

RESILIENSI COMMUNITY BASED TOURISM DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN PRIVATISASI PARIWISATA DI YOGYAKARTA (Studi Kasus : Resiliensi Eksistensi Destinasi Wisata Tebing Breksi)

Meilia Wulansari^{1*}, Agung Prabowo²

¹² Universitas Pembangunan Nasional Veteran Yogyakarta

meiliawulansari@gmail.com¹, agoengprab@gmail.com²

*corresponding author

Received: 25-07- 2025

Revised: 05-8-2025

Approved: 10-08-2025

ABSTRAK

Community Based Tourism saat ini harus menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan pariwisata yang berbasis padat modal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam bagaimana destinasi wisata yang berbasis *Community Based Tourism*, seperti destinasi wisata Tebing Breksi mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan privatisasi pariwisata di Yogyakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara terhadap enam informan yang terdiri dari pengelola, pelaku usaha lokal, dan tokoh masyarakat, observasi non partisipasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata Tebing Breksi menerapkan berbagai strategi resiliensi, di antaranya inovasi atraksi alam, budaya, dan minat khusus yang bertujuan untuk menciptakan *memorable tourism experience*. Atraksi alam menawarkan keindahan alam berupa formasi Batuan Breksi Piroklastik yang saat ini telah ditetapkan sebagai situs *geohéritage*, lanskap sunset, Gunung Merapi, Candi Prambanan, dan lampu kota. Atraksi budaya menawarkan pertunjukkan seni lokal seperti Tari Sanggar Laksita Krida Sambi, Kudho Song Pacc, dan Bedhol Desa. Selanjutnya, minat khusus terdapat dari aktivitas petualangan, seperti jeep tour dan camping. Strategi resiliensi yang lainnya adalah penguatan pada kualitas SDM melalui partisipasi aktif di pelatihan, praktik, dan pendampingan secara langsung. Strategi resiliensi yang lain berfokus pada penguatan pengelolaan manajemen internal komunitas dan meningkatkan kolaborasi dengan basis model *pentahelix*. Penelitian ini menemukan beberapa tantangan, seperti destinasi wisata Tebing Breksi belum menjadi pilihan utama bagi wisatawan dan tantangan berupa kendala regenerasi pengurus destinasi wisata Tebing Breksi. Dengan penelitian ini menunjukkan bahwa pengelola destinasi wisata Tebing Breksi melakukan beragam upaya dan melibatkan berbagai pihak untuk mempertahankan eksistensi dari destinasi wisata Tebing Breksi.

Kata kunci : *Resiliensi Destinasi Wisata CBT, Destinasi Wisata Padat Modal, Destinasi Wisata Tebing Breksi, Model Pentahelix, Privatisasi Pariwisata.*

PENDAHULUAN

Pariwisata di Indonesia mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir, ditandai dengan data dari BPS (2024) mencatat adanya peningkatan wisatawan domestik kunjungan maupun mancanegara. Bersamaan dengan itu, muncul pula tren privatisasi pariwisata, yaitu peralihan pengelolaan destinasi dari komunitas lokal ke pihak swasta atau investor pengalaman yang wisata menawarkan modern dan komersial. Privatisasi ini membawa dampak positif, seperti peningkatan investasi, infrastruktur, dan peluang kerja. Namun di sisi lain, hal ini menimbulkan tantangan bagi destinasi wisata berbasis komunitas karena berisiko kehilangan kendali atas potensi lokal, mengikis nilai-nilai budaya, serta mengurangi keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata.

Komunitas lokal memiliki peran penting dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat atau konsep *Community Based Tourism* (CBT). Komunitas lokal memiliki pengetahuan lokal, keterampilan, dan kepedulian terhadap keberlanjutan budaya dan lingkungan. CBT tidak hanya bertujuan untuk keuntungan ekonomi, tetapi juga untuk pelestarian budaya dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, upaya mempertahankan eksistensi destinasi berbasis CBT menjadi penting di tengah gempuran destinasi privat yang lebih unggul secara finansial.

Berdasarkan data dari diy.jadesta.com, di tahun 2024 di Yogyakarta memiliki 199 desa wisata dan 65 CBT yang tersebar di Kabupaten Sleman yang menawarkan pengalaman wisata berbasis komunitas lokal dengan keunikan budaya, alam, dan kearifan lokal masing-masing. Salah satu CBT yang bertahan di tengah arus privatisasi adalah destinasi wisata Tebing Breksi. Destinasi wisata Tebing Breksi ini terletak di Desa Lengkong, RT.02/RW.17, Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Destinasi wisata Tebing Breksi merupakan contoh menarik dari penerapan konsep *Community Based Tourism* (CBT). Dahulu, destinasi wisata Tebing Breksi merupakan area tambang batu dan kemudian dikaji ulang oleh pemerintah daerah dan akademisi. Berdasarkan hasil kajian tersebut, menjelaskan jika Tebing Breksi merupakan terdiri dari Batuan Jenis Breksi Piroklastik hasil endapan dari aktivitas Gunung Api Nglanggeran. Dari hasil tersebut, diputuskan bahwa seluruh kegiatan penambangan resmi diberhentikan. Setelah beberapa kali dilakukan diskusi, kemudian Tebing Breksi beralih menjadi destinasi wisata alam dan budaya yang dikelola oleh pengelola Lowo Ijo yang merupakan masyarakat dari Desa Sambirejo.

Namun dalam proses pengembangan destinasi, destinasi wisata Tebing Breksi harus menghadapi pesaing, yaitu HeHa Sky View dan Obelix Hills, yang memiliki modal besar dan strategi pemasaran masif, menjadi tantangan serius bagi eksistensi dari destinasi wisata Tebing Breksi. Untuk eksistensi menjaga destinasi resiliensi wisata Tebing Breksi, maka dibutuhkan upaya yang tepat dalam mengelola destinasi wisata. Pengelola dari destinasi wisata Tebing Breksi dapat melakukan berbagai upaya untuk mempertahankan resiliensi destinasi wisata, baik melalui langkah internal maupun eksternal.

Untuk internal dapat dilakukan dengan peningkatan pengembangan dan pembangunan atraksi wisata, pengelolaan media, memperbaiki dan meningkatkan kualitas SDM, dan menciptakan ruang komunikasi yang terbuka untuk mengurangi potensi konflik di dalam komunitas pengelola. Sedangkan untuk upaya eksternal, pengelola destinasi wisata Tebing Breksi dapat berkolaborasi dengan melibatkan berbagai pihak, seperti masyarakat lokal, pemerintah daerah, maupun bisnis lokal.

LANDASAN TEORI

Community Based Tourism (CBT)

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan bentuk kegiatan pariwisata yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam proses perencanaan dan pengembangannya.

Dalam hal ini, masyarakat dituntut untuk mengemukakan ide-ide yang kreatif serta inovatif guna mengelola potensi wisata yang ada di daerahnya. Tujuan utama dari keterlibatan ini adalah agar destinasi wisata yang mereka kelola mampu tetap bertahan dan bersaing di tengah kemunculan destinasi-destinasi baru. Peran aktif masyarakat lokal dalam menampilkan keunikan daerahnya menjadi elemen penting dalam membangun citra destinasi.

Potensi lokal yang khas memiliki nilai lebih ketika dikemas menjadi ikon pariwisata yang memiliki daya tarik tinggi. Walaupun konsep ini berpusat pada pemberdayaan masyarakat, keberadaan pemerintah daerah sangat berpengaruh dalam mendukung keberhasilannya. Pemerintah dapat memberikan dukungan melalui regulasi, bantuan pendanaan, pembangunan sarana prasarana, serta pelatihan untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia lokal.

Dengan sinergi antara pemerintah, masyarakat konsep dan CBT dapat diterapkan secara berkesinambungan. CBT mengarah pada bentuk pariwisata yang sepenuhnya dirancang, dikembangkan, serta dikelola oleh komunitas lokal dengan tujuan jangka panjang. Konsep ini tidak hanya menitikberatkan pada pengelolaan oleh masyarakat, tetapi juga memastikan bahwa manfaat dari aktivitas pariwisata dapat dirasakan secara adil oleh seluruh anggota komunitas. Dengan kata lain, CBT merupakan pengembangan pendekatan pariwisata memberikan ruang besar yang bagi masyarakat untuk memiliki kontrol dan keuntungan atas industri wisata di daerahnya (Arum et al., 2022).

Community Based Tourism tidak hanya berfokus pada pengelolaan pariwisata, namun berfokus juga pada upaya untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal dengan mengoptimalkan potensi yang dimiliki. *World Tourism Organization* dalam (Pitasari et al, 2024) menjelaskan *Community Based Tourism* bertujuan untuk memastikan pariwisata berbasis masyarakat lokal dapat menjadi alat untuk mengurangi kemiskinan dengan membuka peluang kerja masyarakat lokal melalui pengembangann sumber daya budaya, ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Menurut Suansri (dalam Khairunnisa et al, 2022) *Community Based Tourism* memiliki beberapa aspek utama, antara lain:

a. Aspek Ekonomi

Pendapatan dapat digunakan yang diperoleh sebagai dana pengembangan yang akan digunakan untuk membangun atraksi wisata dan fasilitas pendukung seperti infrastruktur, akses jalan, dan sarana pendukung wisata lainnya.

b. Aspek Sosial

Pada aspek sosial, *Community Based Tourism* dapat mempengaruhi tingkat taraf kualitas hidup, contohnya adalah adanya kesetaraan gender dengan memberikan peran kepada perempuan sebagai bagian dari tim pengelola atau pedagang di area wisata.

c. Aspek Budaya

Promosi budaya Promosi budaya, tradisi, kesenian, dan kearifan lokal dapat dikenalkan kepada wisatawan sehingga budaya lokal lebih dilestarikan. Revitalisasi Tradisi Aktivitas dikenal wisata mendorong menghidupkan masyarakat kembali dan dapat untuk dan melestarikan tradisi seni agar tetap lestari.

d. Aspek Lingkungan

Adanya kepedulian mengenai pentingnya konservasi berkelanjutan dengan melakukan edukasi Lingkungan meningkatkan kesadaran dari masyarakat dan wisatawan mengenai pentingnya menjaga lingkungan.

e. Aspek Politik

Pada proses pelestarian pengelolaan pariwisata tetap diperlukan keterlibatan pemerintah daerah. pemerintah daerah Keterlibatan dapat berupa penyusunan aturan dan kebijakan untuk mengawasi pelaksanaan program pariwisata yang berbasis komunitas lokal.

Manajemen Pariwisata

Manajemen pariwisata merupakan suatu proses menyelaraskan pertumbuhan ekonomi dan pendapatan daerah melalui pelayanan pariwisata yang menitikberatkan pada proses pengelolaan dan pengembangan sumber daya pariwisata. Manajemen pariwisata juga diartikan sebagai suatu proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan pariwisata untuk mencapai tujuan pariwisata (Revida, 2022:4)

Untuk mencapai pariwisata, manajemen tujuan pariwisata memiliki berbagai fungsi. Menurut Revida (2022: 6) menjelaskan umumnya fungsi manajemen pariwisata terdiri dari:

a. Perencanaan pariwisata (*Tourism Planning*) Fungsi ini digunakan untuk merancang dan menentukan arah pengembangan pariwisata. Pada proses perencanaan terdapat prinsip-prinsip yang harus dilaksanakan, salah satu prinsip menjelaskan bahwa proses perencanaan pariwisata tidak hanya berfokus pada masalah ekonomi, namun harus memperhatikan masalah sosial, budaya, bahkan politik.

b. Pengorganisasian (*Tourism Organizing*) pariwisata Fungsi dari manajemen ini digunakan untuk mengatur dan mengkoordinasikan beberapa pihak yang terlibat dalam pengelolaan pariwisata, siapa yang akan bertanggung jawab serta alat pendukung pariwisata yang digunakan untuk mencapai tujuan pariwisata.

c. Penggerakan pariwisata (*Tourism Actuating*) Penggerakan pariwisata ini digunakan untuk memastikan semua pihak yang terlibat dapat berperan aktif dalam pengelolaan pariwisata. Dalam proses penggerakan sumber daya manusia dan sumber daya pariwisata dibutuhkan usaha yang ekstra. Hal ini disebabkan oleh adanya keunikan keunikan dan perbedaan karakteristik sehingga dibutuhkan strategi yang tepat agar dapat menggerakkan semua pihak.

d. Pengawasan pariwisata (*Tourism Controlling*) Proses pemantauan, pengawasan, dan evaluasi terhadap seluruh pelaksanaan kegiatan untuk menjamin agar berjalan sesuai dengan rencana. Dengan kata lain, pengawasan pariwisata dapat didefinisikan sebagai mencegah terjadinya penyimpangan dan kesalahan dari perencanaan pariwisata yang telah ditentukan, menciptakan suasana yang terbuka demi kelancaran kegiatan pariwisata.

Destinasi wisata Menurut Pujiastuti et al. (2023) menjelaskan bahwa destinasi wisata memiliki komponen-komponen yang penting, antara lain:

a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*) Daya tarik ini yang mencakup keunikan yang dapat menjadi daya tarik yang meliputi daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/artificial.

b. Aksesibilitas (*Accessibility*) Aksesibilitas pada suatu destinasi wisata meliputi kemudahan sarana dan sistem transportasi.

c. Amenitas (*Amenities*) Amenitas ini meliputi rangkaian fasilitas untuk memenuhi akomodasi wisatawan, seperti tempat berbelanja, penginapan, dan tempat layanan lainnya.

d. Fasilitas umum atau tambahan (*Ancillary Service*) Fasilitas umum memiliki peran untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan yang berupa infrastruktur dan bentuk layanan yang dapat mendukung kegiatan pariwisata.

Resiliensi

Di industri pariwisata, resiliensi berfokus pada kemampuan pengelola wisata lokal dalam upaya mempertahankan dan memperkuat eksistensinya sekaligus memperbaiki perekonomian serta operasional yang bersifat keberlanjutan di tengah munculnya persaingan dengan destinasi wisata baru yang dikelola oleh pihak-pihak swasta. Resiliensi mempunyai makna suatu kemampuan dari individu atau kelompok dalam bertahan, bangkit, dan beradaptasi dengan baik serta positif pada suatu keadaan yang tidak menguntungkan dan penuh tantangan dengan munculnya privatisasi pariwisata (Muchammad et al., 2021).

Sebagai pelaku wisata, adanya penerapan regulasi dan strategi merupakan

tindakan melakukan ketahanan atau suatu kemampuan yang dimiliki suatu kelompok atau komunitas untuk menghadapi, mencegah, mengurangi, dan menghilangkan dampak yang ditimbulkan dari suatu keadaan yang tidak menguntungkan sehingga berpotensi untuk mengubah kondisi kehidupan yang merugikan menjadi suatu kondisi yang menguntungkan (Safitri et al., 2023).

Model Pentahelix

Model Pentahelix merupakan hasil dari pengembangan dari model sebelumnya, yaitu Triple Helix, yang hanya melibatkan akademisi, (Rochaeni et al., 2022). Model Pentahelix pada Undang-Undang No. 14 Tahun 2016 Tentang Pariwisata Pedoman Destinasi Berkelanjutan yang menekankan pada keterlibatan lima elemen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku bisnis (swasta), komunitas (masyarakat), dan media.

METODE KEGIATAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang digunakan untuk meneliti kondisi objek penelitian dan peneliti sebagai instrumen utama. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme menekankan pada makna yang dan pengetahuan melalui pengalaman yang dimiliki manusia selama berinteraksi. Untuk teknik pengambilan data, penelitian ini menggunakan teknik pengambilan data berupa wawancara terhadap enam informan yang terdiri dari pengelola, pelaku usaha lokal, dan tokoh masyarakat, observasi non partisipasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan teknik validitas data triangulasi sumber dan triangulasi metode.

Adapun alur penelitian dimulai dari tahap persiapan, yaitu identifikasi masalah, studi literatur, dan subjek penelitian. Selanjutnya, dilakukan pengumpulan data di lapangan melalui observasi non partisipatif terhadap aktivitas di destinasi wisata, wawancara dengan informan kunci seperti pengelola, pelaku usaha lokal, dan tokoh masyarakat, serta pengumpulan dokumen-dokumen pendukung. Setelah data terkumpul, dilakukan proses reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap akhir adalah penyusunan laporan hasil penelitian yang mencakup analisis mendalam terhadap strategi resiliensi destinasi wisata berbasis *Community Based Tourism* dalam menghadapi persaingan privatisasi pariwisata di Yogyakarta studi kasus resiliensi eksistensi destinasi wisata Tebing Breksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN



Gambar 1
Landscape Destinasi Wisata Tebing Breksi

Berdasarkan hasil dokumentasi, wawancara, dan observasi non partisipatif untuk mempertahankan resiliensi eksistensi di tengah persaingan industri pariwisata, terutama dari tempat wisata yang dikelola oleh investor, destinasi wisata Tebing Breksi berusaha untuk mengandalkan strategi inovasi dengan beberapa komponen, antara lain:

a. Obyek daya tarik wisata (*Attraction*)

Daya tarik ini yang mencakup keunikan yang dapat menjadi daya tarik yang meliputi daya tarik berbasis alam, budaya, maupun buatan/khusus. Untuk daya tarik alam, pengelola destinasi wisata Tebing Breksi mengandalkan keunikan kondisi geologis yang berupa formasi Batuan Breksi Piroklastik. Daya tarik budaya berupa pertunjukan yang ditampilkan di acara tertentu, seperti hari besar nasional, event budaya, dan festival lokal. Penampilan dari Kudho Song Pacc, Tari Sanggar Laksita Krida Sambi, dan Bedhol Desa Sambirejo. Sedangkan daya tarik buatan/khusus *jeep tour, camping, amphitheater*, dan ukiran wayang serta naga



Gambar 2
Ukiran naga



Gambar 3
Dokumentasi Bedhol
Desa



Gambar 4
Penampilan Kudho Song
Pacc

b. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Aksesibilitas menuju Wisata Tebing Breksi sudah dapat diakses dengan kendaraan roda dua dan roda empat dengan kondisi beraspal dan penerangan yang baik. Kemudahan akses menuju destinasi wisata Tebing Breksi merupakan bentuk dari hasil kolaborasi dari pengelola dengan beberapa pihak, antara lain dengan Pemerintah Desa Sambirejo, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, dan masyarakat lokal.

c. Amenitas (*Amenities*)

Destinasi Wisata Tebing Breksi menyediakan beragam amenities yang dapat menunjang kenyamanan para wisatawan, baik dari segi akomodasi, atraksi, maupun layanan. Fasilitas yang tersedia antara lain *homestay* seperti Balkondes, tempat makan seperti Kopi Breksi dan Gardenspace, area pertunjukan terbuka seperti Tlatar Seneng, Suker Camp, dan Mahika Ayu, serta area berkemah seperti Suker Camp dan Watu Tapak, dan berbagai fasilitas penunjang lainnya.



Gambar 5
Amenitas Gardenspace

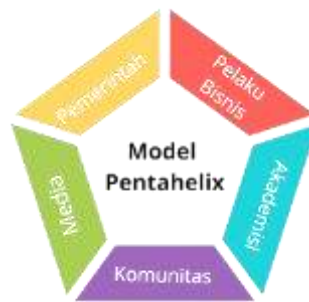
d. Fasilitas umum atau tambahan (*Ancillary Service*)

Fasilitas yang berada di destinasi wisata Tebing Breksi, seperti area parkir yang sangat luas, beberapa titik toilet umum, musola, area kuliner, spot foto, dan beberapa panggung terbuka yang dapat digunakan wisatawan untuk melihat pemandangan dan bersantai.



Gambar 6
Fasilitas area kuliner

Berdasarkan hasil dokumentasi, wawancara, dan observasi non partisipatif di destinasi wisata Tebing Breksi juga kolaborasi dengan beberapa pihak eksternal. Adanya kolaborasi ini menunjukkan bahwa destinasi wisata Tebing Breksi menerapkan pendekatan Model Pentahelix.



Gambar 7
Model Pentahelix

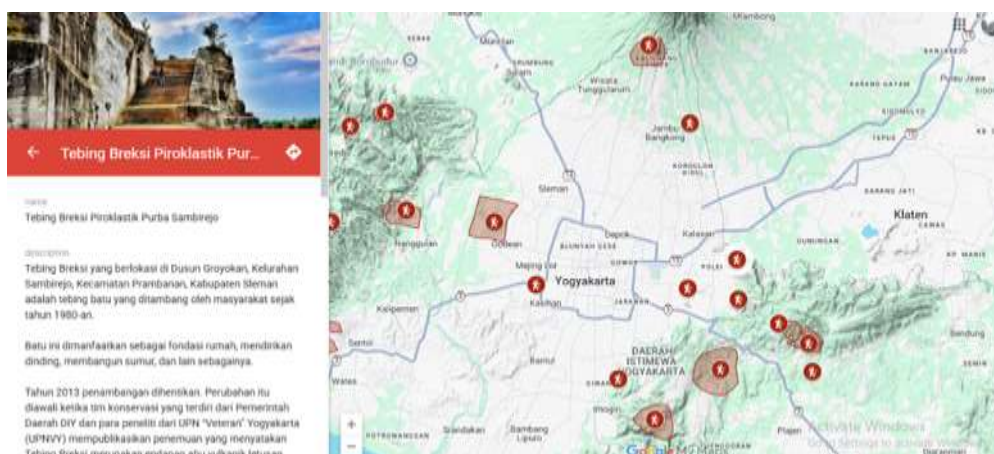
Penerapan Model Pentahelix ini merupakan salah satu keterlibatan masyarakat dalam manajemen pariwisata pada fungsi pengorganisasian dan penggerakkan pariwisata.

a. Pemerintah

Pengelola destinasi wisata Tebing Breksi, berkolaborasi dengan pemerintah daerah seperti Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman dan Pemerintah Desa Sambirejo. Bentuk kolaborasi ini berupa bantuan promosi, pendampingan, pelatihan, fasilitasi diskusi, berikan izin kepada pengelola destinasi wisata Tebing Breksi untuk berkolaborasi dengan koperasi desa (penyewaan jeep wisata), dan memberikan bantuan tenaga kerja saat destinasi wisata Tebing Breksi mengalami lonjakan wisatawan.

b. Akademisi

Akademisi memiliki peran dalam memberikan pengetahuan ilmiah, riset, dan pendampingan. Dari kolaborasi ini menghasilkan peta infografis dan peta tematik *geoheritage* dapat mendukung diversifikasi produk wisata berbasis pengetahuan dan membantu pengelola dalam menetapkan area-area yang perlu dilindungi, membatasi aktivitas wisata di area dan mengarahkan pembangunan infrastruktur agar tidak merusak nilai geologis.



Gambar 11

Peta Tematik *Geoheritage* di Yogyakarta

Sumber : <https://geologi.upnyk.ac.id/id/page/geoheritage-yogyakarta>

c. Pelaku bisnis

Pengelola destinasi wisata Tebing Breksi berkolaborasi dengan Koperasi Desa Sambirejo yang menyediakan dan pengelolaan layanan jeep wisata, Jeep Shiva Plateau. Kolaborasi dengan Koperasi Desa Sambirejo melibatkan sebanyak 65 unit jeep dengan pembagian hasil sebesar 15% per unit.

d. Komunitas

Komunitas yang berkolaborasi dengan pengelola destinasi wisata Tebing Breksi adalah Pokdarwis Dewi Sambi, komunitas kesenian tradisional, dan BUMDes. Bentuk kolaborasi ini berupa tambahan inovasi atraksi dan memberikan fasilitas diskusi/masukkan.

e. Media

Pengelola destinasi wisata Tebing Breksi telah mengoptimalkan strategi *digital marketing*, salah satunya melalui platform media sosial seperti instagram. Melalui akun instagram (@tebingbreksi.yogyakarta) aktif membagikan berbagai jenis konten berupa fotografi, dan video visual, seperti informasi acara, keindahan lanskap wisata, dokumentasi kegiatan, promosi paket dari beberapa atraksi, dan recap menampilkan pertunjukan kesenian lokal atau konser musik.



Gambar 8

Konten wisata alam
Sumber: Instagram

@tebingbreksi.yogyakarta



Gambar 9

Konten wisata budaya
Sumber : Instagram

@tebingbreksi.yogyakarta



Gambar 10

Konten wisata edukasi
Sumber : Instagram

@tebingbreksi.yogyakarta

Untuk mendukung resiliensi destinasi wisata Tebing Breksi selain berfokus pada inovasi atraksi dan kolaborasi pengelola tetap memperhatikan peningkatan kondisi kualitas dan kapasitas SDM. Peningkatan kualitas dan kapasitas SDM perlu dilakukan karena SDM ini memiliki peran penting terhadap keberhasilan dari strategi inovasi atraksi, pengelola melakukan beberapa upaya, seperti berkolaborasi dengan mengikutsertakan perwakilan pengelola untuk mengikuti pelatihan dan pendampingan yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman. Pengelola destinasi wisata Tebing Breksi juga memperhatikan kondisi keharmonisan dengan meminimalisir konflik internal. Berdasarkan hasil wawancara, pengelola melakukan pertemuan rutin setiap Senin malam dan Selasa malam. Melalui pertemuan rutin

ini, tidak berpatok pada hierarki sehingga menciptakan ruang yang terbuka bagi semua pengelola agar dapat menyampaikan semua kendala atau masalah yang sedang terjadi.

Dengan kondisi banyak pilihan pariwisata, pengelola destinasi wisata Tebing Breksi mengalami beberapa kendala. Contoh kendala yang dihadapi adalah posisi dari destinasi wisata Tebing Breksi belum bisa menjadi prioritas. Hal ini disebabkan oleh biro travel yang masih mengutamakan destinasi wisata yang berprofit tinggi dan adanya rasa jenuh dari wisatawan. Kemudian terdapat kendala di bagian internal yang berupa regenerasi pengurus yang masih menjadi perhatian khusus terlebih bagi destinasi wisata yang berbasis CBT.

Destinasi wisata Tebing Breksi menerapkan pendekatan pariwisata model *mixed* yang merupakan gabungan dari pendekatan pendekatan model *top-down* (dari keterlibatan berbagai pihak eksternal, seperti pokdarwis, BUMDes, Pemerintah Desa Sambirejo, akademisi, pelaku bisnis, dan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman) dan model *bottom-up* (melibatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam proses pengelolaan destinasi pariwisata).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai resiliensi eksistensi destinasi wisata Tebing Breksi yang berbasis CBT dalam menghadapi persaingan dengan destinasi wisata yang berbasis investor, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi inovasi atraksi menjadi salah satu kunci dalam menjaga resiliensi eksistensi destinasi wisata Tebing Breksi. Beragam inovasi atraksi yang ditawarkan, mulai dari daya tarik wisata berbasis alam, budaya, khusus atau buatan. Selain itu, pengelola destinasi wisata Tebing Breksi juga memperhatikan komponen-komponen pendukung lainnya, antaranya ada amenities (fasilitas penunjang kenyamanan wisatawan), aksesibilitas, dan fasilitas umum.
2. Kualitas dan kapasitas SDM juga menjadi salah satu kunci keberhasilan destinasi wisata Tebing Breksi menjalankan manajemen pariwisata dalam menerapkan strategi inovasi atraksi. Untuk itu diperlukan upaya untuk terus melakukan peningkatan kualitas dan kapasitas SDM dengan ikut aktif terlibat pelatihan yang diselenggarakan secara internal dan eksternal.
3. Adanya kolaborasi yang dianalisis dengan model pendekatan pentahelix memperkuat upaya pengelola untuk mempertahankan dan meningkatkan resiliensi eksistensi destinasi wisata Tebing Breksi.
4. Masih ada tantangan yang harus dihadapi dan segera untuk diselesaikan, yaitu belum menjadi prioritas utama bagi biro perjalanan serta adanya kendala regenerasi pengelola.

Untuk mempertahankan dan meningkatkan resiliensi eksistensi, pengelola destinasi wisata Tebing Breksi disarankan untuk terus melakukan inovasi atraksi secara berkelanjutan dan relevan dengan karakteristik yang dimiliki sehingga mampu menciptakan pengalaman yang unik bagi wisatawan.

Selain itu, penting untuk melakukan regenerasi pengurus melalui pelatihan dan kaderisasi untuk peningkatan kapasitas sumber daya manusia, terutama bagi generasi muda. Pengelola juga dapat memperluas kolaborasi dengan pihak eksternal seperti pelaku industri kreatif, biro perjalanan, pemerintah, akademisi, dan media untuk memperluas promosi.

Strategi *digital marketing* juga diperlukan untuk dioptimalkan sehingga dapat

menghasilkan konten kreatif dan konsisten agar membentuk *branding* destinasi semakin dikenal dan menarik minat wisatawan. Sedangkan saran bagi penelitian selanjutnya adalah agar dapat mengeksplorasi faktor-faktor lain yang mempengaruhi resiliensi CBT lainnya di tengah privatisasi pariwisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Moch. S., Wibowo, A., & Kartono, D. T. (2023). Model dan Strategi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal di Desa Pilanggede, Kecamatan Balen, Kabupaten Bojonegoro. *DEDIKASI PKM*, 4(3), 398. <https://doi.org/10.32493/dedikasipkm.v4i3.32778>
- Arum, D. S., Padmaningrum, D., & Winarno, J. (2022). Kajian Dimensi Community-based Tourism dalam Pengembangan Desa Wisata Sumberbulu. *AGRITEXTS: Journal of Agricultural Extension*, 46(1), 45. <https://doi.org/10.20961/agritexts.v46i1.61416>
- Aziz, M. H. (2022). Model Pariwisata Digital dalam Pengembangan Pariwisata Indonesia. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 2279. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2246>
- Ba'abdullah Muchammad, E., Kurniawati, E., & Santi Rozakiyah, D. (2021). Resiliensi Pelaku Wisata Masyarakat Desa Ngadas dalam Menghadapi Pandemi COVID-19. *SOSIETAS*, 11(2), 123–134. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v11i2.41609>
- Fadhil, R. M., & Zaenuri, M. (2021). Strategi recovery Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman Kota Yogyakarta pada masa new normal. *Jurnal Pemerintahan Dan Kebijakan (JPK)*, 2(2), 60-71.
- Fifiyanti, D. (2023). PENERAPAN KONSEP COMMUNITY BASED TOURISM DALAM PENGEMBANGAN DESA WISATA BURAI. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 201–208. <https://doi.org/10.36441/pariwisata.v5i2.1425>
- Gargano, G. (2021). The Bottom-Up Development Model as a Governance Instrument for the Rural Areas. The Cases of Four Local Action Groups (LAGs) in the United Kingdom and in Italy. *Sustainability*, 13(16), 9123. <https://doi.org/10.3390/su13169123>
- Isidiho, A. O., & Sabran, M. S. B. (2016). Evaluating the Top-Bottom and Bottom-Up Community Development Approaches: Mixed Method Approach as Alternative for Rural Un-Educated Communities in Developing Countries. *Mediterranean Journal of Social Sciences*. <https://doi.org/10.5901/mjss.2016.v7n4p266>
- Lepar, B., & Sari, W. (2024). Strategi Pengembangan SDM untuk Keberlanjutan Desa Wisata Cikolelet, di Banten. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(1), 15. <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i1.3314>
- Meri Anti Khusnawati & Amin Wahyudi. (2023). Penerapan Konsep Community Based Tourism (CBT) dalam Pengelolaan Desa Wisata Sebagai Upaya Peningkatan Perekonomian Masyarakat. *Tourism Scientific Journal*, 9(1), 28–39. <https://doi.org/10.32659/tsj.v9i1.303>
- Pitasari, D. N. & Nurul Aulia Dewi. (2024). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN DI DESA WISATA CIKOLELET. *TECHNO-SOCIO EKONOMIKA*, 17(2), 200–211. <https://doi.org/10.32897/techno.2024.17.2.3847>
- Pujiastuti, E. E., Hendariningrum, R., Ashrianto, P. D., & Koraag, T. (2023). PENGEMBANGAN POTENSI DESA WISATA SENDANGDALEM, KEBUMEN, JAWA

- TENGAN SEBAGAI DAYA TARIK WISATA. *at-tamkin: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, 6(1), 20–31. <https://doi.org/10.33379/attamkin.v6i1.2317>
- Rachmawati, I., Ardhanariswari, K. A., & Hendariningrum, R. (2024). Cultural Heritage in Sustainable Tourism. *Journal of Social and Political Sciences*, 7(4). <https://doi.org/10.31014/aior.1991.07.04.525>
- Rochaeni, A., Yamardi, & Noer Apptika Fujilestari. (2022). Model Pentahelix dalam Pengembangan Pariwisata di Kecamatan Rongga Kabupaten Bandung Barat. *NeoRespublica: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 4(1), 124–134. <https://doi.org/10.52423/neores.v4i1.38>
- Safitri, D., Akwila, T., Nugraha, R. N., & Nurmanto, V. C. (2023). Resiliensi Destinasi Wisata Telaga Warna Puncak Setelah Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 6(2), 747–755. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v6i2.66158>
- Safitri, H., & Kurniansyah, D. (2021). Analisis komponen daya tarik desa wisata. *Journals of Economic and Bussiness Mulawarman*, 18(4), 497-501.
- Setiawan, O., & Suryantari, Y. (2024). Strategi Pengembangan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Menuju Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Kajian Pariwisata*, 6(2), 166-174.
- Suganda, A. D. (1970). KONSEP WISATA BERBASIS MASYARAKAT. *I-ECONOMICS: A Research Journal on Islamic Economics*, 4(1), 29–41. <https://doi.org/10.19109/ieconomics.v4i1.2181>
- Syarifah, R., & Rochani, A. (2022). Studi Literatur: Pengembangan Desa Wisata Melalui Community Based Tourism Untuk Kesejahteraan Masyarakat. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1), 109. <https://doi.org/10.30659/jkr.v1i1.19983>
- Syafiqah, K. K., Nurdin, D. A., & Putri, F. M. (2022). Implementasi Konsep Community Based Tourism (CBT) Dalam Mendukung Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan pada Destinasi Wisata Sanghyang Kenit di Kabupaten Bandung Barat. *Jurnal Pecinta Alam dan Lingkungan*, 1(2).
- Takome, S., Suwu, E. A., & Zakarias, J. D. (2021). Dampak Pembangunan Pariwisata Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Lokal Di Desa Bobanehena Kecamatan Jailolo Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
- Wiwin, I. W. (2020). Community based tourism dalam pengembangan pariwisata Bali. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama dan Budaya*, 3(1), 69-75.
- Yanis Putri Mahanani & Haniek Listyorini. (2021). PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT GUNA MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT LOKAL DI DESA WISATA CEMPAKA, BUMIJAWA, KABUPATEN TEGAL. *Seminar Nasional Teknologi dan Multidisiplin Ilmu (SEMNASTEKMU)*, 1(1), 351–364. <https://doi.org/10.51903/semnastekmu.v1i1.126>