
**MENGEMAS TRADISI MENJADI DAYA TARIK WISATA: ANALISIS SOSIOLOGI
PENGEMBANGAN WISATA KULINER BERBASIS KOMUNITAS DI DESA TEMPOS**

Oleh :

Hamdani Satriawan¹, Muh Nuh Ilyas², Khairul Amri Assidiq³ & Sar'in⁴

^{1,2,3,4} Universitas Bima Internasional MFH Mataram, Indonesia

Email: ¹hamdanisatriawan.m.par@gmail.com, ²ilyaslyla@gmail.com,

³khairulamriassidiq@gmail.com & ⁴Sarinpeqi@gmail.com

Article History:

Received: 05-01-2026

Revised: 06-01-2026

Accepted: 07-02-2026

Keywords:

Sosiologi Pariwisata,
Pengembangan
Berbasis Komunitas,
Strategi
Keberlanjutan.

Abstract: Penelitian ini menganalisis peran sosiologi dalam pengembangan wisata kuliner yang diselenggarakan setiap minggu pagi di Desa Tempos, Gerung, Lombok Barat. Dengan menggunakan kerangka sosiologi pariwisata seperti otentisitas, komodifikasi, dan partisipasi komunitas. Studi ini mengidentifikasi potensi lokal, mengklasifikasikan kuliner tradisional, meninjau dinamika sosial pengunjung, dan merumuskan strategi mitigasi dampak negatif. Hasilnya menunjukkan bahwa inisiatif ini, yang didukung penuh oleh pemerintah desa dan dikelola oleh Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), telah berhasil meningkatkan perekonomian lokal secara signifikan. Namun, keberlanjutan jangka panjang memerlukan perhatian serius terhadap isu komodifikasi budaya, keadilan distribusi keuntungan, dan pelibatan generasi muda.

PENDAHULUAN

Pariwisata berbasis komunitas (Community-Based Tourism, CBT) di Indonesia semakin populer sebagai model pengembangan yang mengutamakan manfaat sosial dan lingkungan dibandingkan sekadar keuntungan finansial bagi investor¹. Seperti halnya di Desa Tempos, Gerung, Lombok Barat, inisiatif wisata kuliner mingguan telah berkembang menjadi destinasi alternatif yang menonjol². Inisiatif yang dikendalikan oleh Pokdarwis Pesona Alam Desa Tempos dan didukung oleh pemerintah desa ini, tidak hanya bertujuan mengangkat potensi wisata tetapi juga secara eksplisit membantu perekonomian warga dan pelaku UMKM lokal.

Dari perspektif sosiologis, pengembangan pasar kuliner mingguan merupakan intervensi sosial yang kompleks, di mana nilai-nilai tradisional dan dinamika komunitas berinteraksi dengan tuntutan pasar dan perilaku wisatawan. Analisis sosiologi diperlukan untuk memastikan bahwa perkembangan ini tidak menyebabkan dislokasi sosial, pergeseran nilai lokal, atau konflik, melainkan menjadi kekuatan positif untuk konservasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat. Sebagaimana tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan kerangka sosiologis yang komprehensif untuk memahami dan mengelola pengembangan wisata kuliner mingguan di Tempos, khususnya dengan mengidentifikasi dinamika sosial, tantangan komodifikasi, dan strategi keberlanjutan berbasis partisipasi.

Lebih lanjut, pengembangan pariwisata sering menghadapi dilema antara mempertahankan otentisitas budaya dan tekanan komodifikasi. Otentisitas nilai budaya dan historis sejati dari produk kuliner dapat bergeser menjadi "idealisme pasar" yang

didasarkan pada motif keuntungan saat tradisi masyarakat lokal dijadikan daya tarik utama wisatawan³. Dalam konteks kuliner, komodifikasi terlihat dalam inovasi produk (misalnya inovasi resep, tampilan, atau kemasan) yang dilakukan sebagai proses adaptasi terhadap Di industri jasa pelayanan pariwisata (pengrajin souvenir produk lokal Ketak di dusun Montang Lingsar Lombok Barat) bahwa penguatan pada aspek pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan sikap (*attitude*) mutlak dipenuhi. Dan bahkan pemenuhan pemahaman terkait pengelolaan/manajemen dan tata kelola keuangan menjadi sangat dibutuhkan [4]. Fakta bahwa, Mitra di Desa Sigerongan Kecamatan Lingsar Kabupaten Lombok Barat belum memiliki kemampuan berkomunikasi menggunakan bahasa Inggris praktis sesuai harapan. Tidak disangkal bahwa pelayanan pariwisata membutuhkan bahasa asing khususnya bahasa Inggris dalam pengantarannya karena Bahasa Inggris memiliki peran vital dalam pelayanan. Dengan demikian, peningkatan dan penguatan kemampuan berbahasa Inggris menjadi faktor kuncinya. Untuk itu, SDM menjadi kebutuhan pasar kerja dan merupakan suatu keharusan di era globalisasi sekarang ini. Di dunia kerja para pekerja tidak hanya membutuhkan orang-orang pintar (*clever*), namun yang lebih penting adalah orang cendikia (*smart, hospitable, inovative, sensitive, creative and productive*). SDM yang berkualitas ditandai dengan karakter yang kreatif, memiliki kemampuan dan kemauan yang tinggi. SDM itu bersifat dinamis dan memiliki kemampuan untuk terus berkembang sehingga perlu mendapatkan perhatian. Untuk membentuk SDM yang unggul dan berkualitas maka dibutuhkan pendampingan dan tenaga pendidik yang siap mengajar dan mendidik melalui pelatihan yang relevan dengan perkembangan era Revolusi Industri 4.0.

Program ini melibatkan kelompok penggerak ekonomi kreatif dan produktif pedagang anyaman Ketak (Mitra) berjumlah sembilan orang di desa Karang Bayan Lombok Barat. Hasil observasi tim menemukan kesulitan mitra berkomunikasi dengan wisatawan asing menggunakan Bahasa Inggris (*entrepreneur soft skill and technical skill*) tentang keterampilan menawarkan produk kerajinan lokal berbahasa Inggris. Tuntutan agar pekerja jasa pelayanan pariwisata yang cerdas/cakap (*smart*), pintar (*clever*), ramah tamah/penuh persahabatan (*friendly/hospitable*), dan tidak disangkal bahwa pelayanan pariwisata membutuhkan penguasaan bahasa asing khususnya bahasa Inggris dalam pengantarannya sehingga penguatan kemampuan berbahasa Inggris menjadi faktor kunci. pasar. Sosiologi pariwisata menuntut strategi agar komodifikasi tidak merusak esensi dan makna tradisi yang dipromosikan⁴.

Adapun pariwisata berbasis komunitas (CBT) ini menekankan tiga prinsip pokok: Pertama, mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan Keputusan; kedua, adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan kepariwisataan; dan ketiga, pendidikan. Prinsip partisipasi dan distribusi keuntungan ini vital untuk menjaga daya dukung masyarakat⁵. Seperti contoh pada studi kasus Pasar Gemblung menunjukkan bahwa model pembagian keuntungan, seperti menyerahkan 15% dari keuntungan lapak kepada pengelola pasar, dapat dianggap 'fair' oleh pelapak jika imbalannya adalah keuntungan besar dan adanya upah bagi petugas pasar, sehingga menjamin distribusi keuntungan yang adil kepada anggota komunitas⁶.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini, menggunakan metode pendekatan deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif, dengan beberapa teknik pengumpulan data. Observasi langsung dilakukan untuk

memahami fenomena yang diteliti secara mendalam, sehingga peneliti dapat memperoleh gambaran yang detail tentang konteks yang diamati. Selain itu, wawancara semi-terstruktur dilakukan terhadap responden untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang tantangan dan perspektif mereka terkait peristiwa yang dialami secara langsung. Metode ini memungkinkan peneliti menangkap nuansa dan konteks yang lebih spesifik dari sudut pandang responden⁷.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi dan Dinamika Wisata di Desa Tempos

Desa Tempos adalah desa dengan total penduduk 5.247 jiwa, di mana mayoritas (3.378 jiwa) berada di usia produktif (16-58 tahun)⁸. Desa ini memiliki potensi alam berupa hutan konservasi dan dikenal memiliki keanekaragaman kuliner tradisional khas Lombok. Pengembangan wisata kuliner di Tempos didukung penuh oleh Kepala Desa dan dikendalikan oleh Pokdarwis Pesona Alam. Sinergi antara pemerintah desa (sebagai fasilitator, koordinator, dan stimulator), Pokdarwis, masyarakat, dan pihak swasta menjadi kunci keberhasilan inisiatif ini. Pelibatan masyarakat telah dilakukan melalui musyawarah, pelatihan, dan festival budaya. Model pengembangan ini juga sedikit merubah pola mata pencaharian masyarakat dari sektor primer ke sektor jasa dan industri.

Wisata kuliner mingguan ini kemudian menarik pengunjung dari berbagai tempat, meluas dari Lombok Barat ke Kota Mataram, Lombok Tengah, Lombok Timur, hingga luar daerah seperti Bali. Motivasi wisatawan sebagian besar dipicu oleh promosi melalui media sosial (TikTok, Instagram, Facebook) dan media online lainnya. Fenomena ini menunjukkan adanya interaksi sosial virtual yang mendahului interaksi fisik⁹. Di lokasi, interaksi yang terjadi antara wisatawan dan tuan rumah bersifat consume-in situ. Wisatawan diharapkan aktif berkontribusi kepada penyedia jasa. Interaksi ini dapat memengaruhi dinamika sosial di Tempos, di mana wisatawan berperan sebagai pengamat.

Lebih lanjut, secara sosiologis kuliner tradisional di Tempos berfungsi sebagai jati diri desa dan merupakan upaya untuk mempertahankan budaya bangsa. Namun, salah satu temuan penting adalah bahwa makanan tradisional di Tempos belum memiliki ciri khas atau makanan asli yang menunjukkan identitas Desa Tempos secara unik, dan belum berpedoman pada resep baku. Kebanyakan, makanan yang disediakan masih terbelang mudah ditemukan di pasar maupun UMKM disekitar wilayah Lombok. Hal ini kemudian menjadi tantangan dalam komunikasi otentisitas kepada wisatawan. Kuliner tradisional di Desa Tempos dapat diklasifikasikan menjadi beberapa jenis kuliner tradisional, seperti:

1. Sate Pencok yang berbahan dasar Nasi dan Sagu, hidangan ini masih disajikan pada acara-acara tertentu oleh masyarakat Tempos.
2. Nasi Kaput Daun atau nasi campur yang dibungkus dengan daun pisang berbentuk kerucut, khas Tempos.
3. Olah-olah yang berbahan dasar lontong ditemani dengan kembang ketujur, tauge, kacang panjang, daun pakis, parutan kelapa bakar dan disiram dengan bumbu khas olah-olah.
4. Jajanan Tradisional seperti, klepon, serabi, lupis, kelaudan, kelami, celilong, bugis dan cerorot.

Evaluasi Dampak Sosial dan Mitigasi Risiko

Lebih lanjut, pengembangan wisata Tempos ini juga telah memberikan dampak

ekonomi positif yang signifikan, dengan omzet pedagang mencapai Rp 1 juta hingga Rp 2 juta hanya dalam beberapa jam operasional (pukul 06.00–10.00 Wita). Namun walaupun demikian, perlu adanya evaluasi dampak sosial untuk memastikan pembangunan berkelanjutan. Hal ini dikarenakan, adanya tantangan sosial dan lingkungan yang perlu dimitigasi, seperti:

1. Keterbatasan luas lahan (saat ini 4.000m² dengan rencana perluasan 1.000m² lagi) telah menyebabkan antrean pelaku usaha yang ingin ikut berjualan¹⁰. Tantangan ini berpotensi memicu konflik sosial terkait akses dan keadilan distribusi keuntungan.
2. Strategi mitigasi komodifikasi harus melibatkan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, pelaku pariwisata, dan komunitas untuk memastikan promosi budaya tidak merusak esensi tradisi. Karena kuliner Tempos belum memiliki resep baku atau ciri khas yang kuat, strategi pelestarian harus fokus pada internalisasi nilai budaya, peningkatan adaptasi, dan inovasi produk yang terpadu.
3. Pentingnya pelibatan masyarakat untuk melakukan kontrol terhadap lingkungan wisata dan adanya kesadaran pengunjung untuk menjaga kebersihan (misalnya membuang sampah pada tempatnya). Desa Tempos telah didukung dengan sistem pengelolaan sampah untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.
4. Tantangan yang masih dihadapi adalah partisipasi generasi muda yang belum optimal. Perlu adanya peningkatan sosialisasi budaya dan pelatihan untuk menarik minat mereka, sekaligus mengatasi tantangan keterbatasan sumber daya manusia.

Untuk memantau dampak sosial secara berkelanjutan yang telah dipaparkan di atas, Desa Tempos dapat menerapkan kerangka Penilaian Dampak Sosial (Social Impact Assessment, SIA). SIA adalah proses penelitian dan manajemen perubahan sosial yang timbul dari suatu proyek. Kerangka SIA yang relevan ini, seperti;

1. Analisis Pemerataan (Equity Considerations) yang menjamin distribusi dampak yang adil di antara kelompok masyarakat, dengan perhatian khusus pada kelompok marginal. Ini relevan untuk mengatasi isu antrean pelaku usaha atau UMKM dan memastikan manfaat diterima oleh seluruh masyarakat lokal.
2. Pemeliharaan karakter dan budaya lokal yang melibatkan pengukuran dampak kultural dan memelihara keunikan karakter budaya. Langkah ini termasuk penetapan guideline bagi wisatawan mengenai norma budaya setempat untuk meminimalkan pergeseran nilai.
3. Pelibatan pemangku kepentingan yang mana melibatkan Pokdarwis, Pemerintah Desa, dan tokoh masyarakat (local village leaders) dalam pengambilan keputusan¹¹.

KESIMPULAN

Wisata Kuliner Tempos di Gerung, Lombok Barat, menunjukkan keberhasilan implementasi Community-Based Tourism (CBT) yang didukung oleh sinergi kuat antar pemangku kepentingan. Analisis sosiologis menegaskan bahwa sementara dampak ekonomi sangat positif, keberlanjutan proyek ini bergantung pada pengelolaan isu sosial-budaya. Tantangan utama meliputi potensi komodifikasi kuliner tradisional yang belum memiliki resep baku, konflik terkait akses bagi UMKM baru, dan perlunya peningkatan partisipasi generasi muda. Dengan menerapkan prinsip-prinsip Keadilan Distribusi, Mitigasi Komodifikasi, dan kerangka SIA, Desa Tempos dapat memastikan bahwa pengembangan wisata kuliner mingguan ini tetap memberdayakan masyarakat dan melestarikan jati diri lokal dalam jangka panjang

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aswin Prabowo, Fatmawati, Ansyari Mone, STRATEGI PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA BERBASIS KOMUNITAS (COMMUNITY BASED TOURISM) DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN MASYARAKAT DI DESA BARANIA KECAMATAN SINJAI BARAT, KIMAP: JURNAL PUBLIK ADMINISTRASI ILMIAH MAHASISWA, Vol. 3, No. 6, Desember 2022, page 1782-1789.
- [2] <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/kimap/article/view/10497>
- [3] Imam Nur Hakim, Siti Hamidah, Peran Kuliner Tradisional dalam Mendukung Pemajuan Kebudayaan di Destinasi Pariwisata Prioritas Yogyakarta, Mozaik Humaniora, Vol. 21, No. 2, Desember 2021, page 193-208. <https://e-journal.unair.ac.id/MOZAIK/article/view/29444>
- [4] Lilik Prasaja, Saryani, Muhamad, PARTISIPASI PEMUDA PADA WISATA ALAM KALIBIRU, SOSIOGLOBAL: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi, Vol. 3, No.1, Desember 2018, page 18-26. <https://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/18764>
- [5] Ni Luh Kartini, Lalu Yulendra, Sri Wahyuningsih, KLASIFIKASI MAKANAN UNTUK WISATA KULINER DI DESA TEMPOS, Sistem Jurnal Terbuka, Vol. 18, No. 6, Januari 2024, page 1289-1300. <https://binapatria.id/index.php/MBI/article/view/672>
- [6] Ni Nyoman Harnika, I Wayan Sutarna, MEMPROMOSIKAN WISATA KULINER DI KOTA MATARAM MELLUI MEDIA SOSIAL, PELUANG DAN TANTANGAN, Samvada
- [7] Jurnal Riset Komunikasi Media dan Humas, Vol. 2, No. 2, November 2023, page 124-
- [8] 139. <https://e-journal.iahn-gdepudja.ac.id/index.php/JSv/article/view/1311/610>
- [9] Nur Cahaya, Merasakan Sensasi Tempat Wisata Kuliner "Mewah" Desa Tempos, Nikmatnya Menyantap Sambil Melihat Sunrise, Senin, 17 Februari 2025. https://lombokpost.jawapos.com/giri-menang/1505656053/merasakan-sensasi-tempat-wisata-kuliner-mewah-desa-tempos-nikmatnya-menyantap-sambil-melihat-sunrise#google_vignette
- [10] sunrise#google_vignette
- [11] Rizki Rahmasari, Samodra Wibawa, Prinsip keberlanjutan community-based tourism di Pasar Gemblung, JURNAL PARIWISATA PESONA, Vol. 7, No. 2, Desember 2022, page
- [12] 298-307. <https://doi.org/10.26905/jpp.v7i2.6539>
- [13] Romlah Harniati Hapsah, Fatimah Az Zahrah, Muhammad Yasin., Dinamika Interaksi

Manusia, Masyarakat, dan Budaya dalam Era Globalisasi dan Modernisasi, SINOVA: Jurnal Ilmu Pendidikan & Sosial, Vol 02 No 02 (2024), hal 191-202. <https://miftahul-ulum.or.id/ojs/index.php/jps/article/view/149>

- [14] Social Impact Assessment (SIA), International Institute for Sustainable Development (IISD), <https://www.iisd.org/learning/eia/wp-content/uploads/2016/05/SIA.pdf>
- [15] Status Destana (Desa Tangguh Bencana), SiAGA-Sistem Informasi Kebencanaan, <https://siaga.ntbprov.go.id/desa/5201012010/detail>
- [16] Tuatul Mahfud, Yogiana Mulyani, Ria Setyawati, PENGEMBANGAN PARIWISATA BERBASIS KOMUNITAS: STRATEGI KOMUNITAS FOODIES DALAM PENGEMBANGAN WISATA KULINER DI BALIKPAPAN, SNITT-POLTEKBA, Vol. 2, November 2017, page 105-117. <https://jurnal.poltekba.ac.id/index.php/prosiding/article/view/385>