

INTISARI

Penelitian ini membahas mengenai upaya pemberdayaan masyarakat melalui penerapan *Community Based Tourism* (CBT) yang dilakukan dalam pengembangan Pasar Opo di Desa Gadingharjo. Inisiasi pembentukan Pasar Opo didasari oleh adanya kesadaran masyarakat lokal akan potensi lokal Desa Gadingharjo. Adanya keinginan komunitas lokal untuk menciptakan suatu gebrakan baru pada sektor pariwisata turut mendukung bulatnya tekad mereka untuk membentuk Pasar Opo. Dengan diciptakannya suatu objek wisata di Desa Gadingharjo ini dimaksudkan sebagai bentuk pembuktian bahwa Desa Gadingharjo merupakan daerah yang kaya akan potensi lokalnya. Berbekal sumber daya yang dimiliki, pengelola mengoptimalkannya menjadi wisata pasar dengan harapan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Gadingharjo. Keunikan pasar ini terletak pada lokasi dan waktu operasionalisasinya. Lokasi gelaran Pasar Opo berpindah-pindah dari dusun ke dusun dan waktu operasionalisasinya digelar dengan interval 35 hari sekali yakni setiap Minggu Pon. Unsur kebudayaan lokal juga dijunjung tinggi pada setiap gelaran Pasar Opo. Hal inilah yang mampu menarik minat wisatawan untuk mengunjungi Pasar Opo. Penelitian ini juga memiliki tujuan untuk memberikan contoh nyata model pariwisata yang dikemas dengan pemberdayaan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dalam mengumpulkan data dilakukan dengan pengamatan, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini yakni penerapan *Community Based Tourism* dalam pengembangan Pasar Opo secara garis besar telah terlaksana dengan baik karena telah memenuhi koridor prinsip-prinsip CBT yang meliputi aspek ekonomi, sosial, politik, lingkungan, dan budaya. Namun tidak dapat dipungkiri bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyelenggarannya. Upaya pemberdayaan masyarakat Desa Gadingharjo dilihat melalui tiga tahapan yakni penyadaran, pengkapasitasan, dan pendayaan. Tiga tahapan tersebut digunakan untuk menganalisis dampak yang dirasakan oleh masyarakat Desa Gadingharjo. Secara garis besar, penerapan *Community Based Tourism* dalam pengembangan Pasar Opo mampu menciptakan keberdayaan masyarakat Desa Gadingharjo. Walaupun secara ekonomi Pasar Opo belum dapat dijadikan sumber pendapatan utama, namun melalui Pasar Opo masyarakat Desa Gadingharjo memiliki kapasitas untuk mengelola sumber daya yang dimiliki secara mandiri. Hasil dari penelitian ini harapannya dapat menjadi rekomendasi bagi pemangku kepentingan terkait dalam mengembangkan potensi desa.

Kata Kunci: *Community Based Tourism* (CBT), Pasar Opo, Pemberdayaan Masyarakat

ABSTRACT

This study discusses community empowerment efforts through the application of Community Based Tourism (CBT) carried out in the development of Pasar Opo in Gadingharjo Village. The initiation of Pasar Opo was based on the local community's awareness of the local potential of Gadingharjo Village. The local community's desire to create a new breakthrough in the tourism sector also supported their determination to form Pasar Opo. The creation of a tourist attraction in Gadingharjo Village is intended as a form of proof that Gadingharjo Village is an area rich in local potential. Armed with the resources owned, the manager optimizes it into market tourism with the hope of improving the economy of the Gadingharjo Village community. The uniqueness of this market lies in its location and time of operation. The location of the Pasar Opo event moves from hamlet to hamlet and the operational time is held at 35-day intervals, namely every Sunday of Pon. The element of local culture is also upheld in every Pasar Opo event. This is what attracts tourists to visit Pasar Opo. This research also aims to provide a real example of a tourism model that is packaged with community empowerment.

This study uses a qualitative research method with a descriptive approach. In collecting data, observations, interviews, documentation, and literature studies were conducted. The results obtained from this research are the application of Community Based Tourism in the development of Opo Market has largely been carried out well because it has fulfilled the corridor of CBT principles which include economic, social, political, environmental, and cultural aspects. However, it cannot be denied that there are still shortcomings in its implementation. Efforts to empower the Gadingharjo Village community are seen through three stages, namely awareness, capacity building, and empowerment. The three stages are used to analyze the impact felt by the Gadingharjo Village community. Broadly speaking, the application of Community Based Tourism in the development of Pasar Opo is able to create empowerment of the Gadingharjo Village community. Although economically Pasar Opo cannot be used as the main source of income, through Pasar Opo the Gadingharjo Village community has the capacity to manage their resources independently. The results of this study are expected to be recommendations for relevant stakeholders in developing village potential.

Keywords: Community Based Tourism (CBT), Pasar Opo, Community Empowerment