

## ABSTRAK

### **PENERAPAN KONSEP *COMMUNITY BASED TOURISM* DALAM PENGELOLAAN WISATA KULINER TRADISIONAL PASAR YOSOMULYO PELANGI KOTA METRO**

Oleh

**EMA DIYA YUSITA**

Setiap warga negara berhak mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak sebagaimana dijelaskan dalam Undang-Undang Dasar 1945 Pasal 27 ayat 2, sehingga negara memiliki kewajiban untuk mewujudkannya. Akan tetapi negara memiliki keterbatasan sehingga belum mampu menciptakan lapangan kerja untuk seluruh rakyatnya. Maka perlunya penciptaan lapangan kerja pada lingkungan masyarakat, salah satunya dapat melalui sektor pariwisata. *Community Based Tourism* (CBT) merupakan konsep yang menjadikan masyarakat sebagai pelaku utama dalam kegiatan pariwisata. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran pengelolaan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) di Pasar Yosomulyo Pelangi (Payungi) Kota Metro. Metode yang digunakan adalah kualitatif, dengan logika induktif. Teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan konsep CBT pada prinsip ekonomi berupa tercipta lapangan pekerjaan di sektor pariwisata dan timbulnya pendapatan masyarakat; prinsip sosial, adanya peningkatan kebanggaan komunitas; prinsip budaya, masyarakat menghormati budaya yang berbeda dalam kegiatan pariwisata; prinsip lingkungan, terdapat sistem pembuangan sampah yang ramah lingkungan; prinsip politik, terdapat partisipasi dari masyarakat lokal, namun Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Kelurahan Yosomulyo belum berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata di Payungi.

**Kata Kunci:** *Community Based Tourism* (CBT), Partisipasi Masyarakat.

## **ABSTRACT**

### **APPLICATION OF THE CONCEPT OF COMMUNITY BASED TOURISM IN MANAGEMENT OF TRADITIONAL CULINARY TOURISM IN YOSOMULYO PELANGI MARKET METRO CITY**

**By**

**EMA DIYA YUSITA**

Every citizen has the right to get a job and a decent living as described in the 1945 Constitution Article 27 paragraph 2, so that the state has an obligation to make it happen. But countries have limitations so that they have not been able to create jobs for all their people. So the need for job creation in the environment community, one of which can be through the tourism sector. Community Based Tourism (CBT) is a concept that makes the community as the main actor in tourism activities. This research aims to obtain an overview of Community Based Tourism management in Market Yosomulyo Pelangi (Payungi) Metro City. The method used is qualitative, with inductive logic. Data collection techniques in the form of observation, interviews, and documentation. The results showed that the application of the CBT concept to economic principles in the form of creating jobs in the tourism sector and the generation of community income; social principles, an increase in community pride; cultural principles, society respecting different cultures in tourism activities; principle environment, there is an environmentally friendly waste disposal system; principle politics, there is participation from the local community, but the Tourism Awareness Group Yosomulyo Village has not participated in tourism activities in Payungi.

**Keywords: Community Based Tourism, Society Participation.**