

**PERENCANAAN DALAM PENGELOLAAN DAYA TARIK BANDUNG WATERFALL
SEBAGAI PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS DI DESA SIANGAN KECAMATAN
GIANYAR KABUPATEN GIANYAR**

I Gusti Ayu Agung Pebriyanti Mahaiswari¹, I Gede Sutarya², I Made Wirajana³

Program Studi Industri Perjalanan, UHN I Gusti Bagus Sugriwa Denpasar

Email : pebriyantigunggek2004@gmail.com

ABSTRACT

Bandung Waterfall is a natural tourist attraction located in Siangan Village, Gianyar District, Gianyar Regency, Bali, approximately 4.4 kilometers from the center of Gianyar town. Despite its considerable potential as a community-based natural attraction, supported by its unspoiled scenery and the customary ownership held by Banjar Bandung, management of the site remains constrained by limited supporting facilities, suboptimal promotion, and the absence of a structured management plan. This study aims to: (1) analyze the potential of Bandung Waterfall as a community-based tourist attraction; (2) identify stakeholders' perceptions of its management; and (3) formulate a management plan consistent with the principles of Community Based Tourism (CBT). A descriptive qualitative approach was employed, with data gathered through observation, interviews, and documentation. Seven informants were selected through purposive sampling, representing the pentahelix model of government, academia, business, community, and media, together with the site manager and tourists. The findings show three key results. First, based on the 6A tourism component framework (Attraction, Accessibility, Amenities, Activities, Ancillary Services, and Available Packages), Bandung Waterfall offers strong natural attraction in the form of a waterfall and rock cliffs framed by lush vegetation, supported by adequate road access and basic facilities such as parking, a warung, waste bins, and a simple changing area and toilet, although these facilities remain modest and in need of improvement. Second, stakeholder perceptions are generally positive, recognizing the economic, social, and environmental benefits the site already brings to the surrounding community through a 70:30 revenue-sharing arrangement between the site manager and the customary banjar, even as concerns persist regarding limited funding, low community participation in upkeep, and inconsistent digital promotion. Third, the recommended management plan, structured according to a priority scale derived from stakeholder perception, places facility improvement as the foremost priority, followed by strengthening digital promotion, improving accessibility and visitor safety, building a more professional communitybased management institution, and developing structured tourism packages, while continuing to preserve the natural attraction and existing activities that already receive favourable perception. With appropriate planning grounded in Community Based Tourism principles, Bandung Waterfall has strong potential to become a sustainable community-based tourism destination that improves the welfare of Siangan Village.

Keywords: *Management Planning, Bandung Waterfall, Community-Based Tourism, Stakeholder Perception, Siangan Village.*

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan daerah yang memberikan kontribusi besar terhadap ekonomi masyarakat, pelestarian lingkungan, serta pengembangan budaya lokal. Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata melalui pendekatan *Community Based Tourism* (CBT), yaitu model pengembangan yang menempatkan masyarakat lokal sebagai pelaku utama dalam perencanaan, pengelolaan, dan pemanfaatan hasil kegiatan pariwisata (Suansri, 2003). Bali, khususnya Kabupaten Gianyar, dikenal luas sebagai pusat seni dan budaya, namun potensi wisata alamnya juga tidak kalah menarik untuk dikembangkan sebagai pelengkap produk wisata yang selama ini didominasi oleh atraksi budaya seperti Monkey Forest dan Tegalalang Rice Terrace.

Salah satu daya tarik wisata alam yang relatif baru di Gianyar adalah Bandung Waterfall, yang terletak di Banjar Bandung, Desa Siangan, Kecamatan Gianyar. Bandung Waterfall merupakan aset milik Banjar Bandung sebagai bagian dari kelembagaan adat, dengan pengelolaan operasional dipercayakan kepada pihak pengelola yang melibatkan tenaga kerja masyarakat setempat. Sistem pembagian hasil dari aktivitas pariwisata diatur melalui mekanisme yang telah disepakati bersama, yaitu 70 persen pendapatan untuk pihak pengelola dan 30 persen disalurkan kepada kas Banjar Bandung, sehingga mencerminkan penerapan prinsip pariwisata berbasis komunitas di mana manfaat ekonomi tidak hanya dinikmati pengelola, tetapi juga didistribusikan secara kolektif kepada masyarakat.

Hasil observasi awal menunjukkan bahwa Bandung Waterfall memiliki daya tarik visual alami berupa aliran air jernih dan lingkungan asri, dengan akses jalan yang relatif mudah dijangkau. Namun, fasilitas pendukung wisata seperti tempat parkir, toilet, area duduk, dan papan informasi masih sangat minimal, sementara promosi belum dilakukan secara optimal sehingga tingkat kunjungan wisatawan belum stabil. Masyarakat sekitar sudah mulai terlibat dalam pengelolaan, tetapi belum terdapat perencanaan pengelolaan yang terstruktur dan terarah (Fandeli, 2012). Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi besar yang dimiliki kawasan dengan praktik pengelolaannya di lapangan, sehingga diperlukan kajian penataan dan perencanaan pengelolaan yang mampu mengoptimalkan potensi wisata tanpa menghilangkan nuansa alam yang menjadi daya tarik utamanya.

Kajian terdahulu mengenai pengelolaan air terjun di Indonesia, seperti penelitian pada Air Terjun Loto di Donggala (Astrawan, Slamet, & Suhartawan, 2024) dan Air Terjun Goa Rang Reng di Gianyar (Mbadhi, Ardani, & Anggreni, 2023), umumnya menyoroti keterbatasan dana, rendahnya kapasitas sumber daya manusia, dan promosi yang masih informal. Penelitian mengenai Bandung Waterfall belum banyak dilakukan, sehingga penelitian ini memiliki nilai orisinalitas tersendiri, khususnya karena lokasinya berada di dalam ekosistem pariwisata Bali yang telah berkembang dan dikenal secara internasional, sehingga memerlukan strategi pengelolaan yang lebih komprehensif dibandingkan destinasi air terjun serupa di luar Bali.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berupaya menjawab tiga permasalahan utama, yaitu bagaimana potensi Bandung Waterfall yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik wisata berbasis komunitas, bagaimana persepsi stakeholders terhadap pengelolaannya, serta bagaimana perencanaan pengelolaan yang sesuai diterapkan agar Bandung Waterfall dapat berkembang sebagai pariwisata berbasis komunitas di Desa Siangan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi daya tarik Bandung Waterfall, mengidentifikasi persepsi stakeholders dalam kerangka model pentahelix, dan merumuskan perencanaan pengelolaan yang selaras dengan prinsip *Community Based Tourism*. Hasil penelitian diharapkan dapat memperkaya literatur

mengenai pengelolaan destinasi wisata alam baru berbasis komunitas, serta memberikan rekomendasi praktis bagi pemerintah desa, pengelola, dan masyarakat Desa Siangan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di Bandung Waterfall, Banjar Bandung, Desa Siangan, Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, yang berjarak sekitar 28 kilometer dari Kota Denpasar dan 4,4 kilometer dari Kota Gianyar. Lokasi ini dipilih karena Bandung Waterfall merupakan objek wisata alam yang masih tergolong baru dan memiliki peluang besar untuk dikelola bersama masyarakat lokal, namun pengelolaannya belum dikembangkan secara optimal. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif (Moleong, 2017; Creswell, 2014), dengan jenis data berupa data kualitatif yang bersumber dari data primer melalui wawancara dan observasi langsung, serta data sekunder berupa dokumen pemerintah desa, literatur, dan jurnal ilmiah.

Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive sampling menggunakan model pentahelix yang terdiri atas lima komponen utama, yaitu pemerintah, akademisi, pelaku usaha (pengelola), komunitas (masyarakat lokal dan karyawan), dan media, ditambah unsur wisatawan sebagai representasi penerima manfaat langsung. Tujuh informan dilibatkan dalam penelitian ini, yaitu Kepala Desa Siangan, pengelola Bandung Waterfall, seorang karyawan, seorang tokoh masyarakat lokal, perwakilan media, seorang akademisi, dan seorang wisatawan. Instrumen utama penelitian adalah peneliti sendiri, dibantu pedoman wawancara, alat perekam, kamera, dan catatan lapangan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung di lokasi, wawancara mendalam dengan seluruh informan, serta dokumentasi berupa foto kondisi fasilitas, atraksi, dan aktivitas wisata. Data yang terkumpul dianalisis melalui tiga tahap analisis data kualitatif (Sugiyono, 2023), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan disertai verifikasi. Analisis potensi daya tarik wisata menggunakan kerangka komponen 6A (*Attraction, Accessibility, Amenities, Activities, Ancillary Services, dan Available Packages*), sementara persepsi stakeholders dianalisis menggunakan teori persepsi (Robbins, 2006) dan disusun dalam bentuk skala prioritas pengembangan, yang selanjutnya menjadi dasar perumusan perencanaan pengelolaan berdasarkan prinsip *Community Based Tourism* (Suansri, 2003) dan teori perencanaan pariwisata (Terry, 2005; Gunn & Var, 2002).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Desa Siangan terletak di Kecamatan Gianyar, Kabupaten Gianyar, dengan luas wilayah sekitar 326,59 hektar yang sebagian besar berupa lahan persawahan, dan jumlah penduduk sebanyak 2.494 jiwa yang mayoritas memeluk agama Hindu serta bekerja pada sektor swasta, usaha mandiri, dan pertanian. Bandung Waterfall, sebagai daya tarik wisata unggulan kawasan ini, secara historis merupakan bekas bendungan yang dibangun pada masa penjajahan Belanda di sepanjang aliran Sungai Pakerisan, sebelum kemudian dikembangkan oleh masyarakat Banjar Bandung menjadi destinasi wisata alam. Air terjun ini memiliki ketinggian sedang dengan aliran air yang jatuh merata dari tebing batu berundak, dikelilingi tebing bebatuan berlumut dan vegetasi tropis yang lebat, menciptakan suasana tenang dan alami yang menjadi daya tarik utamanya.

Analisis potensi Bandung Waterfall sebagai daya tarik wisata berbasis komunitas dilakukan menggunakan kerangka komponen 6A. Pada aspek attraction, kawasan ini menawarkan atraksi wisata alam berupa air terjun dan tebing bebatuan, sementara atraksi wisata buatan seperti jembatan dan area meditasi masih berada pada tahap perencanaan ke depan, sebagaimana disampaikan pengelola dalam wawancara, dan atraksi wisata budaya secara khusus belum

dikembangkan pada kawasan ini. Pada aspek accessibility, akses jalan menuju Desa Siangan maupun lokasi air terjun tergolong cukup memadai dengan jalan beraspal, anak tangga yang terawat dan dilengkapi pegangan, meskipun beberapa ruas jalan masih relatif sempit, sementara akses informasi didukung oleh website resmi desa dan akun media sosial pengelola yang masih jarang diperbarui.

Pada aspek amenities, Bandung Waterfall telah memiliki fasilitas dasar berupa tempat parkir yang cukup luas, warung penjual makanan dan minuman, tempat sampah di beberapa titik, serta ruang ganti dan toilet, namun seluruh fasilitas tersebut masih tergolong sederhana, dengan ruang ganti yang hanya berupa tirai yang diikat pada tebing berbatu. Pada aspek available packages, paket wisata terstruktur belum dikembangkan secara mandiri oleh pengelola, meskipun beberapa travel agent telah memasukkan Bandung Waterfall ke dalam paket wisata mereka secara tidak langsung. Pada aspek activities, wisatawan dapat menikmati panorama air terjun (something to see), bermain air dan berenang, berburu foto, serta trekking menyusuri jalur menuju air terjun (something to do), namun belum tersedia produk khas lokal untuk dibeli (something to buy) maupun aktivitas yang bersifat edukatif (something to learn). Sementara itu, pada aspek ancillary services, pengelolaan sudah melibatkan masyarakat lokal dan Banjar Bandung sebagai bentuk nyata pariwisata berbasis komunitas, tercermin dari sistem pembagian hasil 70:30 antara pengelola dan kas banjar.

Persepsi stakeholders terhadap pengelolaan Bandung Waterfall dianalisis dari tujuh sudut pandang yang mewakili model pentahelix. Pemerintah desa memandang Bandung Waterfall sebagai anugerah dengan nilai sejarah kuat yang perlu dikembangkan secara serius, sekalipun perencanaan yang berjalan saat ini masih dilakukan seadanya dan sepenuhnya berada di bawah kewenangan Desa Adat Bandung. Pengelola mengakui belum adanya perencanaan tertulis formal, dengan kendala utama berupa keterbatasan dana dan rendahnya partisipasi gotong royong masyarakat, sementara promosi digital masih dilakukan secara tidak menentu. Masyarakat lokal menilai potensi alam Bandung Waterfall sangat besar dan berharap pengembangan tetap berbasis komunitas dengan keterlibatan warga sebagai pedagang maupun pemandu wisata, namun turut mengkhawatirkan risiko kerusakan lingkungan apabila kunjungan wisatawan meningkat tanpa pengelolaan yang memadai.

Karyawan menilai daya tarik utama yang paling diminati wisatawan adalah panorama air terjun, aktivitas bermain air, dan berfoto di area tebing, dengan jumlah kunjungan yang meningkat pada hari libur namun masih belum stabil. Media menilai bahwa promosi melalui konten video pendek di Instagram Reels dan TikTok sangat efektif mengangkat Bandung Waterfall dari status hidden gem menjadi destinasi yang dikenal luas, didukung oleh Google Maps sebagai sarana petunjuk arah. Akademisi menilai pengelolaan Bandung Waterfall sudah mulai mengarah pada prinsip Community Based Tourism karena adanya keterlibatan masyarakat dan sistem pembagian hasil, tetapi masih memerlukan penguatan kelembagaan, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan mengingat destinasi alam sangat rentan terhadap kerusakan lingkungan. Wisatawan secara umum memberikan penilaian positif terhadap keindahan dan ketenangan suasana, meski menyoroti perlunya perbaikan papan petunjuk arah, akses jalan, dan penambahan petugas keamanan di area yang licin.

Secara keseluruhan, hasil analisis persepsi ketujuh stakeholder menunjukkan bahwa komponen attraction memperoleh penilaian paling positif dan perlu dipertahankan, sementara komponen amenities dan available packages memperoleh penilaian paling banyak bersifat kekurangan sehingga menjadi prioritas utama perbaikan, diikuti oleh accessibility, ancillary services, dan activities. Skala prioritas ini menjadi dasar dalam menyusun perencanaan pengelolaan Bandung

Waterfall: prioritas pertama adalah peningkatan amenitas atau fasilitas wisata; prioritas kedua penguatan promosi dan pemasaran digital; prioritas ketiga peningkatan aksesibilitas dan keamanan kawasan; prioritas keempat penguatan kelembagaan pengelola berbasis masyarakat melalui penyusunan struktur organisasi dan standar operasional prosedur; dan prioritas kelima pengembangan paket wisata berbasis komunitas yang memadukan kunjungan ke Bandung Waterfall dengan potensi pertanian, budaya, dan kuliner Desa Siangan.

Temuan ini memperkuat pandangan Suansri (2003) dan Goodwin & Santilli (2009) bahwa keberhasilan *Community Based Tourism* sangat ditentukan oleh sejauh mana masyarakat memperoleh manfaat ekonomi, sosial, dan budaya secara merata melalui keterlibatan aktif dalam perencanaan dan pengelolaan. Sistem pembagian hasil 70:30 antara pengelola dan Banjar Bandung pada Bandung Waterfall merupakan bentuk nyata penerapan prinsip tersebut, namun penelitian ini juga menunjukkan bahwa keberhasilan CBT pada destinasi yang masih baru berkembang seperti Bandung Waterfall sangat bergantung pada penguatan kelembagaan formal dan dukungan pendanaan eksternal, sejalan dengan pandangan Timothy & Tosun (2003) bahwa keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan menjadi penentu utama keberlanjutan destinasi, sekaligus mencegah destinasi hanya menjadi penonton pasif terhadap pengembangan wisata di wilayahnya sendiri.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan tiga jawaban utama terkait potensi, persepsi stakeholders, dan perencanaan pengelolaan Bandung Waterfall sebagai daya tarik pariwisata berbasis komunitas di Desa Siangan. Pertama, berdasarkan identifikasi komponen 6A, Bandung Waterfall memiliki potensi kuat pada aspek atraksi alam berupa air terjun dan tebing bebatuan serta aksesibilitas yang relatif memadai, sementara aspek amenitas, paket wisata, dan aktivitas edukatif (something to learn dan something to buy) masih sangat terbatas dan memerlukan pengembangan lebih lanjut.

Kedua, persepsi stakeholders yang terdiri atas pemerintah desa, pengelola, karyawan, masyarakat lokal, media, akademisi, dan wisatawan secara umum bersifat positif, karena Bandung Waterfall dinilai mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan bagi masyarakat sekitar melalui sistem pembagian hasil dengan Banjar Bandung, meskipun masih terdapat catatan mengenai keterbatasan dana, rendahnya partisipasi gotong royong, dan promosi digital yang belum konsisten.

Ketiga, perencanaan pengelolaan yang direkomendasikan disusun berdasarkan skala prioritas hasil persepsi stakeholder, dengan urutan peningkatan fasilitas wisata sebagai prioritas utama, diikuti penguatan promosi digital, peningkatan aksesibilitas dan keselamatan, pembentukan kelembagaan pengelola berbasis masyarakat yang lebih profesional, serta pengembangan paket wisata berbasis komunitas, tanpa mengabaikan upaya mempertahankan keaslian atraksi alam yang menjadi kekuatan utama Bandung Waterfall. Secara teoritis, temuan ini memperkaya penerapan prinsip *Community Based Tourism* pada destinasi air terjun yang baru berkembang di tengah ekosistem pariwisata Bali yang telah mapan, sementara secara praktis menjadi dasar rekomendasi bagi Pemerintah Desa Siangan dan pengelola Bandung Waterfall untuk menyusun regulasi pembagian retribusi yang jelas, memperkuat kapasitas sumber daya manusia, dan membangun kerja sama multi pihak guna mewujudkan pengelolaan yang optimal, berkelanjutan, dan memberikan manfaat maksimal bagi masyarakat Desa Siangan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan kajian yang hanya berfokus pada satu lokasi dengan jumlah informan yang relatif terbatas, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan

untuk destinasi wisata air terjun berbasis komunitas lainnya di Bali. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah informan wisatawan, melakukan studi komparatif dengan destinasi air terjun berbasis komunitas lain di Gianyar, serta memfokuskan kajian lanjutan pada penyusunan standar operasional prosedur keselamatan dan strategi pemasaran digital yang lebih terstruktur.

DAFTAR PUSTAKA

- Astrawan, K. W., Slamet, I. N., & Suhartawan, I. G. (2024). Analisis pengelolaan Air Terjun Loto sebagai objek wisata air di Kabupaten Donggala. *Jurnal Pariwisata PaRAMA: Panorama, Recreation, Accommodation, Merchandise, Accessibility*, 5(1), 1–8.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Gianyar. (2023). *Kabupaten Gianyar Dalam Angka 2023*. Gianyar: BPS Kabupaten Gianyar.
- Cole, S. (2006). *Cultural tourism, community participation and empowerment*. Channel View Publications.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Fandeli, C. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-based tourism: A success? ICRT Occasional Paper No. 11*.
- Gunn, C. A., & Var, T. (2002). *Tourism planning: Basics, concepts, cases*. Routledge.
- Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Karyono, A. H. (1997). *Kepariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Mbadhi, D., Ardani, N. N., & Anggreni, N. P. Y. (2023). Potensi wisata Air Terjun Goa Rang Reng sebagai objek wisata di Desa Bakbakan Gianyar Bali. *Jurnal Daya Tarik Wisata (JDTW)*, 6(1), 21–25.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar ilmu pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Robbins, S. P. (2006). *Organizational behavior*. Pearson Education.
- Sarastiawan, I. K., Prayogi, P. A., & Putri, K. S. N. K. (2022). Strategi pengembangan Air Terjun Pengempu sebagai wisata alam di Desa Wisata Cau Belayu Kabupaten Tabanan Bali. *Jurnal Mosaik Hospitaliti*, 4(1), 26–36.

- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245–249.
- Suansri, P. (2003). *Community-based tourism handbook*. Responsible Ecological Social Tour (REST) Project.
- Sugiyono. (2023). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukerti, N. W., Aprilia, N. K. T., & Masdarini, L. (2022). Strategi pengembangan daya tarik wisata alam Air Terjun Sing-Sing di Desa Temukus Kecamatan Banjar Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 19(2), 140–149.
- Sunaryo, B. (2013). *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata*. Yogyakarta: Gava Media.
- Terry, G. R. (2005). *Principles of management*. McGraw-Hill.
- Timothy, D. J., & Tosun, C. (2003). Appropriate planning for tourism in destination communities. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(2–3), 181–204.
- Wahab, S. (2003). *Manajemen kepariwisataan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Wearing, S., & Neil, J. (2001). *Ecotourism: Impacts, potentials and possibilities*. ButterworthHeinemann.
- Wigati, E., Purwoko, Y., & Murti, A. (2023). Pengelolaan desa wisata rintisan Dewi Pandang berbasis Community Based Tourism (CBT) di Desa Pandanpuro Pakem Sleman. *Jurnal Pariwisata*, 10(2).
- World Tourism Organization. (2023). *International tourism highlights*. UNWTO.
- Yoeti, O. A. (1996). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Pradnya Paramita.