



Pengembangan Wisata Budaya dalam Meningkatkan Daya Tarik Destinasi Lokal: Studi Kasus Desa Setanggor Kabupaten Lombok Tengah

Ezza Sopian Hilmansyah^{1),*}, Muh. Adzkar¹⁾, Baiq El Badriati¹⁾

¹⁾Universitas Islam Negeri Mataram

*Correspondence: ezasopian324@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini terkait dengan sektor pariwisata, yakni membahas tentang Strategi Pengembangan Wisata Budaya Di Desa Setanggor Kecamatan Praya Barat Kabupaten Lombok Tengah. Adapun fokus penelitian ini adalah bagaimana Strategi Pengembangan Yang dilakukan oleh pemerintah Desa Setanggor bersama lembaga-lembaga yang terlibat langsung dalam pengelolaan Desa Wisata Setanggor Sebagai Daerah Tujuan Wisata Budaya serta apa sajakah faktor penghambat di dalam proses pengembangannya. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif yang digunakan untuk menggambarkan masalah dan mencari data-data secara langsung di lapangan agar mendapat data primer dan skunder. Teknik yang di gunakan dalam mengumpulkan data adalah teknik wawancara, dokumentasi, dan observasi. Pada teknik wawancara peneliti menggunakan wawancara tidak terstruktur yang mana peneliti bebas menanyakan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yaitu dengan tatap muka dan tanya jawab secara langsung dengan pihak informen atau subyek untuk memperoleh data. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa strategi yang telah diterapkan baik oleh pemerintah maupun pihak terkait dalam rangka pengembangan Desa Wisata Setanggor yakni membentuk pengurus tetap, menyediakan sarana dan prasarana dengan melakukan pembenahan terhadap aksesibilitas, fasilitas, melakukan promosi melalui media sosial dalam rangka mengenalkan serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, melakukan pelatihan pemandu wisata dan melakukan koordinasi bersama sektor pendukung baik pemerintah daerah maupun masyarakat itu sendiri. Dalam upaya mengembangkan destinasi Desa Wisata sebagai Daerah Tujuan Wisata budaya ada beberapa faktor penghambat di antaranya keterbatasan dana yang diperuntukkan untuk pembangunan pariwisata dari pemerintah, rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), minimnya fasilitas, akessibilitas yang masih belum layak, minimnya keterlibatan masyarakat dan wabah pandemi Covid-19.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan; Desa Wisata Budaya; Desa Setanggor

This is an open access article under the CC - BY license.



PENDAHULUAN

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara (UU No. 10 tahun 1990 pasal 1). Kabupaten Lombok Tengah memiliki banyak wisata yang menarik untuk di kunjungi salah satunya desa wisata Setanggor yang terletak di Desa Setanggor, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah. Berkembangnya kegiatan pariwisata di Desa Wisata Setanggor dapat memberikan dampak atau pengaruh yang luas baik itu dampak positif maupun negatif terhadap kondisi lingkungan fisik, kondisi ekonomi, sosial dan budaya masyarakat sekitar kawasan wisata tersebut, khususnya penduduk Desa Setanggor. Sebagaimana yang disampaikan oleh Pramoto, (2023) bahwa Pengelolaan Desa Wisata Setanggor, Kec. Praya Barat, Kab. Lombok Tengah, ini meliputi aspek pemerintahan, swasta, maupun masyarakat guna untuk melestarikan potensi wisata yang melimpah yang dimiliki Desa Wisata Setanggor, baik dari bidang pertanian, peternakan, alam, maupun seni/budaya yang dikemas menjadi sebuah konsep Desa Wisata yang bertujuan untuk dapat mencapai kesejahteraan bagi Desa dan masyarakatnya dengan mengaitkan tata kelola pemerintahan desa wisata dengan dampaknya terhadap kualitas hidup masyarakat. Menurut Khairiyah, (2021) Pengembangan kepariwisataan merupakan hal yang sangat penting dan diperlukan, karena demi mencapai keberhasilan atau kesuksesan dari pada pembangunan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata tersebut. Selain dari pada itu, bahwa secara umum diperlukannya suatu perencanaan dalam pengembangan pariwisata atau daerah tujuan pariwisata yaitu perlunya perencanaan dalam

pengembangan daerah tujuan pariwisata, supaya kemajuan dan perkembangan pariwisata di daerah tujuan pariwisata sesuai dengan tujuan atau harapan yang diinginkan dalam mencapai sasaran, baik dari aspek ekonomi, sosial budaya serta lingkungan alam (ekologi).

Dalam kajian pariwisata dan dalam penelitian yang dilakukan oleh Arsyad, (2022) menegaskan, pengembangan destinasi wisata umumnya dipengaruhi oleh empat komponen utama yang dikenal dengan pendekatan 4A, yaitu *attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services*. Keempat komponen tersebut menjadi indikator penting dalam menilai kesiapan dan daya saing suatu destinasi wisata. Selain itu, perkembangan teknologi informasi mendorong pentingnya strategi promosi digital, khususnya melalui media sosial, sebagai sarana untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata desa. Di sisi lain, keterlibatan masyarakat lokal dan peningkatan kualitas sumber daya manusia juga menjadi faktor kunci dalam menjamin keberlanjutan pengembangan wisata budaya. Sejumlah penelitian Suharto, (2021) telah membahas pengembangan wisata budaya dan desa wisata dari berbagai perspektif, seperti identifikasi potensi wisata, peran masyarakat, serta dampak ekonomi pariwisata terhadap kesejahteraan lokal. Namun demikian, sebagian besar penelitian tersebut masih cenderung menitik beratkan pada aspek potensi dan peluang pengembangan, tanpa mengkaji secara komprehensif bagaimana implementasi strategi pengembangan wisata budaya dijalankan di tingkat desa serta berbagai kendala yang dihadapi dalam pelaksanaannya. Selain itu, kajian yang secara spesifik dalam penelitian Geriya, (2023) mengaitkan implementasi strategi pengembangan wisata budaya dengan peningkatan daya tarik destinasi lokal masih relatif terbatas, khususnya pada konteks desa wisata berbasis budaya.

Selain itu, penelitian sebelumnya cenderung mengkaji pendekatan 4A, promosi digital, dan penguatan sumber daya manusia secara terpisah, sehingga belum menjelaskan hubungan fungsional antar ketiganya dalam meningkatkan daya tarik destinasi lokal. Belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana keterbatasan sumber daya manusia dan rendahnya partisipasi masyarakat memengaruhi efektivitas implementasi komponen 4A, serta bagaimana promosi digital berperan sebagai penghubung antara potensi destinasi dan minat kunjungan wisatawan. Ketiadaan kajian yang menjelaskan keterkaitan antara strategi struktural destinasi (4A), kapasitas aktor lokal, dan instrumen promosi digital menyebabkan masih lemahnya pemahaman mengenai mekanisme pengembangan wisata budaya desa secara berkelanjutan. Padahal, pemahaman tersebut penting untuk menjelaskan mengapa banyak desa wisata berbasis budaya memiliki potensi yang kuat tetapi belum mampu meningkatkan daya tarik dan kunjungan wisatawan secara signifikan. Berdasarkan gap tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kekosongan kajian terkait implementasi strategi pengembangan wisata budaya desa yang bersifat integratif dan kontekstual.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini memiliki novelty pada analisis implementasi pengembangan wisata budaya yang dikaitkan secara langsung dengan upaya peningkatan daya tarik destinasi lokal melalui pendekatan yang lebih komprehensif. Berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya yang umumnya menelaah pengembangan desa wisata budaya secara parsial, seperti hanya berfokus pada potensi wisata, peran masyarakat, atau aspek infrastruktur, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih integratif dan implementatif. Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada analisis strategi pengembangan wisata budaya yang tidak hanya mengacu pada pendekatan 4A (*attraction, accessibility, amenities, dan ancillary services*), tetapi juga mengintegrasikannya secara simultan dengan strategi promosi digital dan penguatan kapasitas sumber daya manusia berbasis masyarakat lokal. Penelitian terdahulu umumnya menempatkan promosi digital dan pengembangan SDM sebagai faktor pendukung yang berdiri sendiri, sementara penelitian ini memposisikannya sebagai elemen yang saling terkait dan menentukan efektivitas implementasi komponen 4A dalam meningkatkan daya tarik destinasi lokal. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya mengidentifikasi kondisi pengembangan wisata budaya, tetapi juga menjelaskan bagaimana keterpaduan antarstrategi tersebut memengaruhi keberhasilan pengembangan destinasi pada level desa wisata berbasis budaya. Secara teoritis, penelitian ini menawarkan kontribusi berupa model konseptual pengembangan wisata budaya desa yang menekankan keterpaduan antara struktur destinasi (4A), instrumen promosi digital, dan peran aktor lokal sebagai pengelola utama wisata. Model ini memperluas kajian pengembangan desa wisata yang sebelumnya cenderung struktural menjadi lebih dinamis dan berkelanjutan. Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian analisis komponen 4A, strategi promosi berbasis media sosial, serta penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui libatkan masyarakat lokal, yang dikaji secara empiris pada konteks Desa Setanggor.

Secara empiris, pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor masih menunjukkan sejumlah keterbatasan. Berdasarkan hasil observasi awal dan informasi dari pengelola desa wisata, jumlah kunjungan

wisatawan belum menunjukkan peningkatan yang signifikan dan cenderung fluktuatif, khususnya setelah pandemi Covid-19. Kondisi ini mengindikasikan bahwa potensi wisata budaya yang dimiliki belum sepenuhnya terkonversi menjadi daya tarik destinasi yang berkelanjutan. Dari sisi fasilitas, beberapa sarana pendukung wisata masih belum memadai, seperti keterbatasan fasilitas penunjang bagi wisatawan, kualitas aksesibilitas yang belum optimal, serta belum meratanya penyediaan amenities di sekitar kawasan wisata. Kondisi tersebut berdampak pada kenyamanan wisatawan dan membatasi lama tinggal (length of stay) pengunjung di Desa Setanggor. Selain itu, partisipasi masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata budaya masih relatif rendah. Hal ini tercermin dari keterlibatan masyarakat yang belum merata dalam aktivitas pengelolaan, promosi, maupun pelayanan wisata, serta masih terbatasnya jumlah masyarakat yang memiliki kompetensi sebagai pemandu wisata atau pengelola atraksi budaya. Rendahnya partisipasi ini menunjukkan bahwa penguatan sumber daya manusia belum berjalan optimal sebagai bagian dari strategi pengembangan wisata budaya desa.

Selain itu, penelitian ini juga mengidentifikasi secara mendalam berbagai kendala pengembangan wisata budaya, seperti keterbatasan kualitas SDM, minimnya fasilitas pendukung, rendahnya partisipasi masyarakat, serta dampak pandemi Covid-19 terhadap keberlanjutan aktivitas pariwisata desa. Rumusan masalah yang ditemukan berdasarkan pendahuluan yaitu (1) bagaimakah strategi pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor? (2) apa saja faktor penghambat pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor? Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik dalam memperkaya literatur mengenai pengembangan wisata budaya desa, khususnya terkait implementasi strategi dan faktor penghambatnya. Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pemerintah daerah, pengelola wisata, dan masyarakat lokal dalam merumuskan strategi pengembangan wisata budaya yang lebih efektif, adaptif, dan berkelanjutan guna meningkatkan daya tarik destinasi lokal.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode dekriptif berdasarkan pemahaman dari (Ibrahim, 2017), Desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus tunggal (single case study) dengan pendekatan studi lapangan (*field research*), yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam strategi pengembangan wisata budaya serta faktor-faktor penghambatnya di Desa Setanggor. Pendekatan ini dipilih untuk memahami fenomena sosial secara holistik berdasarkan kondisi empiris lapangan. Lokasi penelitian ditentukan secara purposif di Desa Setanggor sebagai desa wisata budaya. Sumber data terdiri atas data primer diperoleh melalui observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur dan dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada informan yang dipilih secara purposive, melalui aparatur desa, pengelola kelompok sadar wisata (pokdarwia), serta masyarakat setempat yang terlibat langsung dalam aktivitas wisata budaya.

Lokasi penelitian ditentukan secara purposif di Desa Setanggor sebagai desa berbasis budaya. Subjek penelitian ditentukan secara purposive sampling, dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung informan dalam pengelolaan dan aktivitas wisata budaya. Jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 8 orang, yang terdiri atas aparatur desa, pengelola Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), pelaku seni dan budaya, serta masyarakat lokal. Kriteria inklusi informan meliputi: (1) memiliki keterlibatan langsung dalam pengelolaan atau aktivitas wisata budaya, (2) memiliki pengalaman minimal satu tahun dalam kegiatan pariwisata desa, dan (3) memahami kondisi pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor. Kriteria ini ditetapkan untuk memastikan data yang diperoleh relevan dan mendalam.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara tidak terstruktur, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi destinasi, fasilitas, dan aktivitas wisata budaya. Wawancara dilakukan secara tatap muka untuk menggali pandangan informan terkait strategi pengembangan, peran masing-masing aktor, serta kendala yang dihadapi. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa arsip desa, laporan kegiatan, dan foto lapangan. Analisis data dilakukan secara kualitatif dengan tahapan: (1) reduksi data, yaitu memilah dan memfokuskan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sesuai dengan fokus penelitian; (2) penyajian data dalam bentuk narasi tematik yang disusun berdasarkan pendekatan 4A, promosi digital, dan sumber daya manusia; serta (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu menginterpretasikan makna data untuk menjelaskan strategi pengembangan wisata budaya dan faktor penghambatnya. Hubungan antara data dan temuan penelitian dibangun melalui proses kategorisasi dan penafsiran pola-pola empiris yang muncul dari lapangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan wisata budaya menurut penelitian Widowati, (2022) sebagai upaya peningkatan daya tarik destinasi lokal memerlukan strategi yang terencana dan terintegratis, karena keberhasilan suatu destinasi tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan potensi budaya, namun juga efektivitas implementasi strategi pengembangannya. Dalam konteks desa wisata, strategi pengembangan wisata budaya menjadi semakin kompleks karena melibatkan berbagai pemangku kepentingan, mulai dari pemerintah desa, lembaga pengelolaan wisata, hingga masyarakat lokal sebagai aktor utama. Secara konseptual, pengembangan destinasi wisata budaya umumnya mengacu pada pendekatan 4A (*attraction, accessibility, amenities* dan *ancillary services*) yang berfungsi sebagai indikator utama dalam menilai kesiapan dan dayatarik suatu destinasi yang tercantum dalam penelitian (Panestika, 2022). Keempat komponen tersebut saling berkaitan dan harus dikembangkan secara simultan agar mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas.

Hasil penelitian ini diperoleh melalui pendekatan kualitatif dengan studi kasus lapangan, yang memungkinkan peneliti menggali secara mendalam realitas pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor berdasarkan pengalaman dan persepsi para aktor lokal. Pendekatan ini relevan karena pengembangan wisata budaya tidak hanya berkaitan dengan ketersediaan potensi, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi antaraktor, kapasitas sumber daya manusia, serta konteks sosial dan kelembagaan desa. Melalui wawancara mendalam dan observasi lapangan, penelitian ini menemukan bahwa implementasi strategi pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor belum berjalan optimal meskipun memiliki atraksi budaya yang kuat. Temuan ini menunjukkan bahwa komponen *attraction* dalam pendekatan 4A relatif berkembang, namun belum diimbangi oleh aspek *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary services* yang memadai. Keterbatasan tersebut terungkap secara jelas melalui narasi informan dan pengamatan langsung terhadap kondisi fasilitas dan aksesibilitas destinasi. Selain itu, pendekatan kualitatif memungkinkan identifikasi bentuk konkret rendahnya partisipasi masyarakat, yang tidak hanya tercermin dari minimnya jumlah masyarakat yang terlibat, tetapi juga dari keterbatasan peran masyarakat dalam pengelolaan, promosi, dan pelayanan wisata. Temuan ini menunjukkan bahwa penguatan sumber daya manusia belum terintegrasi secara efektif dengan strategi pengembangan destinasi, sehingga berdampak pada kurang optimalnya pengelolaan wisata budaya. Temuan lainnya menunjukkan bahwa strategi promosi digital telah dilakukan, namun belum dikelola secara sistematis dan berkelanjutan, sehingga dampaknya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan masih terbatas. Hal ini menguatkan argumentasi bahwa promosi digital tidak dapat berdiri sendiri, melainkan harus terintegrasi dengan kesiapan destinasi dan kapasitas SDM lokal.

Selain itu, strategi promosi berbasis digital menurut penelitian Ridwan, (2021) serta penguatan kapasitas sumber daya manusia melalui libatkan masyarakat lokal menjadi elemen penting dalam mendukung keberlanjutan pengembangan wisata budaya di tingkat desa. Namun pada peraktiknya, implementasi strategi pengembangan wisata budaya sering kali dihadapkan pada berbagai keterbatasan, baik yang bersifat internal maupun ekternal. Keterbatasan kualitas sumber daya manusia, fasilitas pendukung dan tingkat pertisipasi masyarakat dapat menghambat optimalisasi pengembangan destinasi wisata. Disamping itu, faktor ekternal seperti kondisi krisis, termasuk pandemi Covid-19, turut memengaruhi dinamika dan keberlanjutan aktivitas pariwisata di daerah.

Implementasi Strategi Pengembangan Wisata di Desa Setanggor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor telah diarahkan pada penguatan komponen *attraction*, *accessibility*, *amenities*, dan *ancillary services* (4A). pendekatan ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hildigardis, (2018) Yang menyatakan bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata sangat ditentukan oleh keterpaduan empat komponen tersebut. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ridwan, (2021) tentang desa wisata berbasis budaya menunjukkan bahwa optimalisasi atraksi budaya lokal menjadi faktor utama dalam meningkatkan daya tarik destinasi, terutama apabila dikemas secara autentik dan keberlanjutan.

Pada aspek *accessibility* dan *amenities*, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa meskipun akses menuju desawisata relatif tersedia, kualitas infrastruktur dan fasilitas pendukung masih terbatas. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya yang mengungkapkan bahwa keterbatasan fasilitas dan aksesibilitas merupakan permasalahan umum dalam pengembangan desa wisata di indonesia, khususnya di wilayah pedesaan. Studi terdahulu Sunaryo, (2021) menegaskan bahwa tanpa dukungan fasilitas yang memadai, daya tarik wisata budaya sulit untuk berkembang. Sementara itu, aspek *ancillary services* keberadaan Pokdarwis di Desa Setanggor

menunjukkan adanya kelembagaan pengelola wisata, sebagaimana juga ditemukan dalam berbagai penelitian tentang desa wisata. Namun hasil ini menunjukkan bahwa peran Pokdarwis masih belum optimal dari sisi manajemen dan koordinasi, berbeda dengan beberapa desa wisata yang telah berhasil mengembangkan kelembagaan wisata secara profesional dan berkelanjutan.

Selain itu, strategi promosi melalui media sosial dan pelatihan pemandu wisata yang melibatkan masyarakat lokal merupakan temuan penting dalam penelitian ini. Promosi melalui media sosial dilakukan sebagai upaya untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkenalkan atraksi budaya Desa Setanggor kepada wisatawan di luar wilayah lokal, terutama dengan memanfaatkan platform digital yang mudah diakses dan berbiaya rendah. Namun, hasil penelitian menunjukkan bahwa aktivitas promosi digital tersebut masih bersifat sporadis dan belum dikelola secara terencana, sehingga dampaknya terhadap peningkatan kunjungan wisatawan belum optimal. Di sisi lain, pelatihan pemandu wisata yang melibatkan masyarakat lokal bertujuan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia dalam memberikan pelayanan dan interpretasi budaya kepada wisatawan. Pelatihan ini menunjukkan adanya upaya awal pemberdayaan masyarakat sebagai aktor utama dalam pengelolaan wisata budaya. Akan tetapi, temuan penelitian mengindikasikan bahwa pelatihan tersebut belum diikuti secara merata oleh masyarakat dan belum berkelanjutan, sehingga peningkatan kualitas pelayanan wisata masih terbatas. Kondisi ini menegaskan bahwa promosi digital dan penguatan kapasitas sumber daya manusia perlu diintegrasikan secara lebih sistematis agar mampu mendukung efektivitas pengembangan wisata budaya dan peningkatan daya tarik destinasi lokal.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Novie Istoria Hidayah, (2020) yang menyatakan bahwa promosi digital dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan eksistensi dan citra destinasi wisata lokal. Meskipun demikian, dampak promosi dan pelatihan di Desa Setanggor masih terbatas, sehingga belum sepenuhnya berkontribusi pada peningkatan kunjungan wisata secara signifikan.

Faktor penghambat pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor penghambat utama dalam pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor adalah rendahnya kualitas sumber daya manusia (SDM), keterbatasan fasilitas, serta belum optimalnya partisipasi masyarakat. Temuan ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menegaskan bahwa keterbatasan SDM merupakan hambatan klasik dalam pengembangan desa wisata, terutama terkait dengan kemampuan pengelolaan, pelayanan wisata dan promosi destinasi.

Secara teoretis, kondisi ini dapat dijelaskan melalui konsep *human capital theory* yang menyatakan bahwa kualitas pengetahuan, keterampilan, dan kompetensi individu merupakan faktor penentu dalam peningkatan kinerja organisasi dan pengelolaan sektor jasa, termasuk pariwisata. Dalam konteks desa wisata, rendahnya kualitas SDM akan berdampak langsung pada lemahnya pengelolaan destinasi, rendahnya mutu pelayanan kepada wisatawan, serta tidak optimalnya pemanfaatan media promosi. Selain itu, teori **community-based tourism** (CBT) menekankan bahwa keberhasilan pengembangan wisata berbasis desa sangat bergantung pada kapasitas dan partisipasi aktif masyarakat lokal sebagai aktor utama pengelolaan wisata. Ketika masyarakat belum memiliki kemampuan dan keterampilan yang memadai, partisipasi yang terjadi cenderung bersifat simbolik dan belum mampu mendorong keberlanjutan destinasi wisata. Oleh karena itu, keterbatasan SDM tidak hanya menjadi hambatan teknis, tetapi juga hambatan struktural dalam pengembangan desa wisata budaya.

Keterbatasan fasilitas dan minimnya anggaran juga menjadi kendala signifikan sebagaimana ditemukan dalam penelitian Ria Dwi Putri, (2020) yang menyebutkan bahwa dukungan infrastruktur dan pembiayaan menjadi prasyarat penting dalam pengembangan destinasi wisata budaya. Tanpa dukungan tersebut, strategi pengembangan yang telah direncanakan sulit untuk direalisasikan secara maksimal. Selain, faktor internal, pandemi Covid-19 menjadi faktor eksternal yang turut menghambat pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya Harning Pambudi, (2020) yang menyatakan bahwa pandemi memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan desa wisata, mulai dari penurunan kunjungan wisatawan hingga terhentinya aktivitas ekonomi berbasis pariwisata. Kondisi tersebut menyebabkan beberapa strategi pengembangan wisata budaya tidak dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana. Berdasarkan hasil temuan lapangan, penurunan aktivitas wisata tidak hanya berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memengaruhi kontinuitas program pengembangan, seperti pelatihan sumber daya manusia, promosi digital, dan pemeliharaan fasilitas pendukung wisata.

Analisis peneliti menunjukkan bahwa terhentinya aktivitas wisata dalam jangka waktu tertentu menyebabkan melemahnya motivasi dan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata budaya. Beberapa informan menyampaikan bahwa fokus masyarakat beralih pada pemenuhan kebutuhan ekonomi dasar, sehingga keterlibatan dalam aktivitas wisata menjadi tidak prioritas. Kondisi ini berdampak pada terputusnya proses pembelajaran dan penguatan kapasitas SDM yang sebelumnya telah dirintis, sehingga pengembangan wisata budaya pascapandemi harus dimulai kembali dari tahap awal. Dengan demikian, pandemi tidak hanya menjadi faktor penghambat sementara, tetapi juga berimplikasi struktural terhadap keberlanjutan pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor, karena melemahkan kesiapan SDM, kontinuitas program, serta integrasi strategi pengembangan yang telah direncanakan.

Dibandingkan dengan penelitian Sugiyama, (2021) studi ini menunjukkan bahwa faktor penghambat pengembangan wisata bersifat multidimensional, mencangkup aspek struktural, sosial, dan situasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan yang tidak hanya berfokus pada peningkatan potensi wisata, tetapi juga penguatan kapasitas masyarakat, kelembagaan, dan ketahanan destinasi dalam menghadapi perubahan kondisi eksternal.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor, Kecamatan Praya Barat, Kabupaten Lombok Tengah telah diarahkan pada penerapan strategi pengembangan destinasi berbasis pendekatan 4A (attraction, accessibility, amenities, and ancillary services) serta didukung oleh upaya promosi digital dan pelibatan masyarakat lokal. Desa Setanggor memiliki potensi wisata budaya yang cukup kuat sebagai daya tarik destinasi lokal, khususnya melalui keberagaman atraksi budaya dan kearifan lokal yang masih terjaga. Namun demikian, implementasi strategi pengembangan tersebut belum berjalan secara optimal sehingga kontribusinya terhadap peningkatan daya tarik destinasi masih terbatas. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa terdapat berbagai faktor penghambat dalam pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi rendahnya kualitas sumber daya manusia, keterbatasan fasilitas dan infrastruktur pendukung, serta belum meratanya partisipasi masyarakat dalam pengelolaan wisata. Sementara itu, faktor eksternal seperti pandemi Covid-19 turut memberikan dampak signifikan terhadap keberlanjutan aktivitas pariwisata dan menghambat realisasi strategi pengembangan yang telah direncanakan. Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan wisata budaya di Desa Setanggor memerlukan penguatan strategi yang lebih terintegrasi dan berkelanjutan, khususnya melalui peningkatan kapasitas sumber daya manusia, optimalisasi peran kelembagaan pengelola wisata, penyediaan fasilitas pendukung yang memadai, serta peningkatan keterlibatan masyarakat lokal. Dengan optimalisasi aspek-aspek tersebut, wisata budaya Desa Setanggor berpotensi berkembang menjadi destinasi lokal yang lebih menarik dan berdaya saing.

Daftar Pustaka

- Arsyad, D. M. (2022). *Strategi Pengembangan Wisata Syariah Melalui Media Sosial*, Skripsi, Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Geriya. (2023). *Pola Partisipasi Dan Pemberdayaan Sumber Desa Adat Dalam Perkembangan Pariwisata*. Upada Sastra.
- Harning Pembudi. (2020). Strategi Pengembangan Agrowisata dalam Mendukung Pembangunan Pertanian. *Jurnal Analisis Kebijakan Pertanian*, 16(2).
- Hildigardis, N. (2018). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia di Era Globalisasi. *Jurnal Kebudayaan*, 5(3).
- Ibrahim. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Khoiriyah, B. A. (2021). *Strategi Pengembangan Fasilitas Wisata Cemara Sewu Tulungagung untuk Menarik Wisatawan*. 2018.
- Novie Istoria Hidayah. (2020). *Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Jatimulyo Girimulyo Kulon Progo Daerah Istimewa Yogyakarta*.
- Pangestika, M. D. (2022). *Perencanaan Pengembangan Wisata Budaya dan Religi di Provinsi Jawa Tengah*, Universitas Negeri Semarang.

- Pramoto, B. (2023). *Pemanfaatan sistem informasi geografis (SIG) untuk pemetaan wisata alam dan budaya sebagai usaha perkembangan kabupaten sukoharjo.*
- Ria Dwi Putri. (2020). *Identifikasi Potensi Pengembangan Obyek Wisata Alam Danau Picung Ditinjau dari Aspek Produk Wisata di Muara Ama Provinsi Bengkulu* (Vol. 18, Issue 2).
- Ridwan, M. (2021). *Perencanaan Pengembangan Daerah Tujuan Pariwisata.* CV. BUDI UTAMA.
- Sugama. (2021). *Ecotourism Pengembangan Pariwisata berbasis konservasi alam.* Guardaya Intimarta.
- Suharto, E. (2021). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Desa Setanggor.* Hlm, 42.
- Sunaryo. (2021). *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia.* Gava Media.
- Widowati, I. (2022). Grand Desain Pengembangan Desa Wisata Berbasis Potensi Lokal. *Jurnal Dinamika Sosial Ekonomi*, 20(2).