

## CARA MUDAH MENJADI TOUR GUIDE DESA WISATA

Pembangunan desa wisata harus memperhatikan potensi, posisi dan peran masyarakat baik sebagai pelaku pengembangan desa wisata maupun penerima manfaat, karena melalui dukungan masyarakat inilah yang akan menentukan keberhasilan jangka panjang desa wisata. Dukungan masyarakat dapat dilakukan dengan adanya kelompok masyarakat sadar pariwisata. Melalui masyarakat yang sadar pariwisata dapat dilakukan pemberdayaan dengan cara membina masyarakat dalam mengelola desa wisata, salah satunya bagaimana masyarakat dapat menjadi pemandu wisata di desanya sendiri. Peran pemandu wisata sangat penting dalam menambah hidupnya suatu perjalanan wisata. Menghidupkan keadaan atau suasana yang berkesan dan asik tidak hanya dari keindahan objek wisata tetapi juga kemampuan dari pemandu wisata dalam menyampaikan objek wisata dalam alur ceritanya selama perjalanan wisata. Melalui buku ini masyarakat dapat belajar menjadi tour guide di desa wisata dengan mudah.



eureka  
media utama  
Asosiasi SCAP

☎ 0856 5343 1992

✉ [www.kamertiaakbar@gmail.com](mailto:www.kamertiaakbar@gmail.com)

📍 Jl. Banjaran RT 20 RW 10

Bejengari - Purbalangga 53362



Trijati Puspita Lestari, S.Kep., Ns., M.Kep.  
apt. Devi Ristian Octavia, M.Si.  
Abdul Majid, S.E., M.M



## CARA MUDAH MENJADI TOUR GUIDE DESA WISATA



# **CARA MUDAH MENJADI *TOUR* *GUIDE* DESA WISATA**

**Trijati Puspita Lestari, S.Kep., Ns., M.Kep.**

**apt. Devi Ristian Octavia, M.Si**

**Abdul Majid, S.E., M.M**



**eureka**  
**media aksara**

**PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA**

## CARA MUDAH MENJADI TOUR GUIDE DESA WISATA

**Penulis** : Trijati Puspita Lestari, S.Kep., Ns., M.Kep.  
apt. Devi Ristian Octavia, M.Si  
Abdul Majid, S.E., M.M

**Kontributor** : Nilam Fatmawati  
Miftaql Bilka Subiantoro  
Alif Bin Khoir  
Wahyu Chandra Durianto  
Fahrur Rizal Hasan

**Desain Sampul**: Satria Panji Pradana

**Tata Letak** : Mohamad Soim Mubarak, S.Pd., Gr.

**ISBN** :

Diterbitkan oleh : **EUREKA MEDIA AKSARA,**  
**NOVEMBER 2022**  
**ANGGOTA IKAPI JAWA TENGAH**  
**NO. 225/JTE/2021**

### **Redaksi:**

Jalan Banjaran, Desa Banjaran RT 20 RW 10 Kecamatan  
Bojongsari Kabupaten Purbalingga Telp. 0858-5343-1992  
Surel : eurekamediaaksara@gmail.com  
Cetakan Pertama : 2022

### **All right reserved**

Hak Cipta dilindungi undang-undang  
Dilarang memperbanyak atau memindahkan sebagian  
atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun dan  
dengan cara apapun, termasuk memfotokopi, merekam,  
atau dengan teknik perekaman lainnya tanpa seizin  
tertulis dari penerbit.

## PRAKATA

Pembangunan pariwisata memerlukan dukungan dan keterlibatan pemangku kepentingan di bidang pariwisata. Masyarakat merupakan menjadi unsur penting pemangku kepentingan yang bersama-sama dengan Pemerintah, swasta, kalangan usaha secara sinergi melaksanakan pengembangan pariwisata. Pembangunan desa wisata harus memperhatikan potensi, posisi dan peran masyarakat baik sebagai pelaku pengembangan desa wisata maupun penerima manfaat, karena melalui dukungan masyarakat inilah yang akan menentukan keberhasilan jangka panjang desa wisata.

Perlu proses dan pengkondisian untuk mewujudkan masyarakat yang sadar pariwisata. Melalui masyarakat yang sadar pariwisata dapat dilakukan pemberdayaan dengan cara membina masyarakat dalam mengelola desa wisata, salah satunya bagaimana masyarakat dapat menjadi pemandu wisata di desanya sendiri. Sehingga melalui pemandu wisata desa, wisatawan dapat memahami karifan lokal, nilai-nilai lehur desa, adat istiadat, serta potensi yang ada di desa.

## DAFTAR ISI

<b>PRAKATA .....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Problematika.....	2
B. Mengapa Buku ini Ditulis .....	3
<b>BAB 2 PEMBANGUNAN PARIWISATA EKONOMI KREATIF.....</b>	<b>5</b>
A. Pariwisata .....	6
B. Pembangunan Pariwisata Ekonomi Kreatif..	8
C. Potensi dan Permasalahan Pembangunan Pariwisata Ekonomi Kreatif .....	9
<b>BAB 3 MENGENAL DESA WISATA .....</b>	<b>22</b>
A. Pengertian dan Kriteria Desa Wisata.....	23
B. Jenis Desa Wisata .....	24
C. Pengembangan Desa Wisata .....	25
D. Penggalian Potensi Desa Wisata .....	28
E. Komponen Produk Wisata .....	29
<b>BAB 4 MENGENAL <i>TOUR GUIDE</i> .....</b>	<b>32</b>
A. Sejarah <i>Tour Guide</i> .....	33
B. Definisi <i>Tour Guide</i> .....	36
C. Pentingnya <i>Tour Guide</i> .....	37
D. Peran <i>Tour Guide</i> .....	37
E. Kode Etik <i>Tour Guide</i> .....	39

<b>BAB 5 MENJADI <i>TOUR GUIDE</i> DESA WISATA....</b>	<b>41</b>
A. Pengetahuan yang Memadai.....	42
B. Penampilan yang menarik.....	44
C. Sehat Jasmani dan Rohani .....	44
D. <i>Attitude</i> yang Baik .....	44
E. Menata <i>Body Language</i> .....	45
F. Kemampuan Berbahasa Asing .....	45
<b>BAB 6 PENUTUP .....</b>	<b>47</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>49</b>
<b>TENTANG PENULIS .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Ilustrasi Herodotus dan Pemandu Mesir ...	34
Gambar 2 Ilustrasi Grand Tour .....	35



**BAB**

**1**

**PENDAHULUAN**





## **A. Problematika**

Desa wisata saat ini mulai di kembangkan di beberapa daerah. Setiap desa yang memiliki desa wisata dapat memperkenalkan potensi-potensi yang dimiliki suatu desanya untuk dijadikan keunikan dari desa wisata. Upaya pengembangan desa wisata ini diharapkan mampu meningkatkan ekonomi bagi penduduk lokal dan juga keuntungan bagi desa wisata. Dalam pengembangan desa wisata diperlukan identifikasi potensi yang dimiliki desa tersebut yang nantinya dapat menjadi daya tarik wisatawan. Selain potensi yang dimiliki desa, peran lembaga dan sumber daya manusia juga sangat diperlukan dalam meningkatkan daya tarik wisatawan. Terutama sumber daya manusia sebagai pemandu wisata yang dapat menjelaskan produk wisata yang dimiliki oleh desa wisata (Aryani et al., 2019; Dewi, 2013).

Perjalanan wisata menjadi suatu kegiatan mendasar yang diperlukan seseorang, sebagai upaya seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup dalam beragam bentuk, baik untuk menambah pengetahuan, pengalaman, penyegaran fisik dan psikis, pencerahan dan penenangan keadaan, serta sebagai bentuk aktualisasi diri untuk mewujudkan keinginan yang dipendam. Kegiatan perjalanan wisata yang berkaitan dengan produk wisata merupakan seluruh pelayanan yang diperoleh, dirasakan dan dinikmati oleh wisatawan selama perjalanan wisata. Produk wisata baik dalam aspek

attraction, accessibillity, amenity, ancilliary sebagai penyelenggara perjalanan wisata, yang di dalamnya membutuhkan peran pemandu wisata yang profesional dan kompeten (Restanti, 2019; Suyono, Syuhada', & Sumaryanto, 2020).

Perjalanan tugas seorang pramuwisata selalu berusaha agar para wisatawan mendengarkannya, dapat mengerti dan selalu memperhatikan apa yang disampaikan. Pramuwisata harus selalu dapat menarik perhatian para wisatawan yang dipandunya. Apa yang dibicarakan, apa yang dikomentari, harus dapat memberi kesan image yang baik tentang tempat wisata atau desa wisata dan bahkan kabupaten tempat desa wisata tersebut. Dengan keahlian yang dimiliki oleh pemandu wisata harus dapat mempengaruhi semua anggota rombongan, dapat membuat wisatawan kagum, seakan-akan apa yang diceritakannya berbeda dari yang lain, sehingga mereka betul-betul terkesan mendengarkannya. Dengan tuntutan ini diperlukan penambahan wawasan, pelatihan bagi pemandu wisata agar dapat profesional dan kompeten dalam memandu wisata(Pangaribua & Putra, 2022).

## **B. Mengapa Buku ini Ditulis**

Buku ini disusun untuk mendukung program desa wisata. Pemandu wisata tidak hanya diperlukan untuk wisata nasional maupun internasional, namun juga diperlukan bagi wisata

lokal seperti desa wisata. Peran pemandu wisata sangat penting dalam menambah hidupnya suatu perjalanan wisata. Menghidupkan keadaan atau suasana yang berkesan dan asik tidak hanya dari keindahan objek wisata tetapi juga kemampuan dari pemandu wisata dalam menyampaikan objek wisata dalam alur ceritanya selama perjalanan wisata. Buku ini sebagai upaya peningkatan pengetahuan dan kemampuan penduduk lokal agar dapat menjadi pemandu wisata yang baik dan handal. Selain itu masyarakat umum atau pembaca dapat memahami buku ini secara mudah sehingga dapat menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang pemandu wisata, sekaligus akan mendapatkan kiat-kiat jitu dalam menjadi pemandu wisata.



**BAB**

**2**

**PEMBANGUNAN  
PARIWISATA  
EKONOMI KREATIF**



## **A. Pariwisata**

### **1. Pengertian Pariwisata**

Secara etimologi, Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu pari dan wisata. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “berbergian”. Sehingga pariwisata dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali, dari satu tempat ketempat lain (Yoeti, 1996). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pariwisata merupakan suatu kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi, turisme dan pelancongan. Pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 pada Pasal 1 menjelaskan tentang pengertian wisata, pariwisata dan kepariwisataan, sebagai berikut :

- a. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam
- b. Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah

- c. Kepariwisata merupakan 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

## 2. Jenis Pariwisata

Pariwisata terwujud dalam beberapa bentuk atau jenis berdasarkan letak geografis, pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, alasan/tujuan perjalanan, saat atau waktu berkunjung, objeknya, jumlah orang yang melakukan perjalanan, alat pengangkutan, umur, jenis kelamin, harga dan tingkat sosial (Suwena & I Gusti Ngurah Widyatmaja, 2017).

Berdasarkan letak geografis, pariwisata dibedakan menjadi 5 macam, yaitu :

- a. Pariwisata lokal (*local tourism*) adalah jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit dan terbatas dalam tempat tertentu saja.
- b. Pariwisata regional (*regional tourism*) adalah jenis kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, seperti regional dalam lingkungan nasional atau regional dalam lingkup internasional.

- c. Pariwisata nasional (*national tourism*) adalah jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana pesertanya tidak hanya WNI atau warganya tetapi juga WNA yang tinggal di Indonesia.
- d. Pariwisata regional-internasional adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di wilayah internasional yang terbatas, melewati batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut.
- e. Pariwisata internasional (*International tourism*) adalah kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di berbagai negara di dunia.

## **B. Pembangunan Pariwisata Ekonomi Kreatif**

Pariwisata telah menjadi salah satu industri utama yang menjadi primadona. Indonesia memiliki potensi pariwisata baik dari segi alam maupun dari sisi sosial budaya. Sektor pariwisata telah menjadi tulang punggung dari ekonomi kreatif di Indonesia. Dalam rangka pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf / Baparekraf) membagi potensi sektor pariwisata menjadi 4, yaitu potensi pengembangan destinasi pariwisata, potensi pembangunan pemasaran pariwisata, potensi pembangunan industri pariwisata, potensi

pembangunan kelembagaan keparariwisata (Kemenparekraf, 2021).

Capaian sektor pariwisata nasional pada periode 2015 – 2019 mengalami pertumbuhan yang konsisten dan signifikan meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2016. Pariwisata sebagai leading sector menduduki peringkat sebagai penyumbang devisa setelah industri sawit, hal ini terlihat dari capaian kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB nasional yang terus meningkat dan mencapai target. Konsistensi capaian dari devisa yang telah ditetapkan yang didukung oleh capaian wisatawan nusantara (wisnus) yang terus melebihi target yang ditetapkan (Kemenparekraf, 2021).

### **C. Potensi dan Permasalahan Pembangunan Pariwisata Ekonomi Kreatif**

Mengidentifikasi potensi dan masalah merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh suatu organisasi untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta peluang dan tantangan yang akan dihadapi. Sehingga dari kegiatan ini organisasi dapat menentukan rencana strategis yang realistis untuk mewujudkan visi dan misi organisasi atau membangun pariwisata ekonomi kreatif (Kemenparekraf, 2021; Wulandari, 2014).



## **1. Potensi Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**

Terdapat 5 potensi pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif, antara lain (Antara & Arida, 2015; Arcana et al., 2022; Kemenparekraf, 2021) :

### **a. Potensi Pembangunan Destinasi Pariwisata**

Pengembangan destinasi pariwisata didasarkan pada potensi daya tarik wisata yang dikembangkan secara sinergi dengan pengembangan pada fasilitas umum, fasilitas wisata, aksesibilitas serta pemberdayaan masyarakat. Dalam pengembangan pariwisata terdapat beberapa potensi yang dapat dijadikan kekuatan dan peluang wisata di Indonesia sebagai wisata yang berdaya saing tinggi, yaitu (1) Kekayaan dan Keragaman Sumber Daya Pariwisata Nasional, (2) Pertumbuhan Pembangunan Infrastruktur dan Konektivitas Antar Wilayah dan Destinasi, (3) Indonesia sebagai Negara Tujuan Investasi yang Prospektif, (4) Atensi dan Sikap Positif Masyarakat terhadap Kepariwisataannya Serta Potensi Wilayah Pedesaan.

## **b. Potensi Pembangunan Pemasaran Pariwisata**

Beberapa potensi yang telah berkembang dalam kerangka pembangunan pemasaran pariwisata sebagai modal utama dalam mendorong akselerasi pemasaran pariwisata, antara lain Potensi pasar wisata mancanegara dan wisata nusantara yang terus tumbuh, citra positif yang terbangin melalui berbagai event dan pariwisata penting, peran media dan teknologi informasi dan komunikasi yang adaptif, kemitraan pemasran yang semakin luas dibangun di kalangan pelaku pariwisata, promosi Indonesia yang semakin kuat yang terfokus dan media promosi yang semakin beragam, *brand equity wonderful* Indonesia, berkembangangnya teori terkait konsep pemasaran yang baru.

## **c. Potensi Pembangunan Industri Pariwisata**

Terdapat berbagai potensi yang dapat menjadi modal utama dalam mendorong pengembangan industri pariwisata, antara lain (1) pariwisata menciptakan rantai nilai usaha yang luas dan beragam, (2) daya saing produk dan kredibilitas bisnis dan (3) tanggung jawab lingkungan yang semakin tinggi.

#### **d. Potensi Pembangunan Kelembagaan Pariwisata**

Sejumlah potensi yang dapat dijadikan sebagai modal utama pembangunan kelembagaan yang lebih efektif dalam mendukung kepariwisataan nasional, yaitu penguatan organisasi, SDM kepariwisataan (SDM yang kompeten), pariwisata sebagai kegiatan multisektor, borderless dan regulasi yang mendukung, bonus demografi (kondisi pertumbuhan penduduk usia produktif).

#### **e. Potensi Pembangunan Ekonomi Kreatif**

Potensi yang dapat mendukung pembangunan ekonomi kreatif antara lain (1) Indonesia memiliki keberagaman budaya yang tinggi, yang mencakup kuliner, busana daerah, kriya, musik dan seni pertunjukan, (2) keberagaman sumber daya alam sebagai bahan baku untuk kriya dan kuliner, (3) bonus demografi dimana jumlah penduduk usia produktif (usia muda) sangat dominan, (4) jumlah kelas menengah Indonesia sebagai konsumen produk ekonomi kreatif sangat besar menjadi basis pasar domestik.

## **2. Permasalahan Pembangunan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif**

Dalam pembangunan pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif terdapat beberapa permasalahan yang harus dihadapi, antara lain (Dewi, 2013; I Ketut Mastika, 2018; Kemenparekraf, 2021):

### **a. Permasalahan Pengembangan Destinasi Wisata**

Masalah utama yang dihadapi pada pengembangan destinasi wisata antara lain, perubahan iklim dan bencana alam, ketersediaan konektivitas dan infrastruktur yang belum optimal, kesiapan masyarakat disekitar destinasi pariwisata yang belum optimal, kemudahan investasi yang masih belum optimal.

### **b. Permasalahan Pengembangan Pemasaran Pariwisata**

Dalam pengembangan pemasaran pariwisata, terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi, antara lain belum adanya acuan riset pasar yang komprehensif, strategi komunikasi pemasaran yang belum terpadu, sinergi kemitraan pemasaran yang masih belum optimal, kegiatan promosi masih berjalan parsial, daya saing pariwisata Indonesia masih belum kuat.

### **c. Permasalahan Pengembangan Industri Pariwisata**

Beberapa masalah yang menjadi kendala dalam pertumbuhan industri pariwisata antara lain, sinergi antar mata rantai usaha pariwisata yang belum optimal, daya saing produk wisata yang belum optimal, kesenjangan antara tingkat harga dengan pengalaman wisata, kemitraan usaha pariwisata yang belum optimal, pengembangan tanggung jawab lingkungan oleh kalangan usaha pariwisata masih belum optimal.

### **d. Permasalahan Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan**

Dalam pengembangan kelembagan kepariwisataan terdapat beberapa masalah yang harus dihadapi, anantara lain belum meratanya penguatatan organisasi yang membidangi kepariwisataan di daerah, SDM pariwisata dan pengembangan pedidikan tinggi pariwisata yang masih terbatas, koordinasi dan sinkronisasi pembangunan lintas sektor dan regional yang belum efektif.

#### **e. Permasalahan Pembangunan Ekonomi Kreatif**

Masalah utama yang harus dihadapi dalam pembangunan ekonomi kreatif yaitu riset untuk pengembangan ekonomi kreatif masih terbatas, pengetahuan dan keterampilan pelaku ekonomi kreatif perlu ditingkatkan, akses pelaku ekonomi kreatif terhadap sumber pendanaan dan pembiayaan belum meluas, infrastruktur baik fisik maupun TIK yang dibutuhkan oleh pelaku ekonomi kreatif masih terbatas, produk ekonomi kreatif belum dikenal luas dan dikonsumsi baik konsumen dalam negeri maupun luar negeri, skema insentif bagi pengembangan ekonomi kreatif berbasis kekayaan intelektual belum terbangun, pelaku ekonomi kreatif yang memiliki Hak Kepada Kekayaan Intelektual atas Karyanya masih terbatas.

### **3. Tujuan dan Sasaran Pembangunan Pariwisata Ekonomi Kreatif**

Tujuan akhir pembangunan di bidang kepariwisataan yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat yang nantinya akan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Waluyo, 1993). Selain itu berdarakan PP Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tujuan pembangunan kepariwisataan nasional mengacu pada empat pilar pembangunan

pariwisata yang kemudain menghasilkan tujuan pembangunan pariwisata antara lain (Kemenparekraf, 2021)

- a. Meningkatkan kualitas dan kuantitas destinasi pariwisata
- b. Mengkomunikasikan destinasi pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggung jawab
- c. Mewujudkan industri pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian nasional
- d. Mengembangkan kelembagaan kepariwisataan dan tata kelola pariwisata yang dapat menisnergikan pembangunan destinasi pariwisata, pemasaran pariwisata, dan industri pariwisata secara profesional, efektif, dan efisien.

Tujuan akhir pembangunan nasional bidang pariwisata dan ekonomi kreatif sejalan dengan visi dan misi Kemenparekraf / Baparekraf tahun 2020 - 2024 adalah meningkatnya kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi nasional. Pencapaian tujuan ini diukur melalui 3 indikator, yaitu :

- a. Nilai devisa pariwisata
- b. Kontribusi PDB pariwisata
- c. Nilai ekspor produk ekonomi kreatif

Sedangkan sasaran pembangunan kepariwisataan nasional, antara lain :

- a. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara
- b. Peningkatan jumlah pergerakan wisatawan nusantara
- c. Peningkatan jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara
- d. Peningkatan jumlah pengeluaran wisatawan nusantara
- e. Peningkatan produk domestik bruto di bidang Kepariwisataan.

Selain itu Kemenparekraf / Baparekraf memiliki 11 sasaran strategis yang dipetakan kedalam 4 perspektif *Balance Score Card* (BSC), antara lain (Kemenparekraf, 2021):

a. *Stakeholder*

Pada perspektif *stakeholder* terdapat satu sasaran strategis yaitu meningkatnya kontribusi pariwisata dan ekonomi kreatif terhadap ketahanan ekonomi.



b. *Customer*

Pada perspektif *customer* terdapat 6 sasaran strategis yaitu meningkatnya ilai tambah ekonomi kreatif nasional, meningkatnya kualitas dan jumlah wisatawan, meningkatnya daya saing destinasi dan industri pariwisata nasional, tersedianya produk wisata sesuai kebutuhan, bertumbuhnya investasi dan akses pembiayaan serta meningkatnya kemampuan industri sektro pariwisata ekonomi kreatif nasional, dan terlindunginya kekeayaan intelektual bidang pariwisata dan ekonomi kreatif.

c. *Internal process*

Pada perspektif *internal process* memiliki 3 sasaran strategis, yaitu terselenggaranya regulasi pariwisata dan ekonomi kreatif berbasis kajian, tersedianya data dan informasi hasil kajian sesuai kebutuhan pariwisata dan ekonomi kreatif dan meningkatnya kualitas dan kuantitas SDM kepariwisataan dan ekonomi kreatif.

d. *Learning and growth*

Pada perspektif *learning and growth* terdapat 1 sasaran strategis antara lain terwujudnya reformasi birokrasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif / Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menuju birokrasi yang profesional.

**4. Arah Kebijakan dan Strategi Pariwisata Ekonomi Kreatif**

Arah pembangunan nasional dirumuskan dalam dokumen Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) tahun 2020 - 2024. RPJMN akan mempengaruhi pencapaian target pembangunan dalam Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJPN), dimana pendapatan perkapita Indonesia akan mencapaitingkat kesejahteraan setara dengan negara-negara berpenghasilan menengah atas yang memiliki kondisi infrastruktur, kualitas SDM, layanan publik, serta kesejahteraan rakyat yang lebih baik. Pada RPJMN IV tahun 2020-2024 terdapat empat pilar yang merupakan amanat RPJPN 2005 - 2025 dalam mencapai tujuan utama dari rencana pembangunan nasional periode terakhir. Keempat pilar RPJMN IV tahun 2020 - 2024, yaitu (Kemenparekraf, 2021)

- a. Kelembagaan politik dan hukum yang mantap
- b. Kesejahteraan masyarakat yang terus meningkat
- c. Struktur ekonomi yang semakin maju dan kokoh
- d. Terwujudnya keanekaragaman hayati yang terjaga

Berdasarkan PP Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 tentang kepariwisataan nasional, arah pembangunan kepariwisataan nasional didasarkan pada tujuan pembangunan kepariwisataan nasional sehingga arahan pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan dengan

- a. Berdasarkan prinsip pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan
- b. Orientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan
- c. Dengan tata kelola yang baik
- d. Terpadu secara lintas sektor, lintas daerah dan lintas pelaku
- e. Mendorong kemitraan sektor publik dan privat

Sehingga dari arahan pembangunan kepariwisataan tersebut menjadi dasar arah kebijakan, strategi dan indikasi program nasional yang meliputi pembangunan Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), pemasaran pariwisata nasional, industri pariwisata nasional dan kelembagaan kepariwisataan nasional (Kemenparekraf, 2021)



**BAB**

**3**

**MENGENAL  
DESA WISATA**



## **A. Pengertian dan Kriteria Desa Wisata**

Desa Wisata adalah wilayah administratif desa yang memiliki potensi dan keunikan daya tarik wisata yang khas yaitu merasakan pengalaman keunikan kehidupan dan tradisi masyarakat di pedesaan dengan segala potensinya (Aryani et al., 2019). Desa wisata dapat dilihat berdasarkan kriteria berikut ini (Aliyah, Yudana, & Sugiarti, 2020; Antara & Arida, 2015; Aryani et al., 2019):

1. Memiliki potensi daya tarik wisata (daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan / kreatif)
2. Memiliki komunitas masyarakat
3. Memiliki potensi sumber daya manusia lokal yang dapat terlibat dalam aktivitas pengembangan desa wisata
4. Memiliki kelembagaan pengelolaan
5. Memiliki peluang dan dukungan ketersediaan fasilitas dan sarana prasarana dasar untuk mendukung kegiatan wisata
6. Memiliki potensi dan peluang pengembangan pasar wisatawan

## **B. Jenis Desa Wisata**

Terdapat beberapa jenis desa wisata yang dapat menjadi acuan, antara lain

### **1. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam**

Sumber daya alam atau kondisi alam menjadi daya tarik utama pada desa wisata, seperti pegunungan, pantai, lembah, sungai serta gambaran alam yang unik lainnya (Suyono et al., 2020).

### **2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal**

Adat tradisi serta kehidupan sehari-hari dari masyarakat yang menjadi daya tarik utama, seperti kebiasaan budaya, religi, aktivitas mata pencaharian dan bentuk aktivitas lainnya (Wulandari, 2014).

### **3. Desa wisata kreatif**

Keunikan aktivitas ekonomi kreatif dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal yang menjadi daya tarik desa wisata, seperti aktivitas kesenian serta aktivitas dalam mengolah produk (Kemenparekraf, 2021)

### **4. Desa wisata berbasis kombinasi**

Desa wisata yang mengkombinasikan satu atau lebih daya tarik wisata, seperti budaya dan kreatif, alam dan budaya (Kemenparekraf, 2021)

### C. Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata merupakan proses bagaimana sebuah desa dapat berkembang dan menjadi pusat wisata yang memiliki unsur pendidikan dan hiburan (Marpaung, 2002). Selain itu pengembangan desa wisata juga diartikan dimana suatu desa dapat memanfaatkan unsur yang ada dalam masyarakat desa yang dapat berfungsi sebagai atribut produk wisata, serta menjadi suatu rangkaian pariwisata terpadu dan memiliki tema (Putra, 2006).

Dalam mengembangkan desa wisata dapat dilakukan dengan 2 pendekatan, yaitu pembangunan pariwisata berbasis masyarakat dan Pembangunan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan pembangunan pariwisata berbasis kemasyarakatan menitikberatkan pada peningkatan kesejahteraan masyarakat. Melalui pendekatan ini semua kegiatan pariwisata yang dimiliki akan dioperasikan, dikelola dan dikoordinasikan oleh komunitas, yaitu masyarakat. Sedangkan pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu menyeimbangkan dari 3 aspek (ekonomi, lingkungan dan masyarakat). Pendekatan ini memiliki tujuan dalam peningkatan kualitas hidup, memperkuat nilai budaya dan masyarakat, serta memberikan nilai tambah perekonomian masyarakat (Kemenparekraf, 2021; Suyono et al., 2020; Zakaria & Suprihardjo, 2014).



Tahapan pengembangan desa wisata yaitu dimulai dari tahap rintisan, berkembang, maju dan mandiri(Kemenparekraf, 2021).

#### 1. Rintisan

- a. Berupa potensi yang dapat dikembangkan untuk menjadi destinasi wisata
- b. Sarana prasarana wisata masih terbatas
- c. Belum ada atau masih sedikit wisatawan yang berkunjung
- d. Wisatawan berasal dari masyarakat sekitar
- e. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata belum tumbuh
- f. Sangat memerlukan pendampingan dari pihak terkait (pemerintah, swasta)

#### 2. Berkembang

- a. Wisata sudah mulai dikenal dan dikunjungi
- b. Pengunjung tdk hanya masyarakat sekitar, tetapi juga pengunjung dari luar daerah
- c. Sarana prasana dan fasilitas pariwisata sudah dikembangkan
- d. Mulai tercipta lapangan pekerjaan dan aktivitas ekonomi masyarakat
- e. Kesadaran masyarakat terhadap potensi wisata mulai ada

f. Masih memerlukan pendampingan dari pemerintah mauwun swasta

### 3. Maju

a. Menjadi destinasi wisata yang dikenal dan banyak dikunjungi wisatawan, bahkan wisatawan mancanegara

b. Sarana prasarana sudah memadai

c. Masyarakat mampu untuk mengelola usaha pariwisata melalui kelompok pokdarwis/ kelompok kerja lokal

d. Masyarakat mampu memanfaatkan dana desa untuk pengembangan desa wisata

e. Masyarakat sepenuhnya sadar terhadap potensi desa dan pengembangannya

### 4. Mandiri

a. Destinasi wisata yang sudah dikenal wisatawan mancanegara dan menerapkan konsep berkelanjutan yang diakui oleh dunia

b. Sarana prasarana terstandar internasional (minimal ASEAN)

c. Pengelolaan desa wisata dilakukan secara kolaboratif (sektor dan pentahelix)

- d. Dana desa menjadi penting dalam pengembangan inovasi diversifikasi produk wisata di desa wisata
- e. Desa mampu memanfaatkan digitalisasi sebagai bentuk promosi mandiri
- f. Masyarakat memebrikan inovasi dalam pengembangan potensi wisata desa (diversifikasi produk) menjadi unit kewirausahaan mandiri

#### **D. Penggalian Potensi Desa Wisata**

Dalam mengembangkan desa wisata harus menggali dan mengidentifikasi potensi yang dimiliki desa, seperti potensi alam, budaya, kreatif ataupun buatan manusia, sehingga potensi ini nantinya dapat menjadi daya tarik wisatawan. Setiap desa wisata baiknya memiliki keunikan yang tidak dimiliki desa wisata lain, dan memiliki daya tarik yang dikemas menjadi suatu paket wisata serta ditawarkan kepada wisatawan, dapat melalui media offline (brosur, biro perjalanan) maupun media online (website, instagram, atau media sosial lainnya)(Antara & Arida, 2015; Arcana et al., 2022).

Menentukan potensi desa untuk dikembangkan menjadi desa wisata dapat dilakukan melalui langkah-langkah berikut (Antara & Arida, 2015; Arcana et al., 2022):

1. Lakukan pemetaan desa dari calon desa wisata
2. Identifikasi calon desa wisata yang bersangkutan
3. Lakukan analisis karakteristik dan ukuran keberhasilan pengembangan desa wisata berbasis masyarakat
4. Analisis manfaat pengembangan desa wisata
5. Rumuskan pola pengembangan
6. Analisis sistem dan elemen kepariwisataan dari calon desa wisata

## **E. Komponen Produk Wisata**

Inti produk pariwisata yaitu destinasi wisata. Destinasi wisata menjadi daya tarik utama atau *core business* dari industri pariwisata. Destinasi berkaitan dengan wilayah yang memiliki keunggulan dan ciri khas, baik secara geografi maupun budaya, sehingga dapat menari para wisatawan untuk berkunjung. Semua produk yang berhubungan dengan perjalanan sebelum, selama dan sesudah mengunjungi suatu destinasi adalah produk-produk pendukung industri pariwisata (Dewi, 2013; Pangaribua & Putra, 2022).

Sebelum memperkenalkan destinasi untuk dijual seperti halnya desa wisata, harus terlebih dahulu mengkaji beberapa aspek utama yaitu *attraction* (daya tarik), *accessibility* (keterjangkauan), *amenity* (fasilitas pendukung), *ancillary*

(organisasi/lembaga yang mendukung)(Halum, Selamat, Jemadi, & Hame, 2019; Kemenparekraf, 2021; Pangaribua & Putra, 2022).

1. *Attraction* (daya tarik)

merupakan produk utama destinasi yang berkaitan dengan apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di desa wisata tersebut

2. *Accessibillity* (keterjangkauan)

merupakan sarana dan infrastruktur untuk menuju desa wisata, seperti akses jalan raya, ketersediaan sarana transportasi, dan rambu, rambu petunjuk jalan merupakan aspek penting bagi sebuah destinasi desa wisata.

3. *Amenity* (fasilitas pendukung)

merupakan berbagai fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi, seperti ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap, restoran atau warung untuk tempat makan dan minum di desa wisata.

4. *Ancillary* (organisasi/lembaga yang mendukung).

Berhubungan dengan tersedianya organisasi/lembaga atau orang-rang yang mengurus desa wisata tersebut. Aspek ini sangat penting, meskipun desa wisata sudah memenuhi 3 aspek, jika tidak ada yang mengorganisasinya maka desa wisata tersebut bisa terbengkalai.



**BAB**

**4**

**MENGENAL**  
*TOUR GUIDE*



## A. Sejarah *Tour Guide*

Pemandu perjalanan dikenal sebagai profesi tertua dalam peradaban manusia. Transformasi perkembangan profesi pemandu wisata dimulai sejak kekaisaran kuno hingga era awal modern. Profesi pemandu wisata mengalami perkembangan dari sekedar petunjuk jalan menjadi pelindung, hingga pembimbing rombongan (Fitriani et al., 2020).

Pemandu perjalanan dalam bahasa Inggris sebagai *tourist guide*, menjadi salah satu profesi tertua. Sejak 3000 tahun sebelum Masehi hingga 500 tahun Masehi, bangsa Persia, Assyria dan Mesir Kuno telah melakukan perjalanan yang terorganisir. Pada masa kekaisaran Yunani kuno, adanya pemandu atau dalam bahasa Yunani disebut 'Perigetai' dipengaruhi oleh tren kegiatan Olimpiade Yunani kuno yang dimulai pada tahun 776 sebelum masehi. Olimpiade ini diikuti banyak peserta dari luar kota. Herodotus menjadi *travel writer* pertama di dunia. Herodotus menceritakan perjalanannya dengan bantuan informan lokal dalam kegiatan dan perjalanannya. Dari cerita perigetai dan informan inilah yang menjadi cikal bakal profesi pemandu wisata sampai saat ini. (Anonim, 2020).





**Gambar 1 Ilustrasi Herodotus dan Pemandu Mesir**  
Sumber : *lookandlearn.com*

Traveling pada abad pertengahan dimulai dari 500 - 1600 Masehi. Saat diantara masa jatuhnya Romawi dan renaissance disebut juga sebagai zaman kegelapan. Perjalanan pada saat itu dilakukan dengan berjalan dan juga mengendarai hewan tunggangan. Saat itu juga orang-orang mulai melakukan perjalanan Religi (Pilgrimage) ke Tanah suci atau tempat-tempat spiritual. (Anonim, 2020).

Kebiasaan traveling menjadi tren pada masa grand tour (1700 - 1800 Masehi). Perjalanan mulai dilakukan dari Britania raya menuju ke Italia. Masa ini menjadi era keemasan pemandu wisata. Perjalanan pada masa grand tour sering dikaitkan dengan perjalanan edukasi (Anonim, 2020).



**Gambar 2 Ilustrasi *Grand Tour***

Sumber : [veranijveld.com](http://veranijveld.com)

Pada era modern awal travelers mulai mengeksplorasi daerah baru, tidak hanya antar negara tetapi juga anatar benua. Pada tahun 1841 Thomas Cook mendirikan travel agent modern pertama. Berawal dari penjual tiket kereta api satu arah, jasa transportasi dan kemudian membuak program tour intra continental dan intercontinental

yang menghubungkan Eropa ke Amerika Serikat. Thomas Cook di Inggris mengatur perjalanan excursion/darmawisata dari Leicester ke Loughborough di Inggris kemudian berlanjut melihat World Exposition di London serta selanjutnya mengatur perjalanan ke Eropa (Anonim, 2020)..

## **B. Definisi *Tour Guide***

*Tour Guide* atau Pramuwisata merupakan seseorang yang bekerja pada biro perjalanan atau suatu kantor pariwisata yang bertugas memberikan informasi, petunjuk dan advis secara langsung pada para wisatawan sebelum dan selama dalam perjalanan wisata. Selain itu pramuwisata juga berperan dalam menuntun, memimpin, dan memberi penerangan kepada wisatawan selama perjalanan berlangsung (Ellanda G, 2009; Yoeti, 2014).

Pemandu wisata merupakan seseorang yang memandu wisatawan dan menginterpretasikan warisan budaya serta alam suatu desa atau daerah (Puksi, Sinaga, Kurniati, & Handayani, 2021). Pramuwisata atau *tour guide* yaitu seseorang yang memimpin kelompok yang terorganisir untuk jangka waktu singkat maupun jangka waktu yang panjang (Ayuningtyas & Aji, 2021).

### **C. Pentingnya *Tour Guide***

Salah satu bagian yang tak terpisahkan dari pengelolaan tempat wisata adalah adanya pemandu wisata (*tour guide*). Pemandu wisata memiliki tugas yang cukup berat yaitu memberikan pelayanan dan informasi kepada para wisatawan dengan sebaik-baiknya (Ayuningtyas & Aji, 2021).

Adanya pemandu wisata sangat penting dalam perkembangan pariwisata. Pemandu wisata tidak hanya diperlukan pada pariwisata maju atau mandiri, tetapi juga diperlukan pada desa wisata yang masih merintis. Melalui pemandu wisata, volume kunjungan wisata akan meningkat yang nantinya akan memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal di sekitar kawasan. Seorang pemandu wisata akan menawarkan jasanya bagi wisatawan untuk menikmati keunikan, keindahan alam, budaya, dan potensi yang dimiliki desa (Puksi et al., 2021).

### **D. Peran *Tour Guide***

Seorang pramuwisata yang profesional dalam memandu perjalanan wisata memiliki beberapa peran, antara lain menjadi Narasumber, Pengatur Perjalanan Wisata, Petunjuk Jalan, Teman Berbincang, Pemberi Bantuan. Pemandu harus bisa menyiapkan mulai dari menyiapkan, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan pemanduan wisata (Ayuningtyas & Aji, 2021).

Selain itu secara umum tugas seorang pramuwisata yaitu (WAROKKA, 2018)

1. To direct / to conduct, seorang pemandu wisata bertugas mengatur dan melaksanakan kegiatan perjalanan wisata bagi para wisatawan yang ditanganinya berdasarkan program perjalanan (itinerary) yang telah ditetapkan.
2. To poin out, seorang pemandu wisata bertugas mengantarkan dan meninjukkan wisatawan ke objek-objek dan daya tarik wisata yang dikehendaki
3. To inform, seorang pemandu wisata bertugas memberikan dan informasi mengenai obyek wisata dan daya tarik yang dimiliki tempat wisata tersebut

Seorang pemandu wisata selain memiliki tugas untuk mengatur dan mengkoordinasikan kegiatan harian yang ada dalam program perjalanan wisata, serta memberikan informasi kepada wisatawan baik informasi tentang sejarah, budaya maupun aspek-aspek lainnya. Pemandu wisata juga harus memastikan bawah keadaan wisata tersebut aman dan nyaman bagi wisatawan. Seorang pemandu wisata harus senantiasa menjaga sikap dan menjaga fasilitas milik perusahaan(Purnawan, Singarsa, & Sardiana, 2019; WAROKKA, 2018).

## **E. Kode Etik *Tour Guide***

Kode etik pemandu wisata tertulis pada Keputusan Musyawarah Nasional I Himpunan Pramuwisata Indonesia Nomor 07/MUNAS.I/X/1988, antara lain

1. Pramuwisata harus mampu menciptakan kesan penilaian yang baik atas daerah, negara, bangsa, dan kebudayaan.
2. Pramuwisata dalam menjalankan tugasnya harus mampu menguasai diri, senang, segar, rapi, bersih serta berpenampilan yang simpatik (menghindari bau badan, perhiasan, dan parfum yang berlebihan).
3. Pramuwisata harus mampu menciptakan suasana gembira dan sopan menurut kepribadian Indonesia.
4. Pramuwisata harus mampu memberikan pelayanan dan perlakuan yang sama kepada wisatawan dengan tidak meminta tip, tidak menjajakan barang dan tidak meminta komisi.
5. Pramuwisata mampu memahami latar belakang asal usul wisatawan serta mengupayakan untuk meyakinkan wisatawan agar mematuhi hukum peraturan, adat kebiasaan yang berlaku dan ikut melestarikan objek
6. Pramuwisata mampu menghindari timbulnya pembicaraan serta pendapat yang mengundang perdebatan mengenai kepercayaan, adat istiadat, agama, ras dan system politik sosial negara asal wisatawan.

7. Pramuwisata berusaha memberikanketerangan yang baik dan benar. Apabila ada hal-hal yang belum dapat dijelaskan maka pramuwisata harus berusaha mencari keterangan mengenai hal tersebut dan selanjutnya menyampaikan kepada wisatawan dalam kesempatan berikutnya.
8. Pramuwisata tidak dibenarkan mencemarkan nama baik perusahaan, teman seprofesi dan unsur-unsur pariwisata lainnya.
9. Pramuwisata tidak dibenarkan untuk menceritakan masalah pribadinya yang bertujuan untuk menimbulkan rasa belas kasihan dari wisatawan.
10. Pramuwisata saat perpisahan mampu memberikan kesan yang baik agar wisatawan ingin berkunjung kembali



**BAB**

**5**

**MENJADI  
*TOUR GUIDE*  
DESA WISATA**





Pemandu wisata pada desa wisata atau disebut juga pemandu lokal juga kan dibutuhkan wisatawan saat berlibur di desa wisata. Secara umum, banyak cara yang bisa dilakukan untuk menjadi seorang pemandu wisata, baik yang masih baru maupun sudah profesional. Sebagai seorang pemandu wisata harus memiliki pengetahuan yang luas, penampilan yang menarik, sehat jasmani dan rohani, attitude yang baik, menata body language, kemampuan berbahasa asing (Fitriana & Ningrum, 2021).

### **A. Pengetahuan yang Memadai**

Seorang pemandu wisata harus memiliki pengetahuan yang luas tentang tempat wisata yang dikunjungi, misalnya desa wisata. Pemandu wisata yang berpengetahuan luas dapat membuat perjalanan para wisatawan menjadi lebih berwawasan dan berkesan (Purnawan et al., 2019). Pengetahuan pemandu wisata dapat ditingkatkan melalui berbagai hal, seperti :

#### **1. Memiliki kemauan tinggi untuk belajar**

Untuk menjadi pemandu wisata harus memiliki keinginan dan tekad yang kuat untuk belajar mengenai daerah/ desa wisata atau tempat pariwisata secara mendalam. Hal ini merupakan salah satu ciri profesionalisme seorang pemandu wisata (Restanti, 2019).

## 2. Mengikuti pendidikan pariwisata

Pengetahuan dapat ditingkatkan dengan cara mengikuti kegiatan pelatihan dan pendidikan pariwisata. Dalam proses pendidikan atau pelatihan akan mempelajari kompetensi apa saja yang dibutuhkan saat menjadi pemandu wisata. Seorang pemandu wisata dituntut handal dalam menyampaikan informasi, terutama destinasi wisata sejarah adat istiadat yang harus berdasarkan ilmiah dan hasil riset, tidak hanya dari legenda saja (Purnawan et al., 2019).

## 3. Memahami wilayah kerja

Seorang pemandu wisata harus memahami desa wisata sebagai tempat wilayah kerja pemandu wisata, mulai dari sejarah, adat istiadat, kebiasaan masyarakat sekitar dan lain-lain (Restanti, 2019).

## 4. Meningkatkan kualitas

Peningkatan kualitas pemandu wisata di desa wisata dapat dilakukan dengan melihat seorang pemandu wisata profesional dalam memandu para wisatawan, sehingga dapat menjadikan perbaikan bagi pemandu wisata lokal. Selain itu peningkatan kualitas juga dapat dilakukan dengan mempelajari hal lain selain pariwisata, misalkan kesehatan tentang pertolongan pertama pada keceakaan (P3K), karena tidak menutup kemungkinan dapat terjadi kecelakaan ketika sedang berwisata (Puksi et al., 2021).

## **B. Penampilan yang menarik**

Penampilan yang menarik merupakan salah satu cara dalam meningkatkan *personal branding* seorang pemandu wisata. Penampilan seorang pemandu wisata lokal harus diperhatikan. Penampilan fisik yang rapi dan sopan akan memberikan kesan baik dan nyaman pada wisatawan. Seorang pemandu wisata juga merupakan sosok yang memperkenalkan ikon wilayah. Sehingga kesan dari pemandu wisata inilah yang menjadi sangat penting (Fitriana & Ningrum, 2021).

## **C. Sehat Jasmani dan Rohani**

Faktor kesehatan menjadi prioritas dalam menjalankan profesi pemandu wisata. Kesehatan merupakan aset. Maka harus dijaga dengan baik kesehatan jasmani maupun rohani agar dapat memberikan pelayanan yang profesional (Pangaribua & Putra, 2022).

## **D. Attitude yang Baik**

Seorang pemandu wisata meskipun memiliki pengetahuan yang luas atau kecerdasan dalam menyampaikan objek wisata tidak akan berarti jika pemandu wisata tersebut tidak memiliki perilaku yang baik. Seorang pemandu wisata harus

memiliki perilaku yang ramah (Fitriana & Ningrum, 2021).

#### **E. Menata *Body Language***

Bahasa tubuh juga perlu diperhatikan oleh pemandu wisata, tidak hanya gerakan tangan, namun secara keseluruhan dari bahasa tubuh seperti (Restanti, 2019)

1. pemandu wisata melakukan kontak mata (tatap mata) dengan para wisatawan saat berbicara
2. usahakan posisi tubuh yang tidak membusungkan atau membungkukkan dada
3. mendengarkan dengan baik lawan bicara (melihat dan tersenyum)
4. berbicara dengan luwes (menggerakkan tangan)
5. menghindari tangan menyentuh wajah

#### **F. Kemampuan Berbahasa Asing**

Pemandu wisata selain dituntut memiliki wawasan yang luas, juga perlu memiliki keterampilan (skill) atau kemampuan berbahasa asing, terutama bahasa global yang digunakan diseluruh dunia, yaitu bahasa Inggris. Melalui kemampuan berbahasa Inggris, maka pemandu wisata dapat dengan mudah memandu wisatawan mancanegara yang berkunjung di desa wisata (Firdaus, 2014). Pelatihan bahasa Inggris terbukti dapat meningkatkan kemampuan berkomunikasi

pramuwisata (I N Sudipa, 2014; Rahmawati, I., & Allen, 2015).



**BAB**

**6**

**PENUTUP**



Perjalanan wisata menjadi suatu kegiatan mendasar yang diperlukan seseorang, sebagai upaya seseorang dalam memenuhi kebutuhan hidup dalam beragam bentuk, baik untuk menambah pengetahuan. Perjalanan wisata dapat dilakukan mulai pariwisata lokal, regional, nasional, hingga internasional. Pariwisata telah menjadi salah satu industri utama yang menjadi primadona. Indonesia memiliki potensi pariwisata baik dari segi alam maupun dari sisi sosial budaya. Selain memahami potensi daerah juga diperlukan menggali permasalahan yang ada di daerah wisata untuk mengembangkan pariwisata ekonomi kreatif. Tujuan akhir dari pembangunan ekonomi kreatif yaitu meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar tempat wisata yang nantinya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Salah satu bagian yang tak terpisahkan dari pengelolaan tempat wisata adalah adanya pemandu wisata (tour guide). Pemandu wisata berperan penting dalam pengembangan dan berkelanjutannya pariwisata, khususnya desa wisata. Pemandu wisata bertugas mulai dari menjadi Narasumber, Pengatur Perjalanan Wisata, Petunjuk Jalan, Teman Berbincang, Pemberi Bantuan. Pemandu harus bisa menyiapkan mulai dari menyiapkan, melaksanakan, hingga mengevaluasi kegiatan pemanduan wisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- A Yoeti, Oka. 2014. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angkasa
- Aliyah, I., Yudana, G., & Sugiarti, R. (2020). *Desa Wisata Berwawasan Ekobudaya*. (A. Rikki & J. Simarmata, Eds.). Surakarta: Yayasan Kita Menulis.
- Antara, M., & Arida, Su. (2015). *Panduan pengelolaan desa wisata berbasis potensi lokal*. Bali: Konsorsium Riset Pariwisata Universitas Udayana.
- Arcana, K. T. P., Pranatayana, I. B. G., Lestari, D., Widiastiti, A. A. I. P., Sutiarto, M. A., & Aswirna, A. (2022). POTENSI PENGEMBANGAN WELLNESS TOURISM. *Jurnal Abdi Masyarakat*, 02(01), 40–48. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.22334/jam.v2i1> Submitted
- Aryani, V., M, D. R., Axioma, A. D., Nasution, T., Yogantoro, D., Hutagalung, M. H., & Narbun, S. (2019). *Buku Pedoman Desa Wisata* (1st ed.). Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata.
- Ayuningtyas, P., & Aji, S. (2021). PELATIHAN “ ENGLISH FOR GUIDING ” BAGI PEMANDU WISATA, 02(01), 39–46.
- Dewi, M. H. U. (2013). Pengembangan Desa Wisata Berbasis Partisipasi Masyarakat Lokal Di Desa



- Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 129–139.  
<https://doi.org/10.22146/kawistara.3976>
- Fitriana, R., & Ningrum, L. (2021). Kemampuan Personal Selling Pemandu Wisata di Nusa Tenggara Barat, 7(1), 18–28.
- Fitriani, A., Mada, U. G., Hidayat, S., Mada, U. G., Ibrahim, E. M., Mada, U. G., ... Mada, U. G. (2020). *Buku Saku Tour Guide*, (August).
- Halum, Y. S., Selamat, E. H., Jemadi, F., & Hame, S. (2019). PENDAMPINGAN MASYRAKAT DESA WISATA SANON NGGOANG SEBAGAI LANGKAH AWAL PENETAPAN DESTINASI WISATA SUPER PRIORITAS KOMODO - LABUAN BAJO. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 308–313.
- I Ketut Mastika. (2018). *Modul Pengabdian Kepada Masyarakat: Panduan Manajemen Desa Wisata*. Jember: Digital Repository Universitas Jember.
- Kemenparekraf. Kepmenparekraf tentang Panduan Pengembangan Desa Kreatif (2021). Indonesia. Retrieved from [https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data\\_puu/KEPMEN\\_PANDUAN\\_DESA\\_KREATIF.pdf](https://jdih.kemenparekraf.go.id/asset/data_puu/KEPMEN_PANDUAN_DESA_KREATIF.pdf)
- Pangaribua, S. G., & Putra, T. (2022). *Buku Saku SOP Pelayanan Pemandu Wisata Daya Tarik Wisata Lae Simbilulu Kabupaten Pakpak Bharat*, 6, 1110–1123.

- Puksi, F. F., Sinaga, E. K., Kurniati, C., & Handayaningrum, N. (2021). PEMANDUAN WISATA STP BANDUNG DI DESA WISATA SUNTENJAYA KABUPATEN BANDUNG BARAT, 4, 667-672.
- Purnawan, .L.R., Singarsa, I. D. P., & Sardiana, I. K. (2019). PELATIHAN BASIC GUIDING BAGI PEMANDU WISATA LOKAL DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA AIR TERJUN GEROJOG SAMBEH TIBU NAGA DI DESA MANGGIS KABUPATEN KARANGASEM. *Buletin Udayana Mengabdi*, 18, 53-57.
- Restanti, E. D. (2019). Pemanduan perjalanan wisata.
- Suwena, I. K., & I Gusti Ngurah Widyatmaja. (2017). *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Lasaran.
- Suyono, H., Syuhada', M. N., & Sumaryanto. (2020). *Panduan Pengembangan Desa Wisata Pendekatan Psikologi Komunitas*. (R. Husein, Ed.). Yogyakarta: Fatimah Azzahrah.
- WAROKKA, M. N. (2018). *TEKNIK MEMANDU WISATA 1 RANSFER-IN, CITY TOUR AND TRANSFER-OUT*. Manado: Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Pariwisata Politeknik Negeri Manado.
- Wulandari, L. W. (2014). Pengembangan Pariwisata Ekonomi Kreatif Desa Wisata Berbasis Budaya sebagai Niche Market Destination (Studi Kasus

Pengembangan Desa Wisata di Kabupaten Sleman). *Aplikasi Bisnis*, 16(9), 2140-2167.

Zakaria, F., & Suprihardjo, R. D. (2014). Konsep Pengembangan Kawasan Desa Wisata di Desa Bandungan Kecamatan Pakong Kabupaten Pamekasan. *Jurnal Teknik Pomits*, 3(2), 2301-9271.

## TENTANG PENULIS

### **Trijati Puspita Lestari, S.Kep., Ns., M.Kep**



Lahir di Lamongan, 28 Mei 1992. Riwayat pendidikan menyelesaikan S1 Keperawatan dan Profesi Ners pada PSIK UB tahun 2015. Kemudian tahun 2016 melanjutkan studi Magister Keperawatan dengan minat bidang Keperawatan Medikal Bedah di FKp UNAIR.

Sebelumnya penulis bekerja di AKPER Pemkab Lamongan selama 2 tahun. Saat ini menjadi dosen Keperawatan Medikal Bedah di Universitas Muhammadiyah Lamongan (2018-sekarang). Penulis memiliki konsentrasi dalam bidang pengajaran keperawatan medikal bedah dan keperawatan komplementer. Selain pengajaran, penulis juga aktif dalam kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat. Penulis sudah memiliki 3 karya book chapter, beberapa penelitian yang sudah terpublikasi SINTA dan scopus, serta beberapa kali berhasil mendapatkan pendanaan hibah penelitian dan pengabdian masyarakat, baik dari asosiasi pendidikan maupun dari Menristek. Penulis berfokus pada pengembangan aplikasi pembelajaran berbasis SDKI, SLKI dan SIKI.

Email Penulis: [pipid.puspita@gmail.com](mailto:pipid.puspita@gmail.com);

[trijati\\_puspita\\_lestari@umla.ac.id](mailto:trijati_puspita_lestari@umla.ac.id)

## **Apt. Devi Ristian Octavia, M. Si**



Lahir pada 03 Oktober 1986 di Lamongan. Riwayat Pendidikan penulis mendapatkan gelar Sarjana Farmasi pada tahun 2009 di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Kemudian pada tahun 2010 penulis menyelesaikan Pendidikan Profesi Apoteker dan Magister Ilmu Farmasi pada tahun yang sama di Universitas Setia Budi Surakarta. Riwayat pekerjaan penulis pernah bekerja di Rumah Sakit Islam Nashrul Ummah sebagai Kepala Instalasi Farmasi pada tahun 2011-2012. Saat ini penulis aktif mengelola apotek di Lamongan. Selain itu, penulis bekerja di Universitas Muhammadiyah Lamongan sejak tahun 2016 hingga saat ini sebagai Dosen tetap Yayasan. Penulis memiliki konsentrasi dalam beberapa bidangnya diantaranya Farmasi Komunitas, Farmasi Rumah Sakit, Telefarmasi, Ilmu Resep dan Swamedikasi. Selain berfokus dalam kegiatan pengajaran peneliti juga aktif melakukan kegiatan penelitian dan pengabdian masyarakat.

Email Penulis: [devioctavia1987@gmail.com](mailto:devioctavia1987@gmail.com);  
[devioctavia1987@umla.ac.id](mailto:devioctavia1987@umla.ac.id)

## **Abdul Majid, S.E., M.M**



Lahir di Lamongan, 06 Februari 1986, menyelesaikan pendidikan S1 Akutansi di STIE Ahmad Dahlan Lamongan pada tahun 2007 dan pendidikan S2 Manajemen di STIE Artha Bodhi Iswara Surabaya pada tahun 2010.

Sebelumnya penulis sebagai Staf Tata Usaha di SMK dan di STIE Ahmad Dahlan Lamongan. Mulai tahun 2011 hingga sekarang penulis menjadi dosen di program studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Lamongan. Selain itu saat ini penulis juga menjabat sebagai Kepala BAAK. Sebagai dosen yang memiliki tugas tridharma perguruan tinggi, penulis mengembangkan keilmuannya dengan aktif mengikuti berbagai kegiatan seminar, pelatihan dan mempublikasikan beberapa penelitiannya, baik pada jurnal nasional maupun internasional. Penulis juga memiliki usaha jamu siap minum yang dikemas dalam botol dan sudah dipasarkan ke beberapa mini market.

Email Penulis: [majidumla1@gmail.com](mailto:majidumla1@gmail.com)