

## Kesiapan Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Desa Paseseh Sebagai Desa Wisata Di Kabupaten Bangkalan

**Erwinda Styana Dwi Wulandari<sup>a\*</sup>, Retno Indriartiningtias<sup>b</sup>, Shofi Fitrotis Salimah<sup>c</sup>**

<sup>a b c</sup> Universitas Trunojoyo Madura Jl. Raya Telang Perumahan Telang Indah, Kamal, Bangkalan dan 69162

\* Corresponding author: [220421100122@student.trunojoyo.ac.id](mailto:220421100122@student.trunojoyo.ac.id)

### ABSTRAK

Pengembangan desa wisata menjadi strategi yang banyak diterapkan untuk memberdayakan potensi lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Desa Paseseh di Kabupaten Bangkalan, Madura merupakan salah satu desa yang sedang berinisiatif dalam mempersiapkan menjadi desa wisata. Faktor kunci yang menentukan keberhasilan inisiatif ini adalah kesiapan masyarakat. Ketidaksiapan masyarakat berpotensi menjadi hambatan utama, padahal desa ini memiliki beragam aset wisata yang dapat dikembangkan. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui posisi tingkat kesiapan masyarakat menggunakan pendekatan *Community Readiness Model* (CRM). Ruang lingkup penelitian mencakup penilaian enam dimensi kesiapan masyarakat, yaitu usaha masyarakat, pengetahuan masyarakat mengenai usaha, kepemimpinan, kondisi masyarakat, pengetahuan masyarakat tentang isu, dan sumber daya masyarakat terkait isu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kesiapan masyarakat berada pada tahap *Preparation* (persiapan) dengan skor rata-rata 3.67, dimana aspek keterampilan masyarakat menjadi kekuatan utama dengan skor 4.00 sementara pengetahuan tentang isu masih perlu ditingkatkan dengan skor 3.33. Penelitian ini menjelaskan bahwa masyarakat Desa Paseseh telah memiliki landasan yang memadai untuk melanjutkan ke tahap implementasi, dengan rekomendasi strategis pada peningkatan kapasitas pengetahuan masyarakat melalui program edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif.

**Kata Kunci:** Desa Wisata, Desa Paseseh, *Community Readiness Model*, Kesiapan Masyarakat, Pengembangan Pariwisata

### ABSTRACT

*The development of tourism villages has become a widely implemented strategy to empower local potential and improve the community's economy. Paseseh Village in Bangkalan Regency, Madura, is one of the villages that is taking the initiative to prepare to become a tourism village. The key factor that determines the success of this initiative is community readiness. Community unpreparedness has the potential to be a major obstacle, even though this village has a variety of tourism assets that can be developed. The purpose of this study is to determine the level of community readiness using the Community Readiness Model (CRM) approach. The scope of the study includes an assessment of six dimensions of community readiness, namely community efforts, community knowledge about efforts, leadership, community conditions, community knowledge about issues, and community resources related to issues. The results show that the level of community readiness is at the Preparation stage with an average score of 3.67, where community skills are the main strength with a score of 4.00, while knowledge about the issue still needs to be improved with a score of 3.33. This study explains that the Paseseh Village community has an adequate foundation to proceed to the implementation stage, with strategic recommendations on increasing community knowledge capacity through more intensive education and socialization programs.*

**Keywords:** Tourism Village, Paseseh Village, *Community Readiness Model*, Community Readiness, Tourism Development



## 1. Pendahuluan

Potensi pariwisata Indonesia tidak hanya terletak pada destinasi alam, tetapi juga pada kekayaan budaya yang tersebar di berbagai pelosok daerah. Kekayaan budaya ini bisa menarik wisatawan untuk belajar dan merasakan langsung tradisi-tradisi unik, sehingga tidak hanya melestarikan warisan leluhur, tapi juga membuka peluang ekonomi baru bagi warga di daerah terpencil [1]. Salah satu budaya yang memiliki nilai ekonomi tinggi adalah batik. Desa Paseseh Tanjung Bumi, Kabupaten Bangkalan, Madura, telah lama dikenal sebagai salah satu sentra penghasil batik tulis khas yang memiliki corak dan teknik pewarnaan yang unik, terutama batik tulis gentongan. Keunikan motif dan proses produksi yang masih tradisional merupakan modal budaya yang sangat berharga untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata berbasis komunitas, yakni Desa Wisata Kampung Batik yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat [2].

Pengalaman dari berbagai lokasi menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata tidak hanya ditentukan oleh keunikan daya tariknya, melainkan sangat bergantung pada kesiapan masyarakat sebagai pelaku utama. Kesiapan didefinisikan sebagai suatu kondisi dimana seseorang memiliki kemampuan, baik secara fisik maupun mental, untuk melaksanakan suatu tindakan guna mencapai tujuan tertentu. Ketidaksiapan masyarakat dapat menimbulkan hambatan bahkan kegagalan dalam implementasi program. Kesiapan masyarakat digunakan untuk penilaian sejauh mana suatu komunitas memiliki kemauan dan kesiapan untuk bertindak dalam menghadapi suatu isu tertentu. Pengukuran tingkat kesiapan masyarakat umumnya dilakukan melalui evaluasi terhadap pemahaman masyarakat, kemampuan kepemimpinan, bentuk inisiatif yang telah dilakukan, serta ketersediaan sumber daya di masyarakat. Dengan memiliki kesiapan yang memadai, masyarakat cenderung termotivasi dalam melakukan pengelolaan sumber daya, mengembangkan daya tarik wisata, serta pemeliharaan nilai-nilai budaya yang dimiliki [3].

Pengembangan desa wisata yang melibatkan banyak warga desa akan menunjukkan cara mereka berinteraksi sehari-hari. Ini juga menggambarkan bagaimana hubungan sosial antar warga terbentuk, yang menjadi bagian dari kekuatan sosial masyarakat desa [4]. Masyarakat perlu memiliki kesiapan agar dapat terlibat aktif dalam pengelolaan Desa Wisata Paseseh. Kesiapan ini berarti warga desa siap secara pengetahuan, keterampilan, dan semangat untuk bekerja sama dalam menghadapi tantangan wisata. Kesiapan masyarakat ini penting agar potensi wisata dapat memberikan manfaat dan dampak positif, baik bagi masyarakat maupun desa itu sendiri. Dengan kesiapan yang baik, kesejahteraan masyarakat dapat meningkat melalui partisipasi aktif dalam mengelola sumber daya, daya tarik wisata, serta melestarikan budaya lokal, seperti proses pembuatan batik tulis gentongan yang menjadi ciri khas Desa Paseseh. [5]. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui posisi tingkat kesiapan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Paseseh dengan menggunakan pendekatan *Community Readiness Model* (CRM). Dengan mengetahui tingkat kesiapan ini, pihak pengelola dan *stakeholder* dapat menyusun rencana strategi yang tepat dan berdampak positif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat serta memastikan keberhasilan pengembangan wisata yang berkelanjutan di Desa Paseseh.

## 2. Tinjauan Pustaka

### 2.1 Batik

Keberagaman budaya yang dimiliki Indonesia mempunyai sejarah dan artinya masing-masing. Hal ini harus terus dijaga dan dikembangkan karena budaya adalah jati diri suatu bangsa. Salah satu bentuk budaya Indonesia yang bisa kita lihat dan sentuh adalah kain batik tradisional. Batik memiliki banyak sekali motif, dan setiap motifnya mengandung makna yang dalam. Nilai filosofis atau makna di balik motif batik ini berbeda-beda, tergantung dari daerah asalnya. Karena nilai budayanya yang sangat tinggi, UNESCO telah menetapkan batik sebagai Warisan Kemanusiaan milik Indonesia. Pengakuan ini diberikan untuk menghargai teknik pembuatan, teknologi yang digunakan, dan perkembangan motif batik itu sendiri [6]. Batik tulis Madura adalah salah satu jenis batik yang umurnya sudah sangat tua, lebih dari 100 tahun. Ciri khas batik tulis Madura pada dasarnya bisa dilihat dari dua hal, yaitu warnanya dan polanya atau motifnya. Dari segi warna, batik Madura biasanya memakai warna-warna yang cerah dan mencolok, seperti Merah, Kuning, Hijau (disebut "Biruh" dalam bahasa Madura), dan Biru [7].

### 2.2 Pariwisata

Kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang merupakan gabungan dari dua kata: "pari" yang artinya banyak, berkeliling, atau berputar, dan "wisata" yang artinya pergi atau bepergian. Jadi, pariwisata dapat didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara berulang atau berkeliling dari satu lokasi ke lokasi lain [8]. Pariwisata adalah salah satu sektor ekonomi yang sangat penting dan perkembangannya sangat pesat saat ini. Sektor ini menjadi sumber pendapatan, lapangan kerja, dan kekayaan yang semakin besar bagi banyak negara. Pariwisata merupakan penghasil pendapatan yang vital dan berperan penting dalam menstabilkan perekonomian, karena membantu meningkatkan pemasukan devisa (mata uang asing) dan menciptakan lebih banyak lowongan pekerjaan [9]. Dalam dunia pariwisata, ada enam komponen penting (6A) pariwisata yaitu Daya Tarik (*Attractions*), Akomodasi (*Accomodation*), Fasilitas Penunjang (*Amenities*), Keramahan (*Ancilliary/Hospitality*), Aktivitas (*Activity*), dan Aksesibilitas (*Accessibility*) [10].

### 2.3 Desa Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2014 tentang Desa, didefinisikan sebagai entitas masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah tertentu. Desa berwenang untuk mengatur dan mengelola pemerintahan serta kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan inisiatif dan keinginan warganya, dengan tetap menghormati hak asal-usul dan tradisi yang diakui dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia [11]. Desa wisata adalah kawasan pedesaan yang menawarkan pengalaman otentik kehidupan desa, termasuk budaya, adat istiadat, aktivitas sehari-hari, arsitektur khas, serta kegiatan ekonomi yang unik. Desa ini memiliki berbagai potensi wisata seperti atraksi, akomodasi, kuliner, cenderamata, dan fasilitas pendukung lainnya untuk dikembangkan [9]. Desa wisata adalah sebuah komunitas yang dikelola secara bersama-sama oleh masyarakat yang sadar akan potensi daerahnya dan memiliki keahlian khusus untuk mengembangkannya. Masyarakat berperan sebagai penggerak utama, sehingga pengelolaan desa wisata selalu melibatkan kelompok sadar wisata (POKDARWIS) yang bertugas memberdayakan warga setempat. Adanya pengembangan desa wisata, diharapkan perekonomian masyarakat lokal dapat meningkat, kesejahteraan mereka terbantu, serta kelestarian alam dan budaya tradisional tetap terjaga [12].

### 2.4 Community Based Tourism (CBT)

*Community Based Tourism* (CBT) adalah sebuah konsep yang bertujuan memberdayakan komunitas lokal agar mereka lebih mengenal dan menghargai kekayaan yang dimiliki desanya, seperti budaya, adat istiadat, kesenian, kuliner, dan sumber daya



alam. Konsep ini melibatkan masyarakat secara penuh dalam setiap tahap pengembangan pariwisata mulai dari perencanaan, pengelolaan, hingga pengawasan secara partisipatif [13]. *Community Based Tourism* (CBT) adalah strategi yang efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan mancanegara. Konsep ini berfokus pada peran aktif masyarakat lokal sebagai daya tarik utama, menawarkan pengalaman unik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Keterlibatan dan pengakuan terhadap komunitas setempat juga membantu menjaga kelestarian lingkungan dan budaya daerah tersebut agar tetap berkelanjutan [14]. Pariwisata berbasis masyarakat adalah jenis pariwisata yang menekankan partisipasi aktif warga lokal sebagai unsur utama untuk mencapai pariwisata berkelanjutan. Konsep ini juga diatur dalam hukum Indonesia, khususnya Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pasal 2 UU tersebut menyatakan bahwa kepariwisataan harus dilaksanakan dengan dasar partisipatif, sementara Pasal 5 menegaskan prinsip pemberdayaan masyarakat setempat sebagai salah satu fondasi penyelenggaraan pariwisata [15].

## 2.5 Kesiapan

Kesiapan masyarakat adalah tingkat kesiapan suatu komunitas untuk mengambil tindakan dalam menanggapi suatu isu, program, kebijakan, atau kegiatan. Dengan kata lain, konsep ini mengukur sejauh mana kemauan dan persiapan masyarakat untuk merespons dan terlibat dalam suatu hal yang diimplementasikan [16]. Kesiapan adalah kondisi yang membuat seseorang mampu merespons situasi tertentu dan menjadi dasar bagi langkah selanjutnya, baik oleh masyarakat maupun pemerintah. Masyarakat memegang peran kunci sebagai penentu keberhasilan. Jika masyarakat belum siap, program pembangunan akan terhambat. Untuk mengukur kesiapan masyarakat, digunakan *Community Readiness Model* (CRM). Caranya adalah dengan menilai tingkat kesiapan masyarakat melalui beberapa dimensi, yang kemudian digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada [17]. Pengetahuan berperan penting dalam membentuk cara pikir dan tindakan masyarakat menuju pola yang lebih baik. Dengan pemahaman yang memadai tentang pariwisata, kesadaran masyarakat akan meningkat sehingga mendorong proses pemberdayaan yang lebih efektif. Informasi dan pengetahuan juga menjadi dasar bagi masyarakat untuk memahami alasan di balik setiap keputusan yang mereka ambil, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap kesiapan masyarakat dalam menyambut dan mengelola perkembangan pariwisata [18].

## 2.6 Tingkat Kesiapan Masyarakat (*Community Readiness Model*)

Kesiapan masyarakat dalam menerima perkembangan pariwisata dipengaruhi oleh berbagai karakteristik individu. Faktor-faktor seperti jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, penghasilan, dan mata pencaharian berperan penting dalam menentukan respons masyarakat [19]. Variabel berdasarkan model *Community Readiness Model* (CRM) terdiri dari enam dimensi yaitu Usaha Masyarakat (*Community Efforts*), Pengetahuan Masyarakat (*Community Knowledge*), Kepemimpinan (*Leadership*), Kondisi Masyarakat (*Community Climate*), Pengetahuan tentang Masalah (*Knowledge about the Issue*), dan Sumber Daya terkait Masalah (*Resources about the Issue*). Data hasil wawancara responden yang telah dikumpulkan kemudian diolah menggunakan teknik skoring berdasarkan model kesiapan masyarakat. Caranya adalah dengan menjumlahkan seluruh skor nilai kesiapan masyarakat, sehingga dapat ditentukan pada tingkat atau tangga mana kesiapan masyarakat tersebut berada. Menurut teori Model Kesiapan Masyarakat (*Community Readiness Model*), terdapat 9 tingkatan yang digunakan untuk mengukur kesiapan masyarakat, yaitu *No Awareness*, *Denial*, *Vague Awareness*, *Preplanning*, *Preparation*, *Initiation*, *Stabilitazion*, *Confirmation/Expansio*, dan *Community Ownership* [20].

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif dengan menerapkan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah metode yang menggunakan data berupa angka atau fakta ilmiah yang pasti untuk menguji dan menjawab hipotesis. Teknik sampling yang digunakan adalah *non probability sampling* melalui metode *purposive sampling*. Data utama (primer) diperoleh melalui wawancara dan kuesioner yang disebarluaskan kepada empat responden kunci yang dipilih yakni kepala desa, dan 3 pelaku UMKM Desa Paseseh berdasarkan pengetahuan responden kunci tentang pengembangan wisata di Desa Paseseh. Sementara itu, data pendukung (sekunder) diambil dari berbagai sumber literatur yang relevan dan mengikuti teori-teori terbaru [21]. Kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini diukur dengan menggunakan skala likert, dengan penilaian dari skala satu sampai lima pada setiap pertanyaan yang disesuaikan dengan variabel yang digunakan untuk menilai tingkat kesiapan masyarakat dalam pengembangan Desa Wisata Paseseh. Langkah penelitian yang dilakukan dimulai dengan melakukan survei awal, identifikasi variabel, perancangan kuesioner, penyebaran kuesioner, dan pengolahan serta analisis data. Teknik analisis data menggunakan pendekatan *Community Readiness Model* (CRM).

#### 3.1 Identifikasi Variabel

Variabel yang digunakan dalam analisis data menggunakan variabel atau dimensi yang ada dalam pendekatan *Community Readiness Model* (CRM).

Tabel 1 Identifikasi Variabel

| No | Variabel                              | Definisi   | Referensi |
|----|---------------------------------------|--|-----------|
| 1  | Usaha Masyarakat                      | Dimensi ini menggambarkan implementasi aktual program dan kebijakan dalam penanganan masalah desa wisata. Keberadaan program terukur menunjukkan komitmen nyata dalam penyelesaian isu dan untuk mengetahui tingkat kepedulian masyarakat.   |           |
| 2  | Pengetahuan Masyarakat Mengenai Usaha | Dimensi ini mencakup pemahaman terhadap berbagai upaya yang telah diterapkan beserta efektivitasnya. Evaluasi terhadap keberhasilan dan kegagalan program menjadi kunci perbaikan strategi. Dimensi ini untuk mengetahui tingkat kemudahan akses informasi dalam desa wisata. [22] | [22]      |
| 3  | Kepemimpinan                          | Dimensi ini menilai peran serta pengaruh pemimpin dalam mendukung dan menangani permasalahan. Kepemimpinan yang efektif mampu memobilisasi sumber daya dan membangun kolaborasi.   |           |
| 4  | Kondisi Masyarakat                    | Dimensi ini menggambarkan nilai dan sikap masyarakat dalam merespons atau mengatasi suatu masalah. Suasana yang bermanfaat mendorong partisipasi aktif dan gotong royong.  |           |

| No | Variabel                           | Definisi   | Referensi |
|----|------------------------------------|--|-----------|
| 5  | Pengetahuan Masyarakat Terkait Isu | Dimensi ini mengukur pemahaman masyarakat menyeluruh mengenai akar penyebab dan dampak suatu isu. Pemahaman yang global menjadi fondasi penting untuk merancang solusi yang tepat. |           |
| 6  | Sumberdaya Masyarakat terkait Isu  | Dimensi ini mengukur ketersediaan elemen pendukung seperti dana, SDM, dan fasilitas. Kecukupan sumber daya menentukan kelancaran pelaksanaan program.                              |           |

#### 4. Hasil dan Pembahasan

##### 4.1 Responden Kunci dan Hasil Setiap Variabel

Tabel 2 Responden Kunci

| No | Nama        | Jabatan                        |
|----|-------------|--------------------------------|
| 1  | Ahmad Fauzi | Kepala Desa Paseseh            |
| 2  | Misnari     | Pelaku UMKM Batik Desa Paseseh |
| 3  | Subayah     | Pelaku UMKM Batik Desa Paseseh |
| 4  | Toyyinah    | Pelaku UMKM Batik Desa Paseseh |

Penilaian tingkat kesiapan masyarakat dapat dilakukan dengan menghitung skor dari hasil wawancara para responden kunci. Skor untuk setiap dimensi dihitung dengan cara mencari rata-rata nilai dari semua responden. Nilai akhir kesiapan kemudian ditentukan dari rata-rata skor keenam dimensi tersebut.

##### 1) Dimensi Usaha Masyarakat

Usaha Masyarakat digunakan untuk mengetahui sejauh apa tindakan atau program yang sudah dilakukan oleh masyarakat setempat untuk mengatasi suatu isu. Variabel ini melihat apakah sudah ada inisiatif yang nyata atau belum sama sekali.

Tabel 3 Usaha Masyarakat

##### Variabel Usaha Masyarakat

| No | Sub-Variabel                  | Penilaian Responden |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|-------------------------------|---------------------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |                               | 1                   | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Tingkat Kepedulian Masyarakat | 4                   | 4 | 2 | 4 | 14    | 3.50      |              |
| 2  | Tingkat Pemahaman Masyarakat  | 3                   | 2 | 3 | 4 | 12    | 3.00      | 3.83         |
| 3  | Durasi Lamanya Usaha          | 5                   | 5 | 5 | 5 | 20    | 5.00      |              |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 3, dapat dianalisis bahwa aspek durasi lamanya usaha menjadi titik kekuatan paling menonjol, ditunjukkan dengan skor rata-rata sempurna 5.00 dari seluruh responden. Hal ini mengindikasikan bahwa usaha tersebut telah berjalan dengan konsisten dalam jangka waktu yang panjang yaitu lebih dari 4 tahun dan diakui keberlanjutannya oleh masyarakat. Sementara itu, tingkat kepedulian masyarakat juga cukup tinggi dengan skor rata-rata 3.50, yang menggambarkan partisipasi dan keterlibatan aktif dari sebagian besar anggota masyarakat. Namun, adanya satu responden yang memberikan penilaian rendah (skor 2) menjelaskan bahwa masih terdapat ketidakmerataan dalam tingkat kepedulian, sehingga perlu diperhatikan agar tidak meluas. Di sisi lain, tingkat pemahaman masyarakat menjadi variabel yang perlu



mendapat perhatian serius. Dengan skor rata-rata terendah 3.00 dan sebaran jawaban yang beragam, terlihat bahwa pemahaman mengenai tujuan, manfaat, atau mekanisme usaha tersebut belum merata dan belum sepenuhnya dipahami oleh semua pihak. Ini dapat menjadi penghambat efektivitas dan partisipasi jangka panjang. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keberhasilan usaha masyarakat ini, rekomendasi utamanya adalah fokus pada peningkatan komunikasi dan sosialisasi guna memperkuat pemahaman masyarakat, sambil terus mempertahankan konsistensi dan durasi usaha yang sudah menjadi fondasi kokoh selama ini.

2) Dimensi Pengetahuan Masyarakat Mengenai Usaha

Pengetahuan masyarakat mengenai usaha digunakan untuk mengetahui tingkat pengetahuan dan kesadaran warga tentang usaha tersebut. Apakah masyarakat sudah paham betul dengan usaha pengembangan desa wisata, tujuan desa wisata, dan manfaat desa wisata.

Tabel 4 Pengetahuan Masyarakat Mengenai Usaha

| No | Sub-Variabel                   | Penilaian Responden |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|--------------------------------|---------------------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |                                | 1                   | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Tingkat Kesadaran Masyarakat   | 3                   | 2 | 4 | 4 | 13    | 3.25      | 3.75         |
| 2  | Tingkat Pengetahuan Masyarakat | 3                   | 5 | 4 | 5 | 17    | 4.25      |              |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 4, variabel pengetahuan masyarakat mengenai usaha ini memperoleh skor dimensi sebesar 3.75, menunjukkan tingkat kesadaran dan pengetahuan masyarakat yang cukup baik. Terdapat dua sub-variabel yang diukur tingkat kesadaran masyarakat dengan skor sebesar 3.25 artinya masih dalam kategori cukup, menjelaskan bahwa kesadaran masyarakat terhadap usaha tersebut perlu ditingkatkan. Sub variabel tingkat pengetahuan dengan skor 4.25 artinya sudah baik, artinya masyarakat memiliki pemahaman yang memadai mengenai usaha yang dijalankan. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keberhasilan usaha masyarakat ini, rekomendasi yang diberikan perlu upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat melalui sosialisasi yang lebih intensif, sementara pengetahuan yang sudah baik perlu dipertahankan.

3) Dimensi Kepemimpinan

Kepemimpinan digunakan untuk mengetahui peran serta pemimpin formal dan non-formal (seperti tokoh masyarakat, ketua adat, atau kepala desa) dalam mendorong pengembangan desa wisata. Apakah para pemimpin sudah aktif terlibat dan mendukung.

Tabel 5 Kepemimpinan

| No | Sub-Variabel              | Penilaian Responden |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|---------------------------|---------------------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |                           | 1                   | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Peran Pemimpin            | 5                   | 2 | 3 | 5 | 15    | 3.75      | 3.75         |
| 2  | Tingkat Dukungan Pemimpin | 4                   | 4 | 3 | 4 | 15    | 3.75      |              |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025



Berdasarkan tabel 5, mengenai variabel Kepemimpinan, dapat disimpulkan bahwa peran serta dukungan pemimpin dalam pengembangan desa wisata berada pada kategori baik. Kedua sub-variabel, yaitu Peran Pemimpin dan Tingkat Dukungan Pemimpin, memiliki skor rata-rata yang sama, yaitu 3.75. Skor ini menunjukkan bahwa pemimpin dinilai aktif dan memberikan dukungan yang konsisten dalam proses pengembangan desa wisata. Namun, adanya variasi penilaian responden dengan skor terendah 2 dan tertinggi 5 mengindikasikan bahwa persepsi masyarakat terhadap kepemimpinan belum sepenuhnya merata. Secara keseluruhan, dimensi kepemimpinan ini menjadi hal penting, tetapi perlu ditingkatkan konsistensi dan komunikasinya agar dukungan dapat dirasakan secara lebih menyeluruh oleh seluruh masyarakat.

4) Dimensi Kondisi Masyarakat

Kondisi Masyarakat digunakan untuk mengetahui suasana atau iklim di masyarakat terkait pengembangan desa tersebut. Apakah masyarakat umumnya mendukung, acuh tak acuh, atau bahkan menentang upaya-upaya yang dilakukan. Ini menggambarkan sikap kolektif masyarakat.

Tabel 6 Kondisi Masyarakat

| No | Sub-Variabel              | Penilaian Responden |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|---------------------------|---------------------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |                           | 1                   | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Sikap/Dukungan Masyarakat | 4                   | 5 | 5 | 5 | 19    | 4.75      | 3.38         |
| 2  | Hambatan                  | 2                   | 2 | 1 | 3 | 8     | 2.00      |              |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 6, variabel kondisi masyarakat menunjukkan hasil yang positif secara keseluruhan. Hal ini terutama didorong oleh sub-variabel Sikap/Dukungan Masyarakat yang meraih skor rata-rata sangat tinggi, yaitu 4.75. Skor ini menjelaskan bahwa dukungan dari masyarakat terhadap pengembangan desa wisata sangat kuat dan antusias. Mayoritas responden memberikan penilaian baik hingga sangat baik, yang menjadi fondasi untuk kelancaran dan keberlanjutan program pengembangan wisata. Di sisi lain, sub-variabel Hambatan memperoleh skor rata-rata yang relatif rendah, yakni 2.00. Skor ini dapat diartikan bahwa masyarakat merasakan adanya hambatan yang signifikan dalam proses pengembangan desa wisata. Secara gabungan, kedua sub-variabel ini menghasilkan Skor Dimensi sebesar 3.38, yang menggambarkan bahwa kondisi sosial masyarakat secara umum sangat kondusif dan mendukung untuk dilanjutkannya pengembangan desa wisata walaupun terdapat hambatan atau kendala yang harus dihadapi. Oleh karena itu, untuk meningkatkan keberhasilan kondisi masyarakat ini, rekomendasi yang diberikan memanfaatkan dukungan kuat dengan melibatkan masyarakat secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan program desa wisata dan mengidentifikasi melalui FGD untuk memastikan tidak ada hambatan tersembunyi yang terlewat.

5) Dimensi Pengetahuan Masyarakat Tentang Isu

Pengetahuan masyarakat tentang isu digunakan untuk mengetahui ketersediaan data dan informasi detail tentang isu yang dihadapi, tingkat pengetahuan masyarakat dalam menangani isu yang ada dalam pengembangan desa wisata dan tingkat kemudahan dalam mengakses informasi tentang desa wisata. Apakah sudah ada penelitian, survei, atau data yang akurat yang dapat digunakan untuk memahami akar permasalahan dalam proses pengembangan desa wisata.

Tabel 7 Pengetahuan Masyarakat Tentang Isu

| No | Sub-Variabel  | Penilaian |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|---|-----------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |   | 1         | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Ketersediaan Informasi Pengetahuan Masyarakat terhadap Isu Wisata di Desa | 3         | 4 | 2 | 4 | 13    | 3.25      |              |
| 2  | Kemudahan Masyarakat Mengakses Informasi Wisata di Desa                   | 3         | 2 | 4 | 4 | 13    | 3.25      | 3.33         |
| 3  |   | 4         | 2 | 4 | 4 | 14    | 3.50      |              |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 7, variabel pengetahuan masyarakat tentang isu dijelaskan bahwa pemahaman dan akses informasi masyarakat berada pada tingkat yang cukup, namun harus ada peningkatan. Sub-variabel Ketersediaan Informasi dan Pengetahuan Masyarakat terhadap Isu Wisata di Desa sama-sama memiliki skor rata-rata 3.25. Skor ini menunjukkan bahwa data dan informasi mengenai desa wisata sudah tersedia, dan masyarakat telah memiliki dasar pemahaman tentang isu-isu yang ada, akan tetapi keduanya belum memadai atau belum merata di kalangan masyarakat. Sementara itu, sub-variabel Kemudahan Masyarakat Mengakses Informasi Wisata di Desa mendapat skor sedikit lebih tinggi, yaitu 3.50. Hal ini menjelaskan bahwa mekanisme untuk mendapatkan informasi tersebut relatif mudah dijangkau, meskipun belum optimal. Dengan Skor Dimensi sebesar 3.33, dapat disimpulkan bahwa aspek pengetahuan dan informasi ini merupakan area yang kritis. Untuk membangun perencanaan yang akurat dan partisipasi yang efektif, upaya strategis seperti penyediaan data yang lebih menyeluruh melalui penelitian, serta program sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif, sangat diperlukan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat.

###### 6) Dimensi Sumberdaya Masyarakat Terkait Isu

Sumberdaya Masyarakat terkait isu digunakan untuk mengetahui ketersediaan dukungan sumber daya, baik dana, tenaga, fasilitas, maupun waktu, yang dialokasikan secara khusus untuk menangani isu tersebut dan keterampilan masyarakat dalam pengembangan desa wisata.

Tabel 8 Sumberdaya Masyarakat Terkait Isu

| No | Sub-Variabel                             | Penilaian |   |   |   | Total | Rata-rata | Skor Dimensi |
|----|--|-----------|---|---|---|-------|-----------|--------------|
|    |  | 1         | 2 | 3 | 4 |       |           |              |
| 1  | Sikap Masyarakat terhadap Wisata di Desa | 3         | 4 | 3 | 4 | 14    | 3.50      |              |
| 2  | Keterampilan masyarakat terhadap isu     | 4         | 4 | 5 | 5 | 18    | 4.50      | 4.00         |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 8, dapat disimpulkan bahwa kapasitas masyarakat dalam mendukung pengembangan desa wisata berada pada kategori sangat baik. Secara keseluruhan, dimensi ini memperoleh skor tinggi sebesar 4.00, yang menunjukkan sumber daya manusia dalam kategori baik. Sub-variabel Keterampilan masyarakat terhadap isu menjadi standar utama dengan skor rata-rata 4.50, menjelaskan bahwa masyarakat telah memiliki kompetensi yang memadai dalam menangani isu-isu pengembangan wisata. Sementara itu, sub-variabel Sikap Masyarakat terhadap Wisata di Desa juga menunjukkan hasil positif dengan skor 3.50, meskipun sedikit lebih rendah, yang mengindikasikan bahwa secara umum masyarakat telah memiliki persepsi yang baik



terhadap kehadiran wisata di desanya. Kombinasi antara sikap yang positif dan keterampilan yang memadai ini menciptakan dasar yang ideal untuk mempercepat dan mempertahankan pembangunan desa wisata secara berkelanjutan.

#### 4.2 Perhitungan Posisi Tingkat Kesiapan Masyarakat

Tabel 9 Perhitungan Kesiapan Masyarakat

| Variabel                              | Skor Variabel |
|---------------------------------------|---------------|
| Usaha Masyarakat                      | 3.83          |
| Pengetahuan Masyarakat Mengenai Usaha | 3.75          |
| Kepemimpinan                          | 3.75          |
| Kondisi Masyarakat                    | 3.38          |
| Pengetahuan Masyarakat Tentang Isu    | 3.33          |
| Sumberdaya Terkait Isu                | 4.00          |
| <b>Total Skor Variabel</b>            | <b>22.04</b>  |
| <b>Rata-rata</b>                      | <b>3.67</b>   |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 9, tingkat posisi kesiapan masyarakat untuk pengembangan desa wisata Paseseh secara keseluruhan berada pada kategori siap. Perhitungan nilai total tiap variabel untuk mengetahui nilai posisi kesiapan yang dihitung dengan menggunakan total skor masing-masing variabel yang dibagi dengan jumlah variabel. Jumlah total semua variabel kesiapan masyarakat adalah 22.04 dengan rata-rata sebesar 3.67. Secara keseluruhan, hasil ini menjelaskan bahwa masyarakat memiliki dasar yang cukup kuat untuk pengembangan desa wisata, dengan ruang perbaikan terutama pada peningkatan pemahaman tentang isu-isu strategis dan kondisi sosial masyarakat.

#### 4.3 Posisi Tingkat Kesiapan Masyarakat

Tabel 10 Posisi Tingkat Kesiapan Masyarakat

| No | Tingkat Kesiapan              | Skor        |
|----|-------------------------------|-------------|
| 1  | <i>No Awareness</i>           | 3.33 - 3.4  |
| 2  | <i>Denial</i>                 | 3.41 - 3.48 |
| 3  | <i>Vague Awareness</i>        | 3.49 - 3.56 |
| 4  | <i>Preplanning</i>            | 3.57 - 3.64 |
| 5  | <i>Preparation</i>            | 3.65 - 3.72 |
| 6  | <i>Initiation</i>             | 3.73 - 3.8  |
| 7  | <i>Stabilization</i>          | 3.81 - 3.88 |
| 8  | <i>Confirmation/Expansion</i> | 3.89 - 3.96 |
| 9  | <i>Community Ownership</i>    | 3.97 - 4.04 |

Sumber: Data Primer Diolah, 2025

Berdasarkan tabel 10, penetapan posisi skor kesiapan masyarakat ditentukan melalui perhitungan interval yang sistematis. Perhitungan ini dilakukan dengan mengurangi skor tertinggi (4.00) dengan skor terendah (3.33) kemudian membaginya dengan jumlah tahapan kesiapan yang ada, yaitu 9 tingkat, sehingga diperoleh interval sebesar 0.07. Dengan interval sebesar ini, setiap tingkat kesiapan masyarakat memiliki rentang skor yang sangat spesifik dan terukur. Berdasarkan pembagian interval tersebut, skor rata-rata kesiapan masyarakat sebesar 3.67 tepat berada dalam rentang 3.65 - 3.72 yang menjelaskan bahwa posisi kesiapan masyarakat berada pada tahap *Preparation* atau persiapan. Tahap *Preparation* (Persiapan) menjelaskan masyarakat telah memiliki

kesadaran penuh dan komitmen untuk bertindak. Sebagian besar masyarakat sudah mendukung inisiatif setempat dan pemimpin aktif memastikan sumber daya yang diperlukan. Tahap ini mengartikan bahwa meskipun masyarakat telah memiliki kesadaran dan komitmen, masyarakat masih memerlukan persiapan lebih matang sebelum memasuki tahap implementasi penuh. Penerapan praktis yang dilakukan seperti melakukan pelatihan manajemen desa wisata, penyusunan rencana aksi bersama dalam mengembangkan desa wisata, penguatan peran Pokdarwis, dan sosialisasi berkelanjutan tentang potensi dan tantangan desa wisata. Dengan demikian, rekomendasi strategis yang dapat diterapkan untuk menunjukkan masyarakat sudah memiliki dasar yang memadai dan siap untuk melangkah ke tahap implementasi inisiatif-inisiatif pengembangan desa wisata Paseseh [23].

## 5. Kesimpulan

Perhitungan posisi tingkat kesiapan masyarakat Desa Paseseh dengan pendekatan *Community Readiness Model* (CRM) dalam pengembangan desa wisata secara keseluruhan berada pada tahap Persiapan (*Preparation*) dengan skor rata-rata 3.67. Pencapaian ini menunjukkan bahwa masyarakat telah memiliki dasar yang cukup kuat untuk melakukan aksi nyata dalam pengembangan desa wisata. Aspek keterampilan masyarakat dan sumber daya manusia menjadi kekuatan utama dengan skor tertinggi 4.00, diikuti oleh kepemimpinan yang aktif mendukung dengan skor 3.75. Meskipun demikian, masih ada beberapa aspek yang harus ditingkatkan, terutama pada dimensi pengetahuan masyarakat mengenai isu yang memperoleh skor terendah sebesar 3.33. Hasil ini menjelaskan bahwa meskipun secara teknis dan dukungan kepemimpinan sudah memadai, pemahaman masyarakat mengenai isu-isu strategis pengembangan desa wisata masih perlu ditingkatkan melalui program sosialisasi dan edukasi yang lebih intensif. Dengan demikian, upaya pengembangan Desa Wisata Paseseh ke depan perlu mempertahankan kekuatan yang ada dengan meningkatkan kapasitas masyarakat dalam aspek pengetahuan untuk memastikan keberlanjutan pengelolaan desa wisata.

## Pustaka

- [1] Rahma dan W. Haryadi, "Strategi pengembangan potensi pariwisata pantai jemplung sebagai destinasi wisata unggulan di kabupaten sumbawa 12," *J. Ekon. dan Bisnis*, hal. 384–396, 2024.
- [2] D. R. Bahrin, "Perkembangan Motif Batik Tulis Tanjung Bumi Di Desa Paseseh Kecamatan Tanjung Bumi Kabupaten Bangkalan Tahun 1990-2010," vol. 12, no. 3, hal. 1–23, 2022.
- [3] R. D. Pratowo dan R. P. Kurniasanti, "Kesiapan Masyarakat Terhadap Pengembangan Kecamatan Dongko Sebagai Culture Heritage City," *J. Plano Buana*, vol. 4, no. 1, hal. 01–01, 2023, doi: 10.36456/jpb.v4i1.6919.
- [4] G. Prayitno, A. Hayat, A. Efendi, A. Aulia, dan D. Dinanti, "Structural Model of Community Social Capital for Enhancing Rural Communities Adaptation against the COVID-19 Pandemic: Empirical Evidence from Pujon Kidul Tourism Village, Malang Regency, Indonesia," *Sustain.*, vol. 14, no. 19, 2022, doi: 10.3390/su141912949.
- [5] F. Anarta dan R. Saprudin, "Pentingnya Partisipasi Masyarakat Sebagai Bagian Dari Pariwisata Berbasis Masyarakat Dalam Mengembangkan Desa Wisata," vol. 7, no. 2, hal. 212–220, 2024, doi: 10.24198/focus.v7i2.59114.
- [6] M. U. N. Saputra dan K. B. Prasetyo, "Reproduksi Budaya Batik Milenial: Upaya Pelestarian dan Inovasi Batik Tradisional di Identix Batik Semarang," *J. Paradig. J. Sociol. Res. Educ.*, vol. 4, no. 2, hal. 126–140, 2023, doi: 10.53682/jpjser.v4i2.8046.
- [7] Amirullah, T. Wardoyo, dan A. Yulianto, *Teknologi Hijau Produksi Batik Tulis Tanjung Bumi-Desain dan Implementasi Ipal Batik Tulis Berbasis Pembangkit PV*.

- Jakad Media Publishing, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=FSBYEAAAQBAJ>
- [8] F. Fatmah *et al.*, *Bisnis Periwisata di Indonesia: Peluang Bisnis Destinasi Pariwisata di Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=TNj2EAAAQBAJ>
- [9] H. R. N. Annafi, R. D. Kartika, W. R. Alifah, dan A. Furqan, "Analisis Tahapan Pengembangan Pariwisata Bertumpu Masyarakat Di Kampung Adat Cirendeue, Kota Cimahi," *J. Ind. Pariwisata*, vol. 7, no. 1, hal. 27–38, 2024, doi: 10.36441/pariwisata.v7i1.2106.
- [10] Z. N. Meutuah, I. Caisarina, dan C. Dewi, "Pemetaan Komponen Pariwisata (6A) Untuk Perencanaan Pengembangan Pariwisata (Studi Kasus: Gampong Naga Umbang, Kecamatan Lhoknga, Kabupaten Aceh Besar)," *J. Ilm. Mhs. Arsit. dan Perenc.*, vol. 6, no. 4, hal. 118–124, 2023, doi: 10.24815/jimap.v6i4.21489.
- [11] Y. I. S. H. M. Hum, *Memahami Desa: Tinjauan UU No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa dan Peraturan Pelaksananya*. Pradipta Pustaka Media, 2019. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=C3iFDwAAQBAJ>
- [12] N. Widaningsih, R. T. Dona, R. Triyana, K. D. Widagdo, F. Rahmafitria, dan A. R. Pratama, "Konsep Pemberdayaan Masyarakat Dalam Perencanaan Desa Wisata Nglangeran," *J. Ind. Pariwisata*, vol. 7, no. 1, hal. 56–67, 2024, doi: 10.36441/pariwisata.v7i1.1971.
- [13] T. A. Wismaningtyas, Y. Kurniasih, dan R. A. Winanta, *Community Based Tourism dalam Pengembangan Pariwisata di Desa Ngargogondo*. Stiletto Book, 2023. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=wey1EAAAQBAJ>
- [14] I. W. C. Adyatma, N. M. Suindari, dan I. M. D. S. Wirawan, "The Effect of Community Based Tourism Perceptions on Sustainability Performance through Mediation of Community Participation in Pinggan Tourism Village," *Int. J. Soc. Sci. Hum. Res.*, vol. 5, no. 9, hal. 4096–4101, 2022, doi: 10.47191/ijsshr/v5-i9-16.
- [15] I. Permatasari, "Peran Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan (Sustainable Tourism) di Bali," *Kertha Wicaksana*, vol. 16, no. 2, hal. 164–171, 2022, doi: 10.22225/kw.16.2.2022.164-171.
- [16] E. S. M. Biruni dan W. Kurniawati, "Tingkat Kesiapan Masyarakat Kecamatan Sayung Terhadap Rencana Pengintegrasian Pembangunan Tanggul Laut Dengan Jalan Tol Semarang-Demak," *Tek. PWK (Perencanaan Wil. Kota)*, vol. 10, no. 2, hal. 117–126, 2021, doi: 10.14710/tpwk.2021.30798.
- [17] R. L. Safira, R. R. I. Prasiwi, A. Julia, dan N. R. Putra, "Kesiapan masyarakat dan pemerintah desa dalam pembangunan pelabuhan di Desa Patimban, Kecamatan Pusakanagara, Kabupaten Subang," *Reg. J. Pembang. Wil. dan Perenc. Partisipatif*, vol. 17, no. 2, hal. 296, 2022, doi: 10.20961/region.v17i2.59327.
- [18] E. Rachmawati, *Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Wisata*. Syiah Kuala University Press, 2021. [Daring]. Tersedia pada: <https://books.google.co.id/books?id=o9YrEAAAQBAJ>
- [19] M. Alam Setiawan dan M. Muharis, "Studi Analisis Kesiapan Desa Jelantik Kecamatan Jonggat Kabupaten Lombok Tengah menjadi Desa Wisata," *J. Tour. Econ.*, vol. 7, no. 2, hal. 156–166, 2025, doi: 10.36594/jtec/rkcay510.
- [20] C. Meidiana dan G. Prayitno, "Agrotourism Development Efforts in Bangelan Village Based on Assessment Community Readiness Level Agrotourism Development Efforts in Bangelan Village Based on Assessment Community Readiness Level," no. March, 2024, doi: 10.18280/ijsdp.190209.

- [21] L. Apriliani, R. Indriartiningtias, dan Indra Cahyadi, "Strategi Pengembangan Digital Marketing Untuk Meningkatkan Pengunjung Didesa Wisata Wanawisata Sumber Biru Menggunakan Metode SWOT AHP Dan QSPM," *Waluyo Jatmiko Proceeding*, vol. 17, no. 1, hal. 47–58, 2025, doi: 10.33005/wj.v17i1.110.
- [22] E. B. Orbawati, S. Sujatmiko, F. Fadlurrahman, dan N. M. Fauziah, "Village Community Readiness In Establishing A Global Village," *J. Ilmu Sos.*, vol. 1, no. 1, hal. 58–91, 2020, doi: 10.14710/jis.1.1.2020.58-91.
- [23] T. Brand, D. Gansefort, S. Müllmann, dan H. Zeeb, *Community Readiness*, vol. 32, no. 3. 2024. doi: 10.1515/pubhef-2024-0045.