

Perspektif *Overtourism* di Kawasan Wisata Canggü: Identifikasi Canggü diantara *Euphoria* dan *Annoyance*

Dewa Putu Kiskenda^{1*}, Nyoman Agus Trimandala²

^{1,2}Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Indonesia

*dewakiskenda@ipb-intl.ac.id

Article Info

Submitted, 5 October 2024

Revised, 11 October 2024

Accepted, 15 October 2024

Keywords:

Overtourism; Indeks iritasi; Host; Guest; Tourism area of Canggü

Kata Kunci:

Overtourism; Indeks iritasi; Masyarakat lokal (Host); Wisatawan (Guest); Kawasan Wisata Canggü

ABSTRACT

The Canggü paradigm leads to overtourism by (a) Traffic in Canggü (b) competition for human resources; (c) waste disposal that hasn't handled properly; (d) crime and violence often occur between tourists and local people in Canggü. A disharmonious relationship between guests and hosts as an accumulation of Canggü tourism development. This aims to identify the position Canggü tourism area in the perspective of overtourism by the irritation index. This research uses descriptive statistical techniques with likert on the perception between hosts and guests with 6 measuring aspects. The location is centered in (1) Batu Bolong Beach area, (2) Batu Mejan and (3) Berawa Village. The interactions formed are (1) The host who receive benefits will certainly provide a positive response and support the development of tourism in Canggü. Although there are still people who don't get any benefits and tend to oppose and be apathetic about the development of Canggü tourism. Likewise, (2) the perception of guests on average gives a fairly good perception of the development of Canggü including the social interactions formed within it. So this pattern indicates that there is an apathetic relationship between guests and hosts as an accumulation of the turmoil of the development of Canggü tourism.

ABSTRAK

Paradigma Canggü mengarah pada terjadinya *overtourism* ditandai dengan (a) kepadatan dan kesan macet pada citra Canggü (b) perebutan dan persaingan SDM; (c) pembuangan limbah yang belum diatasi dengan baik; (d) isu kriminalitas dan kekerasan kerap terjadi diantara wisatawan dan masyarakat lokal di Canggü. Ini menandakan terjadinya hubungan tidak harmonis diantara *guest* dan *host* atas gejala perkembangan pariwisata Canggü. Ini bertujuan mengidentifikasi posisi kawasan wisata Canggü dalam prespektif *overtourism* diukur dengan indeks iritasi. Riset ini menggunakan teknik statistik deskriptif dengan skala likert pada persepsi antara masyarakat lokal (*Host*) dan wisatawan (*guest*) dengan 6 aspek pengukur. Lokasi penelitian dipusatkan pada 3 lokasi kawasan wisata Canggü yaitu (1) kawasan Pantai Batu Bolong, (2) Desa Batu Mejan, serta (3) Desa Berawa. Interaksi yang terbentuk adalah (1) masyarakat Canggü memperoleh manfaat akan memberikan tanggapan positif dan mendukung pengembangan pariwisata di Canggü. Walaupun tetap ada masyarakat yang kurang mendapatkan manfaat cenderung menentang dan bersikap apatis (acuh tak acuh) tentang pengembangan pariwisata Canggü. Demikian halnya pada (2) persepsi wisatawan (*guest*) rata rata memberikan persepsi yang cukup baik terhadap perkembangan Canggü termasuk interaksi sosial yang terbentuk. Pola ini menandakan bahwa terjadinya hubungan yang apatis diantara wisatawan (*guest*) dan tuan rumah (*host*) sebagai akumulasi atas gejala perkembangan pariwisata Canggü.

D.O.I:

<https://doi.org/10.17509/jithor.v7i2.75762>

PENDAHULUAN

Canggu merupakan kawasan pariwisata tenar yang menarik banyak minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Tunjungsari, 2018). Wisatawan datang ke Canggu dominan dengan tujuan wisata pantai (Prabawati, 2020). Hal ini dikarenakan Canggu memiliki karakteristik ombak yang cocok untuk berselancar dan pantainya relatif lebih sepi jika dibandingkan dengan Kuta atau Seminyak (Prabawati, 2020). Motivasi wisata lainnya yang mendasari wisatawan berkunjung ke Canggu dengan pertimbangan harga yang ditawarkan untuk akomodasi dan aktivitas wisata cenderung lebih murah dibandingkan dengan destinasi wisata lainnya (Sari et al., 2023). Hal demikian menjadikan Kawasan wisata Canggu sebagai primadona baru dalam kepariwisataan di Bali (Hanum & Suryawan, 2018).

Pariwisata Canggu mengalami perkembangan yang cepat (Widyastuti et al., 2023). Pernyataan ini ditandai dengan masifnya pembangunan akomodasi oleh investor serta dukungan pemerintah daerah dengan maksud meningkatkan pendapatan asli daerah (Adhinata & Sawitri, 2022). Terhitung hingga Tahun 2017, teridentifikasi 479 akomodasi yaitu hotel, restoran, villa, dan bar (Adhinata & Sawitri, 2022). Tata ruang Canggu telah mengalami banyak perubahan untuk mendukung permintaan (*demand*) atas aktivitas pariwisata tersebut dan niscaya akan terus bertambah karena banyak proyek pembangunan besar yang sedang berjalan saat ini (Wahyundaria & Sunarta, 2021). Sehingga tanpa disadari akhirnya telah mengubah tatanan sosial ekonomi masyarakat dari aktivitas petani dan nelayan bertransformasi menjadi aktivitas ekonomi berbasis pariwisata (Tunjungsari, 2018; Wahyundaria & Sunarta, 2021). Iklim pariwisata baru di Canggu selanjutnya turut mengkooptasi masyarakat lokal, ditandai munculnya akomodasi yang dibangun oleh masyarakat lokal seperti *homestay*, *guest house* maupun *hostel* (Hanum & Suryawan, 2018).

Diperkirakan 70% masyarakat lokal Canggu kini beralih profesi menjadi penyedia jasa transportasi, karyawan hotel dan restoran maupun pengelola penginapan (Tunjungsari, 2018).

Pada situasi yang sama dibalik hiruk pikuk pariwisata yang terjadi di kawasan wisata Canggu, justru muncul paradigma baru yang menunjukkan Canggu memberikan dampak dan mengarah pada tanda terjadinya *overtourism* (Adhinata & Sawitri, 2022). Studi pendahuluan telah mengidentifikasi terjadi kepadatan yang ditandai kemacetan selalu terjadi di kawasan Canggu terutama di kawasan Canggu pesisir, Tibubeneng. Bahkan kesan macet senantiasa melekat pada citra wisata Canggu saat ini (balipost.com). Persepsi “macet” kerap identik dengan nama Canggu ketika dilontarkan kepada tamu (*guest*) ataupun kepada masyarakat maupun pelaku pariwisata di Bali. *Overload* terjadi oleh jumlah pembangunan fasilitas pariwisata yang begitu cepat namun tidak dibarengi dengan pengadaan aksesibilitas jalan. Pembangunan semacam ini menstimulus terjadinya masalah perebutan dan persaingan SDM tidak bisa dihindari oleh masyarakat, wisatawan bahkan investor (Adhinata & Sawitri, 2022).

Iklim pariwisata di Kawasan wisata Canggu turut berimplikasi pada tingkat polusi, yaitu aspek limbah masih diyakini sebagai permasalahan pelik yang belum diatasi dengan baik terkait pembuangannya (Hamel et al., 2023). Selanjutnya isu kriminalitas kerap terjadi di Canggu belakangan ini (Kartika et al., 2020). Fakta beberapa kejadian kriminalitas terjadi di Canggu diantaranya (a) berita bule melakukan kekerasan kepada karyawan salah satu restaurant di Canggu (*baliexpress.jawapos.com*), (b) terjadi pemalakan oleh supir terhadap turis asal Inggris di Canggu (*detik.com*), (c) wisatawan asal Australia dikeroyok oleh satpam di salah satu pusat hiburan Canggu (*bali.suaramerdeka.com*). Pola ini menandakan terjadinya hubungan yang

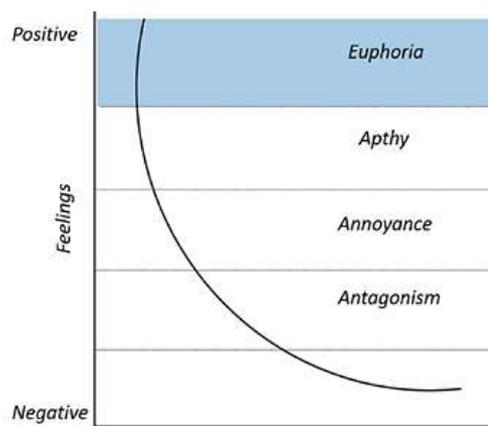
tidak harmonis diantara wisatawan (*guest*) dan tuan rumah (*host*) sebagai akumulasi atas gejala perkembangan pariwisata Canggü. Dengan kata lain bahwa masyarakat lokal mulai memandang bahwa pariwisata didaerahnya tidak lagi seperti apa yang harapkan (Annoyance), Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005).

Perkembangan Canggü yang pesat berharap tidak menjadi buah simalaka, dengan demikian penting dilakukan penelitian yang bertujuan untuk mengidentifikasi sekaligus menguji posisi Kawasan wisata Canggü saat ini sesuai dengan prespektif *irritation index*. Apakah benar Pariwisata Canggü telah mengalami tingkatan *annoyance* atau justru *overtourism* ini masih menunjukkan posisi Canggü pada tahapan *euphoria* atau mungkin *aphaty*. Hasil tulisan ini akan menjadi literasi yang merefleksikan situasi sebenarnya atas hubungan wisatawan dan masyarakat di kawasan wisata Canggü kedepan.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Irritation Index

Teori irridex (*irritation index*) oleh Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005) menggambarkan perubahan sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan secara linier. Maka dalam mengungkap fenomena *overtourism* di kawasan wisata Canggü dilakukan pendekatan demosiologi sebagai *grand teory* yang membingkai hubungan antara *host* dan *guest* dan tercermin melalui sikapnya (Arifin, 2018). Adapun fase mula-mula akan positif (*euporia*) kemudian secara alami berubah menjadi semakin negatif (*annoyance* maupun *antagonism*) seiring dengan pertambahan jumlah wisatawan ditandai pada gambar berikut.



Gambar 1. Model Indeks Iritasi

Sumber: Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005)

Overtourism

Overtourism menggambarkan situasi dimana dampak pariwisata pada waktu dan lokasi tertentu berada pada kondisi melampaui ambang batas kapasitas fisik, ekologi, sosial, ekonomi, psikologis, dan/atau politik (Bellinda, 2024). Destinasi wisata dikategorikan mengalami *overtourism* diantaranya (1) terjadi kepadatan pengunjung yang berimplikasi pada masyarakat lokal, pemilik usaha dan wisatawan, (2) terjadi *tren* penyewaan lahan usaha oleh masyarakat lokal dibandingkan berusaha langsung, (3) kemacetan di jalan lokal oleh kendaraan wisatawan, (4) ketakutan hewan liar muncul, (5) wisatawan tidak bisa melihat *landmark* karena ramai; (6) lingkungan yang rapuh menjadi rusak (*responsibletourism.com*). Jika direfleksikan dengan kondisi Canggü dalam prespektif *overtourism*, maka penulis memiliki keyakinan jika Canggü perlahan sudah mengarah pada ciri-ciri *overtourism* tersebut.

Persepsi Masyarakat lokal (*host*)

Persepsi masyarakat lokal sangat penting dalam menentukan keberlanjutan suatu perkembangan pariwisata di suatu destinasi (Pugra et al., 2021). Acuan keberlanjutan suatu destinasi akan diukur melalui respon masyarakat lokal sebagai tuan rumah (*host*) (Arcana, 2016). Jika persepsi masyarakat lokal buruk terhadap wisatawan (*guest*) tentu akan mengancam

keberlangsungan suatu destinasi wisata (Kurniasari, 2021).

Persepsi masyarakat lokal di kawasan wisata Cangu akan diukur melalui (a) Persepsi dikembangkannya Cangu sebagai kawasan wisata, (b) Persepsi terhadap peraturan dan larangan, (c) Persepsi terhadap akses jalan menuju dayak tarik wisata di Cangu, (d) membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat, (e) Persepsi dampak dibangunnya *artshop*, akomodasi, *bar*, (f) Persepsi kemacetan di Kawasan wisata Cangu.

Wisatawan (Guest)

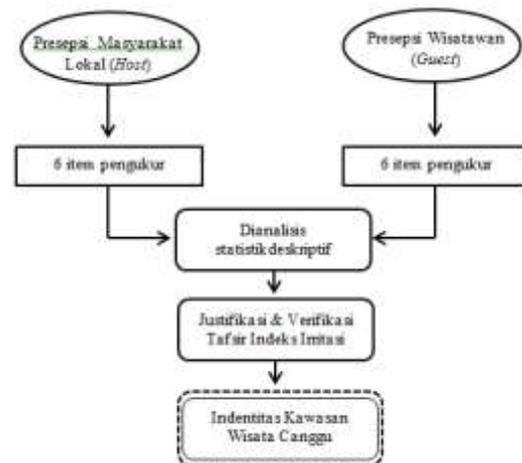
Dalam Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009, wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata. Wisatawan diklasifikasikan menjadi wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara (Pitana, 2005), contohnya wisatawan melakukan perjalanan ke Kawasan wisata Cangu, Bali. Dalam usulan ini wisatawan akan ditanyakan persepsi terhadap pariwisata Cangu, diantaranya (a) Persepsi wisatawan terhadap atraksi; (b) Fasilitas serta akomodasi wisata di Cangu; (c) Persepsi tentang aksesibilitas ke daya tarik wisata di Cangu; (d) Persepsi wisatawan tentang SDM; (e) Persepsi wisatawan tentang citra Kawasan wisata Cangu; (f) Persepsi wisatawan terhadap *affordable* harga.

METODE

Penelitian ini menggunakan teori irritation index Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005) sebagai alat ukur utama dalam membahas persepsi/respon masyarakat terhadap perkembangan sektor pariwisata di kawasan wisata Cangu. Metode Penelitian ini menggunakan pendekatan *Multi method* yaitu mengkombinasikan metodologi kuantitatif dan kualitatif dalam buku Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D karya Sugiyono tahun 2013. Metode kualitatif akan dilakukan dengan wawancara dengan Kepala Desa, dan para pengelola akomodasi (*villa*) (*sampling purposive*) terhadap

manfaat serta dampak pengembangan akomodasi pariwisata. Sedangkan pada metode kuantitatif akan dirancang dengan menyebarkan kuesioner kepada masyarakat lokal (90 responden) dengan enam item pengukur dan wisatawan (90 responden) dengan enam item pengukur. Responden ini akan dipilih secara acak (*simple random sampling*) terkait dengan persepsi/respon mereka terhadap *overtourism* di kawasan wisata cangu.

Data dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dengan *skala likert*. Berikut adalah serangkaian analisis yang diringkas pada Gambar 2.



Gambar 2. Tahapan Analisis data

Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Lokasi penelitian ini, diantaranya (1) kawasan Pantai Batu Bolong, (2) Desa Batu Mejan, serta (3) Desa Berawa, Tibubeneng. Adapun pemilihan tiga lokasi tersebut dilandaskan atas pertimbangan kepadatan serta sebaran usaha pariwisata seperti hotel, restoran, villa, *bar*, dan fasilitas lainnya yang terpusat pada 3 lokasi ini.

Pengumpulan data, diantaranya; (a) melakukan wawancara mendalam terhadap informan secara *purposive*, (b) Penyebaran kuesioner kepada 90 responden masyarakat lokal (*host*) responden wisatawan (*guest*) (c) pengambilan dokumentasi, (d) rekapitulasi data hasil kuesioner dan wawancara yang telah terkumpul, (e) ditarik kesimpulan sebagai konklusi menjawab apakah benar jika posisi kawasan wisata Cangu saat ini

dengan tafsir (1) kawasan wisata canggu dipersepsikan yang dirasakan tetap *euphoria*; (2) Canggu dipersepsikan berada di posisi *aphaty*, (3) Canggu dipersepsikan berada di posisi *annoyance* dan atau (4) Canggu sudah dipersepsikan mengalami antagonis.

HASIL DAN DISKUSI

Persepsi Masyarakat lokal (*host*) dan Tamu (*guest*) dalam interaksi pariwisata di Kawasan Pariwisata Canggu

Untuk menguji silogisme yang melatarbelakangi penelitian ini akan dilakukan pendekatan iritasi *index* oleh Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005) yang akan dirumuskan sebagai alat ukur untuk mengupas kondisi aktual serta justifikasi posisi pariwisata di kawasan wisata Canggu. Pendekatan observasi non partisipasi, wawancara, survei sekaligus studi literasi ini diyakini akan memvalidasi serta memperkuat temuan temuan yang dilakukan dengan mengkonfirmasi pada persepsi masyarakat lokal sebagai *host* dan persepsi wisatawan (*guest*) itu sendiri.

a. Persepsi Masyarakat lokal (*host*)

Persepsi masyarakat lokal sangat penting dalam menentukan keberlanjutan suatu perkembangan pariwisata di Kawasan wisata Canggu. Acuan keberlanjutan suatu destinasi akan diukur melalui respon masyarakat lokal sebagai tuan rumah (*host*). Jika persepsi masyarakat lokal buruk terhadap wisatawan (*guest*) yang ada di Canggu tentu akan mengancam keberlangsungan suatu destinasi wisata Canggu itu sendiri.

Berdasarkan atas hasil sebaran kuesioner yang ditujukan kepada 93 responden untuk mengukur persepsi *Host* (masyarakat lokal) menunjukkan distribusi skor rata rata persepsi yang tertuang pada Tabel 1. Persepsi masyarakat lokal (*host*) atas dikembangkannya Canggu sebagai kawasan wisata menunjukkan bahwa respon baik pada item pertanyaan “Saya khawatir bahwa dampak negatif wisata tidak dapat dimitigasi dengan baik di tempat ini”

dengan nilai 3.452 (baik). Sedangkan persepsi *host* atas kualitas hidup kami semakin menurun akibat lonjakan jumlah wisatawan menunjukkan nilai yang cukup (2.699). Hasil ini menunjukkan jika kawasan wisata Canggu masih dianggap dalam kategori pengembangan pariwisata di Canggu perlu untuk diawasi serta mempersiapkan aspek mitigasi untuk memastikan ketakutan masyarakat lokal (*host*) yang menganggap jika akan muncul dampak negatif serta kualitas hidup masyarakat lokal justru menurun yang diakibatkan hanya fokus pada pengembangan pariwisata di Canggu. Hasil ini juga selaras dengan hasil wawancara dengan I Ketut Ketir (67 th) yang sehari harinya sebagai petani sebelum pesiun sebagai Kepala Sekolah di SDN Canggu. Betul jika pariwisata di Canggu merupakan rejeki *nomplok* yang tidak pernah dikira kira sebelumnya. Namun demikian ternyata juga pariwisata ini membuat aktivitasnya sebagai petani harus terkendala sedikit untuk mendapat pengairan yang normal. Artinya Ketut Ketir harus begadang atau berangkat ke Sawah dini hari untuk memastikan air bisa mengalir ke lahan pertanian yang terkadang tidak tersentuh oleh pengelola air Subak (*pekaseh*). Selain itu Ketut juga sedikit menahan diri untuk keluar rumah jika tidak diperlukan. Hal ini beliau timbang karena kemacetan yang selalu ditemui didepan rumahnya.

Persepsi masyarakat lokal (*host*) terhadap peraturan dan larangan di Canggu yang diukur dengan 2 (dua) pertanyaan. Persepsi *host* bahwa “Saya khawatir tempat ini akan semakin ditinggalkan jika jumlah pengunjung terus menurun” mendapatkan nilai 3.806 (baik), artinya masyarakat lokal mayoritas sependapat jika Canggu saat ini *loose control* dan harus diimbangi dengan peraturan yang tepat dan mengikat. Hal ini sangat diyakini jika Canggu memerlukan peraturan serta larangan jika diperlukan “Saya rasa Peraturan di Canggu belum maksimal dan belum tegas untuk aktivitas pariwisata” dengan nilai 3.419 (cukup).

Apa yang dirasakan oleh tuan rumah (*host*) yang harus berhadapan secara langsung kepada wisatawan atas suatu konflik sekaligus membenarkan ada ketidakjelasan antara hak serta kewajiban oleh masing masing *host* dan *guest*. Beberapa kejadian yang terdokumentasi pada berita seperti (a) pemukulan berita *bule* melakukan kekerasan kepada karyawan salah satu *restaurant* di Canggü, (b) terjadi pemalakan oleh supir terhadap turis asal Inggris di Canggü atay, (c) wisatawan asal Australia dikeroyok oleh satpam di salah satu pusat hiburan Canggü merupakan salah satu bukti jika peraturan belum bisa terealisasi secara maksimal.

Tabel 1. Distribusi Skor Rata-Rata Persepsi Masyarakat Lokal (*Host*) terhadap Pariwisata Canggü

No	Indikator Variabel	Total Skor	JmlRes	Rata Skor	Ket.
A. Persepsi Canggü sebagai Kawasan wisata					
1	Saya khawatir bahwa dampak negatif wisata tidak dapat dimitigasi dengan baik di tempat ini	321	93	3,452	Baik
2	Saya sebagai lokal merasa bahwa kualitas hidup kami semakin menurun akibat lonjakan jumlah wisatawan	251	93	2.699	Cukup
B Persepsi terhadap peraturan dan larangan					
1	Saya khawatir tempat ini akan semakin ditinggalkan jika jumlah pengunjung terus menurun	354	93	3.806	Baik
2	Saya rasa Peraturan di Canggü belum maksimal dan belum tegas untuk aktivitas pariwisata	318	93	3.419	Cukup
C. Persepsi akses jalan menuju dayak tarik wisata di Canggü					
1	Saya rasa Jumlah pengunjung yang berlebihan di tempat ini mengganggu kenyamanan saya.	284	93	3.054	Cukup
2	Saya sebagai warga lokal merasa	354	93	3.806	Baik

semakin terpinggirkan di lingkungan tempat tinggal saya sendiri

D Persepsi atas lapangan kerja baru bagi masyarakat setempat

1	Saya merasa, Pengembangan pariwisata yang massif di tempat ini telah menggeser pekerjaan tradisional warga	324	93	3.484	Cukup
2	Saya susah mendapat pekerjaan yang saya inginkan di Canggü	282	93	3.032	Cukup

E Persepsi dampak dibangunnya artshop, akomodasi, bar

1	Saya khawatir dengan munculnya bisnis-bisnis terselubung terkait prostitusi di sekitar objek wisata yang populer	342	93	3.677	Baik
2	Saya sebagai warga lokal merasa tidak memiliki kendali atas perubahan di lingkungan tempat tinggal mereka karena dikendalikan oleh industri pariwisata	315	93	3.387	Cukup

F Persepsi Kemacetan di Kawasan wisata Canggü

1	Saya merasa stres akibat kepadatan lalu lintas, kebisingan, dan keramaian yang berlebihan	373	93	4.011	Baik
2	Saya merasa marah kepada tamu yang datang ke Canggü dengan membawa kendaraan motor pribadi	380	93	4.086	Baik

Total 42,011

Rata-rata 3,501 Baik

Sumber: Olah data penulis, 2024

Adapun perihal aturan dirasa juga perlu ditingkatkan regulasinya terkait dengan pengalihan lahan di Canggü, supaya tidak memberikan citra bahwa aturan ada namun di bawah tangan aturan tersebut bisa diakali sebagaimana hasil diskusi dengan Ketut Ketir (67 th).

Persepsi terhadap akses jalan menuju dayak tarik wisata di Canggu yang dibagi menjadi 2 (dua) pertanyaan, yaitu (1) Saya rasa Jumlah pengunjung yang berlebihan di tempat ini mengganggu kenyamanan saya” “Saya sebagai warga dengan nilai 3.054 (cukup) dan (2) Persepsi masyarakat lokal merasa semakin terpinggirkan di lingkungan tempat tinggal saya sendiri” dengan nilai Baik (3.806). Hasil pada persepsi *host* tersebut menunjukkan jika keresahan akan aktifitas wisata sudah mulai dirasakan. Hal ini tercermin dari rata rata respon “cukup”, bahwa *host* memang menganggap Canggu sedikit tidaknya sudah tidak nyaman sebelum pariwisata berkembang seperti saat ini dan menganggap standar wisatawan yang masuk ke Canggu yang rendah.

Respon *host* yang merasa semakin terpinggirkan juga benar dirasakan, meskipun demikian masyarakat Canggu secara sadar memanfaatkan ini untuk menjual dan memilih tinggal di areal dalam, dengan maksud menduplikasi keuntungan. Iklim pariwisata baru di Canggu selanjutnya ternyata turut mengkooptasi masyarakat lokal (*host*), ditandai munculnya akomodasi yang dibangun oleh masyarakat lokal seperti *homestay*, *guest house* maupun *hostel* sebagai bentuk partisipasi masyarakat (Putra et al., 2023). Salah satunya kesaksian dari Wayan Arnica memiliki 30 hektar tanah yang disewakan kepada orang asing yang kemudian membangun akomodasi pariwisata. Ia menggunakan hasil dari penyewaan tanah tersebut untuk membangun rumah kos yang ia kelola sendiri (Arnica, Komunikasi Pribadi, 20 Agustus 2024). Namun demikian meskipun secara sadar telah berlangsung terjadi akibat jumlah pembangunan fasilitas pariwisata yang begitu cepat tersebut namun tidak dibarengi dengan pengadaan aksesibilitas jalan yang juga dirasakan oleh masyarakat lokal (Wijayanti et al., 2024).

Persepsi masyarakat lokal (*host*) bahwa Pengembangan pariwisata Canggu membuka lapangan kerja baru bagi

masyarakat setempat. Pada aspek ini diukur melalui pertanyaan kepada *host* yaitu “Saya merasa, Pengembangan pariwisata yang *massif* di tempat ini telah menggeser pekerjaan tradisional warga” dengan nilai 3.484 (cukup) dan Saya susah mendapat pekerjaan yang saya inginkan di Canggu dengan nilai 3.387 (cukup). Hasil respon dari masyarakat ini pada tahap netral (*intermediate*), artinya *host* dalam hal ini masyarakat lokal sebagian setuju dengan pertanyaan tersebut yang menyebutkan susah mendapat pekerjaan di Canggu karena *overload* terjadi oleh jumlah pembangunan fasilitas pariwisata yang begitu cepat namun tidak dibarengi dengan pengadaan aksesibilitas jalan. Pembangunan semacam ini menstimulus terjadinya masalah perebutan dan persaingan SDM tidak bisa dihindari oleh masyarakat, wisatawan bahkan investor, Banyak wisatawan yang datang ke Canggu sambil bekerja, dan lainnya. Selanjutnya sebagai *host* tidak juga sepakat sepenuhnya jika dianggap susah mencari pekerjaan di Canggu. Sama halnya bahwa dengan pengembangan pariwisata di Canggu Diperkirakan 70% masyarakat lokal Canggu kini beralih profesi menjadi penyedia jasa transportasi, karyawan hotel dan restoran maupun pengelola penginapan. Meskipun tidak bisa dipungkiri bahwa pariwisata Canggu telah menggeser pekerjaan Tradisional masyarakat lokal sangat bisa diterima. Sebagaimana pernyataan oleh Wayan Manis menjual 12 hektar lahannya karena lahan tersebut berdekatan dengan akomodasi pariwisata berupa vila yang sedang dibangun (Wayan Manis, Komunikasi Pribadi, 17 Agustus 2024).

Selanjutnya Persepsi masyarakat lokal terhadap situasi kemacetan di Kawasan wisata Canggu yang dinilai dari pertanyaan “Saya merasa stres akibat kepadatan lalu lintas, kebisingan, dan keramaian yang berlebihan” dengan nilai 4.086 (baik) dan pertanyaan bahwa “Saya merasa marah kepada tamu yang datang ke Canggu dengan membawa kendaraan motor

pribadi” dengan angka rata rata persepsi 4.086 dengan kategori Baik. Persepsi “macet” kerap identik dengan nama Canggu ketika dilontarkan kepada tamu (*guest*) ataupun kepada masyarakat Bali.

Hasil ini menunjukkan bahwa tidak hanya tamu, sebagai masyarakat lokalpun sudah merasakan stress akibat kepadatan lalu lintas, kebisingan, serta keramaian yang setiap hari ditemuinya di Kawasan wisata Canggu. Masyarakat juga setuju jika pengguna jalan khususnya wisatawan asing “*bule*” yang secara sembarangan bawa kendaraan/ motor pribadi juga menjadi sumber marah bagi masyarakat lokal. Saat ini masih menjadi pelik yang belum mampu diatasi. Meskipun saat ini sudah dibangun ruas jalan *short cut* baru dianggap menjadi solusi sementara sembari menunggu kepadatan kedepannya. Sebagai *Host*, masyarakat tentunya tetap berharap solusi atas kepadatan ini supaya masyarakat tidak mengalami konflik dengan wisatawan tersebut.

b. Persepsi Wisatawan (*guest*)

Berdasarkan atas respon wisatawan (*guest*) terhadap aspek atraksi wisata di Kawasan wisata Canggu diukur pada dua pertanyaan. Wisatawan merasa “Komersialisme berlebihan telah mengubah daya tarik alami Canggu” dengan nilai 3.022 (cukup). Ini menunjukkan jika sebagian wisatawan yang berwisata ke Canggu menganggap jika memang dirasa Canggu telah berubah banyak dari aslinya. Ini dimunculkan ketika memang banyak atraksi wisata selain Pantai sebagai identitas Canggu kemudian muncul wisata baru di Canggu, seperti wisata *glamour* yaitu *night club*, *beach club*, wisata yoga dan *wellness*, *Sport Tourism* dan lainnya sesuai dengan *trend* permintaan pariwisata. Meskipun demikian, wisatawan masih menunjukkan keinginan serta rasa tertarik untuk datang ke Canggu kembali, sebagaimana respon “baik” wisatawan ketika ditanyai Canggu masih menarik dan menyenangkan.

Tabel 2. Distribusi Skor Rata-Rata Persepsi Wisatawan (*guest*) terhadap Wisata Canggu

No	Indikator Variabel	Total Skor	Jml Res	Rata Skor	Ket.
A Persepsi wisatawan terhadap atraksi Wisata Canggu					
1	Saya rasa Komersialisme berlebihan telah mengubah daya tarik alami Canggu	281	93	3.022	Cukup
2	Saya rasa wisata Canggu masih Menarik dan menyenangkan saya	342	93	3.677	Baik
B Persepsi Fasilitas serta akomodasi wisata di Canggu					
1	Saya merasa sampah dan polusi yang dihasilkan dari aktivitas wisata telah merusak kebersihan dan kualitas lingkungan di kawasan Canggu	369	93	3.968	Baik
2	Saya rasa Canggu memiliki fasilitas dan Akomodasi yang saya inginkan	300	93	3.226	Cukup
C. Persepsi aksesibilitas ke daya tarik wisata di Canggu					
1	Saya rasa Jumlah wisatawan yang besar menyebabkan permintaan transportasi melebihi kapasitas	337	93	3.624	Baik
2	Saya sering mengalami kemacetan dan antrian yang panjang di berbagai titik di Canggu	370	93	3.978	Baik
D Persepsi wisatawan tentang SDM					
1	saya merasa di Canggu sering terjadi Konflik dan perselisihan antara wisatawan dan warga lokal sering terjadi karena perbedaan perilaku dan ekspektasi	324	93	3.484	Baik
2	Saya rasa Pegawai di Canggu baik dan profesional dalam memberikan pelayanan	284	93	3.054	Cukup
E Persepsi wisatawan tentang citra Kawasan wisata Canggu					
1	Saya rasa Canggu adalah destinasi yang favorit bagi wisatawan asing	330	93	3.548	Baik
2	Saya Senang untuk meminta teman lainnya untuk datang dan Berlibur Ke Canggu	341	93	3.667	Baik
F Persepsi wisatawan terhadap affordable harga					
1	Saya senang datang ke Canggu Karena Canggu Murah	380	93	4.086	Baik
2	Saya bisa mengabdikan banyak uang saya di Canggu	380	93	3.363	Cukup
				Total	42,696
				Rata-rata	3,558 Baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2024

Selanjutnya pada persepsi wisatawan (*guest*) terhadap fasilitas serta akomodasi wisata di Canggu yang diwakili oleh 2 (dua) pertanyaan, yaitu “Saya merasa sampah dan polusi yang dihasilkan dari aktivitas wisata telah merusak kebersihan

dan kualitas lingkungan di kawasan Canggü” dengan nilai responsi 3.968 (baik). Ini menandakan jika wisatawan sudah merasa gelisah yang diakibatkan oleh sampah dan polusi yang dihasilkan aktivitas wisata selama ini di Canggü. Iklim pariwisata di Canggü turut berimplikasi pada tingkat polusi, yaitu aspek limbah masih diyakini sebagai permasalahan pelik yang belum diatasi dengan baik terkait pembuangannya (Arimau et al., 2024). Selanjutnya respon wisatawan atas fasilitas dan Akomodasi di Canggü sesuai yang saya inginkan dengan respon 3.226 (cukup). Ini mungkin menunjukkan jika wisatawan tidak sepenuhnya setuju jika fasilitas dan akomodasi di Canggü sesuai dengan keinginannya. Ini bisa saja diakibatkan atas banyak jenis fasilitas dan akomodasi yang saat ini berkembang di Canggü, sehingga ini membuat wisatawan memiliki banyak informasi serta pilihan fasilitas dan akomodasi.

Persepsi wisatawan (*guest*) tentang aksesibilitas ke daya tarik wisata di Canggü yang menunjukkan respon yang baik atas dua pertanyaan (a) Saya rasa jumlah wisatawan yang besar menyebabkan permintaan transportasi melebihi kapasitas dengan nilai 3.624 dan (b) Saya sering mengalami kemacetan dan antrian yang panjang di berbagai titik di Canggü dengan nilai 3.978. Hasil ini menunjukkan bahwa persepsi wisata atas kemacetan yang terjadi di Canggü diakibatkan oleh meningkatnya permintaan transportasi ke canggü yang sudah *overload* (melebihi kapasitas). Wisatawan juga mayoritas memiliki persepsi yang sama atas situasi kemacetan yang terjadi di Canggü sering kali ditemukan hampir disetiap titik pada pusat aktivitas wisata di Canggü diantaranya (1) kawasan Pantai Batu Bolong, (2) Desa Batu Mejan, serta (3) Desa Berawa yang bisa menemukan macet berjam jam lamanya. ini sekaligus membenarkan bahwa persepsi “macet” kerap identik dengan nama Canggü ketika dilontarkan kepada tamu (*guest*). Jalan-jalan di Canggü identik dengan sempit dan tidak dirancang

untuk menampung kendaraan besar untuk publik transport, sehingga banyak wisatawan menggunakan kendaraan pribadi.

Selanjutnya persepsi wisatawan tentang Sumber Daya Manusia (SDM) dengan pertanyaan “saya merasa di Canggü sering terjadi konflik dan perselisihan antara wisatawan dan warga lokal sering terjadi karena perbedaan perilaku dan ekspektasi” dengan nilai 3.484 (baik). Artinya wisatawan terkadang memang mengalami perselisihan dengan masyarakat lokal. Hal ini termuat pada beberapa unggahan media sosial yang menyebutkan salah satu sumber perselisihan yang diakibatkan oleh ketidaksabaran dalam kemacetan, kelakukan turis yang membawa kendaraan secara ugal-ugalan (Arimau et al., 2024). Selanjutnya respon atas pertanyaan “Saya rasa Pegawai di Canggü baik dan profesional dalam memberikan pelayanan” dengan nilai 3.054 (cukup). Ini menunjukkan jikalau Canggü sebagai daya tarik wisata terkenal masih belum mampu memberikan pelayanan secara maksimal.

Persepsi wisatawan (*guest*) tentang citra kawasan wisata Canggü yang akan diukur dengan dua pertanyaan yaitu “Saya rasa Canggü adalah destinasi yang favorit bagi wisatawan asing” dengan nilai 3.548 (baik) dan “Saya Senang untuk meminta teman lainnya untuk datang dan Berlibur Ke Canggü” dengan nilai 3.667 (baik). Hasil tersebut sekaligus menunjukkan jika Canggü masih tetap menjadi primadona meskipun dengan hiruk pikuk kemacetannya. Hal ini tidak dipungkiri jika Canggü masih mampu menyediakan fasilitas hingga atraksi wisata yang dicari oleh wisatawan yaitu *beach club*, wisata glamournya. Selanjutnya persepsi wisatawan (*guest*) terhadap *affordable* harga wisata di Canggü yang dicerminkan pada 2 (dua) pertanyaan berikut yaitu: “Saya senang datang ke Canggü Karena Canggü Murah” dengan nilai 4.086 (baik) dan “Saya bisa menghabiskan banyak uang saya di Canggü dengan nilai 3.363 (cukup). Aspek harga ini juga menjadi salah satu daya tarik wisatawan ketika

ingin mengunjungi kawasan wisata Canggü. Canggü masih dianggap wisata dengan harga yang terjangkau dengan varian pilihan wisata, fasilitas hingga akomodasi yang bisa disesuaikan dengan kemampuan harga wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara.

c. Kawasan Wisata Canggü dalam interaksi *Host* dan *Guest* berdasarkan Teori *Irritation Index*

Hubungan antara masyarakat tuan rumah (*host*) dan wisatawan (*guest*) memang menarik untuk dikaji dalam perspektif pariwisata Canggü saat ini yang terkesan *overload*. Kawasan wisata Canggü yang berkembang pesat diantaranya (1) kawasan Pantai Batu Bolong, (2) Desa Batu Mejan, serta (3) Desa Berawa, Tibubeneng atas pertimbangan kepadatan serta sebaran usaha pariwisata seperti hotel, restoran, villa, bar, dan fasilitas lainnya yang terpusat pada tiga lokasi ini.

Untuk menentukan posisi kawasan wisata Canggü atas interaksi tersebut akan diuji melalui teori Doxey (1975) dalam (Pitana, 2005). Bahwa ambang toleransi dari masyarakat penerima wisatawan terhadap pengembangan pariwisata ditentukan oleh tingkat kerisauan atau kemungkinan hilangnya jati diri mereka. Persepsi/respon masyarakat (*host*) terhadap perkembangan sektor pariwisata di Kawasan wisata Canggü yang secara lebih spesifik mengkaji tentang interaksi dan hubungan antara wisatawan dan masyarakat lokal termasuk indikasi dampak yang telah dihasilkannya.

Dugaan bahwa terjadinya *overtourism* di Canggü menjadikan dikotomi masyarakat yang mengarah pada dualisme diantara senang sekaligus susah. Disatu sisi senang akan keberadaan pariwisata Canggü telah merubah taraf perekonomian masyarakat, namun disatu sisi lainnya dirasa perkembangan pariwisata Canggü begitu pesat disaat pembangunan akomodasi meningkat tidak dibarengi dengan pengadaan aksesibilitas yang ideal sehingga dirasa *overload* (Pratama et al.,

2023). Terjadinya pola penguasaan hingga perebutan ruang publik, maka dari itu penting untuk mengkaji fenomena tersebut dalam perspektif *overtourism* dan indeks iritasi yang terjadi. Apakah benar jika posisi kawasan wisata Canggü saat ini dengan tafsir (1) kawasan wisata canggü dipersepsikan yang dirasakan tetap *euphoria*; (2) Canggü dipersepsikan berada di posisi *aphaty*, (3) Canggü dipersepsikan berada di posisi *annoyance* dan atau (4) Canggü sudah dipersepsikan mengalami *antagonism*.

Kawasan wisata Canggü menunjukkan bahwa masyarakat lokal Canggü masih dikategorikan bersikap ramah terhadap wisatawan yang datang ke Canggü. Pada saat arus wisatawan semakin meningkat ke Canggü, masifnya pembangunan akomodasi yang teridentifikasi 479 akomodasi yaitu hotel, restoran, villa, dan bar. Terjadi kontak masyarakat setempat (*host*) dengan wisatawan (*guest*) berubah menjadi hubungan yang lebih formal dan cenderung bersifat komersial.

Semakin banyak prasarana serta sarana yang harus dibangun untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Termasuk masyarakat lokal Canggü selanjutnya turut terkooptasikan atas situasi tersebut. Hal ini ditandai munculnya akomodasi yang dibangun oleh masyarakat lokal seperti *homestay*, *guest house* maupun *hostel*. Diperkirakan 70% masyarakat lokal Canggü kini beralih profesi menjadi penyedia jasa transportasi, karyawan hotel dan restoran maupun pengelola penginapan yang menunjukkan jika masyarakat juga berhak mendapatkan manfaat langsung atas pariwisata sama seperti halnya para investor luar. Dalam keadaan demikian, warga masyarakat setempat tanpa sadar mulai bersikap apatis yang mengarah pada transaksional.

Gambar 3. Posisi Parwisata Cangggu pada tahapan *Aphaty*



Sumber: Hasil Penelitian, 2024

Masyarakat Cangggu yang memperoleh manfaat tentu akan memberikan tanggapan yang positif dan mendukung pengembangan pariwisata di Cangggu. Pada bab sebelumnya telah diukur pada enam aspek terhadap persepsi masyarakat lokal (*host*). Walaupun tetap ada Masyarakat yang kurang mendapatkan manfaat dari pariwisata yang memberikan persepsi negatif dan cenderung menentang dan bersikap apatis (*acuh tak acuh*) dengan adanya pengembangan pariwisata Cangggu. Demikian halnya pada persepsi wisatawan (*guest*) pada 6 aspek juga rata-rata memberikan persepsi yang cukup baik terhadap perkembangan Cangggu termasuk interaksi sosial yang terbentuk didalamnya. Sehingga pola ini menandakan bahwa terjadinya hubungan yang apatis diantara wisatawan (*guest*) dan tuan rumah (*host*) sebagai akumulasi atas gejala perkembangan pariwisata Cangggu.

KESIMPULAN

Perkembangan Cangggu yang pesat telah memposisikan masyarakat pada dualisme diantara senang sekaligus susah. Disatu sisi senang akan keberadaan pariwisata Cangggu telah merubah taraf perekonomian masyarakat. Disatu sisi lainnya dirasa perkembangan pariwisata Cangggu begitu pesat tidak dibarengi dengan pengadaan aksesibilitas tepat sehingga dirasa terjadi *overload* di (1) kawasan Pantai Batu Bolong, (2) Desa Batu Mejan, serta (3) Desa Berawa dengan kepadatan hotel, restoran, villa, *bar*, dan fasilitas lainnya. Sehingga pola ini menandakan bahwa terjadinya hubungan yang apatis diantara wisatawan (*guest*) dan tuan rumah (*host*) sebagai akumulasi atas gejala perkembangan pariwisata Cangggu.

Interaksi yang terbentuk adalah (1)

masyarakat Cangggu memperoleh manfaat tentu akan memberikan tanggapan yang positif dan mendukung pengembangan pariwisata di Cangggu telah diukur pada enam aspek terhadap persepsi masyarakat lokal (*host*). Walaupun tetap ada masyarakat yang kurang mendapatkan manfaat dari pariwisata yang memberikan persepsi negatif dan cenderung menentang dan bersikap apatis (*acuh tak acuh*) dengan adanya pengembangan pariwisata Cangggu. Demikian halnya pada (2) persepsi wisatawan (*guest*) pada enam aspek juga rata-rata memberikan persepsi yang cukup baik terhadap perkembangan cangggu termasuk interaksi sosial yang terbentuk di dalamnya. Sehingga pola ini menandakan bahwa terjadinya hubungan yang apatis diantara wisatawan (*guest*) dan tuan rumah (*host*) sebagai akumulasi atas gejala perkembangan pariwisata Cangggu.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhinata, B., & Sawitri, M. Y. (2022). Touristification and the changing of spaces for tourism in Cangggu Village. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11(3), 447–457.
- Arcana, K. T. P. (2016). Persepsi masyarakat lokal terhadap perkembangan akomodasi pariwisata studi kasus: Desa Adat Seminyak, Kecamatan Kuta Kabupaten Badung, Bali. *Analisis Pariwisata*, 16(1), 52–60.
- Arifin, Z. (2018). Interaksi wisatawan dengan masyarakat lokal di kawasan hutan *mangrove* di Desa Tongke-Tongke. *Jurnal Ilmiah Administrasita*, 9(1), 49–64.
- Arimau, M., Susanti, P. H., & Praminatih, G. A. (2024). Persepsi wisatawan terhadap problematika kemacetan di kawasan wisata Cangggu terhadap niat berkunjung kembali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata dan Bisnis*, 3(8), 1426–1434.
- Bellinda, N. P. W. N. B., & Kusuma, P. S. A. J. (2024). Pengaruh isu *overtourism*

- terhadap *sustainable tourism* yang ada di Bali. *Akuntansi*, 45, 5(2), 348-359.
- Hamel, V. A., Suryawan, D. K., & Suryana, I. N. M. (2023). Usaha penguraian kepadatan lalu lintas di Desa Tibubeneng, Kuta Utara. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(6), 12100–12105.
- Hanum, I., & Suryawan, I. B. (2018). Pengembangan potensi Pantai *Echo Beach* sebagai daya tarik wisata di Desa Canggung Kecamatan Kuta Utara. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 7–18.
- Kartika, I. M., Sujana, I. G., & Jehapu, A. (2020). Pengaruh perkembangan pariwisata terhadap perubahan alih fungsi lahan di Desa Canggung Kecamatan Kuta Utara Kabupaten Badung. *Widya Accarya*, 11(1), 51–62.
- Kurniasari, K. K. (2021). Pariwisata budaya berkelanjutan: Persepsi masyarakat lokal. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 62–74.
- Pitana, I. G., Putu G. G. (2005). *Sosiologi pariwisata: Kajian sosiologis terhadap struktur, sistem dan dampak-dampak pariwisata* (1st ed.). Andi.
- Prabawati, N. P. D. (2020). Desa Canggung, Bali sebuah *basecamp* bagi digital nomad? Identifikasi produk wisata berdasarkan 4 A (*Attraction, Amenity, Accessibility, Ancilliary*). *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 91–108.
- Pratama, A. R., Hindayani, P., Rosita, R., & Sukriah, E. (2023). Mapping the structure of tourist space in the North Bandung Conservatin Area. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 241–258.
- Pugra, I. W., Oka, I. M. D., & Suparta, I. K. (2021). Kolaborasi pentahelix untuk pengembangan desa timpag menuju desa wisata berbasis *green tourism*. *Bhakti Persada Jurnal Aplikasi IPTEKS*, 7(2), 111–120.
- Putra, D. P. K. E., Trimandala, N. A., & Panca, W. A. (2023). Peran partisipasi masyarakat dan lingkungan alam pada pengaruh ancillary service terhadap pemasaran wisata di Desa Liang Ndara, Kabupaten Manggarai Barat, Nusa Tenggara Timur. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 6(2), 211–226.
- Sari, R. J., Astuti, N. L. G. S. D., & Suarmana, I. W. R. (2023). Tipologi wisatawan millennial dalam implementasi digital nomad di kawasan wisata Canggung. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 393–400.
- Tunjungsari, K. R. (2018). Karakteristik dan persepsi wisatawan mancanegara di kawasan Sanur dan Canggung, Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 2(2), 108–121.
- Wahyundaria, D. A., & Sunarta, I. N. (2021). Identifikasi dampak perkembangan pariwisata terhadap lingkungan di Desa Canggung, Kecamatan Kuta Utara, Kabupaten Badung. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 9(1), 225–237.
- Widyastuti, N. K., Artana, I. N. R., & Edy, R. A. S. (2023). Resiliensi pelaku usaha pariwisata pada masa pandemi di kawasan objek wisata Canggung, Kabupaten Badung. *Widya Balina*, 8(1), 593–597.
- Wijayanti, D. E., Priyanto, M. W., Qomariyah, N., & Suprpti, I. (2024). The effect of products and services on the intention to revisit coastal tourism destinations in Madura Island. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 7(1), 41–54.