



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 6989-7003

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata Di Desa Wisata Munggu, Kabupaten Badung

Eka Febrina Widya Putri^{1✉}, Ni Nyoman Reni Suasih²

Universitas Udayana

Email : ekafebrinawp@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Perekonomian Indonesia sebagai negara berkembang ditopang oleh sektor pariwisata. Kabupaten Badung memiliki desa wisata yang terkenal yaitu Desa Wisata Munggu. Desa Munggu telah ditetapkan menjadi desa wisata sejak tahun 2010, namun perkembangan Desa Munggu belum menunjukkan hasil maksimal. Hal ini dapat dilihat dari minimnya angka jumlah kunjungan wisatawan khususnya wisatawan asing. Meskipun sudah dikategorikan sebagai desa wisata maju, dampak peningkatan ekonomi kepada masyarakat lokal belum benar-benar dapat dirasakan. Penelitian ini diselenggarakan di daerah kawasan Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung dengan memakai jumlah responden yang datanya sebanyak 94 responden dan juga didukung oleh sumber data primer. Dalam melakukan proses pengambilan jumlah sampel, maka pihak peneliti memakai teknik purposive sampling. Tujuan diselenggarakan penelitian ini ialah untuk menganalisis pengaruh pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan pengembangan produk wisata terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Wisata Munggu. Penelitian ini mempergunakan teknik analisis linier berganda dengan memakai PLS atau Partial Least Square. Hasil dari melakukan penelitian ini telah memperlihatkan bahwa pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan pengembangan produk wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Wisata Munggu.

Kata Kunci: *Pemberdayaan masyarakat, Penerapan CBT, Pengembangan Produk Wisata, Kesejahteraan Masyarakat.*

Abstract

Indonesia's economy as a developing country is supported by the tourism sector. Badung Regency has a famous tourist village, namely Munggu Tourism Village. Munggu Village has been designated as a tourist village since 2010, but the development of Munggu Village has not shown maximum results. This can be seen from the minimum number of tourist visits, especially foreign tourists. Even though it is considered a developed tourist village, the impact of improving the community's economy on the local community has not really been felt. This research was conducted in the Munggu Village area, Mengwi District, Badung Regency using a total of 94 respondents and was also supported by primary data sources. In carrying out the process of taking the sample size, the researchers used a purposive sampling technique. The purpose of this research is to analyze the influence of community empowerment, implementation of CBT and tourism product development on the welfare of the tourism business community in the Munggu Tourism Village. This research uses multiple linear analysis techniques using PLS or Partial Least Square. The results of this research have shown that community empowerment, implementation of CBT and development of tourism products have a positive and significant effect on the welfare of the community of tourism businesses in the Munggu Tourism Village.

Keywords: *Community empowerment, Implementation of CBT, Tourism Product Development, Public Welfare.*

PENDAHULUAN

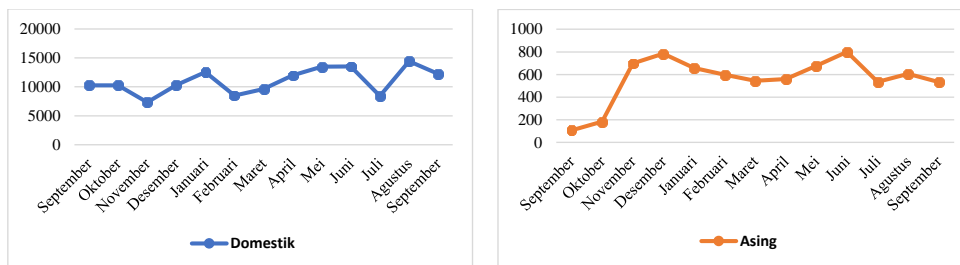
Provinsi Bali dinilai sebagai salah satu daerah kawasan provinsi yang ada di Indonesia yang dikenal akan pariwisata, keunikan budaya serta keanekaragaman seni dan tradisi. Badan Pusat Statistik (BPS) melaporkan, Provinsi Bali menyumbangkan perekonomian dengan total 65,65 triliun yang hal ini dilakukan pengukuran memakai PDRB Atas Dasar Harga Berlaku (ADHB) yang datanya didapatkan pada triwulan ke IV tepatnya tahun 2022. Dari nilai tersebut, sebesar 18,72% berasal dari sektor penyediaan akomodasi makan dan minum yang termasuk dalam sektor pariwisata PDRB Bali. Kontribusi sektor pariwisata merupakan yang terbesar dibandingkan dengan sektor lainnya. Berikutnya sektor yang berkontribusi besar adalah pertanian, yang mencapai 13,88%. Diikuti sektor konstruksi sebesar 10,31%, serta perdagangan besar dan eceran 9,17%.

Tabel 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik di Kabupaten/Kota Provinsi Bali Tahun 2017-2022 (Orang)

Kabupaten/ Kota	Jumlah Kunjungan Wisatawan (Orang)					
	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Jembrana	280.526	309.508	291.508	83.966	150.885	180.405
Tabanan	5.333.823	5.533.754	4.967.424	1.246.219	756.366	2.146.338
Badung	5.025.941	4.816.694	4.277.052	1.216.517	603.438	2.837.291
Gianyar	3.842.208	4.550.940	5.037.459	528.697	178.415	1.208.852
Klungkung	496.176	253.235	503.374	113.491	1.207	57.602
Bangli	790.822	703.010	861.552	188.265	170.166	1.161.901
Karangasem	559.232	1.135.119	1.165.674	380.200	236.649	738.865
Buleleng	954.730	1.003.810	614.242	121.492	63.677	533.560
Denpasar	570.236	2.081.265	2.166.192	74.781	433.455	1.436.894

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Bali,2022

Data yang ada pada Tabel 1, maka terlihat Kabupaten Badung yang sangat mengandalkan sektor pariwisata terus mengalami penurunan kunjungan wisatawan dari tahun 2017-2021. Tentunya hal ini berimplikasi pada penurunan pendapatan pada mayoritas masyarakat yang bekerja di bidang pariwisata. Besar kecilnya pendapatan merupakan indikator untuk mengukur kesejahteraan masyarakat yang mencerminkan suatu kemajuan ekonomi daerah tersebut. Berkaca dari hal tersebut, berbagai kebijakan dan program pun dijalankan oleh pemerintah untuk mendukung pemulihan industri pariwisata, salah satunya melalui pengembangan desa wisata yang telah ada. Diketahui bahwa salah satu daerah wilayah Kabupaten/Kota yang ditemukan di Bali yang posisinya sedang begitu sangat gencar melakukan upaya dalam bentuk pengembangan desa wisata yang dilakukan pasca pandemi ialah daerah wilayah Kab. Badung. Desa Wisata Munggu dinilai sebagai salah satu desa wisata yang dijumpai di daerah wilayah Kab. Badung yang diketahui mempunyai data jumlah kunjungan dari para kalangan wisatawan paling posisinya tertinggi. Desa Munggu juga berhasil ditetapkan sebagai desa wisata sejak tahun 2010, namun dalam hal ini tampak perkembangan yang diperlihatkan Desa Munggu yang terjadi hingga kini masih dinilai belum maksimal. Kondisi ini dapat diperhatikan dari masih minimnya angka jumlah kunjungan yang dilakukan oleh kalangan wisatawan khususnya kalangan wisatawan asing. Meskipun sudah dikategorikan sebagai desa wisata maju, dampak peningkatan ekonomi kepada masyarakat lokal belum benar-benar dapat dirasakan.



Gambar 1. 1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Pada Desa Wisata Munggu September 2022-September 2023

Sumber : Data primer diolah, 2022

Gambar 1 menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan pada Desa Wisata Munggu pada tahun 2022-2023 masih berfluktuatif. Terlihat juga adanya ketimpangan jumlah kunjungan wisatawan yang terjadi antara wisatawan domestik dengan wisatawan asing di Desa Munggu. Hal ini mengindikasikan bahwa minimnya kunjungan dari wisatawan asing ke Desa Wisata Munggu karena belum optimalnya pemanfaatan potensi yang dimiliki yang dapat terlihat dari minimnya produk dan atraksi wisata kepada wisatawan.

Berbagai upaya pemerintah untuk memajukan kesejahteraan dengan menciptakan kemandirian masyarakat desa wisata. Dengan semakin mandiri masyarakat, maka ada kesempatan untuk memperkuat budaya yang mendukung keinginan untuk meningkatkan peluang, dengan fokus pada optimalisasi partisipasi masyarakat dalam upaya bersama mencapai kesejahteraan (Widjajanti, 2011). Pemberdayaan masyarakat merupakan salah satu komponen utama dalam mengatasi permasalahan di Desa Wisata Munggu sebagai desa wisata untuk mempersiapkan masyarakat agar mampu memanfaatkan potensi pariwisata guna meningkatkan perekonomian.

Diharapkan bahwa masyarakat akan mengelola pengembangan desa wisata dengan memanfaatkan potensi-potensinya dengan menerapkan konsep CBT (Community Based Tourism) yang merupakan pariwisata yang didasarkan pada partisipasi masyarakat. Konsep ini mengutamakan keterlibatan masyarakat yang bertujuan untuk mencapai kesejahteraan bagi masyarakat dengan tetap memperhatikan dan merawat kualitas lingkungan, kehidupan sosial serta budaya. Konsep pemberdayaan masyarakat sangat terkait dengan CBT (*Community Based Tourism*) karena masyarakat didorong untuk mengembangkan potensi mereka setelah diberdayakan terlebih dahulu. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat seperti pelatihan maka masyarakat dapat memiliki pengetahuan dan *skill*, sehingga dalam pengembangan objek wisata, masyarakat didorong dan diberdayakan agar bisa mengelola objek wisata di daerahnya masing-masing. Selain pemberdayaan masyarakat dan CBT, sangat penting juga untuk memperhatikan kualitas produk wisata yang disajikan pada para

wisatawan saat berkunjung sehingga wisatawan merasa puas menikmati produk wisata di destinasi wisata Munggu.

Keterlibatan pemerintah, masyarakat dan pengelola dalam pengembangan sektor pariwisata memegang peranan penting. Kehadiran sinergi antara pemerintah, masyarakat dan pengelola menjadi kunci sukses dalam pengembangan wisata, karena tanpa kerjasama yang baik, wisata tidak akan berkembang secara optimal dan masyarakat tidak akan mendapatkan manfaat yang diharapkan dari sektor pariwisata. Selain partisipasi masyarakat dalam CBT, produk wisata juga memegang peranan penting dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Mengacu pada ungkapan dari Soebiyantoro (2009), maka atraksi wisata dalam hal ini dinilai sebagai bagian dari produk wisata yang mampu membantu dan juga mendukung terjadinya peningkatan banyaknya jumlah kunjungan yang dilakukan oleh kalangan wisatawan. Pada kondisi semakin beragam dan juga mempunya menarik produk wisata yang ditawarkan pada kalangan wisatawan, maka hal ini akan mampu menyebabkan semakin besar juga minat dari kalangan wisatawan guna melakukan kegiatan berlibur atau kunjungan. Hal ini telah berhasil sejalan dengan temuan dari melakukan riset bahwa produk wisata memberikan kontribusi berpengaruh positif serta juga signifikan pada pendapatan masyarakat yang ada di daerah sekitar destinasi wisata. Handayani dan Purbadharmaja (2021) juga memberikan dukungan yang sama bahwa pendapatan dinilai sebagai salah satu indikator dari tingkat kesejahteraan masyarakat, hal ini memberikan indikasi bahwa pengembangan produk wisata yang dilakukan pada akhirnya akan mampu memberikan efek pada kesejahteraan yang diterima dan juga dirasakan oleh kalangan masyarakat yang akan lebih baik.

Mengacu pada bagian yang ada pada rumusan masalah, tujuan penelitian, serta juga hal ini tinjauan literatur yang memiliki sifat yang relevan dan juga hasil temuan yang ada pada sebelumnya, maka berhasil dihasilkan hipotesis penelitian sebagai berikut. H1: Pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan pengembangan produk wisata berpengaruh secara simultan terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Wisata Munggu. H2: Pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan pengembangan produk wisata secara parsial berpengaruh positif terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Wisata Munggu.

METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam riset ini ialah metode kuantitatif asosiatif guna dipakai dalam hal menganalisis pengaruh yang dimunculkan oleh pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan juga pengembangan produk wisata pada kesejahteraan masyarakat para pelaku kegiatan usaha pariwisata yang ada di daerah wilayah Desa Wisata Munggu. Riset ini diadakan tepatnya di daerah kawasan Desa Munggu, Kec. Mengwi, Kab. Badung. Adapun objek yang digunakan dalam riset ini telah menaruh titik fokusnya pada pemakaian 4 variabel ialah mencakup variabel pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT dan juga pengembangan produk wisata yang dijadikan sebagai variabel bersifat independen dan juga kesejahteraan masyarakat yang dijadikan sebagai variabel bersifat dependen. Dalam riset ini telah memakai data populasi dengan datanya yang mencapai 1.543 Kepala Keluarga yang terdata sebagai masyarakat di daerah kawasan Desa Munggu.

Dalam melakukan proses penentuan sampel, maka dalam kegiatan ini dilakukan dengan menerapkan Rumus Slovin dengan digunakan ambang batas toleransi kesalahan ialah 10%, maka dari perhitungan ini diperoleh data 94 sampel yang dijadikan sebagai responden. Dalam melakukan proses pengambilan jumlah sampel yang dilakukan untuk tiap-tiap banjar, maka pihak peneliti menerapkan cara secara *Non Probability Sampling* dengan didukung oleh teknik *purposive sampling*. Jenis data yang memberikan dukungan pada riset ini ialah berupa data kualitatif dan juga kuantitatif. Untuk sumber data yang mendukung riset ini ialah data primer yang menjelaskan tentang pandangan ataupun persepsi pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT, pengembangan produk wisata, dan kesejahteraan masyarakat berlandaskan pada pandangan ataupun persepsi dari tiap-tiap responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

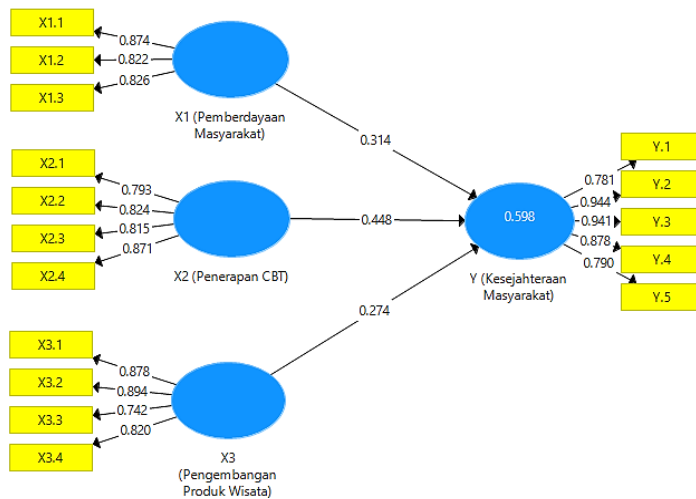
Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata yang terdiri dari 5 indikator secara keseluruhan memperoleh nilai rata-rata 4,23 dalam kategori sangat baik yang berarti responden menilai bahwa Desa Wisata Munggu sudah memberi kesejahteraan masyarakat dengan baik dan juga sudah tercapai dengan efektif. Indikator Berkembangnya desa wisata Munggu dapat membantu memenuhi kebutuhan sandang, pangan, papan mendapat nilai rata rata 4,30 yang berarti sangat baik. Indikator kedua dan ketiga yaitu kesehatan dan pendidikan sebesar 4,19 dalam kategori sangat baik, kemudian indikator keempat yaitu hubungan yang baik dengan anggota masyarakat mendapat rata-rata 4,24 yang masuk dalam kategori sangat baik. Terakhir,

indikator kelima terkait kepemilikan tabungan dimasa depan mendapat rata-rata sebesar 4,23 dalam kategori sangat baik.

Secara keseluruhan rata rata yang diperoleh dari distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel pemberdayaan masyarakat adalah 4.07 menandakan dalam katehori baik, menunjukkan bahwa responden menganggap Desa Wisata Munggu telah berhasil melakukan pemberdayaan masyarakat dengan baik. Indikator sosialisasi mendapat nilai rata-rata 4,19 dalam kategori baik. Indikator kedua yaitu terkait pelatihan masyarakat mendapat rata-rata 4,18 dalam kategori baik. Indikator terakhir terkait bantuan yang diterima masyarakat dalam rangka pengembangan desa wisata mendapat rata-rata 3,85 dalam kategori baik.

Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel penerapan CBT secara keseluruhan memperoleh rata-rata 4,29 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Indikator keterlibatan masyarakat dalam proses perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan desa wisata mendapat rata-rata sebesar 4,19 yang termasuk dalam kategori sangat baik. Indikator kedua terkait monitoring memperoleh rata-rata sebesar 4,20 dalam kategori sangat baik. Indikator selanjutnya yaitu fasilitas penunjang dimiliki masyarakat lokal sebesar 4,37 dalam kategori sangat baik. Terakhir indikator terkait lapangan kerja melibatkan masyarakat desa mendapat rata-rata sebesar 4,41 dalam kategori sangat baik.

Distribusi frekuensi jawaban responden pada variabel pengembangan produk wisata secara keseluruhan memperoleh rata-rata 4,28 dalam kategori sangat baik yang berarti responden menilai bahwa pengembangan produk wisata di Desa Munggu sudah terjaga dengan sangat baik. Indikator pertama penyelenggaraan event-event rutin mendapat rata-rata 4,51 dalam kategori sangat baik. Indikator kedua yaitu terkait fasilitas umum mendapat rata-rata 4,57 dalam kategori sangat baik. Indikator ketiga yaitu lokasi objek wisata yang mudah dijangkau mendapat rata-rata sebesar 4,55 dalam kategori sangat baik. Selanjutnya indikator keteersediaan informasi destinasi wisata mendapata rata-rata 4,59 dalam kategori sangat baik.



Gambar 2 Diagram Loading Factors setiap Indikator

Dalam riset ini telah memakai model PLS dengan alat bantu aplikasi yang bernama SmartPLS 3.0. Ditemukan adanya dua evaluasi model yang dilakukan secara mendasar dalam riset ini ialah *outer model* dan juga *inner model*.

1) *Outer Model*

a) *Convergent Validity*

Hasil melakukan pengujian dengan memakai *convergent validity* yang ada dalam Gambar 2 telah berhasil memperlihatkan bahwa semua nilai *outer loading* yang ada pada indikator variabel posisinya menghasilkan nilai yang jelas lebih besar dari angka 0,50. Hal ini berhasil diberikan kesimpulan akhir bahwa semua indikator telah mampu memberikan hasil yang memenuhi syarat *convergent validity*. Hasil *Diagram Loading Factors* yang ada pada tiap-tiap indikator juga dapat dicermati dalam Gambar 2.

b) *Discriminant Validity*

Tabel 2 Hasil Perhitungan Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
X1 (Pemberdayaan Masyarakat)	0.707
X2 (Penerapan CBT)	0.683
X3 (Pengembangan Produk Wisata)	0.698
Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0.756

Sumber : Hasil Olahan Data, 2024

Data yang dihasilkan pada Tabel 2, maka berhasil memperlihatkan nilai AVE yang ada pada tiap-tiap indikator dengan diberikan penilaian secara baik, dengan hasil angka yang sangat jelas diatas 0,50. Hal ini berhasil diberikan kesimpulan akhir bahwa kriteria untuk nilai

AVE telah mampu memberikan hasil secara terpenuhi. Hasil dari semua pengujian validitas yang ada pada *outer model* berhasil menunjukkan dari semua indikator sudah memberikan pembuktian valid.

c) *Composite Reliability*

Tabel 3 Hasil Perhitungan Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
X1 (Pemberdayaan Masyarakat)	0.794	0.879
X2 (Penerapan CBT)	0.845	0.896
X3 (Pengembangan Produk Wisata)	0.857	0.902
Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0.918	0.939

Sumber : Hasil Olahan Data, 2024

Hasil dari *output composite reliability* serta *cronbach's alpha* untuk semua variabel yang dipakai dalam riset ini telah berhasil memberikan nilai yang lebih dari angka 0,70. Dengan hasil ini, maka diberikan penilaian bahwa keseluruhan variabel posisinya telah memiliki hasil reliabilitas yang tergolong baik.

2) Inner Model

Tabel 4 Hasil Uji Goodness Of Fit

Variabel	R Square	Average Variance Extracted (AVE)
X1 (Pemberdayaan Masyarakat)		0.707
X2 (Penerapan CBT)		0.683
X3 (Pengembangan Produk Wisata)		0.698
Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0,598	0.756
Rata rata <i>communality</i>	0,598	0.676

Sumber : Data diolah, 2024

Model pengaruh pemberdayaan masyarakat (X_1), penerapan CBT (X_2), pengembangan produk wisata (X_3) terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata memberikan nilai R^2 sebesar 0,598 yang dapat diinterpretasikan bahwa variabilitas variabel kesejahteraan masyarakat dapat dijelaskan oleh variabilitas variabel pemberdayaan masyarakat (X_1), penerapan CBT (X_2) dan pengembangan produk wisata (X_3) sebesar 59,8 persen, sedangkan 40,2 persen dijelaskan oleh variabel lain diluar yang diteliti.

Pengujian Hipotesis

1) Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat, Penerapan CBT, Pengembangan Produk Wisata Secara Simultan terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata

Dalam melakukan proses uji hipotesis dengan arah yang secara simultan, maka dalam kesempatan ini dilakukan dengan cara melakukan perbandingan pada perolehan nilai F-hitung dan perolehan nilai F-tabel. Hipotesis akan diberikan penilaian hasil yang valid pada saat mempunyai memberikan perolehan nilai F-hitung yang tampak melebihi perolehan nilai F-tabel. Adapun nilai F dicari dengan cara perhitungan memakai rumus sebagai berikut.

$$F = \frac{R^2/k-1}{(1-R^2)/N-k}$$

$$F = \frac{0,598/4-1}{(1-0,598)/94-4}$$

$$F = \frac{0,598/3}{(1-0,598)/90}$$

$$F = \frac{0,1993}{(0,402)/90}$$

$$F = \frac{0,1993}{0,00446} = 44,686$$

Sehingga, dapat diketahui bahwa nilai F adalah sebesar 44,686. Nilai F tabel sebesar $2,71 <$ nilai F-hitung sebesar 44,686, maka pemberdayaan masyarakat (X_1), penerapan CBT (X_2), pengembangan produk wisata (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata (Y). Hal ini berarti pemberdayaan masyarakat yang semakin efektif, penerapan CBT yang semakin efektif dan pengembangan produk wisata yang semakin baik maka akan semakin meningkatkan kesejahteraan masyarakat di Desa Wisata Munggu.

2) Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat, Penerapan CBT, Pengembangan Produk Wisata Secara Parsial terhadap Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata

Tabel 3. Path Coefficient

	Original Sample (O)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics (O/STDEV)	P Values	Keterangan
X1(Pemberdayaan Masyarakat) -> Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0.314	0.077	4.096	0.000	Signifikan
X2 (Penerapan CBT-> Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0.448	0.074	6.064	0.000	Signifikan

X3 (Pengembangan Produk Wisata -> Y (Kesejahteraan Masyarakat)	0.274	0.073	3.737	0.000	Signifikan
--	-------	-------	-------	-------	------------

Sumber : Data diolah, 2024

(1) Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat pada Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata

Hasil yang tampak pada nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) X_1 ke Y ialah dengan angka mencapai 0,314. Nilai *Statistics* = 4.096 (> t-kritis 1,96) dengan p *value* 0,000 < 0,050. Hasil ini telah berhasil memberikan makna bahwa adanya pembuktian H_1 untuk diterima dan H_0 untuk ditolak, yang memberikan penjelasan bahwa pemberdayaan masyarakat memberikan hasil berpengaruh dengan nilai positif dan juga nilai signifikan pada kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata yang ada di daerah kawasan Desa Wisata Munggu, sehingga berhasil terbukti. Hasil ini berhasil didukung oleh temuan yang didapatkan oleh Edri dkk (2022) bahwa pemberdayaan masyarakat memberikan hasil berpengaruh dengan nilai positif dan juga nilai signifikan pada kesejahteraan masyarakat Nagari. Suryawan dan Utama (2021) juga memberikan hasil yang senada bahwa pemberdayaan masyarakat memberikan hasil berpengaruh dengan nilai positif dan juga nilai signifikan pada kesejahteraan masyarakat pada Objek Wisata Ceking Rice Terrace, Tegallalang, Gianyar. Hal ini mampu memberikan pemahaman bahwa pemberdayaan masyarakat yang diterapkan dengan secara maksimal akan mampu mendukung tercapainya kesejahteraan masyarakat ke arah yang lebih baik.

(2) Pengaruh Penerapan CBT pada Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata

Hasil yang tampak pada nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) $X_2 \rightarrow Y$ ialah dengan angka mencapai 0,448. Nilai t *Statistics* = 6.064 (> t-kritis 1,96) dengan p *value* 0,000 < 0,050. Hasil ini telah berhasil memberikan makna bahwa adanya pembuktian H_1 untuk diterima dan H_0 untuk ditolak, yang memberikan penjelasan bahwa penerapan CBT memberikan hasil berpengaruh dengan nilai positif dan juga nilai signifikan pada kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata yang ada di daerah kawasan Desa Wisata Munggu, sehingga berhasil terbukti. Hasil ini berhasil didukung oleh temuan yang didapatkan oleh Mahardika dan Utama (2020) bahwa *Community Based Tourism* memberikan hasil berpengaruh dengan nilai positif dan juga nilai signifikan pada kesejahteraan masyarakat yang ada di daerah kawasan Desa Wisata Paksewali. Putri dan Frinaldi (2023) dalam risetnya juga menemukan hal yang sama bahwa *Community Based Tourism* memberikan hasil

berpengaruh dengan nilai positif pada kesejahteraan masyarakat yang ada di kawasan wisata Kapalo Banda.

(3) Pengaruh Pengembangan Produk Wisata pada Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha Pariwisata

Nilai koefisien korelasi (*Original Sample*) $X_3 \rightarrow Y = 0,274$. Nilai *t-Statistics* = 3.737 (> *t*-kritis 1,96) dengan *p value* $0,000 < 0,050$. Dengan demikian, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, ini menunjukkan bahwa adanya pengembangan produk wisata memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Wisata Munggu. Temuan ini konsisten dengan penelitian yang mengindikasikan bahwa produk wisata berkontribusi secara positif dan signifikan terhadap pendapatan masyarakat di destinasi wisata Sangeh (Handayani & Purbadharmaja, 2021). Menurut penelitian dari Elmas (2019) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk wisata dengan minat kunjungan wisatawan. Ini mengindikasikan bahwa semakin unggul produk wisata suatu destinasi, semakin besar minat wisatawan untuk mengunjungi objek wisata tersebut, sehingga masyarakat sekitar yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan mengalami peningkatan pendapatan (Ramadhan & Susanta, 2016).

Berdasarkan hasil analisis maka diperoleh implementasi hasil bagi lembaga dan masyarakat yaitu masih terdapat beberapa masyarakat yang menilai kurang mendapat bantuan berupa materi ataupun peralatan dalam rangka pengembangan desa wisata. Kemudian, masih ada masyarakat yang belum terlibat dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengembangan desa wisata. Dan terakhir masyarakat menilai event-event rutin yang diselenggarakan lembaga pengelola desa untuk dijadikan objek tontonan masih perlu ditingkatkan agar lebih bervariasi. Oleh karena itu perlu adanya implementasi kebijakan yang dilaksanakan dengan fokus pada pengkapasitasan masyarakat, dimana masyarakat dan pengelola dituntut lebih kreatif sehingga wisatawan nantinya memiliki kegiatan yang lebih menarik saat berkunjung ke Desa Wisata Munggu. Dengan demikian, wisatawan akan memiliki kesan yang baik terhadap desa Munggu dan membuat wisatawan tertarik untuk kembali berkunjung

SIMPULAN

Berlandaskan pada perolehan hasil melakukan analisis data dan juga pemaparan pembahasan yang telah dilakukan, maka berhasil disajikan kesimpulan dalam riset ini bahwa pemberdayaan masyarakat, penerapan CBT, pengembangan produk wisata berpengaruh secara simultan terhadap kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata di Desa Munggu, Kecamatan Mengwi, Kabupaten Badung. Hal ini berarti, pemberdayaan

masyarakat yang semakin baik, kemudian pelaksanaan penerapan CBT yang semakin efektif dan pengembangan produk wisata yang semakin baik maka akan semakin meningkatkan kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata. Pemberdayaan masyarakat berpengaruh positif dan signifikan pada kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata. Penerapan CBT berpengaruh positif dan signifikan pada kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata. Pengembangan produk wisata berpengaruh positif dan signifikan pada kesejahteraan masyarakat pelaku usaha pariwisata.

Untuk dapat meningkatkan pemberdayaan masyarakat menjadi lebih efektif, maka sebaiknya Desa Wisata Munggu perlu melakukan penyuluhan dan memberikan sosialisasi pada masyarakat mengenai pariwisata terutama pengelolaan desa wisata serta meningkatkan sumber daya manusia yang ada sehingga masyarakat dapat memberikan kontribusi berupa ide-ide untuk mengembangkan Desa Wisata Munggu. Begitupun dengan pelaksanaan pelatihan terkait dengan pengelolaan desa wisata perlu diberikan secara berkesinambungan sehingga masyarakat mampu mengelola Desa Wisata Munggu dengan baik. Kemudian terkait pemberian bantuan materi atau peralatan dalam rangka pengembangan desa wisata sebaiknya pemerintah desa atau lembaga pengelola memberikan jenis bantuan yang dapat membantu pelaku pariwisata di Desa Munggu untuk mengembangkan usahanya dan tidak hanya terbatas pada kebutuhan di era pandemi. Bantuan kebutuhan dalam usaha bidang pariwisata yang dapat diberikan pemerintah desa atau lembaga pengelola desa seperti penyediaan fasilitas yang lebih memadai.

Guna meningkatkan penerapan CBT menjadi lebih efektif maka sebaiknya masyarakat Desa Wisata Munggu harus lebih dilibatkan dalam proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan dalam pengembangan desa wisata. Dalam proses perencanaan pengembangan desa wisata Munggu, pemerintah desa atau lembaga pengelola desa dapat menyaring aspirasi yang dimiliki oleh masyarakat desa Munggu itu sendiri. Dalam pelaksanaan sebaiknya lebih melibatkan masyarakat lokal, dalam artian tidak hanya melibatkan tokoh pemuka masyarakat saja, tetapi penting juga untuk turut melibatkan perwakilan dari kelompok masyarakat seperti PKK, kelompok tani dan lainnya. Partisipasi masyarakat pada segi pengawasan perlu ditingkatkan lagi, hal ini termasuk dalam keikutsertaan masyarakat saat memantau, menilai serta mengkritisi pelaksanaan program yang telah ada sehingga nantinya masyarakat dapat memberikan suara terkait hal apa saja yang perlu untuk diperbaiki.

Untuk meningkatkan pengembangan produk wisata menjadi lebih baik, maka sebaiknya seluruh masyarakat, pemerintah desa dan pengelola Desa Wisata Munggu secara bersama sama mengadakan event atau acara yang dapat menarik minat wisatawan untuk

berkunjung ke desa Munggu seperti menampilkan *barong dance* saat *weekend* di destinasi wisata Munggu, tidak hanya menjelang hari raya Galungan dan Kuningan saja.

Guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat menjadi lebih baik, maka sebaiknya Desa Wisata Munggu dapat lebih mengembangkan daya tarik wisatanya agar mampu mendapat perhatian dari wisatawan untuk berkunjung dan meningkatkan pendapatan masyarakat sehingga mampu memenuhi standar kesehatan dan bidang pendidikan yang lebih baik

DAFTAR PUSTAKA

- Edri, O. (2022). Pengaruh Akuntabilitas Pengelolaan Keuangan Dana Desa Dan Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Nagari Kecamatan Lintau Buo Sumatera Barat. *Available Journal of Islamic Finance and Accounting Research (JAFAR)*, 1(2), 1–16.
- Elmas, M. (2019). The Influence Of Green Marketing, Attribute Tourism Products, E-Wom The Visit Decision. *International Journal of Social Science and Business*, 3(1), 46–54. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/IJSSB/index>
- Handayani, M., & Purbadharmaja, P. (2021). Pengaruh Tingkat Keamanan, Kenyamanan Dan Produk Wisata Terhadap Pendapatan Masyarakat Di Destinasi Wisata Sangeh. *E-Jurnal EP Unud*, 10 [4]: 1656-1685.
- Mahardika, A., & Utama. (2020). Pengaruh Pemberdayaan Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Desa Wisata Paksebali, Kabupaten Klungkung. *E-Jurnal Ekonomi Pembangunan Universitas Udayana*, Vol. 9. No 10.
- Parida, J., & Setiamandani, E. D. (2019). *Pengaruh strategi pemberdayaan masyarakat terhadap peningkatan kesejahteraan desa*. 8(3), 146. www.publikasi.unitri.ac.id
- Putri, S., & Frinaldi, A. (2023). Dampak Community Based Tourism dan Kemitraan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat di Kawasan Kapalo Banda Nagari Taram Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, Vol. 7 No. 2.
- Ramadhan, I., & Susanta, H. (2016). Pengaruh Produk Wisata Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung (Studi Kasus pada Pengunjung Objek Wisata Pantai Klayar). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Rochaety, E., & Tresnati, R. (2022). *Kamus Istilah Ekonomi (Edisi Kedua)* (Y. Hayati, Ed.; Edisi Kedua). PT Bumi Aksara.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. (2011). Tourism and Economic Growth in Developing Countries: P-VAR Approach. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 10(1), 28–32.

- Soebiyantoro, U. (2009). *Pengaruh Ketersediaan Sarana Prasarana, Sarana Transportasi Terhadap Kepuasan Wisatawan*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.9744/pemasaran.4.1.pp.16-22>
- Suryawan, A., & Utama, M. S. (2021). Pengaruh Pemberdayaan Masyarakat Terhadap Community Based Tourism Dan Kesejahteraan Masyarakat Pada Ceking Rice Terrace, Tegallalang. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana, Vol. 10 No. 8*, 674–680.
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/index>
- Widjajanti, K. (2011). Model Pemberdayaan Masyarakat. *Jurnal Ekonomi Pembangunan, 12*(1), 15–27.