

Membangun Karakter Sadar Wisata Masyarakat Di Destinasi Melalui Kearifan Lokal Sunda

Oda I.B. Hariyanto
AKPAR BSI Bandung, oda.oib@bsi.ac.id

ABSTRAK

Program Sadar Wisata telah diluncurkan sejak tahun 2003, hingga kini belum menampakkan perubahan dan hasil yang signifikan sesuai yang diharapkan, oleh masyarakat maupun pemerintah. Khususnya bagi wisatawan yang berkunjung ke destinasi, Hal ini dapat dilihat berdasarkan index daya saing pariwisata dan perjalanan, Indonesia berada pada peringkat ke 70 dari 140 negara. Suatu peringkat yang masih rendah bila dibandingkan dengan Singapura, Malaysia, Thailand, meskipun Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang indah mempesonakan. meskipun sudah banyak program dan kampanye yang dilakukan seperti bebas visa kunjungan ke Indonesia dan *visit year* Indonesia. Peringkat ke 70 yang didapat oleh Indonesia karena masih adanya beberapa hal yang masih kurang seperti kebersihan, keamanan dan keselamatan serta pelayanan, Menyadari hal tersebut penelitian ini difokuskan untuk menemukan dan mengimplemtasikan kata-kata bijak kearifan lokal Sunda dalam membangun karakter sadar Wisata pada masyarakat di destinasi. Penelitian ini menggunakan metoda penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan multidisiplin, alasannya penelitian ini dilakukan secara alamiah dengan menggunakan berbagai metoda, teori, teknik dan instrument. Tujuannya adalah untuk mendapatkan data yang faktual di lapangan, sehingga menghasilkan penelitian yang akurat dan valid. Hasil penelitian ini secara khusus dapat menjadi acuan untuk daerah destinasi di Jawa Barat dalam membangun karakter sadar wisata masyarakat di destinasi melalui kerarifaan lokal Sunda, dan pada umumnya untuk destnasi diwilayah Indonesia.

Kata kunci: Sadar Wisata, Membangun karakter dan kearifan lokal Sunda

ABSTRACT

Sadar Wisata Program has been launched since 2003, but isn't show changes and significant results as expected, by the community or the Government. Especially for tourists who travel to the destinations, it can be seen the competitiveness index based on tourism and travel, Indonesia ranks 70th out of 140 countries. A rating is still low when compared with Singapore, Malaysia, Thailand, although Indonesia has a wealth of beautiful natural and cultural glamour. Although there have been many programs and campaign done like visa-free visits to Indonesia and visit Indonesia year. 70th rank obtained by Indonesia because while some things still are lacking such as clean, as well as the security and safety service,

Aware of this research is focused on finding and implementation of local wisdom in building a character aware of Tourism on communities in the destinations. Research used descriptive qualitative research methods with a multidisciplinary approach to research, the reason this is done naturally by using a variety of methods, theories, techniques and instruments. The goal is to get factual data in the field, thus producing an accurate and valid research. The results of this study in particular can be a reference to regional destinations in West Java in building character aware tourist communities in the destinations through the local wisdom of sundanese, and in General for the destnation in Indonesia.

Keywords: Conscious tourism, building character and local wisdom of Sunda

PENDAHULUAN

Sadar Wisata (DARWIS) dan sapta pesona (SWSP) merupakan modal promosi yang paling efektif, sudah berjalan selama 27 tahun sejak awal diluncurkannya program SWSP pada tahun 1990, Awal ditetapkan dekade kunjungan Indonesia (DUKUNI) (Arevin. 2007). Perjalanan SWSP pernah terjadi pasang surut, pada tahun 2003 SWSP dihidupkan kembali oleh Menteri Parpostal Susilo Sudarman, kemudian pada tahun 2015 oleh Arief Yahya sebagai Kemenpar. Program SWSP merupakan program penyuluhan dari kementerian pariwisata (Kemenpar) yang diberikan kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat didestinasikan (Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata) Bertujuan untuk meningkatkan pelayanan dan kenyamanan wisatawan ketika berkunjung di destinasi, sehingga negara Indonesia dapat setara dengan negara tetangga lainnya dalam persaingan pasar wisata di Asia. Diharapkan target kunjungan wisatawan nusantara (wisnu) dan wisatawan mancanegara (wisman) tercapai 20 juta wisatawan pada tahun 2020. Target tersebut diharapkan wisatawan dapat berkunjung menyebar merata di seluruh destinasi yang ada di Indonesia. Peningkatan kunjungan wisman dan yang masuk ke Indonesia akan meningkatkan pemasukan devisa maupun pendapat asli daerah (PAD) (Yudananto et.al, 2012) Khususnya bagi wisnu dan wisatawan lokal (wislok) berwisata didalam negeri akan lebih memupuk rasa persatuan dan cinta tanah air serta meningkatkan citra Indonesia dimata Dunia. Sebaliknya bila kekurangan-kekurangan yang ada di destinasi, di seluruh wilayah Indonesia tidak cepat diperbaiki maka wisnu akan berbondong-bondong berwisata ke negara tetangga (luar negeri), hal ini akan mengakibatkan meningkatnya permintaan mata uang Asing (*dollars*) sehingga akan melemahkan nilai tukar rupiah (terdepresiasi). Peningkatan kunjungan wisman dan wisnu ke berbagai daerah destinasi di Indonesia akan meningkatkan pendapatan pelaku usaha dan membuka peluang kesempatan pekerjaan. membuka peluang berbagai usaha yang kreatif dan inovasi serta diversifikasi produk pariwisata. Pada akhirnya akan bermuara pada kesejahteraan bagi seluruh rakyat Indonesia secara merata. Sesuai cita-cita luhur dalam UU Kepariwisata pasal 4 no 10 th 2009

bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan, menghapus kemiskinan mengatasi pengangguran, melestarikan alam&sumber daya, memajukan Kebudayaan, mengangkat citra Indonesia dan memupuk rasa cinta tanah air serta memperkuat jatidiri dan persatuan bangsa dan mempererat persahabatan.

Gagasan, dan cita-cita, tersebut diatas, serta beberapa hal yang masih kurang dan kelemahan yang masih ada di destinasi seperti kebersihan, keamanan dan keselamatan serta pelayanan. Melihat hubungannya dengan ditetapkan sebagai dekade kunjungan Indonesia (DEKUNI) 1989-1990, sebagai awal tahun sadar wisata. Selanjutnya dibentuk kelompok sadar wisata (pokdarwis) di desa-desa yang telah mendapat penyuluhan sadar wisata dengan intern pokok sapta pesona: keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramah-tamahan, dan kenangan (Arevin. 2007). Program penjurulhan DARWIS telah berjalan selama 27 tahun, dan meninjau hasil yang telah dicapai sampai saat ini belum memberikan hasil yang signifikan memuaskan wisatawan. Posisi Indonesia berada peringkat 70 dari 140 destinasi negara tetangga seperti Singapura, Malaysia, Thailand (*The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013*)

Untuk meningkatkan posisi Indonesia setara dengan negara tetangga sebagai negara destinasi Asia dan Dunia, maka usaha untuk meningkatkan kesadaran bersama sebagai pelaku usaha pariwisata dan masyarakat di destinasi serta masyarakat Indonesia pada umumnya. Bersama-sama secara holistic pembangun karakter sadar wisata atau merubah karakter menjadi sadar Wisata. Karakter adalah mental atau watak dan kepribadian (Wibowo & Gunawan. 2015), karakter merupakan modal utama untuk melakukan pembangunan atau mengadakan perubahan mental. Kembali pada mental dan kepribadian orisinal yang telah dimiliki oleh masing-masing suku yang ada di Indonesia sebagai kearifan lokal bangsa Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka penelitian ini akan fokus bagaimana “Membangun Karakter Sadar Wisata Melalui Kearifan Lokal Sunda”. Indonesia terdiri dari berbagai suku, masing-masing suku dan daerah dapat mengali kearifan lokal yang

sesuaikan untuk membangun karakter sadar wisata di daerah destinasinya masing-masing.

KAJIAN LITERATUR

Membangun Karakter.

Karakter secara etimologi karakter atau *character* berasal dari bahasa Yunani *charassein*, yang artinya *to engrave* (melukis, menggambar), merupakan pola perilaku yang bersifat individual, sikap mental atau keadaan moral manusia. Karakter diartikan juga sebagai kepribadian atau *personality*, secara psikologi karakter adalah sistem keyakinan dan kebiasaan yang mengarahkan tindakan seorang individu. Karakter menurut Paul (2016)

“Character is defined as a typical way of thinking and behaving that individual has, within the family, community, nation, and state. Individuals with good character are those who can make decisions and be ready to account for any consequence of their decision”.

Difinisi tersebut memiliki pengertian yang luas yaitu cara berpikir dan berperilaku individu yang dimiliki dalam keluarga, masyarakat, bangsa dan Negara. Dengan karakter yang baik mereka dapat mengambil keputusan dengan memperhitungkan setiap konsekuensinya. Artinya bila setiap individu dapat berpikir dan berperilaku secara baik, didalam keluarga maupun di masyarakat maka akan tercipta suatu negara dengan mental bangsa baik dan kuat.

Istilah pendidikan karakter yang tepat untuk orang dewasa adalah membangun atau merubah karakter, sedangkan istilah yang digunakan oleh Presiden Joko Widodo adalah “Revolusi mental”. Bahwa Indonesia dengan kondisi sekarang ini diperlukan perubahan mental secara cepat, di segala lini pemerintah dan membangun karakter atau mental yang luhur, yang dapat membuat rakyat sejahtera. Pemerintah dan jajarannya harus menjadi model dan teladan bagi swasta dan masyarakat pada umumnya. Menurut Lickona, (1991) karakter mulia (*good character*) meliputi pengetahuan tentang kebaikan, lalu menimbulkan komitmen (niat) terhadap kebaikan, dan akhirnya benar-benar melakukan kebaikan. Membangun karakter pada orang dewasa dan masyarakat tidak sama dengan pendidikan karakter pada anak. Membangun

dan merubah karakter pada orang dewasa tidak semudah memberikan pendidikan karakter pada anak, karena orang dewasa telah memiliki karakter yang telah terbentuk atau terinternalisasi sejak kecil.

Menurut Lickona (2014) “Komponen karakter yang baik meliputi:

- “1) Pengetahuan moral yang baik yaitu a. kesadaran moral, b. mengetahui nilai-nilai moral, c. pengambilan perspektif, d. penalaran moral, e. pengambilan keputusan, f. pengetahuan diri. 2) Perasaan moral yaitu a. hati nurani, b. penghargaan diri, c. empati, d. menyukai kebaikan, e, kontrol diri, f. kerendahan hati. 3) Aksi moral yaitu a. Kompetensi, b. kemajuan, c. kebiasaan.”

Tahapan komponen karakter baik, Lickona tersebut dapat dilalui oleh seseorang apabila telah mendapatkan beragam pengetahuan moral. Seseorang dapat membedakan atau memberikan penilaian terhadap sesuatu yang dianggap betul atau salah, sehingga memunculkan perasaan moral. Perasaan moral akan memotivasi aksi moral untuk menerima atau menolak.

Istilah Pendidikan karakter lebih tepat untuk anak-anak, pendidikan karakter sebaiknya ditanamkan sejak anak usia dini (AUD), guru dan orang tua menjadi model dan teladan bagi anak-anak. Menurut Lickona (1992) “*Character education is a teaching activity that students to help acquire universal core values that help them to develop in them moral thinking moral promise, and moral behaviour*”. Kegiatan pendidikan karakter pada siswa, membantu siswa untuk memperoleh nilai-nilai universal agar siswa dapat mengembangkan pikiran dan perilaku moral. Pendidikan idealnya tidak sekedar transfer pengetahuan dari guru kepada murid tetapi mengajri murid untuk tulus menghormati, menghargai diri sendiri dan keberagaman perbedaan yang ada di Indonesia (Wibowo & Gunawan. 2015). Pendidikan karakter, menurut Ryan & Bohlin (1999), mengandung tiga unsur pokok, yaitu mengetahui kebaikan (*knowing the good*), mencintai kebaikan (*loving the good*), dan melakukan kebaikan (*doing the good*). Pendidikan Karakter tidak sekedar mengajarkan mana yang benar dan

mana yang salah kepada anak, tetapi lebih dari itu pendidikan karakter menanamkan kebiasaan yang baik (*habituation*) sehingga siswa paham, mampu merasakan, dan mau melakukan yang baik. Jadi, pendidikan karakter membawa misi yang sama dengan pendidikan akhlak atau pendidikan Moral.

Sadar Wisata Sapta Pesona

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Kegiatan Pariwisata merupakan kesatuan unsur-unsur pergerakan ekonomi secara *multiplier effect*, artinya kegiatan pariwisata tidak bergerak sendiri tetapi terkait dengan kegiatan dan aktifitas lainnya. Roda pergerakan dan perputaran perekonomian bergerak dari satu unsur ke unsur yang lain ada saling keterkaitan, untuk memenuhi pelayanan dan kebutuhan wisatawan. UU Kepariwisataan pasal 1 no 10 tahun 2009, Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan atau Wisata. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu (destinasi) untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Destinasi adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administrasi yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Untuk memelihara keberlangsungan dan mengembangkan pariwisata secara berkesinambungan di destinasi, maka diperlukan sumberdaya manusia yang handal yang memiliki karakter “sadar wisata dan yang mampu menginternalisasi sapta pesona dalam dirinya. Sadar wisata adalah partisipasi dan dukungan segenap komponen masyarakat dalam mendorong terwujudnya iklim yang kondusif, bagi tumbuh dan berkembangnya kepariwisata suatu wilayah. Bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat, percepatan pertumbuhan ekonomi serta mengatasi kesenjangan pendapatan dan pemerataan hasil-hasil pembangunan. Sapta Pesona merupakan penjabaran konsep “sadar wisata” yang terkait dengan dukungan dan peran

masyarakat sebagai tuan rumah. Dalam upaya untuk menciptakan lingkungan dan suasana kondusif yang mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya industri pariwisata, melalui perwujudan tujuh unsur yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah ramah dan kenangan (Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata). Sadar wisata dan sapta pesona bagaikan pupuk dan air yang akan membesarkan kepariwisataan di Indonesia, sehingga mampu setara dan bersaing dengan negara destinasi di Asia dan Dunia.

Kearifan Lokal Sunda.

Kearifan lokal, terdiri dari dua kata yaitu kearifan atau kebijaksanaan (*wisdom*) dan lokal (*local*) atau setempat. Jadi kearifan lokal adalah gagasan setempat yang bersifat bijaksana, penuh kearifan, bernilai baik, yang tertanam dan diikuti oleh anggota masyarakatnya. Kearifan lokal menunjukkan keragaman suku yang ada di Indonesia, karena masing-masing suku memiliki nilai-nilai kebaikan dan inspirasi dalam strategi mamatuhi dan memenuhi kebutuhan hidup. Kearifan lokal sebagai warisan budaya yang di turunkan dari generasi ke generasi berikutnya, tetapi akhir-akhir ini kearifan lokal sudah mulai memudarkan bahkan hilang tergerus oleh arus budaya globalisasi.

Suku Sunda adalah kelompok etnis yang berasal dari bagian barat pulau Jawa, disebut juga tatar Pasundan atau tatar Sunda. Suku Sunda merupakan etnis kedua terbesar di Indonesia, secara etimologi Sunda berasal SUN DA HA, setiap kata memiliki arti sebagai berikut :

SUN adalah diri, DA adalah Alam, HA Tuhan. Arti dari tiga kata tersebut menggambarkan hubungan manusia dengan Tuhan, Alam dan sesama Manusia. Artinya bahwa kearifan lokal Sunda dapat digambarkan dengan mengidentifikasi tiga ranah (*domain*) tempat kearifan lokal itu berlaku. Ranah pertama adalah DIRI; hubungan antara manusia dengan manusia; kedua, ALAM; hubungan manusia dengan alam; dan ketiga TUHAN; hubungan manusia dengan Tuhan atau Sang Pencipta.



Gambar 1

Sumber:

[https://images.search.yahoo.com/search/image/s/diunduh 20/2/2017](https://images.search.yahoo.com/search/image/s/diunduh%202/2/2017).

SUN merupakan Diri, terwujud dalam hubungan pribadi dengan pribadi, pribadi dengan komunitas. Kearifan local yang berelasi dengan SUN adalah sebagai berikut:

- a. *Hade ku omong, goreng ku omong* (segala hal sebaiknya dibicarakan), artinya keterbukaan dalam hubungan pribadi sebaiknya dibicarakan.
- b. *Undur katingali punduk datang katingali tarang* (pergi tampak tengkuk datang tampak pelipis) artinya perilaku kita sebagai anggota komunitas harus diketahui oleh anggota komunitas lain.
- c. *Someah hade ka semah* (Ramah dan baik terhadap tamu) artinya kepada siapa kita haru baik dan ramah kepada tamu dengan memberikan bantuan informasi yang benar, melayani dengan ikhlas.
- d. *Mun aya angin bula bali ulah muntang kana kiara, muntang mah ka sadagori* (kalau ada angin puting beliung, jangan berpegang kepada pohon beringin tetapi pada rumput sadagori), artinya rumput sadagori adalah tanaman kecil atau rumput dengan akar yang sangat kuat, yang diungkapkan sebagai rakyat kecil.

DA merupakan hubungan manusia dengan alam, hal ini diperlihatkan oleh komunitas adat Sunda, misalnya komunitas Baduy, Pancer Pangawinan, Kampung Naga, dan

sebagainya. Pada dasarnya melakukan cinta terhadap alam. Kearifan local yang berelasi dengan DA adalah sebagai berikut:

- a. *Suci Ing Pamrih Rancage Gawe*. (Hubungan Antara manusia dan alam adalah bagian yang menyatu tidak terpisah) artinya Masyarakat adat beranggapan bahwa mereka hidup “bersama” alam, dan bukan “di” alam seperti sikap kebanyakan anggota masyarakat modern. Oleh karena itu, masyarakat tradisional memiliki solidaritas yang lebih kuat dengan alam. Kegiatan terhadap alam terlihat pada
- b. “*Leuweung ruksak, cai beak, ra’yat balangsak*” (Hutan rusak, air habis, rakyat sengsara), atau “*Leuweung kaian, gawir awian, legok balongan*” (Hutan tanami kayu, tebing tanami bambu, palung jadikan kolam).

HA, yang merupakan hubungan manusia dengan Tuhan tidak semata-mata diungkapkan dalam perilaku komunitas-komunitas itu, melainkan juga dalam ungkapan, seperti yang kita baca dalam buku *Sang Hiang Siksa Kanda Ng Karesian* (Terbit abad XVI), yaitu

- a. *Tapa di nagara* (Bertapa di tengah-tengah kehidupan sehari-hari), artinya bagi anggota komunitas tradisional, hidup itu sendiri adalah bertapa (ibadah). Hidup adalah menyucikan diri agar layak berhadapan dengan Tuhan Yang Maha suci.
- b. *Silih Wawangi*, artinya bahwa hasilnya akan memberikan manfaat yang optimal terhadap masyarakat, tidak hanya kepada diri pribadi tetapi juga terhadap masyarakat banyak dan alam itu sendiri. (Fitzgerald, Alvin/
[https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh 20/2/2017](https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh%202/2/2017)).

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metoda kualitatif deskriptif dengan pendekatan multidisiplin, alasannya penelitian ini dilakukan secara alamiah dengan menggunakan berbagai metoda, teori, teknik dan instrument (Ratna, 2010). Tujuannya untuk mendapatkan data yang faktual di lapangan, sehingga menghasilkan penelitian yang akurat dan valid. Keseluruhan kegiatan

yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha (UU Kepariwisata pasal 1 no 10 tahun 2009)

PEMBAHASAN

Karakter Sadar wisata Pada Masyarakat di Destinasi

Membangun karakter sadar wisata menjadi hal penting dalam pembangunan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah di berbagai provinsi, harus dibangun bersama-sama dengan masyarakatnya. Pada intinya masyarakat lokal dan pelaku usaha pariwisata yang menjadi ujung tombak di destinasi tetapi selama masyarakatnya atau pemerintah daerahnya belum sinergi, maka semua pencapaian pembangunan itu belum maksimal. Sejak awal munculnya SWSP pada tahun 1990 hingga tahun 2015, pendekatan yang dilakukan kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat didestinasikan adalah dengan penyuluhan saja (Witrianto, et.al. 2010). Penyuluhan diberikan di salah satu tempat di destinasi dengan mengundang tokoh masyarakat, tokoh adat, beberapa perwakilan pelaku usaha, dan satuan kerja daerah (SKPD) yang linear. Pada awal tahun 2016 ada kegiatan tambahan disamping program penyuluhan di hari pertama, pada hari kedua dilakukan program aksi didestinasikan. Program aksi yang dilakukan kerjasama dengan pelaku usaha dan masyarakat serta perwakilan SKPD melakukan aksi bersih-bersih di destinasi, setiap destinasi satu kali dilakukan program tersebut. Kebersihan merupakan satu unsur dari tujuh unsur SWSP, sedangkan yang lainnya seperti keamanan, kenyamanan dan pelayanan bagi wisatawan belum tersentuh secara maksimal. (Hariyanto, 2015).

Keamanan merupakan faktor yang sangat penting bagi wisatawan selama melakukan perjalanan, faktor Keamanan akan menciptakan kenyamanan bagi wisatawan. Faktor-faktor keamanan adalah sebagai berikut: menolong dan melindungi wisatawan, menunjukkan sifat bersahabat terhadap wisatawan, memelihara keamanan lingkungan,

membantu memberi informasi dengan baik dan benar kepada wisatawan, menjaga lingkungan yang bebas dari bahaya penyakit menular, meminimalkan resiko kecelakaan dalam penggunaan fasilitas publik.

Kearifan Lokal Sunda Dalam Membangun Karakter Sadar Wisata

Secara filosofis pariwisata dapat digambarkan sebagai sebuah pohon besar merupakan sumber daya pariwisata, cabang dan ranting yang banyak dari pohon tersebut digambarkan sebagai fasilitas utama dan fasilitas pendukung. Agar pohon besar dapat tumbuh subur dan berkembang menjadi besar harus memiliki akar dan batang yang kuat dan kokoh, maka pohon tersebut harus dipelihara, diberi pupuk dan disiram. Sadar Wisata dan sapta pesona adalah sebagai pupuk dan siraman air terhadap pohon besar tersebut agar tumbuh besar dan berbuah manis dengan lebat. Hasilnyapun kelak akan dirasakan oleh semua orang, itulah kesejahteraan secara merata untuk rakyat Indonesia sesuai dalam UU Kepariwisata pasal 4 no 10 tahun 2009. Sumber daya pariwisata adalah berupa sumber daya alam, sumberdaya manusia, sumber daya budaya dan sumber daya minat khusus. Sumberdaya alam, alam Indonesia memiliki daya tari tersendiri, beragam dan panorama yang sangat indah dibandingkan destinasi negara tetangga. Sumberdaya budaya, tidak perlu diragukan lagi bahwa Indonesia memiliki 1.128 suku jumlah yang sangat besar kekayaan budaya yang di miliki oleh masing-masing suku yang ada di Indonesia. (Badan Pusat Statistik (BPS) Republik Indonesia). Sumber daya minat khusus hal ini banyak berkaitan dengan letak alam geografis Indonesia, terletak diantara dua samudra

Pasifik dan Hindia, dan apit oleh dua benua Asia dan Australia. Indonesia juga dikelilingin oleh gunung berapi (*ring road fire*), tebing-tebing yang sangat tinggi, sungai yang deras airnya sehingga memiliki tantangan khusus bagi wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia.

Kesenjangan yang ada adalah sumberdaya manusia sebagai pengelola destinasi wisata, yang perlu di bangun karakter sadar wisata, dengan pendekatan kearifan lokal. Mendidik orang dewasa dalam membangun karakter berbeda dengan pendidikan karakter pada anak. Pada orang dewasa perlu menggunakan

strategi yang efektif yaitu 1) tidak banyak mengajari dengan penyuluhan 2) tetapi aksi yang nyata dengan memberikan contoh bekerjasama. 3) Melakukan pendampingan secara berkesinambungan sebagai evaluasi, 4) dirasakan hasilnya, 5) dan menggunakan pendekatan kearifan budaya setempat, Sunda untuk wilayah Jawa Barat.

Sesuai dengan posisi peringkat 70 dari (140) kelemahan yang masih ada dalam hal mengimplementasi keamanan, kenyamanan dan pelayanan dan yang dimaksud dengan faktor-faktor keamanan pada sadar Wisata. Pendekatan kearifan lokal Sunda yang dapat diterapkan adalah arti kata SUN merupakan Diri, terwujud dalam hubungan pribadi dengan pribadi, pribadi dengan komunitas. Khususnya "Someah hade ka semah" (Ramah dan baik terhadap tamu), bagaimana relasi pelaku usaha dan masyarakat dengan wisatawan, hal ini dapat diimplementasikan kepada masyarakat melalui keteladanan oleh tokoh masyarakat, adat, dan pemangku kepentingan kalau ingin berhasil.

PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan tentang Membangun Karakter Sadar Wisata Masyarakat Di Destinasi Melalui Kearifan Lokal Sunda, bahwa program SWSP telah dimulai sejak tahun 1990 sampai sekarang 2017. Selama 28 terjadi pasang surut, meskipun keberhasilannya belum sempurna secara keseluruhannya. Pemangku kepentingan dan jajarannya telah berusaha semaksimal mungkin, bersama pelaku usaha dan masyarakat didestinasikan untuk memperbaiki dan peningkatan SWSP bersama-sama. Terbukti hasil yang didapat oleh Indonesia mencapai peringkat 70 dari 140 destinasi di tingkat global dan peringkat ke-12 (dari 25) di regional Asia Pasifik. Hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut: implementasi membangun karakter sadar wisata diperlukan peran model yang memberikan keteladanan oleh tokoh Masyarakat, adat dan pemangku kepentingan, melakukan pendampingan secara berkesinambungan, tidak hanya satu kali saja selesai. Harus menyentuh hati masyarakat dan dirasakan hasilnya dengan cara memberikan kesempatan peluang kerja atau modal usaha serta memberikan kesempatan yang seluas-luasnya

mengembangkan kreativitas local. Mengadopsi dan memunculkan kembali kearifan lokal yang sudah ada dari daerah tersebut.

REFERENSI

Arevin, Ayat Taufik. 2007. *Perencanaan Dan Rancangan Program Penyuluhan Sadar Wisata Bagi Pengelola Usaha Rumah Makan Di Kota Bogor*. Panorama Nusantara edisi III/ Juli-Desember.

Forum Ekonomi Dunia (World Economic Forum). 2013. *Laporan Daya Saing Perjalanan dan Pariwisata 2013* "The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013."

Fitzgerald, Alvin. 2012. Kearifan Lokal Suku Sunda.

[https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh 20/2/2017](https://ucoksakitkepala.wordpress.com/2012/04/01/kearifan-lokal-suku-sunda/diunduh%2020/2/2017).

Hariyanto, I.B. Oda. 2015. Materi paparan Sadar Wisata dan Sapta Pesona. Dinas Pariwisata Propinsi Jawa Barat: Bandung.

Lickona, Thomas. 1991. *Educating for Character: How Our School Can Teach Respect and Responsibility*. Bantam Books: New York

----- 2014. *Pendidikan Karakter*. Penerjemah Lita.S. Nusa Media: Bandung.

Paul. Arlin. (2016) *Need for Character Education Programme for Institutionalised Children in Kerala*. Departement of Social Work Sree Sankaracharya University of Sankrit, Kalady, Kerala. Lissah Journal.

Panduan Pelaksanaan Sadar Wisata, Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia

Ryan, Kevin & Bohlin, K. E. 1999. *Building Character in Schools: Practical Ways*

to Bring Moral Instruction to Life. San Francisco: Jossey Bass.

Ratna, NyomanKutha. 2010. *Metode Penelitian, Kajian Budaya dan Ilmu Sosial Homanniora pada Umumnya.* Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang *Kepariwisata.* Departemen Kemnterian Pariwisata: Jakarta

Witrianto, Yenny Narny, Israr Iskandar & Yudhi Andoni. 2010. *Penyuluhan Dan Pelatihan Sadar Wisata Bagi Masyarakat Sekitar Obyek Wisata Sejarah Di Kota Sawahlunto.* Lembaga Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Andalas: Sumatra Barat.

Wibowo, Agus., Gunawam. 2015. Pendidikan Karakter Berbasis Kearifan Lokal di Sekolah. Pustaka Pelajar: Yogyakarta.

Yudananto, Wisnu., Remi Sutyastie S., Muljarijadi Bagdja. (2012). Peranan Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah Di Indonesia (Analisis Interregional Input-Output). Universitas Padjadjaran: Bandung.

Hubungan Manusia dengan Tuhan, Sesama dan Alam
<https://images.search.yahoo.com/search/images/diunduh> 20/2/2017.