

PARIWISATA MADURA BERBASIS PARTISIPASI MASYARAKAT

Triyo Utomo

Dosen Psikologi Universitas Trunojoyo Madura

Email: triyo.utomo@trunojoyo.ac.id

ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu kebutuhan masyarakat. Masyarakat tidak hanya melakukan perjalanan untuk menghilangkan rasa jenuh terhadap rutinitas sehari-hari, tetapi juga guna mengikuti kegiatan yang sedang populer. Objek pariwisata harus memiliki *product positioning* untuk menempatkan produknya supaya berada di benak konsumen. Pada konteks pariwisata di Madura, perlu adanya pengembangan agar mampu mendatangkan wisatawan baik dari dalam maupun luar Madura. Pengembangan wisata Madura salah satunya membutuhkan adanya dukungan aspek budaya. Perlu tindakan untuk menghidupkan kembali budaya-budaya yang ada di Madura guna menarik minat wisatawan berkunjung ke Madura. Perlu adanya partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata Madura. Ada beberapa parameter dalam mengukur partisipasi masyarakat. Selain itu, pariwisata di Madura harus memiliki model pembangunan kepariwisataan yang bertanggung jawab dan berdasarkan komunitas. Harapannya, masyarakat Madura diposisikan sebagai subjek pariwisata daerah.

Kata Kunci: Pariwisata Madura, Kepariwisataan yang Bertanggung Jawab, Kepariwisataan Berbasis Komunitas, Pariwisata Berbasis Partisipasi Masyarakat

I. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu kebutuhan dalam kehidupan masyarakat saat ini. Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa dampak yang sangat besar bagi dunia pariwisata dengan semakin ketatnya persaingan (Yuniati dalam Edi, 2017). Adanya kesibukan pada diri seseorang pastilah menimbulkan rasa kebosanan, ketegangan dan kejenuhan. Pada saat seseorang memiliki waktu luang, biasanya akan digunakan untuk melakukan aktivitas yang bisa menghiburnya dan membuatnya rileks. Hal ini dilakukan untuk memulihkan kejernihan pikiran, mendapatkan inspirasi baru, bersenang-senang dan kesegaran baru. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan rasa bosan, jenuh dan tegangselama

melakukan aktivitas sehari-hari. Salah satu kegiatan yang bisa dilakukan adalah dengan berwisata.

Tujuan utama dari perjalanan pariwisata saat ini sudah berkembang. Masyarakat tidak sekedar melakukan perjalanan untuk menghilangkan rasa jenuh terhadap rutinitas sehari-hari, melainkan juga untuk mengikuti sebuah kegiatan yang sedang populer (sering disorot atau dikunjungi orang lain). Hal ini karena wisatawan saat ini mencari sesuatu yang dipercaya mengandung nilai-nilai khas dalam tujuan wisata tersebut. Pada konteks pariwisata Madura, wisatawan disajikan pada pilihan obyek pariwisata dari empat kabupaten di kepulauan Madura. Dikatakan kepulauan Madura karena bukan hanya di pulau Madura tetapi juga pulau-pulau di sekitar yang masuk wilayah empat kabupaten (Bangkalan, Sampang, Pamekasan, dan Sumenep)

Objek pariwisata adalah sebuah produk, sehingga harus ditentukan *product positioning* dari setiap kabupaten. Menurut William dan Ferrell (dalam Azhar dan Surokim, 2018) *product positioning* merujuk pada berbagai keputusan dan kegiatan yang dimaksudkan untuk menciptakan dan mempertahankan konsep tertentu dari produk sebuah perusahaan dalam benak para pelanggannya. Hal ini bertujuan untuk memberikan nilai yang mengena kepada wisatawan bahwa tempat-tempat wisata di Madura diciptakan karena memiliki tujuan dan nilai dari tempat wisata tersebut. Target utama dari produk pariwisata pulau Madura adalah mendatangkan wisatawan, baik dari Madura, luar Madura, hingga wisatawan mancanegara.

Pencapaian target tersebut bisa terpenuhi jika ada pengembangan pariwisata di Madura. Pengembangan Pariwisata adalah keinginan untuk memajukan suatu tempat wisata yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Pengembangan pariwisata harus memperhatikan motivasi wisatawan karena hal ini merupakan alasan utama bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi wisata. Menurut hasil wawancara dengan pemandu wisata di Bali mengungkapkan bahwa wisatawan yang datang ke Bali tidak hanya ingin menikmati panorama alam Bali, namun juga ingin menikmati budaya yang dimiliki oleh destinasi wisata yang

dikunjungi. Berdasarkan paparan ini dapat disimpulkan bahwa budaya merupakan hal yang penting untuk dapat menarik wisatawan berkunjung ke suatu destinasi wisata. Salah

Hal ini diperkuat dengan adanya pendapat dari Hardinoto (1996) bahwa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu objek wisata salah satunya adalah atraksi wisata. Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, manusia dan budaya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan.

Melihat paparan di atas, dapat dilihat bahwa dalam mengembangkan sektor pariwisata di Madura perlu adanya campur tangan budaya di dalamnya. Hal ini agar membuat wisatawan menjadi lebih tertarik untuk mengunjungi destinasi wisata yang ditawarkan di Madura seperti pantai, bukit dan wisata religi. Namun pada kenyataannya, budaya yang ada di Madura sudah semakin terkikis keberadaannya. Hal ini terbukti dengan adanya ikon Madura karaban sapi yang semakin jarang keberadaannya. Pementasannya pun sangat sulit sekali untuk ditemui. Tarian-tarian asal Madura pun juga semakin jarang pementasannya. Padahal budaya yang menjadi tradisi seperti ini yang sangat berpotensi untuk menarik wisatawan untuk datang.

Pengembangan pariwisata membutuhkan tiga hal sebagai berikut:

1. Pembangunan pariwisata seringkali dipandang sebagai salah satu pilihan pembangunan ekonomi sebuah kawasan (Akama dan Kieti dalam DZulkarnain, 2016). Oleh karena itu, pariwisata berkelanjutan dan pembangunan berkelanjutan seringkali digunakan secara bebas dan saling dapat menggantikan dalam banyak literature kepariwisataan. Pembangunan pariwisata berkelanjutan berarti memenuhi kebutuhan wisatawan dan masyarakat lokal sekaligus melindungi peluangnya di masa depan.
2. Isu partisipasi merupakan salah satu pendekatan dalam pembangunan pariwisata yang berkelanjutan (Okazaki dalam Dzulkarnai, 2016). Dalam pendekatan ini, partisipasi masyarakat di sekitar sebuah objek wisata

sangat dibutuhkan untuk menjaga kelestarian alam maupun budaya dan system sosial setempat. Pelibatan masyarakat dianggap mampu meminimalisir dampak negatif dari sebuah aktifitas pariwisata sehingga diharapkan terjadi hubungan yang saling menguntungkan antara objek wisata dengan masyarakat sekitarnya.

3. Pariwisata diharapkan memberikandukungan terhadap masyarakat miskin. Tujuan dari pariwisata memberikandukungan terhadap masyarakat miskin adalah meningkatkan manfaat pemangunan pariwisata dan meningkatkan keterlibatan atau partisipasi masyarakat kurang mampu dalam pengelolaan pariwisata. Diamsusikan jika semakin banyak industri pariwisata yang dibangun di wilayah kurang mampu, terutama jika dapat menciptakan partisipasi tinggi dari masyarakat setempat, maka diharapkan manfaatnya akan lebih luas dalam penanggulangan kemiskinan. Pembangunan pariwisata yang semacam ini dapat memberikan manfaat yang lain bagi masyarakat kurang mampu seperti pembangunan infrastruktur jalan raya ataupun telekomunikasi yang bsia memunculkan peluang bagi usaha kecil setempat.

Perlu adanya tindakan dari pemerintah untuk menghidupkan kembali budaya-budaya yang ada di Madura untuk menarik minat wisatawan lokal maupun luar Madura untuk berkunjung ke tempat pariwisata yang ada di Madura. Kekuasaan yang dimiliki oleh pemerintah dapat dimanfaatkan untuk membuat masyarakat menghidupkan kembali budaya lokal masing-masing sehingga menciptakan masyarakat yang taat dalam kebudayaan. Dalam hal ini perlu adanya partisipasi dari masyarakat lokal untuk turut serta mengembangkan tempat pariwisata. Masyarakat digalakkan untuk menghidupkan kembali budaya lokal daerahnya masing-masing. Karena pada dasarnya menurut Damani dan Weber (dalam Dzulkarnain, 2016) menyebutkan bahwa masyarakat lokal terutama penduduk asli merupakan pemilik dan pemainkunci dalam pariwisata. Air, tanah, hutan dan landscape yang merupakan sumberdaya pariwisata yang dikonsumsi oleh wisatawan dan pelaku wisata lain berada di tangan mereka.

II. PEMBAHASAN

Partisipasi dimaknai dengan keterlibatan secara mental dan emosional dalam situasi kelompok yang mendorong mereka untuk ikut serta menyumbangkan kemampuan dalam mencapai tujuan kelompok dan ikut bertanggung jawab atas tujuan kelompok tersebut (Raharjana dalam Dzulkarnain, 2016). Partisipasi juga diartikan sebagai peranserta, ikut serta, keterlibatan dan proses pembelajaran saling memahami dan melakukan tindakan oleh sejumlah anggota masyarakat (Baiquni dalam Dzulkarnain, 2016).

Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata diupayakan untuk memberdayakan masyarakat yang bertujuan untuk meningkatkan *bargaining power* atau *bargaining position* suatu pihak lain dalam rangka menciptakan rasa keadilan bersama melalui solusi yang saling menguntungkan (Sumaryadi dalam Dzulkarnain, 2016). Selain itu, melibatkan masyarakat dalam kegiatan pariwisata juga merupakan salah satu upaya untuk menanggulangi kemiskinan (Damanik dalam Dzulkarnain, 2016). Hal ini karena pariwisata juga menjadi sector industry yang dianggap mampu untuk mempengaruhi pembangunan ekonomi suatu masyarakat, dengan kegiatan mendorong masyarakat untuk lebih mandiri dalam memperoleh peningkatan ekonomi, dan membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat lokal (Dzulkarnain, 2016).

Steck, dkk (Damik dan Weber dalam Dzulkarnain, 2016) menyebutkan bahwa partisipasi dalam masyarakat dapat terlihat berdasarkan derajat keterlibatan mereka dalam pengelolaan usaha wisata dengan menggunakan indikator, maka partisipasi masyarakat dapat diukur dengan lebih tepat seperti di bawah ini:

1. Partisipasi Langsung

Masyarakat terlibat langsung yaitu bekerja langsung di area wisata, sebagai pelaku usaha atau pengelola, menikmati peluang untuk memperoleh pendidikan dan pelatihan pengelolaan wisata seperti petugas parker, keamanan, pemandu, karyawan akomodasi atau restoran, jasa akomodasi atau restoran, atraksi dan transportasi di dalam wisata.

2. Partisipasi Tidak Langsung

Masyarakat tidak langsung terlibat dalam pengelolaan atau pelaku usaha dan bekerja langsung yaitu sebagai pemasok bahan kebutuhan wisata

dalam bentuk bahan pangan (beras, sayur-sayuran, buah-buahan, minuman, daging, bunga-bunga, ikan dan sebagainya), bahan bangunan (ijuk, bamboo, kayu anyaman, kayu lukis, kayu jati dan sebagainya).

3. No atau Tidak Ada

Masyarakat yang sama sekali tidak mengikuti kegiatan wisata baik itu pengusulan program, aktif langsung dalam kegiatan maupun dukungan.

Damanik dan Weber (dalam Dzulkarnain, 2016) memberikan beberapa parameter yang dapat digunakan untuk mengukur partisipasi masyarakat mulai dari tahap perencanaan hingga menikmati hasil proyek pengembangan pariwisata. Berikut dijelaskan parameter partisipasi masyarakat dalam keseluruhan tahapan, yakni:

1. Tahap Perencanaan

Parameter yang digunakan untuk menentukan derajat partisipasi masyarakat dalam tahap perencanaan adalah keterlibatan dalam rapat-rapat perencanaan, keterlibatan dalam identifikasi masalah, kemampuan dalam memberikan usulan saran dan keterlibatan dalam pengambilan keputusan.

2. Tahap Pelaksanaan

Parameter partisipasi masyarakat dalam tahap pelaksanaan atau implementasi adalah keterlibatan masyarakat di dalam pengelolaan usaha-usaha pariwisata, misalnya sebagai pengusaha alat transportasi, pengelola *homestay*, pemandu wisata, pengelola, atraksi wisata, terlibat dalam perbaikan infrastruktur, sebagai pemasok bahan kebutuhan pariwisata dan seterusnya.

3. Tahap Pengawasan

Parameter yang digunakan meliputi keterlibatan masyarakat dalam tim pengawasan berikut kewenangan yang dimiliki. Sebagai contoh, masyarakat bekerja sebagai pihak keamanan di obyek wisata, memelihara fasilitas wisata dan sebagainya.

Partisipasi masyarakat menggambarkan bagaimana terjadinya pembagian ulang kekuasaan yang adil antara penyedia kegiatan dan kelompok penerima

kegiatan. Partisipasi masyarakat tersebut bertingkat sesuai dengan gradasi, derajat wewenang dan tanggung jawab yang dapat dilihat dalam proses pengambilan keputusan. Gradasi peserta dapat digambarkan sebagai sebuah tangga dengan delapan tingkatan yang menunjukkan peningkatan partisipasi tersebut (Anstein dalam Dzulkarnain, 2015) yaitu:

1. Manipulasi
2. Terapi
3. Informasi
4. Konsultasi
5. Penenteraman
6. Kemitraan
7. Pelimpahan kekuasaan

Pariwisata di Pulau Madura harus mempunyai model pembangunan kepariwisataan yang bertanggung jawab (*responsible tourism*) (Rachmad dalam Azhar dan Surokim, 2018). Menurut Bambang Sunaryo (dalam Azhar dan Surokim, 2018) terdapat beberapa prinsip dasar yang diperjuangkan oleh model *responsible tourism*, yaitu:

1. Mendorong keuntungan ekonomi untuk masyarakat lokal dan mempertinggi ketahanan kearifan lokal, membuka akses masyarakat kepada usaha industri pariwisata.
2. Melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan di bidang kepariwisataan di sekitarnya yang dapat mempengaruhi kehidupan mereka.
3. Menumbuhkan kontribusi untuk konservasi sumber daya alam dan *culture heritage*, untuk memperkaya keragaman yang ada.
4. Menyediakan pengalaman kunjungan wisatawan yang lebih bernilai dalam hubungannya dengan masyarakat lokal, kearifan lokal, isu-isu sosial dan lingkungan setempat.
5. Meminimalisir dampak negatif ekonomi, lingkungan, budaya dan sosial dari kegiatan kepariwisataan.

6. Menumbuhkan rasa saling menaruh respek antara wisatawan dengan tuan rumah dan membangun kebanggaan lokal serta percaya diri dari masyarakat.

Hal-hal yang menjadi prioritas bagi wisatawan *responsible tourism* adalah kesempatan untuk bisa berinteraksi lebih dekat secara bertanggung jawab dengan alam, budaya dan adat istiadat kehidupan masyarakat di destinasi yang dikunjungi.

Kedua teori tersebut yaitu antara partisipasi sosial dan *responsible tourism* dapat diaplikasikan secara bersamaan dalam pola pengembangan pariwisata berbasis komunitas atau biasa disebut *community based tourism*. *Community based tourism* (CBT) adalah bentuk pariwisata yang mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial dan budaya yang dikelola oleh komunitas lokal dan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar mengenai komunitas pola hidup masyarakat setempat (REST Project dalam Susanto, 2016). Jadi dalam hal ini masyarakat Madura dapat diberdayakan untuk mengembangkan pariwisata berbasis budaya dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata.

Suansri (dalam Dzulkarnain, 2015) mengemukakan beberapa prinsip yang harus dipegang teguh dalam pelaksanaan *community based tourism*. Prinsip tersebut antara lain:

1. Mengakui dan mendukung serta mengembangkan kepemilikan komunitas dalam industry pariwisata.
2. Mengikutsertakan anggota komunitas dalam memulai setiap aspek.
3. Mengembangkan kebanggaan komunitas.
4. Mengembangkan kualitas hidup komunitas.
5. Menjamin keberlanjutan lingkungan.
6. Mempertahankan keunikan karakter dan budaya di area lokal.
7. Membantu berkembangnya pembelajaran tentang pertukaran budaya pada komunitas.
8. Menghargai perbedaan budaya dan martabat manusia.
9. Mendistribusikan keuntungan secara adil pada komunitas.
10. Berperan dalam menentukan prosentase pendapatan.
11. Menonjolkan keaslian hubungan masyarakat dengan lingkungannya.

Menurut Murphy dan Sunaryo (dalam Sarwono, 2016) menyebutkan bahwa pada hakikatnya pembangunan kepariwisataan tidak bisa lepas dari sumber daya dan keunikan komunitas lokal, baik berupa elemen fisik maupun non fisik (tradisi dan budaya) yang merupakan penggerak utama kegiatan wisata itu sendiri. Kepariwisata harus dipandang sebagai kegiatan yang berbasis pada komunitas. Batas pengertian pariwisata berbasis masyarakat adalah sebagai berikut:

1. Wujud tata kelola kepariwisataan yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat aktif dalam manajemen dan pembangunan kepariwisataan yang ada.
2. Wujud tata kelola kepariwisataan yang dapat memberikan kesempatan pada masyarakat yang terlibat langsung dalam usaha-usaha kepariwisataan juga bisa mendapatkan keuntungan dari kepariwisataan yang ada.
3. Bentuk kepariwisataan yang menuntut pemberdayaan secara sistematis dan demokratis serta distribusi keuntungan yang adil kepada masyarakat yang kurang beruntung yang ada di destinasi.

Pariwisata berbasis masyarakat berkaitan erat dengan adanya kepastian partisipasi aktif dari masyarakat setempat dalam pembangunan kepariwisataan yang ada. Partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang ada yaitu partisipasi masyarakat dalam pengambilan keputusan dan partisipasi yang berkaitan dengan distribusi keuntungan yang diterima oleh masyarakat. Oleh karena itu, pada dasarnya terdapat tiga prinsip pokok dalam strategi perencanaan pembangunan pariwisata yang berbasis masyarakat atau *community based tourism* yaitu:

1. Mengikutsertakan anggota masyarakat dalam pengambilan keputusan
2. Adanya kepastian masyarakat lokal menerima manfaat dari kegiatan pariwisata.
3. Pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal

Pengembangan CBT ini perlu mendapatkan dukungan dari pihak pemerintahan lokal, swasta dan LSM. Penyelenggaraan CBT yang dimotori oleh pemerintah lokal dilandasi oleh pengertian bahwa pariwisata sebagai suatu

kegiatan ekonomi berdimensi luas ke banyak sektor dan sesuai dengan kebutuhan akan kualitas hidup sekaligus pelestarian cara hidup orang Madura. Pemerintah memegang peranan penting melalui kepemimpinan untuk memastikan partisipasi semua pemangku kepentingan. Selain itu sektor wisata menyediakan keahlian dalam bidang pemasaran dan pengelolaan, terutama dalam mendatangkan wisatawan. Partisipasi LSM (Lemabga Swadaya Masyarakat) juga sangat diperlukan dalam menjaga integrasi kekayaan alam dan budayaan. Hal ini menjadi penting agar masyarakat lokal (Madura) mampu menjaga identitas budaya dan adat istiadatnya, sehingga para wisatawan bisa menikmati budaya lokal dan masyarakat mendapat kesempatan untuk membuka usaha yang mendukung kepariwisataan.

Ketika masyarakat Madura diberikan kesempatan untuk membuka usaha, maka secara otomatis kunjungan para wisatawan sudah seharusnya dapat memberikan fee kepada penduduk sekitar obyek wisata Madura, misalnya dengan cara menjual barang-barang konsumsi dan cinderamata lokal. Jika keuntungan ekonomi tersebut memberikan dampak positif terhadap tingkat kesejahteraan penduduk, niscaya mereka akan berupaya sekuat tenaga untuk menciptakan lingkungan yang kondusif. Mereka juga akan senang hati dan ikhlas menjaga potensi wisata budaya tersebut secara optimal untuk menarik minat wisatawan secara berkelanjutan.

Jika konsep ini bisa terlaksana dengan baik, pemerintah bisa mengembangkan potensi pariwisata budaya di Madura dengan memberikan perhatian pada budaya-budaya Madura yang saat ini sudah mulai terancam keberadaannya karena tergerus oleh globalisasi. Pemerintah menghidupkan kembali budaya-budaya tersebut dengan melibatkan masyarakat lokal yang ada disekitar tempat pariwisata. Hal yang bisa dilakukan adalah pemerintah dapat melakukan penyuluhan dan pelatihan kepada masyarakat agar masyarakat dapat menghidupkan kembali budaya dan tradisi Madura. Pemerintah dapat mengemas hal tersebut dalam suatu pementasan untuk menarik minat wisatawan untuk datang ke tempat destinasi tersebut.

Produk yang ditawarkan adalah budaya-budaya yang dimiliki oleh setiap kabupaten di Madura seperti yang telah disebutkan di atas. Kebudayaan tersebut

dibentuk sedemikian rupa dipadukan dengan wisata alam, wisata religi atau wisata kuliner yang dimiliki oleh setiap kabupaten tersebut. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar dapat menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Madura. Berikut ini adalah comtoh-contoh dari kebudayaan yang dimiliki oleh masyarakat Madura.

1. Karapan Sapi
2. Sape Sono
3. Tarian

Potensi kekuatan pariwisata yang ada di Madura adalah:

1. Keindahan Alam Laut
2. Pemandangan Keindahalan Alam Sekitar Pantai
3. Bukit

Dengan demikian, masyarakat Madura pemilik potensi wisata budaya tersebut benar-benar diposisikan sebagai subjek pariwisata daerah. Dengan perkataan lain, konsep ini telah menempatkan secara langsung masyarakat sebagai basis pengembangan wisata di pulau Madura sesuai dengan konsep *community-based tourism* yang benar-benar melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata di Madura.

Jika konsep atau kebijakan tersebut yang akan dikembangkan, maka tugas pemerintah daerah menjadi lebih ringan. Peranan pemerintah hanya membuat regulasi pariwisata budaya dengan berpihak pada kepentingan masyarakat lokal. Secara tidak langsung, pemerintah telah memberi ruang yang seluas-luasnya bagi masyarakat untuk ambil bagian secara aktif di sektor jasa pariwisata. Kebijakan ini harus benar-benar dapat dimaknai sebagai bagian dari upaya pemerintah memberdayakan sosial-ekonomi masyarakat lokal di Madura dan memerangi kemiskinan melalui kegiatan pariwisata. Dengan demikian, kegiatan pariwisata budaya di Madura harus berbasis *community-based tourism*, sehingga manfaatnya bisa dirasakan secara langsung oleh masyarakat Madura sebagai pemilik sekaligus pemelihara wisata yang ada.

III. KESIMPULAN

Madura merupakan salah satu pulau yang ada di Indoensia yang memiliki potensi untuk dijadikan pariwisata madura. Hal ini bisa dicapai dengan salah satu alternatif yang ditawarkan oleh penulis yaitu *community-based tourism*. *Community-based tourism* adalah bentuk pariwisata yang mengintegrasikan aspek lingkungan, sosial dan budaya yang dikelola oleh komunitas lokal dan memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar mengenai komunitas pola hidup masyarakat setempat (REST Project dalam Susanto, 2016).

Community-based tourism bisa tercapai jika elemen-elemen yang berperan dalam pengembangan pariwisata yaitu masyarakat, swasta, pemerintah dan LSM bisa berjalan dalam satu jalur dan saling mendukung satu sama lain.

IV. SARAN

Bagi penulis selanjutnya diharapkan:

1. Bisa memberikan teori yang lebih tepat mengenai Partispasi Masyarakat sebagai Tonggak Awal Pariwisata di Madura.
2. Melakukan turun lapangan guna mendapatkan fakta-fakta yang lebih dalam mengenai Partispasi Masyarakat dalam Pariwisata di Madura.
3. Memberikan solusi yang lebih kreatif dan membangun bagi Pariwisata di Madura

DAFTAR PUSTAKA

- Axhar, Iqbal Nurul dan Surokim. 2018. Madura 2020 Membumikan Madura Menuju Globalisasi. Malang: Inteligencia Media.
- Dzulkarnain, Iskandar. 2015. Sosiologi Madura. Madura: Pusat Kajian Sosio UTM
- Dzulkarnain, Iskandar. 2016. Sosiologi Pariwisata Madura. Madura: Puska Sosio UTM
- Narwoko, J. Dwi dan Bagong Suyanto. (2006). *Sosiologi: Teknik Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Sarwono, Sarlito W. 2015. Psikologi Lintas Budaya. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Surokim. 2015. Madura: Masyarakat, Budaya, Media dan Politik. Surabaya: Elmatra.

Sztompka, Piotr (2005) Sosiologi Perubahan Sosial. Jakarta: Prenada Media

Susanto, Putu Chris. 2016. *Peran Sektor Keempat dalam Pariwisata Berbasis Masyarakat (Community-Based Tourism)*. Universitas Dhayana Pura. Bali. (<https://www.researchgate.net/publication/305492759> diakses pada 25 Oktober 2017 pukul 11.00 WIB)