjid adalah Desa Wisata Kampung Patin yang jadi ciri khas utama.
- b. Kemudian desa koto mesjid yang terkenal dengan patinnya dan pengembangannya juga senantiasa dijaga oleh para masyarakat dan juga pemerintahan setempat yaitu dengan mengadakan BUMDES yang memperjualbelikan hal-hal yang terkait yang dibutuhkan oleh masyarakat sekitar.

2. Advertising

Merupakan promosi desa wisata kepada wisatawan, baik menggunakan media cetak maupun online untuk dapat menarik wisatawan agar berkunjung ke desa wisata. Guna Advertising atau Periklanan yang dilakukan masyarakat Desa Koto Masjid adalah penggunaan media untuk memberitahukan kepada wisatawan tentang wisata yang ada di desa Koto Masjid. Dari mata seorang konsumen atau wisatawan, iklan merupakan suatu sumber informasi atau hanya suatu bentuk hiburan.

Dari pernyataan-pernyataan para informan diatas mengenai *advertising* atau pengiklanan sebagai langkah strategi pengembangna Desa Wisata Kampung Patin melalui pemberdayaan masyarakat Desa Koto Masjid terdapat beberapa langkah yang ditempuh oleh pemerintah itu sebagai berikut:

- a. Mempromosikannya ke media sosial dengan men-*guide* seluruh sosial media dan memanfaatkannya sebaik mungkin
- b. Mengiklankan dengan media cetak dan juga dari mulut ke mulut yang dikabarkan oleh para wisatawan yang akan berkunjung.
- c. Disepanjang jalan juga membuat spanduk-spanduk dan banner yang dipasang sehingga orang-orang yang melewati dijalan umum akan tertarik untuk berkunjung ke Desa Wisata Kampung Patin tersebut.

3.Selling

Selling atau Misi Penjualan. Dilakukan dengan mengikuti iven seperti bazar, travel fair, pameran dengan menawarkan atraksi dan produk wisata yang ada di desa wisata. Misi penjualan yang dilakukan oleh masyrakat Desa Koto Masjid yaitu dengan meyakinkan wisatawan atau

konsumen yang berkunjung ke desa Koto Masjid bahwa produk yang dijual terdapat solusi atau keuntungan yang lebih bagi mereka. Inti dari komunikasi dalam penjualan adalah fokus pada nilai yang terkandung pada produk atau jasa. Menjual adalah salah satu proses tersulit yang harus dijalani oleh sebuah pengusaha.

Berdasarkan hasil wawancara di atas menunjukkan bahwa berdasarkan aspek misi penjualan atau *selling* dalam strategi pengembangan Desa Wisata Kampung Patin maka disini dapat disimpulkan dari keterangan beberapa informan bahwasanya pengadaan inovasi makanan, kuliner dari objek wisata yang ada dimanfaatkan sebaik mungkin baik dengan mengadakan souvenir, dan juga hal-hal yang berkaitan seperti penyewaan bus, penjualan hal-hal yang dibutuhkan semisal pelampung, baju ganti, dan lain sebagainya. Maka strategi yang dilakukan oleh Desa Koto Masjid dalam rangka menjaga nama baik sebagai desa wisata kampung patin telah dilakukan secara misi penjualan dan juga pemanfaatan dari keadaan-keadaan yang sudah mulai tersusun rapi dan juga berjalan dengan maksimal.

Faktor Pendorong dan Penghambat dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin

a. Faktor Pendorong

1. Sumber Daya Alam (SDA) yang Memadai

Desa Koto Masjid memiliki potensi sumber daya alam yang sangat memadai baik berupa kekayaan alam perairan juga dengan tanah yang subur dan lain sebagainya, dari sumber daya alam yang melimpah ini pemerintah tidak tinggal diam sehingga senantiasa melahirkan kesuksesan dalam pengelolaan patin juga mengadakan wisata-wisata baru.

2. Solidnya Hubungan Pemerintahan dan Masyarakat

Pemerintahan Desa Koto Masjid bersama para masyarakat melihat keadaan-keadaan yang berada di tempat wisata itu sendiri. Ketika suatu potensi wisata sudah ditemukan atau dibuat oleh masyarakat maka pemerintah juga ikut andil didalamnya dalam rangka pengembangannya serta dalam bidang pengiklanan dan juga membuat ekonomi kreatif yang baru.

3. Kerjasama dengan Dinas Pariwisata

Dinas Pariwisata Kabupaten Kampar dalam melihat potensi wisata yang dihasilkan oleh pemerintahan Desa Koto Masjid sehingga terhimbau untuk turut andil. Hal tersebut tidak disia-siakan oleh pemerintahan Desa Koto Masjid sehingga mengadakan hubungan baik dengan Dinas Pariwisata untuk mengelola dan juga memajukan wisata yang ada di Desa Koto Masjid sehingga menimbulkan keserasian pengembangan wisata ini semakin terlihat maksimal.

b. Faktor Penghambat

1. Oknum Masyarakat Perusak Wisata

Misalnya munculnya masyarakat bebal yang merusak objek wisata yang sudah ada atau tidak menggunakannya secara baik atau tidak menjaga wisata yang sudah ada serta tidak mengindahkan himbauan dari pemerintah setempat. Hal ini merupakan hal yang tidak bisa dipungkiri dalam setiap masyarakat majebuk yang berada disuatu wilayah tetap saja muncul perusak atau oknum yang tidak menjaga apa yang sudah dilakukan dan dicanangkan oleh pemerintah terutama di Desa Koto Mesjid itu sendiri.

2. Wisatawan Yang Tidak Ramah dengan Lingkungan

Para wisatawan yang datang ke Desa Wiata Kampung Patin terutama dalam untuk panen ikan malah mancing ikan dan lain sebagainya dengan tidak sengaja memasukkan sesuatu yang tidak baik kedalam kolam tersebut dan seakan-akan membuat citra wisata ini tidak baik atau tidak menjaganya dengan semestinya.

3. Munculnya Pungutan Liar

karena belum maksimalnya pelaksanaan program ini maka tidak bisa dipungkiri munculnya kadang wisatawan asing yang datang ke Desa Koto Mesjid untuk berlibur tetapi melalui beberapa calo sehingga timbulnya pungutan liar untuk para turget dan juga mengorbankan para wisatawan yang ada. Keadaan ini sangat disayangkan karena seakan-akan wisata di Desa Koto Mesjid ini mejadi hal yang terjangkau tetapi akan menjadi mahal apabila munculnya pungutan liar sehingga citra desa wisata kampung patin tidak berjalan secara maksimal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil temuan yang ditemukan oleh peneliti selama proses penelitian yaitu Strategi Pengembangan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Kampung Patin Kabupaten Kampar berjalan dengan baik. Hal ini dapat dilihat dari 3 indikator strategi pengembangan desa yang berlangsung di desa Koto Mesjid yaitu 3A, SMI dan BAS. Berdasarkan hasil wawancara, masyarakat Desa Koto Mesjid mengadakan beberapa program dalam rangka untuk mencapai garis maksimal terhadap pengembangan Desa Wisata Kampung Patin tersebut. Dengan pembentukan Pokdarwis desa Wisata Kampung Patin dan keterlibatan pemerintah dalam mengadakan pelatihan-pelatihan, dan juga para pemuda setempat saling bekerjasama dalam mengadakan beberapa program sebagai langkah dalam pengembangan desa wisata diantara

mengadakan ekonomi kreatif dan penyajian kuliner dan Program pengelolaan dalam memfasilitasi wisatawan yang ada, juga bersinergi kepada wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Kampung Patin dengan menyediakan fasilitas dan akomodasi yang baik seperti, transportasi, homestay, souvenir dan olahan makanan dari ikan patin. Selain itu dalam memberikan daya tarik kepada wisatawan mengadakan pengiklanan berupa spanduk, banner dan memberikan manfaat yang luar biasa terhadap sosial media dalam menarik wisatawan. Produk dan jasa wisata dalam Desa Wisata Kampung Patin berfokus pada perspektif ekonomi dari segi produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika.

Adapun faktor pendorong dan penghambat dalam kegiatan pengembangan Desa Wisata Kampung Patin Melalui Pemberdayaan Masyarakat Desa Koto Masjid Kabupaten Kampar yaitu faktor pendorongnya berupa terdapatnya sumber daya alam yang memadai, terjalin hubungan baik antara pemerintah dan masyarakat setempat dan terjalinnya kerjasama yang signifikan antara pemerintahan desa dengan dinas pariwisata, kemudian adapun faktor penghambat dalam sukses strategi pengembangan Desa Wisata Kampung Patin adalah berupa munculnya para oknum masyarakat yang merusak fasilitas wisata yang ada, wisatawan yang tidak ramah dengan lingkungan yang mengadakan perusakan terhadap fasilitas wisata yang telah diberikan dan munculnya beberapa pungutan liar dalam pemanfaatan objek wisata di Desa Koto Masjid.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara Made, 2015, *Pengelolaan Pariwisata Berbasis Potensi Lokal*, Pustaka Larasan, Hlm 27
- A.J, Muljadi, 2012, *Kepariwisata dan Perjalanan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Abdur Rohim. 2013. “*Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pengembangan Desa Wisata (studi Desa Wisata Bejiharjo, Kecamatan Karangmojo, Kabupaten Gunungkidul, DIY)*”, skripsi, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Adianto, M. d.(2019) *Analisis Swot Pemberdayaan Suku Bonai Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Di Rokan Hulu*
- Cameron and Quinn. (1999). “*Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework*, Reading, Mass: Addison Wesley”
- Dharmawan, Adi., dkk., 2014, “*Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan*”, *Agribisnis dan Agrowisata*, Vol. 3 No. 1, Januari.

- Hadinoto, Kusudianto. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Conny R. Semiawan, 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Fauzi, A. (2004). *Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan, Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Lijan Poltak Sinambela, *Reformasi Pelayanan Publik: Teori, Kebijakan dan Implementasi*, Sinar Grafika Offset, Jakarta.
- Mintzberg, Henry.dkk, 2003. *The Strategy Process*. Edisi Keempat. New Jersey:
- Moh. Mahfud MD, *Politik Hukum di Indonesia*, Pustaka – LP3ES, Jakarta, 1998
- Mudrajad Kuncoro, 2006. *Strategi Bagaimana Meraih Keunggulan Kompetitif*, (Jakarta: erlangga, 2006)
- Ohmae, Kenichi. (2005). *The Next Global Stage: Tantangan dan Peluang di Dunia yang tidak Mengenal Batas Kewilayaha*. Ahmad Fauzi. Terjemahan.Klaten : Intan Sejati Klaten
- Rangkuti, Freddy. 2001. *Analisis Swot Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia Putaka Utama.
- Stephanie, K. Marrus. 2002. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Rajawali Press.
- Suwantoro.(1997). *Dasar-Dasar Pariwisata*.Yogyakarta : Penerbit Andi. Systematic Linkange. Jakarta: Gramedia.
- Totok Mardikanto, Poerwoko Soebianto. 2015. *Pemberdayaan Masyarakat*, Bandung: Alfabeta.
- Made Heny Urmila Dewi, 2013, *Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Jatiluwih Tabanan Bali*.
- Priasukmana Soetarso dan R. Mohamad Mulyadin, 2013, *Pembangunan Desa Wisata : Pelaksanaan Undang-undang Otonomi Daerah*.
- Sastrayuda, Gumelar S. 2010. *Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata*.
- Siagian P. Sondang, *Managemen Strategi*, Bumi aksara, Jakarta, 2004.
- Susi Lestari, “Pengembangan Desa Wisata Dalam Upaya Pemberdayaan Masyarakat
- Vani, V.R, Priscilia, O,S & Adianto. (2020). Model Pentahelix dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. PUBLIKAUMA: Jurnal Ilmu Administrasi Publik UMA, Vol 8 (1); 63-70
- W. Gulo, 2000. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Wardiyanto. 2011. *Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung. CV. Lubuk Agung

Wisistiono, Sadu dan Tahir, M. Irawan. 2007 . Prospek Pengembangan Desa. Bandung: Fokusmedia.

Peraturan Daerah Provinsi Riau Nomor 7 tahun 2016 tentang Pengembangan Kepariwisata dan Tujuan Wisata.