

Hindun Nurhidayati, M.IKom

PROSES PENGEMBANGAN RANTAI SUPLAI DALAM CBT



**UNIVERSITAS
PANCASILA**
"A PLACE TO CREATE YOUR SUCCESS"

PARIWISATA
UNIVERSITAS PANCASILA

Beberapa alasan kegiatan CBT tidak sesuai target (gagal) :

- Kurangnya peningkatan kesadaran dan pelatihan bagi anggota masyarakat
- Produk CBT tidak memenuhi standar keamanan dan kebersihan minimum.
- Pemasaran dan promosi produk CBT yang tidak memadai.
- Meremehkan jumlah waktu yang dibutuhkan untuk mengembangkan CBT.
- Layanan, program, dan harga CBT tidak jelas atau tidak dapat diandalkan
- Konflik dan kecemburuan antar anggota masyarakat.
- Kegiatan CBT tidak cukup menarik dan menyenangkan bagi wisatawan.
- CBT kurang memiliki jaringan pemasaran dan kemitraan bisnis.
- Dukungan yang tidak konsisten untuk CBT oleh lembaga pemerintah yang bertanggung jawab.
- Anggota masyarakat setempat tidak memiliki keterampilan dasar keuangan dan akuntansi.

Pentingnya ketrampilan pariwisata/*tourism skill* dan ketrampilan bekerja/*work skill* :

Ketrampilan pariwisata yang dibutuhkan untuk mencegah :

- Produk CBT, tidak memenuhi syarat keamanan dan higienitas.
- Pelayanan, program dan harga dalam CBT tidak jelas/tidak detail.
- CBT kurang mempunyai jaringan pemasaran dan mitra bisnis yang sesuai.
- Pemasaran dan promosi produk CBT tidak memadai.
- Kegiatan CBT tidak membuat wisatawan nyaman dan tertarik.

Ketrampilan kerja masyarakat yang dibutuhkan untuk mencegah :

- Peningkatan kesadaran dan pelatihan yang tidak memadai bagi anggota masyarakat.
- Konflik dan kecemburuan sosial antar anggota masyarakat.
- Menganggap pengembangan CBT memerlukan waktu sebentar.
- Dukungan yang tidak konsisten dari pemerintah terhadap CBT.
- Masyarakat lokal tidak mempunyai ketrampilan finansial dan akuntansi.

5 kuni dalam CBT :

1. **Consider** (mempertimbangkan), Fokus pada bagaimana memilih destinasi untuk CBT, membangun kepercayaan dan menilai potensi wisata.



2. **Conceive** (memahami), Fokus pada bagaimana menyusun list dan desain pemasaran CBT tentang pengalaman dan program.



3. **Craft** (keahlian), Fokus pada bagaimana membangun kapasitas masyarakat dalam menyambut wisatawan dan menawarkan pelayanan wisata.



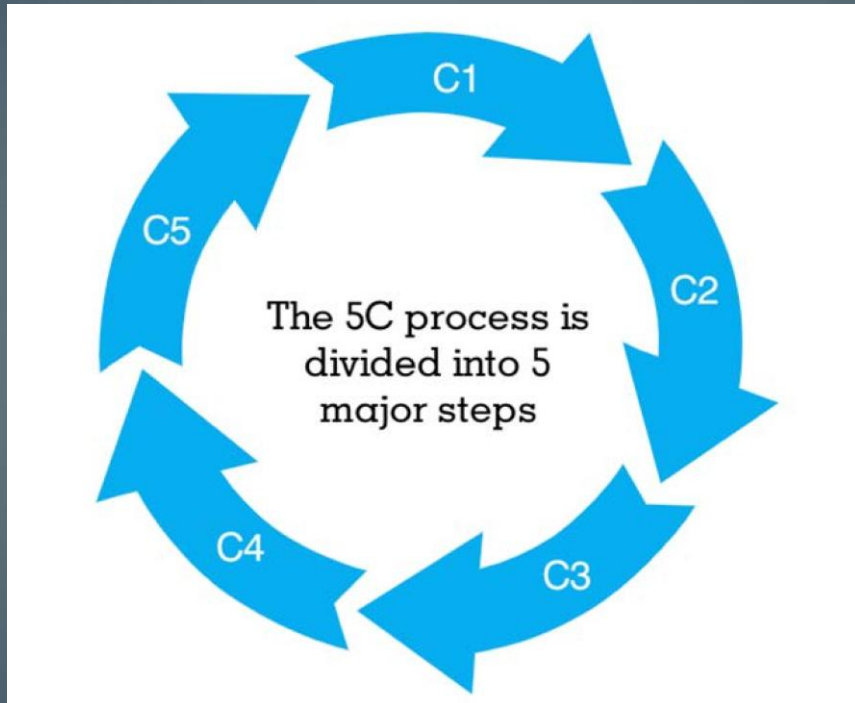
4. **Connect** (menghubungkan), Fokus pada bagaimana membangun kepercayaan mitra dan hubungan bisnis.



5. **Conserve** (melestarikan), Fokus pada bagaimana membuat kegiatan ini berkelanjutan, seperti menemukan investor project.



Peran 5'C dalam kesuksesan CBT



- ✓ Rantai suplai pada CBT berdasarkan 5'C.
- ✓ 5'C merupakan alat untuk mengembangkan CBT, membangun kapasitas masyarakat dan memfasilitasi kemitraan sehingga CBT memperoleh pasar.

Memilih Destinasi, Membangun Kepercayaan Dan Menilai Potensi

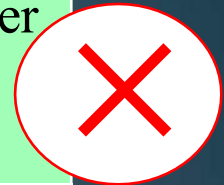


**UNIVERSITAS
PANCASILA**
"A PLACE TO CREATE YOUR SUCCESS"

PARIWISATA
UNIVERSITAS PANCASILA

1) Consider, memilih destinasi, membangun kepercayaan dan menilai potensi.

1. Anggota masyarakat harus mendengarkan dengan baik trainer atau ahli dari luar Kawasan tersebut, karena dapat mengeluarkan masyarakat desa dari kemiskinan.
2. Membangun kepercayaan pada awal pengembangan CBT, dengan memotivasi masyarakat lokal untuk bergabung dalam rapat dan pelatihan.
3. Sumberdaya masyarakat lokal seperti pemandu dan local ground handler, dapat membantu mengidentifikasi potensi di destinasi wisata.
4. Anggota masyarakat harus tinggal di dalam rumah untuk memastikan mereka mudah bergabung dalam rapat dan pelatihan.



Kriteria untuk menilai destinasi CBT

Internal Factors :

- Keunikan atau istimewa
- Orang-orang yang hangat dan ramah
- Budaya dan cara hidup yang menarik, dengan potensi tinggi untuk mengembangkan pengalaman langsung
- Alam yang menarik dan indah (misalnya jalur hutan, sungai, tempat piknik, sudut pandang.
- Pengetahuan lokal tentang alam (misalnya hutan, laut, pengobatan herbal, dll.
- Fasilitas dasar (misalnya air mengalir, toilet, balai komunitas)
- Penduduk desa pada umumnya bekerja sama dan bergotong royong secara efektif
- Tidak ada sensitivitas yang ekstrim (narkoba, penyelundupan, prostitusi, dll.)

Eksternal Factors :

- Potensi pasar yang cukup
- Konektivitas dan frekuensi transportasi (udara, jalan raya, kereta api, dll.) ke destinasi wisata terdekat
- Terletak kurang dari 2 jam atau “dalam perjalanan” antara pusat pariwisata, (idealnya akses sepanjang tahun)
- Potensi untuk memasukkan desa ke dalam rute wisata yang ada
- Dukungan pemerintah aktif/selaras dengan kebijakan dan rencana
- Organisasi lokal yang siap mendukung CBT selama 12-18 bulan pertama (LSM, CSO)
- Potensi kemitraan bisnis lokal (misalnya operator tur lokal, pemandu wisata, hotel)

Tugas Kelompok :

1. Kelompok terdiri atas 4 - 5 orang.
2. Pilih desa yang menurut kalian sesuai untuk dijadikan destinasi CBT.
3. Setiap kelompok wajib membuat Community study dengan detail, yang terdiri atas : mapping potensi/daya tarik wisata, sarana prasarana, manajemen produk wisata, kalender budaya/pertanian, stakeholder mapping.
4. Tugas dalam bentuk PPT
5. Tugas di upload di LMS saat UTS

TERIMA KASIH