

PERENCANAAN PARIWISATA

**I Made Murdana
Ramdhan Kurniawan
Bambang Hengky Rainanto
Edy Soewandi
Tarida Marlin
Firman Syakri Pribadi
Tatang Rusata
Desy Misnawati
Abdurohim
Yulita Suryantari
Ni Wayan Marsha Satyarini**



GET PRESS INDONESIA

PERENCANAAN PARIWISATA

Penulis :

I Made Murdana
Ramdhan Kurniawan
Bambang Hengky Rainanto
Edy Soewandi
Tarida Marlin
Firman Syakri Pribadi
Tatang Rusata
Desy Misnawati
Abdurohim
Yulita Suryantari
Ni Wayan Marsha Satyarini

ISBN :

Editor : Diana Purnama Sari, S.E M.E

Penyunting : Tri Putri Wahyuni, S.Pd

Desain Sampul dan Tata Letak : Atyka Trianisa, S.Pd

Penerbit : GET PRESS INDONESIA

Anggota IKAPI No. 033/SBA/2022

Redaksi :

Jln. Palarik Air Pacah No 26 Kel. Air Pacah
Kec. Koto Tangah Kota Padang Sumatera Barat
Website : www.getpress.co.id
Email : adm.getpress@gmail.com

Cetakan pertama, Oktober 2023

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan
dengan cara apapun tanpa izin tertulis dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT dalam segala kesempatan. Sholawat beriring salam dan doa kita sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW. Alhamdulillah atas Rahmat dan Karunia-Nya penulis telah menyelesaikan Buku Perencanaan Pariwisata ini.

Buku ini membahas Definisi Pariwisata dan Perencanaan Pariwisata, Dimensi Pariwisata dan Sumber Daya Pariwisata, Sarana prasarana pariwisata, Wisatawan dan Kelembagaan Pariwisata, Sistem dan Pengelolaan Pariwisata serta dampak pariwisata, Isu-isu strategis dari pengelolaan Pariwisata, Konsep dan pendekatan dalam pariwisata, Cultural and Heritage, Ecotourism, Wisata Bahari, Strategi pengelolaan wisata bahari, Desa wisata.

Proses penulisan buku ini berhasil diselesaikan atas kerjasama tim penulis. Demi kualitas yang lebih baik dan kepuasan para pembaca, saran dan masukan yang membangun dari pembaca sangat kami harapkan.

Penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah mendukung dalam penyelesaian buku ini. Terutama pihak yang telah membantu terbitnya buku ini dan telah mempercayakan mendorong, dan menginisiasi terbitnya buku ini. Semoga buku ini dapat bermanfaat bagi masyarakat Indonesia.

Padang, Oktober 2023

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TEDEL.....	viii
BAB 1 DIFINISI PARIWISATA DAN PERENCANAAN PARIWISATA	1
1.1 Pendahuluan.....	1
1.2 Difinisi Pariwisata.....	2
1.3 Definisi Perencanaan Pariwisata.....	10
1.3.1 Definisi Perencanaan.....	10
1.3.2 Perencanaan Pariwisata.....	12
1.3.3 Proses Perencanaan Pariwisata	15
1.3.4 Level perencanaan pariwisata.....	17
1.4 Kesimpulan.....	21
DAFTAR PUSTAKA.....	22
BAB 2 DIMENSI PARIWISATA DAN SUMBER DAYA PARIWISATA	27
2.1 Manajemen Tujuan Pariwisata (<i>Brand Destination Management</i>).....	27
2.1.1 Nilai Tambah Pariwisata.....	28
2.1.2 Pemilihan Pariwisata Yang Cerdas (<i>Smart Tourism</i>)	30
2.2 Perkembangan Pariwisata Yang Cerdas (<i>Smart Tourism Development</i>)	32
2.2.1 Status Aplikasi Tambahan Teknologi Realitas di Bidang Pariwisata.....	34
2.2.2 Faktor Pengaruh Teknologi Realitas pada Pengalaman Turis.....	35

2.3 Dimensi dari Digital Marketing Sejarah Tradisi Pariwisata Di Indonesia (<i>Digital Marketing Dimension and International Virtual Heritage Tourism in Indonesia</i>)	36
2.4 Model Penerimaan Teknologi (<i>Technological Acceptance Model/ TAM</i>).....	38
2.5 Pariwisata Virtual (Virtual Tourism)	38
2.6 Kesimpulan	40
DAFTAR PUSTAKA.....	42
BAB 3 SARANA PRASARANA PARIWISATA	45
3.1 Pendahuluan	45
3.2 Pentingnya Sarana Prasarana Pariwisata	49
3.3 Perkembangan Sarana Prasarana Pariwisata Dunia	50
3.4 Perkembangan Sarana Prasarana Pariwisata Indonesia	52
3.4.1 Pertumbuhan Hotel di Indonesia	54
3.4.2 Perkembangan Jalan di Indonesia	65
3.4.3 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)	67
3.4.4 Bandara Udara	69
3.4.5 Perkembangan Lalu Lintas Penerbangan Dalam dan Luar Negeri.....	71
3.5.6 Perkembangan Pelabuhan	73
3.5.7 Perkembangan Komunikasi	74
DAFTAR PUSTAKA.....	76
BAB 4 WISATAWAN DAN KELEMBAGAAN PARIWISATA	79
4.1 Pendahuluan	79
4.2 Pengertian Wisatawan	80
4.3 Jenis – Jenis Wisatawan.....	82
4.4 Kelembagaan Pariwisata	84
DAFTAR PUSTAKA.....	91
BAB 5 SISTEM DAN PENGELOLAAN SERTA DAMPAK PARIWISATA	93
5.1 Pendahuluan	93

5.2 Sistem Pariwisata.....	94
5.2.1 Komponen-komponen utama dari sistem pariwisata	94
5.3 Pengelolaan Pariwisata	96
5.3.1 Aspek-aspek utama dari pengembangan dan pengelolaan pariwisata.....	97
5.4 Dampak Pariwisata	102
5.4.1 Dampak utama dari pariwisata.....	103
DAFTAR PUSTAKA	113
BAB 6 ISU ISU STRATEGIS PENGELOLAAN PARIWISATA.....	115
6.1 Pendahuluan.....	115
6.2 Isu Diversifikasi Produk Wisata	117
6.3 Isu Pengembangan infrastruktur pariwisata:	120
6.4 Peningkatan kualitas layanan	124
6.5 Promosi pariwisata yang efektif	125
6.6 Keberlanjutan pariwisata:.....	127
6.7 Pengembangan sumber daya manusia.....	129
6.8 Penggunaan teknologi dalam pariwisata.....	131
6.9 Overtourism	132
6.10 Penutup.....	134
DAFTAR PUSTAKA	136
BAB 7 KONSEP DAN PENDEKATAN DALAM PARIWISATA.....	139
7.1 Pendahuluan.....	139
7.2 Pengertian Konsep dan Pendekatan	139
7.2.1 Konsep-konsep dalam Pariwisata.....	140
7.3 Pendekatan Pariwisata	148
DAFTAR PUSTAKA	153
BAB 8 CULTURE AND HERITAGE.....	157
8.1 Pendahuluan.....	157
8.2 Konsep Culture dan Heritage	158

8.3 Modernisasi dan Globalisasi Dalam Perkembangan Culture Heritage	161
8.4 Upaya Pelestarian.....	162
8.5 Kesimpulan	165
DAFTAR PUSTAKA.....	167
BAB 9 ECOTOURISM	169
9.1 Pendahuluan	169
9.2 Evolusi Ekowisata	170
9.3 Definisi Konsep, dan Karakteristik Ekowisata.....	174
9.3.1 Definisi Ekowisata	174
9.3.2 Prinsip-Prinsip, Karakteristik, dan unsur Ekowisata	178
9.3.3 Ecotourism Management Strategies.....	183
9.4 Program, Perencanaan dan Manajemen Ekowisata.....	189
9.5 Simpulan	198
DAFTAR PUSTAKA.....	200
BAB 10 WISATA BAHARI.....	207
10.1 Eksplorasi Keindahan Wisata Bahari Indonesia	207
10.2 Tantangan dalam pengembangan wisata bahari ini.....	211
10.3 Kerjasama yang erat antara pemerintah, industri pariwisata, komunitas setempat.....	213
10.4 Memasarkan wisata bahari membutuhkan strategi yang berbeda untuk target pasar lokal dan internasional	215
10.5 Bersaing guna mengalahkan wisata bahari Hawaii dan Maladewa	219
10.6 Menggabungkan berbagai elemen dalam strategi yang terpadu dan berkesinambungan guna meningkatkan daya saing wisata bahari Indonesia di kancah internasional.....	222
DAFTAR PUSTAKA.....	225
BAB 11 STRATEGI PENGELOLAAN WISATA BAHARI	229
11.1 Pendahuluan.....	229

11.2 Wisata Bahari Indonesia	230
11.3 Strategi Pengelolaan Wisata Bahari	234
11.4 Tantangan Wisata Bahari di Indonesia	237
11.5 Penutup	240
DAFTAR PUSTAKA	242
BAB 12 PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN	
DESA WISATA	245
12.1 Pendahuluan	245
12.2 Konsep Desa Wisata	247
12.3 Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata	248
12.3.1 Perencanaan Desa Wisata	248
12.3.2 Pengembangan Desa Wisata	249
12.4 Konsep Desa Wisata Hijau	252
12.5 Desa Wisata Terbaik di Indonesia	253
DAFTAR PUSTAKA	258
BIODATA PENULIS	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. A conceptual framework of tourism	8
Gambar 3.1. Tipe Infrastruktur Pariwisata	48
Gambar 3.2. Komponen Infrastruktur Pariwisata	48
Gambar 3.3. Perkembangan Panjang Jalan di Indonesia Menurut Jenis Permukaan (km)	66
Gambar 3.4. Perkembangan Panjang Jalan di Indonesia Menurut Tingkat Kewenangan (km).....	67
Gambar 3.5. Klasifikasi Bandar Udara di Indonesia.....	70
Gambar 9.1. <i>key ecotourism management strategies</i> ,.....	184
Gambar 9.2. Planning Context for Protected Areas,.....	195
Gambar 9.3. Partisipan dalam proses perencanaan	198
Gambar 10.1. Geopark Indonesia	207
Gambar 10.2. Wisata Bahari di Pantai	209
Gambar 10.3. Wisata Bahari.....	217
Gambar 10.4. Tujuan Wisata Bahari di Amerika.....	219
Gambar 10.5. Daya dukung Wisata.....	224
Gambar 11.1. Salah satu keindahan bahari di Indonesia.....	230
Gambar 11.2 Keindahan bawah laut Bunaken Sulawesi	232
Gambar 11.3. Aktivitas Diving di Raja Ampat Papua	233
Gambar 11.4 Gotong royong membersihkan daerah sekitar pantai	239
Gambar 12.1. Desa Wisata Ketapanrame	254
Gambar 12.2. Desa Wisata Pulau Peyengat.....	254
Gambar 12.3. Desa Wisata Pulau Peyengat.....	255
Gambar 12.4. Desa Wisata Ngalanggeran	256
Gambar 12.5. Desa Wisata Tetebatu	257
Gambar 12.6. Desa Wisata Waerebo.....	257

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Klasifikasi Hotel Bintang	59
Tabel 3.2. Sepuluh (10) Provinsi dengan Jumlah Akomodasi Hotel Non-Bintang terbanyak di Indonesia beserta jumlah Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia	64
Tabel 3.3. Sepuluh (10) Provinsi dengan Jumlah Akomodasi Hotel Bintang terbanyak di Indonesia beserta jumlah Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia	65
Tabel 3.4. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)	68
Tabel 3.5. Lalu Lintas Penerbangan Dalam dan Luar Negeri	72
Tabel 3.6. Jumlah Pelabuhan Penyeberangan Di Indonesia (Pelabuhan)	74
Tabel 3.7. Sepuluh (10) Provinsi yang memiliki jumlah Desa/Kelurahan yang Menerima Sinyal Telepon Selular (Sinyal Kuat)	75
Tabel 11.1. Potensi kegiatan yang dapat dilakukan pada wisata bahari	233
Tabel 12.1. Jumlah Desa Wisata Per Kategori di Indonesia	246

BAB 1

DIFINISI PARIWISATA DAN PERENCANAAN PARIWISATA

Oleh I Made Murdana

1.1 Pendahuluan

Konsep pariwisata merupakan konsep perjalanan yang telah ada sejak peradaban kuno, dan berkembang pada abad pertengahan melalui perjalanan dengan tujuan spiritual keagamaan, dan ziarah (Murdana, 2023; Murdana et al., 2023; Nasrulah et al., 2023). Pergeseran dinamika bidang pariwisata dalam peradaban kontemporer hingga saat ini, diyakini memberikan dampak yang sangat luas dalam kebangkitan ekonomi dan pembangunan di negara-negara berkembang pada khususnya, dan seluruh dunia pada umumnya. Pariwisata menawarkan peluang besar bagi negara-negara yang mengadopsinya dalam menciptakan potensi lapangan kerja yang banyak, memperkuat dan menstabilkan perekonomian lokal, berkontribusi besar terhadap terbangunya infrastruktur serta sarana prasarana lokal yang layak. Pariwisata juga berperan membantu dalam pelestarian lingkungan alam yang alami (Murdana, 2020, 2019), aset budaya, dan tradisi{Citation}, serta mengurangi kemiskinan dan kesenjangan(Arida, 2020; Nasrulah et al., 2023).

Namun dalam perjalanan perkembangannya, konsep pariwisata menjadi topik-topik perdebatan dan diskusi-diskusi baik oleh peneliti dan akademisi maupun oleh praktisioner terkait ruang lingkup etimologi-nya. Fokus kajian dan telaah tentang kedalaman dan keluasan yang tercakup dalam definisi pariwisata,

jika dikaji dengan perkembangan *want* dan *need* wisatawan hingga saat ini. Hal ini dipandang memiliki urgensi yang signifikan dalam memastikan akurasi dan keterukuran konsep dan definisi pariwisata yang digunakan. Meski *United Nation World Tourism Organization (UNWTO)* telah memberikan penjabaran batasan-batasan definisinya. Namun kesan luasnya cakupan dalam definisi pariwisata menimbulkan ambiguitas konsepsi, sehingga dapat memediasi telaah prediktif dan estimasi-estimasi terkait dengan perencanaan pariwisata dimasa depan. Proses dan sistim perencanaan menjadi hal yang fundamental dalam memastikan pengembangan pariwisata berjalan sesuai dengan tujuan utamanya.

Meski dua konsep definisi dari perencanaan dan pariwisata, sebagai sesuatu yang tidak bisa dipisahkan, serta berhubungan erat diantara keduanya, namun fenomena dilapangan tidak jarang pariwisata berkembang tanpa melalui sebuah perencanaan. Akibatnya sangat berdampak secara signifikan baik kepada masyarakat, alam dan lingkungan setempat. Nah untuk lebih mendalami tentang kedua konsep ini, maka Bab 1 ini secara gamblang menjelaskan tentang definisi konsep, ruang lingkup dan cakupan dari masing-masing perencanaan dan pariwisata.

1.2 Definisi Pariwisata

Sebelum fokus pembahasan dalam tatanan konsep definisi sebuah bidang kajian, maka perlu memahami juga hal-hal yang terkait dengan landasan keilmuannya. Pariwisata juga dapat, mampu, dan berkaitan dengan filsafat ilmu yang mendasari keilmuan tersebut. Hal ini penting untuk mengetahui cikal bakal, relasi dan cakupan bidang ilmu pariwisata.

Filsafat ilmu sangat berguna untuk menerangkan dan mencari kejelasan konseptual terhadap bidang ilmu yang dikaji. Sedangkan pengertian dari ilmu mencakup suatu pengetahuan manusia yang tersusun secara konsisten dan memiliki kebenaran

yang teruji secara empiris. Dengan demikian, maka proses reflektif pikiran terhadap segala macam persoalan yang dapat dikaitkan berdasarkan pada landasan ilmu maupun hubungan ilmu yang melingkupi segala segi kehidupan manusia dapat dinyatakan sebagai filsafat ilmu.

Apakah ada hubungan antara Filsafat dan Pariwisata?. Filsafat dengan pariwisata, sangat memiliki hubungan. Hal ini dikarenakan bahwa, pariwisata merupakan hasil dari sebuah proses berpikir yang kritis dan radikal serta dilandasi oleh pertimbangan secara rasional sebagai akibat dari adanya rasa kaingin tauan atau penasaran. Hal tersebut berikutnya dapat dinyatakan bahwa, filsafat ilmu pariwisata merupakan proses refleksi berpikir secara rasional dan kritis serta radikal terhadap ilmu pariwisata. Dengan memenuhi kriteria berfikir kritis secara rasional tersebut maka, pariwisata termasuk dalam salah satu pengetahuan. Karena pariwisata dapat dikaji menggunakan pendekatan beberapa prasyarat yaitu ontologis, epistemologis, dan aksiologis yang menjadi dasar dalam filsafat ilmu pariwisata (Rai Utama, 2021; Djati et al., 2023; Singh et al., 2023).

Dimulai dengan pendekatan persyaratan yang pertama yaitu aspek Ontologi. Pendekatan aspek ontology bersumber dari dua suku kata meliputi ontos dan logos. Ontos mengandung arti sesuatu yang berwujud, sedangkan logos mengandung makna sebuah pengetahuan. Pendekatan Ontologi dari pariwisata dapat mengandung arti sebagai sebuah ilmu pengetahuan atau teori yang berwujud dan memiliki keberadaan yang dapat diamati. Karena subjek ilmu pengetahuan atau sains itu sendiri harus bersifat pengalaman atau eksperiensial serta mampu diamati melalui panca indera manusia. Objek Kajian otologi dibedakan atas dua yaitu objek material dan objek formal. Dua pendekatan objek inilah yang dijadikan dasar rujukan penelitian di bidang sains, senggga dapat dikatakan layak atau tidaknya ontologi ilmiah sebuah ilmu. Objek material meliputi objek yang dapat dilihat secara langsung maupun

abstrak, seperti fenomena-fenomena aktifitas pariwisata, transformasi sosial, lanskap alam, dan lainnya. Objek formal ontologi meliputi hakikat seluruh realitas, baik realitas tampil dalam kuantitas atau jumlah maupun realitas tampil melalui aliran-aliran materialisme, idealisme, naturalisme, atau hylomorphisme. Misalnya aktifitas pergerakan wisatawan dari tempat asal ke tujuan wisata mampu menimbulkan dan mempengaruhi berbagai fenomena. Pergerakannya tidak dapat dilihat secara langsung, namun bisa dipelajari dan dikaji. Secara tidak langsung melalui pendekatan kualitatif maupun kuantitatif, sehingga dapat mengetahui motivasi pergerakan wisatawan dan dampaknya, jumlah kunjungan, dan berbagai aktifitas wisatawan lainnya.

Pendekatan persyaratan kedua adalah pendekatan aspek aksiologo. Pendekatan aspek aksiologis mengandung makna sebagai cabang dari ilmu filsafat yang berfungsi dalam menjelaskan ilmu pariwisata terkait dengan orientasi atau nilai kehidupan. Hal ini dapat dijadikan sarana orientasi manusia dalam usahanya untuk menjawab semua pertanyaan. Aspek aksiologi pariwisata berguna untuk menentukan nilai guna atau manfaat suatu ilmu. Nilai Guna atau manfaat ilmu pengetahuan dibedakan menjadi dua yaitu secara teoritis dan praktis. Manfaat teoritis pariwisata untuk memperkaya dan menambah wawasan keilmuan pariwisata, keterampilan dan kearifan sebagai dasar pengembangan ilmu pariwisata. Manfaat praktis berguna secara actual dan prkatis yang dapat diterapkan atau dinilai untuk memangku kepentingan bidang pariwisata.

Pendekatan persyaratan ketiga yaitu melalui persyaratan epistemologis. Pendekatan ini yang bersumber dari bahasa Yunani yaitu *episteme* yang artinya pengetahuan, dan *logos* yang artinya pengetahuan (Surajiyo, 2010). Jadi, epistemologi mengandung makna ilmu yang berhubungan dengan ilmu dan cara memperolehnya. Epistemologi membahas tentang prosedur, teknik, atau prosedur memperoleh pengetahuan. Dalam

memenuhinya melalui tiga yaitu pendekatan yang digunakan, metodologi dan *research method*. Pendekatan yang digunakan, seperti pendekatan perspektif, teori dan konsep (ekonomi, sosial budaya), pendekatan perencanaan lingkungan dan sebagainya. Metodologi penelitian terbagi menjadi tiga, yaitu positivisme, interpretivisme, serta pragmatisme.

Bidang ilmu pariwisata adalah bidang ilmu yang memenuhi telaah filsafat ilmu, sehingga pariwisata menjadi ilmu pengetahuan dengan konsep yang lebih jelas. Dengan memenuhi ketiga persyaratan tersebut, pariwisata menjadi disiplin ilmu baru yang fenomenal. Ilmu pariwisata masuk dalam kelompok *social science*.

Selanjutnya sebagai sebuah bidang ilmu tentunya memiliki seperangkat persyaratan dan kriteria lainnya. Salah satunya adalah memiliki Batasan-batasan dan ruang lingkup ilmu. Definisi merupakan hal yang mandatori, yang menjadi Batasan-batasan konsep dari pariwisata. Secara harfiah definisi melalui pendekatan *ethimology* merupakan suatu Upaya untuk memberikan ruang dan batasan terhadap sesuatu yang dikehendaki seseorang untuk mentransformasikan kepada orang lain. Sedangkan pengertian definisi secara etimologi merupakan sesuatu yang menguraikan makna *lafaz kulli* yang menjelaskan karakteristik khusus pada diri individu. Idialnya definisi adalah *Jami' wa mani* (menyeluruh dan membatasi). Mengacu pada kaidah-kaidah tersebut, maka kata difinisi sangat sejalan dengan *definite* (membatasi) (Rai Utama, 2021, p. 37).

Pariwisata merupakan fenomena multidimensional yang belum memiliki definisi yang diterima secara universal, sebagai akibat dari kompleksitas aktifitas yang terkandung dan individualisme dari para wisatawan itu sendiri (Stainton, 2020). Namun perkembangan definisi pariwisata dapat dijelaskan dalam berbagai pendapat para ahli.

Definisi *United National World Tourism Organization* (UNWTO) (Page, 2019, p. 15; UN-WTO, 2019) memberikan batasan

difinisi yang memberikan gambaran yang umum dirujuk saat ini yaitu sebagai sebuah perpindahan, lama tinggal, dan dan tujuan dari pergerakan atau kunjungannya. Adapun penjelasan tersebut adalah “pariwisata adalah sebagai kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan biasanya, selama kunjungan tidak lebih dari satu tahun berturut-turut, dengan tujuan untuk bersantai, berbisnis, dan tujuan-tujuan lain yang tidak berkaitan dengan pelaksanaan kegiatan yang dibayar dari tempat yang dikunjunginya” atau dengan kata lain “Pariwisata mengacu pada aktivitas orang yang bepergian dan tinggal di tempat di luar lingkungan biasanya untuk bersantai, bisnis, atau tujuan lain, untuk jangka waktu terbatas. Hal ini melibatkan perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain, penyediaan layanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka, dan pengalaman budaya, bentang alam, dan atraksi yang berbeda”. Batasan konsep ini memungkinkan untuk mengidentifikasi pariwisata, baik pariwisata antar negara maupun pariwisata dalam suatu negara. Pariwisata yang dimaksud mengacu pada seluruh aktivitas yang ditimbulkan dari pergerakan pengunjung, maupun tourist (pengunjung yang bermalam).

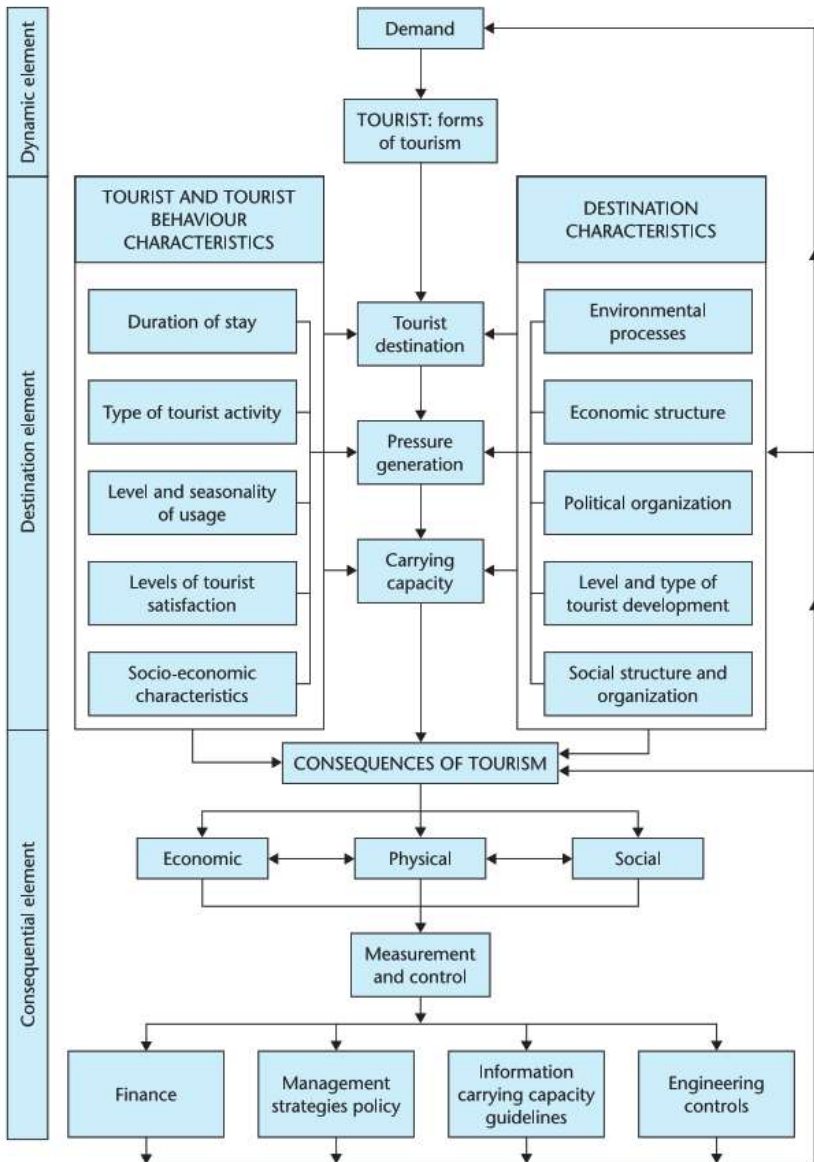
Perdebatan tentang batasan definisi pariwisata sebelumnya sangat terkait dengan komposisi yang menyusun definisi pariwisata tersebut. Frechtling (1976: 60) menguraikan empat kriteria dasar yang digunakan dalam rumusannya definisi pariwisata yaitu :

1. Tujuan dari perjalanan (*purpose of trip*)
2. Mode Transfortasi yang digunakan (*mode of transportation used*)
3. Lama tinggal (*length of stay*)
4. Jarak perjalanan (*distance travelled*)

Namun (Wall and Mathieson, 2006) memberikan penjelasan yang sebaliknya tidak memaksakan kerangka waktu,

hanya menyatakan bahwa seseorang harus melakukan perjalanan ke suatu tujuan untuk sementara. Mereka mempertegas bahwa pariwisata adalah sebuah fenomena multi-aspek yang melibatkan pergerakan ke dan tinggal di destinasi di luar tempat tinggal normalnya. Mereka juga merekomendasikan kerangka konseptual pariwisata yang disajikan pada Gambar 1.1. Kerangka kerja ini menekankan beberapa komponen utama pariwisata dan juga menempatkan konsekuensi pariwisata ke dalam konteks yang lebih luas. Menurutnya pariwisata terdiri dari tiga elemen dasar:

1. Elemen dinamis yang melibatkan keputusan untuk melakukan perjalanan ke suatu tujuan atau destinasi yang dipilih dengan berbagai faktor sosial, ekonomi dan kelembagaan yang mempengaruhi keputusan tersebut.
2. Tinggal di destinasi, melakukan interaksi dengan sistem ekonomi, lingkungan dan sosial di daerah tujuan.
3. Elemen konsekuensial, merupakan elemen yang dihasilkan dari dua komponen sebelumnya, yang berkaitan dengan dampak terhadap sub-sistem ekonomi, lingkungan dan sosial yang berhubungan langsung atau tidak langsung dengan wisatawan.



Gambar 1.1. A conceptual framework of tourism (Wall and Mathieson, 2006).

Gambar 1.1 memberikan gambaran sebaran dari elemen penyusun kerangka kerja pariwisata, beserta masing-masing sub-elemen didalamnya yang terkait dan saling mempengaruhi. Dinamik elemen tersusun atas dua sub elemen yang saling berhubungan yaitu adanya permintaan, wisatawan dan bentuk-bentuk pariwisata. Sedangkan *destination element* terdiri dari beberapa sub-elemen yang berhubungan dan mempengaruhi sub elemen lainnya yaitu karakteristik perilaku wisatawan dan pengunjung, Karakteristik destinasi, *tourist destination*, *pressure generation*, dan *carrying capacity*. Sub elemen karakteristik perilaku wisatawan dan pengunjung memiliki lima indikator (lama tinggal, aktifitas wisatawan, musim, tingkat kepuasan wisatawan, dan karakteristik socio-ekonomi) yang mempengaruhi empat sub elemen lainnya (*tourist destination*, tekanan yang timbul, *carrying capacity*, dan dampak pariwisata. Begitupula dengan sub-elemen karakteristik destinasi. Elemen konsekwensi memiliki Sembilan sub elemen yang berhubungan, mulai dari konsekwensi pariwisata yang dilihat dari tiga yaitu dampak ekonomi, physical, dan sosial. Ketiga dampak tersebut membutuhkan pengukuran dan control (*measurement and control*) yang dijabarkan dalam empat yaitu dari finansial, kebijakan manajemen strategic, informasi guideline carrying capacity, dan *engginering control*.

Sebelumnya (Leiper, 2004) telah mengungkapkan bahwa mendefinisikan pariwisata merupakan upaya yang sangat kompleks, serta mengusulkan tiga pendekatan yang dapat diambil. Pendekatan sikap tersebut adalah 1) sikap ekonomi berfokus pada pariwisata sebagai sebuah bisnis, 2) sikap teknis berfokus pada wisatawan untuk memberikan landasan bersama dalam mengumpulkan data, dan 3) sikap holistik mencakup seluruh esensi subjek yang ada.

Definisi pariwisata yang berkembang di Indonesia, dikemukakan oleh beberapa cendekia. Hasil batasan dari definisi pariwisata tersebut memiliki unsur kesamaan dan perbedaan

dengan yang telah dikemukakan. Menurut Undang Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Definisi dari pariwisata sebagai aktifitas perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan daya tarik wisata diluar tempat biasanya hidup dan juga kegiatan-kegiatan selama tinggal di suatu tempat tujuan wisata. Selain itu pariwisata juga merupakan kegiatan perpindahan untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Dari penjelasan tersebut dapat dikatakan bahwa pariwisata memiliki arti perjalanan dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata yang biasanya melewati daerah transit dengan menggunakan produk pariwisata di daerah tujuan wisata dan akan kembali menuju daerah asal (Negara Indonesia, 2009). (Pendit, 2006) memberikan batasa pariwisata sebagai sebuah aktifitas kegiatan orang-orang untuk sementara dalam jangka waktu pendek, ke tempat-tempat tujuan di luar tempat tinggalnya dan tempat bekerjanya, serta di luar kegiatan-kegiatan mereka, dan selama di tempat tujuan mempunyai berbagai maksud, termasuk kunjungan wisata. lebih lanjut.

1.3 Definisi Perencanaan Pariwisata

Dalam sub-bab ini menjelaskan tentang perspektif definisi perencanaan dan definisi perencanaan pariwisata. Perencanaan sebagai sebuah proses yang sistimatis dan dilakukan secara rasional.

1.3.1 Definisi Perencanaan

Beragai pendekatan dilakukan dalam memahami definisi dari perencanaan. Perencanaan adalah sebuah proses dalam mengorganisasikan pemahaman keadaan/kondisi disaat

perencanaan dibuat (saat ini) untuk menyusun persiapan proses masa depan dengan lebih baik dan terukur. Namun yang terpenting jawaban dari sebuah pertanyaan yang sangat sederhana yaitu apakah itu perencanaan ?. Dalam menjawab pertanyaan sederhana tersebut perlu pendekatan-pendekatan teoritis dan akademis agar lebih terstruktur.

Perencanaan diyakini sebagai sebuah kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok yang berorientasi pada masa depan. Dalam sebuah perencanaan tidak terbatas pada kelompok umur atau spesies khusus tertentu, akan tetapi sejatinya perencanaan itu sudah menyatu dalam jiwa kita. Penomena-penomena kekawatiran dan ketakutan terhadap perencanaan pada umumnya cenderung terjadi sebagai akibat adanya pengambilalihan dan pelanggaran hak milik masyarakat yang dapat menghambat pertumbuhan. Dalam beberapa kasus, perencanaan acap kali dipandang sangat tendensius, yang lebih mementingkan kepentingan orang-orang kaya, investor, dan atau penguasa, serta mengorbankan masyarakat tataran bawah (miskin). Setiap perencanaan selalu akan melibatkan formulasi sistem yang terstruktur dalam melakukan tindakan sesuai dengan perumusan urutan dalam mewujudkan situasi yang diinginkan, dan sesuai dengan simulasi urutan yang dibuat. Sedangkan *hierarchical planning* merupakan sebuah metode yang digunakan dalam membantu memandu sebuah proses pengambilan keputusan yang dilakukan, serta memungkinkan pembuatan komitmen bersama dalam menghilangkan rasa takut akan pencabutan. Perencanaan merupakan perpaduan kompleks antara produk teknis dan proses politik, serta melibatkan pemilihan alternatif terbaik yang tersedia untuk mencapai tujuan tertentu. Perencanaan dilandasi oleh pengembangan sistem yang cerdas, sehingga sedapat mungkin menghasilkan rencana melalui prosedur-prosedur yang formal, seperti pembuatan diagram pohon, dan yang lainnya. Perencanaan sebagai bagian perilaku cerdas dari pengetahuan untuk

menemukan tindakan yang tepat dalam mencapai suatu tujuan (Turner and Hulme, 1997; Brachman and Levesque, 2004; Benbelkacem et al., 2013; Ramasubramanian and Albrecht, 2018).

Perencanaan merupakan suatu proses pemikiran dan tindakan manusia yang didasarkan pada pemikiran yang rasional untuk masa depan (Chadwick and Chadwick, 1978). Definisi perencanaan juga disampaikan oleh Terry dan Franklin dalam bukunya prinsip-prinsip manajemen, bahwa perencanaan adalah pengelolaan fakta-fakta dan asumsi-asumsi mengenai masa yang akan datang dengan jalan merumuskan dan mengkonstruksi langkah-langkah kegiatan penting untuk mencapai hasil yang diinginkan (Terry and Franklin, 1994).

Dengan demikian maka perencanaan dapat di artikan sebagai suatu proses berpikir cerdas dan rasional untuk menentukan, mengestimasi, dan menetapkan ketercapaian tujuan dan sasaran pada masa yang akan datang melalui penetapan tahapan-tahapan yang yang sistimatis dan terukur dalam mencapainya.

1.3.2 Perencanaan Pariwisata

Destinasi pariwisata dikembangkan sudah barang tentu memiliki berbagai saran dan prasaran yang diprediksikan akan dibutuhkan oleh wisatawan selama berada dalam destinasi tersebut. Begitu pula sebaliknya, wisatawan sebelum melakukan kunjungan ke suatu tempat destinasi membutuhkan serangkaian informasi yang berguna yang menjelaskan tentang kelengkapan dan pemenuhan kebutuhan yang diperlukan di destinasi tersebut. Keputusan berkunjung wisatawan sangat tergantung dari seberapa besar komponen *want* dan *need* nya terpenuhi di destinasi yang akan dikunjungi. Sehingga sangat dibutuhkan sebuah perencanaan strategic dalam mengembangkan destinasi wisata.

Salah satu mekanisme perencanaan pariwisata yang populer adalah 'perencanaan strategis'. Perencanaan strategis

pariwisata adalah suatu proses yang bertujuan untuk mengoptimalkan manfaat pariwisata sehingga menghasilkan keseimbangan antara kualitas dan kuantitas pasokan dengan tingkat permintaan yang tepat, tanpa mengorbankan perkembangan sosio-ekonomi dan lingkungan setempat serta perkembangannya. Setiap langkah mengenai perencanaan strategis pariwisata harus mempertimbangkan faktor ekonomi, lingkungan hidup dan sosial budaya serta hubungannya dengan tujuan dan sasaran pariwisata berkelanjutan secara keseluruhan. Dengan demikian, perencanaan strategis pariwisata adalah kerangka kerja yang dirancang untuk memberikan arahan bagi organisasi atau destinasi pariwisata mana pun, dan menekankan kualitas, efisiensi, dan efektivitas dalam mencapai tujuan perencanaan (Edgell, 2008).

Perencanaan pariwisata adalah proses menentukan sumber daya, program, dan aktivitas terbaik dalam mempertimbangkan kebutuhan individu maupun kelompok orang yang merencanakan perjalanan wisata. Tujuan dari perencanaan pariwisata sepenuhnya ditujukan bagi penduduk lokal, pelaku usaha di lokasi tersebut, serta wisatawan yang berwisata ke destinasi tersebut. Proses perencanaan pariwisata mulai dari menetapkan tujuan, mengidentifikasi tindakan, menganalisis dan menerapkan rencana yang mendukung pariwisata dan kebijakannya. Hal ini mencakup berbagai dimensi seperti sosial, ekonomi dan lingkungan. Perencanaan sebagai langkah pertama dan terpenting dari setiap destinasi untuk menjadi daya tarik bagi para wisatawan. Jika kita membahas perencanaan, maka bisa diartikan sebagai suatu proses memikirkan terhadap kegiatan dan gagasan tertentu untuk memenuhi dan mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Dalam perencanaan pariwisata mengadopsi dan mengikuti proses dasar, konsep dan pendekatan yang sama seperti perencanaan pada umumnya. Bedanya hanya disesuaikan dengan karakteristik dan kekhususan sistem pariwisata (Sharma, 2021).

Dalam perencanaan konseptual ada berbagai langkah yang terlibat antara lain

1. *Statement of Objectives*
2. *Site selection*
3. *Requirement of various facilities*
4. *Supplementary attractions*
5. *Allocation and control of land use*
6. *Budget*
7. *Legislative requirements* (Inskeep, 1991; Sharma, 2021)

Ada beberapa dampak yang dapat ditimbulkan dari perencanaan destinasi pariwisata. Dampak tersebut dapat dibagi atas tujuh meliputi;

1. Dampak Ekonomi
2. Dampak lingkungan dan ekologi
3. Sosial dan budaya
4. Kerumunan dan kemacetan
5. Pelayanan
6. Pajak
7. Perilaku komonitas Masyarakat

Sedangkan pendekatan dalam kebijakan dan perencanaan pariwisata dapat di jabarkan dalam enam pendekatan. Pendekatan ini dikenal dengan “the six golden standard” (Chadwick, 1978; Inskeep, 1991; Sharma, 2021).

1. Berorientasi pada tujuan (*goal oriented*). Perencanaan Pariwisata harus berorientasi pada pencapaian tujuan nasional dan masyarakat secara luas.
2. Integratif. Perencanaan harus mengintegrasikan kebijakan perencanaan pariwisata ke dalam perekonomian, penggunaan lahan dan infrastruktur, konservasi, dan perencanaan lingkungan secara lebih sistimatis.

3. Dorongan Pasar (market driven). Perencanaan berdasarkan pada pertumbuhan pariwisata dan isu-isu pasar internasional.
4. Berbasis Sumber Daya. Pendekatan perencanaan dalam pengembangan pariwisata yang memanfaatkan keunggulan yang melekat pada lokasi, sambil melestarikan dan meningkatkan keaslian dan sumber daya pariwisata yang ada.
5. Konsultatif. Pendekatan perencanaan dengan mempertimbangkan sikap, kebutuhan, dan keinginan masyarakat yang lebih luas untuk menentukan apa yang akan diterima oleh masyarakat.
6. Sistematis. Pendekatan perencanaan dengan memanfaatkan informasi primer atau sekunder untuk mendukung perencanaan secara konseptual yang prediktif, dan menggabungkan pengetahuan dari lokasi wisata lainnya.

1.3.3 Proses Perencanaan Pariwisata

Proses perencanaan dapat dijabarkan menjadi beberapa tahapan proses menurut (Sharma, 2021; Thakur, 2021);

1. Pengenalan dan persiapan studi (*study recognition and preparation*). Tahap pertama dalam proses perencanaan dikaitkan dengan pengakuan akan kebutuhan strategi dalam meningkatkan keunggulan kompetitif untuk berkontribusi pada pertumbuhan jangka panjang. Kelangsungannya tergantung pada anggaran yang tersedia dan sejumlah faktor lainnya, studi-studi juga mungkin direncanakan untuk dilakukan pada tingkat lokal, regional ataupun nasional.
2. Penetapan sasaran atau sasaran strategi (*setting of objectives or goals for the strategy*): Sasaran dan sasaran perlu dirumuskan berdasarkan prinsip SMART, yang

merupakan singkatan dari *specific, measurable, achievable, realistic* dan *time-bound*.

3. Survei data yang ada (*survey of existing data*): Penelitian sekunder dengan melakukan survey data dilakukan melalui berdasarkan pada analisis informasi yang relevan dari berbagai sumber-sumber informasi pariwisata, surat kabar, majalah, buku, dan materi terbitan online dan offline lainnya. Semua jenis data yang dibutuhkan dikumpulkan termasuk didalamnya terkait dengan pola perilaku wisatawan, ketersediaan dan kualitas akomodasi, dampak lingkungan hidup, dan dampak sosial budaya kemasyarakatan. Survey yang dilakukan harus mencakup ketiga arah yaitu keadaan actual saat ini, proyeksi dinamika perubahan permasalahan yang terjadi, dan panduan umum prinsip-prinsip pemantauan di masa depan.
4. Penerapan survei baru (*implementation of new surveys*): Survei baru dilakukan untuk memperoleh data baru dan/atau dalam mengisi kesenjangan informasi terkait industri pariwisata. Survei dapat dilakukan melalui kuesioner atau wawancara online atau offline. Survey harus dilakukan terhadap responden dari daerah yang akan dijadikan lokus sasaran destinasi pariwisata.
5. Analisis data sekunder dan primer (*analysis of secondary and primary data*): Presentasi data primer dapat dilakukandengan mempresentasikan dalam bentuk diagramataupun yang lainnya. Sebaliknya, dalam wawancara, dapat dilakukan denga deep interview untuk menggali kedalam dan keluasan informasi yang didapatkan dan menganalisis secara kritis pola-pola ini. Penting untuk menganalisis data sekunder dan primer secara terpadu.
6. Perumusan kebijakan dan rencana awal (*initial policy and plan formulation*): Sebagai tahap selanjutnya dalam proses

perencanaan, hasil analisis data primer dan sekunder dapat menentukan pengambil keputusan untuk mengembangkan kebijakan awal dan merumuskan rencana awal.

7. Rekomendasi (*recommendations*): Serangkaian rekomendasi dapat dikembangkan sebagai hasil dari perumusan kebijakan awal dan rencana awal.
8. Implementasi (*implementation*): Masukan dan rekomendasi oleh para eksekutif tingkat strategis yang dianggap masuk akal dan layak dapat diimplementasikan dalam praktik.
9. Pemantauan dan perumusan ulang rencana (*monitoring and plan reformulation*): Tahap terakhir dari proses perencanaan melibatkan pemantauan dari lingkungan internal dan khususnya eksternal dalam implementasi rencana, sehingga dapat dilakukan perumusan ulang strategi jika hal itu dibutuhkan.

1.3.4 Level perencanaan pariwisata

Dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, aspek perencanaan dapat dilihat dari beberapa level perencanaan yang dilakukan. Kebijakan perencanaan pariwisata terjadi pada beberapa tingkatan. Hal ini dapat dijelaskan secara detail dengan pendekatan top-down, dengan badan-badan internasional, nasional, atau dengan pendekatan bottom-up yang dilaksanakan pada tingkat lokal. Adapun beberapa level perencanaan pariwisata adalah;

1. Internasional level. Di tingkat internasional, perencanaan pariwisata tipikalnya berkaitan dengan hal-hal berikut:
 - a. Pelayanan transportasi internasional
 - b. Pergerakan dan arus wisatawan di berbagai negara juga mempengaruhi dinamika program tour internasional.

- c. Difersifikasi dan pengembangan atraksi dan fasilitas pariwisata utama di negara-negara terdekat
- d. Program strategi pemasaran dan promosi melibatkan Sebagian atau seluruh negara.

Beberapa organisasi internasional yang terlibat dalam level perencanaan internasional adalah sebagai berikut

- a. UNWTO - *United Nations World Tourism Organisation*.
- b. UNWTO - *United Nations World Tourism Organisation*
- c. UNWTO - *United Nations World Tourism Organisation*
- d. WWF - *World Wildlife Fund*
- e. PATA - *Pacific Asia Travel Association*
- f. CTO - *Caribbean Tourism Organisation*
- g. TCSP - *Tourism Council of the South Pacific*
- h. SCDT - *Sub Committee on tourism*
- i. ASEAN - *Association of South East Asian Nations*
- j. TCU - *Tourism Coordination Unit*
- k. SADCC - *South African Development Coordination Conference*
- l. OECD - *Organisation for Economic Cooperation and development*

2. Nasional Level. Dalam perencanaan pariwisata level nasional berlangsung dibawah pengawasan dan perlindungan negara bersangkutan. Namun direkomendasikan sedapat mungkin melibatkan pihak swasta, sektor publik dan juga memperhatikan opini masyarakat agar perencanaan dapat dilakukan dengan lebih baik dan dampaknya dapat dihasilkan lebih banyak. Perencanaan level nasional mencakup beberapa elemen penting yaitu;

- a. Mendefinisikan kebijakan pariwisata dan tujuannya

- b. Menetapkan berbagai standar pelayanan yang diperlukan untuk berbagai komponen industri pariwisata
 - c. Pelayanan akomodasi yang berbeda-beda beserta kualitas, jumlah dan jenisnya serta fasilitas dan pelayanan lain yang dibutuhkan oleh wisatawan.
 - d. Pembentukan sistem informasi pariwisata
 - e. Memelihara dan membangun jalur-jalur wisata utama dalam negeri serta keterhubungannya dengan berbagai daerah
 - f. Struktur organisasi pariwisata, perpajakan, peraturan perundang-undangan dan kebijakan investasi
 - g. Mengembangkan dan melaksanakan program pemasaran, promosi, penelitian dan legislasi pariwisata
 - h. Pengembangan sumber daya manusia, program pendidikan dan pelatihan
 - i. Standar pengembangan dan desain fasilitas
 - j. Pertimbangan dan mengurangi dampak negatif pariwisata terhadap kondisi sosial budaya, lingkungan dan ekonomi.
 - k. Menerapkan teknik dan program pembangunan tingkat nasional yang mencakup strategi pembangunan jangka panjang dan jangka pendek serta program proyek
 - l. Penelitian dan memahami dampak dari pariwisata
3. Regional Level. Dalam Level perencanaan pariwisata di suatu wilayah suatu negara, diperlukan perencanaan kewilayahan dari suatu negara. Kewilayahan tersebut dapat berupa negara bagian, provinsi, atau wilayah pariwisata (seperti gugusan pulau atau kawasan khusus). Pemerintah daerah memegang peranan penting dalam

perencanaan kewilayahan. Beberapa unsur yang menjadi fokus perencanaan wilayah adalah sebagai berikut:

- a. Membuat kebijakan daerah
- b. Memfasilitasi akses regional dan jaringan internal sarana dan pelayanan transportasi
- c. Penentuan jenis lokasi objek wisata.
- d. Menentukan jumlah, lokasi dan jenis akomodasi wisata serta fasilitas dan pelayanan lainnya bagi wisatawan
- e. Pertimbangan dan analisis dampak pertimbangan lingkungan, sosial budaya dan ekonomi tingkat regional
- f. Mengembangkan program pendidikan dan pelatihan tingkat daerah
- g. Mengembangkan program pemasaran dan promosi
- h. Merupakan struktur organisasi, peraturan perundang-undangan, perpajakan, peraturan dan kebijakan penanaman modal
- i. Pembentukan teknik pelaksanaan yang dapat mencakup proyek pemrograman dan peraturan daerah

4. Level Destinasi. Perencanaan level destinasi dilaksanakan berdasarkan pada aspek kebutuhan dari suatu negara, selain perencanaan level regional. Pada perencanaan level destinasi pelaksanaan rencana pengembangan bahkan lebih detail. Level perencanaan ini disebut perencanaan destinasi atau zonal. Perencanaan tingkat destinasi difokuskan pada pengembangan atraksi-atraksi besarwisata dan beragam yang mempunyai potensi untuk menarik berbagai jenis segmen wisatawan. Misalnya, fokus utamanya adalah mengembangkan destinasi yang berisi atraksi yang dapat menarik wisatawan, tidak hanya pelancong rekreasi tetapi juga pelancong riset atau pelancong bisnis.

5. **Site Level Planning.** Level perencanaan yang paling populer dewasa ini adalah perencanaan level lokasi. Berbagai pihak menaruh perhatian dalam ikut terlibat dalam level perencanaan ini, mulai dari pemerintahan, pemilik swasta dan organisasi nirlaba. Dalam level ini perencanaan berorientasi untuk membangun atraksi untuk menarik wisatawan dalam skala kecil. Potensi peningkatan lapangan kerja lokal dominan terjadi. Perencanaan level lokasi merupakan rencana investasi satu kali.

1.4 Kesimpulan

Dalam pengembangan pariwisata aspek perencanaan sangat mutlak harus dilakukan. Perencanaan merupakan hal yang mandatori dalam memaksimalkan dampak, efisiensi dan efektifitas pencapaian tujuan pembangunan pariwisata. Elemen masyarakat lokal menjadi hal yang menjadi perhatian lebih besar dalam implementasi perencanaan (Murdana, 2020), sehingga marginalisasi masyarakat tidak terjadi, dan Pembangunan dapat berjalan dengan sempurna. Perencanaan sebagai sebuah proses yang sistematis dan terstruktur dalam memprediksikan masa depan melalui kerangka kerja yang bertahap. Perencanaan pariwisata mengadopsi aspek-aspek perencanaan pada umumnya, hanya saja dituangkan dalam kasus pariwisata. Logikanya setiap pengembangan pariwisata harus melalui mekanisme perencanaan, namun kenyataan dilapangan perkembangan pariwisata terjadi secara parsial, sehingga tanpa melalui perencanaan. Hal ini menjadi penting mendapatkan perhatian semua orang dalam menyikapi fenomena tumbuhnya potensi-potensi destinasi pariwisata baru dimasa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Arida, I.N.S., 2020. Buku Ajar: Pariwisata Berkelanjutan, Buku Ajar. ed. Sustain-Press, https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/27853e1951c3f72a0e6e8a0be2a9ed30.pdf.
- Benbelkacem, S., Atmani, B., Benamina, M., 2013. Planning Based on Classification by Induction Graph, in: Computer Science & Information Technology (CS & IT). Presented at the Second International Conference on Advanced Information Technologies and Applications, Academy & Industry Research Collaboration Center (AIRCC), pp. 285–294. <https://doi.org/10.5121/csit.2013.3823>
- Brachman, R.J., Levesque, H.J., 2004. Planning, in: Knowledge Representation and Reasoning. Elsevier, pp. 305–325. <https://doi.org/10.1016/B978-155860932-7/50100-X>
- Chadwick, G., 1978. A systems view of planning, 2. ed. ed, Urban and regional planning series. Pergamon Press, Oxford u.a.
- Chadwick, George F., Chadwick, George Fletcher, 1978. A systems view of planning: towards a theory of the urban and regional planning process, 2d ed. ed, Pergamon international library of science, technology, engineering, and social studies. Pergamon Press, Oxford New York.
- Djati, S.P., Permata, A., Suyanto, B., Derizal, Octarina, D., Soeswoyo, D.M., Lasut, F.M.O., Gandhiwati, H.T., Jeffry, Haryono, J., Julita, Yulius, K.G., Gurning, L.R.M., Achmadi, M., Pramanik, P.D., A, R.I.P., Brian, R., W, T.L., Dewantara, Y.F., 2023. Pengantar Filsafat Pariwisata. PT.Scifintech Andrew Wijaya.
- Edgell, D.L. (Ed.), 2008. Tourism policy and planning: yesterday, today and tomorrow / David L. Edgell, Sr., ... [et al.]. Butterworth-Heinemann, Amsterdam.

- Inskeep, E., 1991. Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, VNR tourism and commercial recreation series. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Leiper, N., 2004. Tourism management, 3. ed., [Nachdr.]. ed. Pearson Education Australia, Frenchs Forest, NSW.
- Murdana, I.M., 2023. Sejarah Pariwisata, in: Pengantar Perjalanan Pariwisata. PT. Global Eksekutif Teknologi, Padang, Indonesia, pp. 1–38. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8367209>
- Murdana, I.M., 2020. Community Involvement and Participation for Sustainable Tourism: A Case Study in Gili Trawangan Post-earthquake, in: SPECIAL ISSUE Langkawi Tourism and Hospitality International Conference (LTHIC 2020), 3. Presented at the Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism APIJHT, Taylor's University Sdn Bhd, HIBRID, p. 527.
- Murdana, I.M., 2019. KREATIF ECOTOURISM KUNCI KEBERLANJUTAN PARIWISATA PULAU: STUDI KASUS KEPULAUAN GILI MATRA, in: Road to Recovery: Strengthening Stakeholders' Spirit to Develop Sustainable Tourism. Presented at the The First Sustainable Tourism National Seminar Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram, Unit Penerbitan Sekolah Tinggi Pariwisata mataram, Mataram, p. 587.
- Murdana, I.M., Hardianti, Sari, D.W., Kurniasari, K.K., Pribadi, F.S., Hidayah, A.N., Hanafiah, A., 2023. Pengantar Perjalanan Pariwisata. Get Press Indonesia, Padang Sumatra Barat.
- Nasrulah, Murdana, I.M., Simarmata, M.M., Lisa, N.P., Noviana, L., Sonder, I.W., Yulianie, F., Iswahyudi, Kadir, I., Fitriyani, E., Soesilowati, Hanggraito, A.A., Pratiwi, I.I., Mistriani, N., 2023. Pariwisata Berkelanjutan. Yayasan Kita Menulis Indonesia, Makasar Indonesia.

- Negara Indonesia, R., 2009. Undang-Undang No.10 Tahun 2009: Kepariwisata.
- Page, S., 2019. *Tourism management*, Sixth Edition. ed. Routledge, New York.
- Pendit, N.S., 2006. *Ilmu pariwisata: sebuah pengantar perdana*. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Rai Utama, I.G.B., 2021. *Filsafat Ilmu Dan Logika Manajemen Dan Pariwisata*. Deepublish.
- Ramasubramanian, L., Albrecht, J., 2018. Planning as Storytelling, in: *Essential Methods for Planning Practitioners*, The Urban Book Series. Springer International Publishing, Cham, pp. 1–13. https://doi.org/10.1007/978-3-319-68041-5_1
- Sharma, S., 2021. *Concept and Impacts of Tourism*. Indira Gandhi National Open University, India.
- Singh, T., Butler, R., Fennell, D.A. (Eds.), 2023. *Tourism as a pathway to hope and happiness*, Aspects of tourism. Channel View Publications, Jackson.
- Stainton, H., 2020. Types of tourism: A Glossary. Tour. Teach. URL <http://box5493.temp.domains/~touritb5/types-of-tourism-glossary/> (accessed 5.3.21).
- Surajiyo, 2010. *Filsafat Ilmu Dan Perkembangannya di Indonesia*, Cetakan kelima. ed. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Terry, G.R., Franklin, S.G., 1994. *Principles of Management*, 17th ed. A.I.T.B.S. Publishers.
- Thakur, A.S., 2021. Tourism Planning, in: *Concept and Impacts of Tourism*. Indira Gandhi National Open University, India, pp. 219–235.
- Turner, M., Hulme, D., 1997. Planning for Development: The Solution or the Problem?, in: *Governance, Administration and Development*. Macmillan Education UK, London, pp. 132–150. https://doi.org/10.1007/978-1-349-25675-4_6

- UN-WTO (Ed.), 2019. UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT. World Tourism Organization (UNWTO). <https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Wall, G., Mathieson, A., 2006. Tourism: change, impacts, and opportunities, 2nd ed. ed. Pearson Prentice Hall, Harlow, England ; New York.

BAB 2

DIMENSI PARIWISATA DAN SUMBER DAYA PARIWISATA

Oleh Ramdhan Kurniawan

2.1 Manajemen Tujuan Pariwisata (*Brand Destination Management*)

Daerah bersaing secara global satu sama lain untuk menarik investor dan turis dan mereka juga cenderung menjual diri cara yang sangat mirip. Dengan demikian, memanfaatkan tujuan pada gambar saja mungkin tidak cukup untuk mendapatkan keunggulan kompetitif. Tempat, wilayah, dan negara semuanya memiliki karakteristik yang berbeda (Caldwell & Freire, 2004), dan juga memiliki identitas, kesadaran, kualitas dan loyalitas. Ciri-ciri tersebut adalah unik dan menciptakan merek destinasi. Manajemen tujuan merek telah menjadi keharusan dalam a sektor yang sangat kompetitif (Pike & Page, 2014). Turis tujuan, dengan atribut berwujud dan tidak berwujud, mengintegrasikan pemain yang berbeda, dan menggabungkan sumber daya yang berbeda. Sebuah penelitian empiris yang luas telah difokuskan pada citra destinasi (misalnya; Prebensen, 2007). Sementara itu, penelitian tentang branding destinasi wisata semakin berkembang, menambah sejumlah penelitian yang mengeksplorasi faktor lainnya, bukan citra (Konecnik, 2006; Boo, Busser Baloglu, 2009; Pike, Bianchi, Kerr and Patti, 2010). Meskipun banyak penelitian yang dilakukan, hanya beberapa dalam konteks non-Eropa menganalisis tujuan branding di pulau-pulau kecil. Mengingat pariwisata itu kepulauan kecil mencakup perubahan signifikan dalam paradigma pariwisata, dari kedua perspektif permintaan

dan penawaran, tampaknya relevan untuk fokus pada branding destinasi. Madeira dianggap sebagai tujuan “dewasa”, yang sumber pendapatan utamanya bergantung pada pariwisata (Oliveira and Pereira, 2008). Terbatas sejumlah penelitian (Machado, 2010) telah menyelidiki Nilai Madeira sebagai destinasi, tapi belum ada yang menilai kepulauan dari perspektif ekuitas merek berbasis pelanggan.

2.1.1 Nilai Tambah Pariwisata

Pendekatan tradisional industri pariwisata mungkin tidak dapat dilakukan untuk menarik wisatawan cukup untuk menghidupkan kembali perekonomian (Gautam et al., 2016), karena tentu menghadapi banyak tantangan (Muthuraman dan Al Hazi, 2019), seperti rentan terhadap peristiwa eksternal. Acara yang melibatkan kondisi perubahan demografis, politik dan ekonomi, masalah kesehatan dan keselamatan, masalah lingkungan, perubahan cuaca/musim (Pierce, 2016), sebagai contoh dampak pada skenario virus corona pandemi saat ini. Selain itu, tren ke arah penggunaan teknologi yang lebih besar dalam pariwisata, suatu keadaan yang bahkan didorong oleh pandemic itu sendiri (Fong et al., 2021). Dan itu telah menyediakan serangkaian mutasi dalam dinamika dan struktur global produksi dan konsumsi tujuan wisata, seperti peningkatan persaingan di pasar wisata (Şchiopu et al., 2016) dan perubahan perilaku wisatawan (Gajdošík, 2018). Mempertimbangkan semua dinamika kompleks yang dihadapi oleh sektor ini dan dampak teknologi yang disoroti, Jasrotia dan Gangotia (2018) menyatakan bahwa perlu menjadi pintar untuk bertahan hidup di industri pariwisata. Adopsi teknologi pada sektor pariwisata itu sendiri dianggap sebagai langkah pertama dalam migrasi dari industri pariwisata tradisional menjadi industri pariwisata cerdas (Hassannia et al., 2019). Dengan demikian, kemajuan teknologi mengubah sumber daya pariwisata menjadi sumber daya pariwisata cerdas (Shafiee et al., 2019). Pariwisata yang cerdas, antara lain, menjanjikan yang baru cara

mengelola arus turis, layanan yang lebih baik, model iklan baru (Gretzel et al., 2016) dan usaha kolaboratif baru berdasarkan layanan cloud dan data terbuka (Xiang dan Fesenmaier, 2017). Bertujuan untuk berinovasi di luar batas industri tradisional (Gretzel et al., 2016), meningkatkan daya saing bisnis (Buhalis dan Leung, 2018), meningkatkan efisiensi operasional dan mengurangi biaya bisnis (Li et al., 2017), dan mengembangkan turis pengalaman (Gretzel et al., 2015a). Dalam konteks ini, pariwisata cerdas, di semua tingkatannya, menerima meningkatnya minat di sektor itu sendiri dan di dunia akademis (Lim et al., 2019). Namun, seiring meningkatnya perhatian terhadap pariwisata cerdas (Ye et al., 2020), juga menjadi lebih jelas semua kebutuhan yang dapat dibenahi agar pendekatan tersebut benar-benar memberdayakan pariwisata dan yang tertarik, karena dipahami masih berada di garis depan pengembangan dan pemahaman penuh cerdas ini pariwisata (Gretzel dan Scarpino-Johns, 2018). Baik di dunia akademis, di mana, bahkan literatur tentang pariwisata cerdas tumbuh (Ghaderi et al., 2018) dan meskipun demikian kualitas tinggi dari beberapa studi, ada laporan kekurangan penelitian, baik konseptual maupun empiris, untuk lebih baik memahami fenomena tersebut (Wang et al., 2016), atau menganalisis konsep smart tourism dari segi teknis (Bosnjak et al., 2017). Sementara teknologi dan pendekatan baru untuk pengumpulan, pengelolaan data dan berbagi adalah langkah penting dalam menerapkan pariwisata cerdas, mereka tidak memberikan secara penuh gambaran tentang apa yang dicakupnya (Gretzel et al., 2015a). Xiang dkk. (2015) melengkapi dengan memaparkan bahwa, terkadang, smart tourism disalahpahami sebagai sesuatu yang sangat terkait dengan adopsi dan penggunaan teknologi dalam penawaran wisata atau mempertimbangkan teknologi sebagai satu-satunya pendorong tujuan inovasi. Sebaliknya, harus disadari bahwa era pariwisata cerdas tidak yang disebut standarisasi integrasi industri pariwisata dengan teknologi wisata tradisional

dan sederhana, melainkan fokus pada pengembangan masa depan, promosi nilai dan strategi pengembangan (Yong dan Hui-Ying, 2013). Pariwisata cerdas harus dilihat sebagai mentalitas atau filosofi pengembangan pariwisata dan manajemen, dengan implikasi yang lebih besar untuk tata kelola dan orientasi strategis destinasi wisata (Gretzel, 2018). Dari situasi ini, yang mempertimbangkan potensi dan kebutuhan ilmiah dan pasar dalam pengembangan pariwisata cerdas, kesempatan muncul untuk melakukan penelitian yang sistematis di terkait produksi ilmiah, untuk menyoroti dimensi yang mendukungnya, dan perilaku mereka dari waktu ke waktu. Dimensi itu mewakili aspek tertentu dari konsep, atau pengelompokan karakteristik umum, atribut atau perilaku dari konsep itu (Babbie, 2010). Dengan dimensi ini dipetakan, ada sebuah pemahaman bahwa proyek pariwisata cerdas dapat memiliki referensi komprehensif (berjalan dengan, tetapi di luar teknologi, untuk contoh) untuk menentukan arah yang lebih tegas dan mendapatkan lebih banyak hasil konkret.

2.1.2 Pemilihan Pariwisata Yang Cerdas (*Smart Tourism*)

Gagasan pariwisata cerdas berawal pada tahun 2000-an (Xiaojing, 2017), berdasarkan dua referensi utama: kota pintar (Khan et al., 2017), dan e-tourism (Bulti et al., 2019). Kota pintar dipandang sebagai jawaban atas berbagai kendala dihasilkan dari globalisasi dan pertumbuhan penduduk, yang memaksa kota untuk menemukan solusi cerdas untuk mengelola masalah ini (Jasrotia dan Gangotia, 2018); mewakili pusat pengetahuan yang mengelola informasi, teknologi dan inovasi, berusaha untuk mencapai pengelolaan yang efisien, pembangunan berkelanjutan dan kualitas hidup penduduk lebih baik (Caragliu et al., 2011). Untuk ini, itu mencakup berbagai industri, seperti pariwisata (Guo et al., 2014), paling tidak karena sektor ini menopang sumber pendapatan bagi banyak kota (Taaffe, 2014). Dan jika dikaitkan dengan pariwisata, terlihat bahwa kota pintar itu erat kaitannya dengan smart tourism

(Khan et al., 2017), yang merupakan bagian penting dari pilar yang mendasari konsep mereka (Matos et al., 2019), dan itu berkontribusi pada perkembangannya (Wise dan Heidari, 2019). Begitu juga dengan dimensi smart city juga bisa mewakili faktor pengembangan untuk pariwisata cerdas (Savic dan Pavlovic, 2018). Namun, sementara kota pintar memprioritaskan penghuninya, pariwisata pintar terutama ditujukan untuk pengunjung / turis (Cizel dan Ajanovic, 2019), menghadapi ekosistem yang jauh lebih dinamis, di mana warga sendiri bisa menjadi produsen pengalaman, dengan

permintaan musiman untuk infrastruktur, pemasok berasal dari sektor yang berbeda dan melampaui cakupan kota (Gretzel, 2018). Di sisi lain, e-tourism atau wisata elektronik dipandang sebagai pendahulu smart tourism (Bulti et al., 2019). Menjadi etourisme didefinisikan oleh Kazandzhieva dan Santana (2019) sebagai proses digitalisasi semua fungsi manajerial dan bisnis, layanan dan tahapan rantai nilai sistem pariwisata untuk meningkatkan efisiensi dalam interaksi antar wisatawan perusahaan, konsumen dan sektor publik, sehingga tercapai keberlanjutan yang kompetitif. Menurut Femenia-Serra et al. (2019), bagaimanapun, sementara etourism memungkinkan penciptaan jaringan untuk pertukaran informasi dan hubungan antara perusahaan dan koneksi digital, smart tourism memfasilitasi integrasi dan koneksi infrastruktur digital dengan tujuan infrastruktur fisik. Dengan kata lain, tidak seperti e-tourism yang perkembangannya telah dan terus didorong terutama oleh kepentingan komersial, pariwisata cerdas tergantung pada koordinasi dan kemitraan publik-swasta (Gretzel dan Scarpino-Johns, 2018). Dari hubungan ini dengan e-tourism dan teknologi, mengamati bahwa pariwisata cerdas muncul dalam konteks kemajuan revolusioner dalam infrastruktur komunikasi dan teknologi digital interaktif berdasarkan revolusi cerdas (Yoo, 2012), tetapi juga mempertimbangkan faktor-faktor lain bersama-

sama dan di luar teknologi ini. Faktor itu, didukung oleh referensi-referensi yang memunculkan pariwisata cerdas, memandu evolusinya dan perkembangan konstan.

2.2 Perkembangan Pariwisata Yang Cerdas (*Smart Tourism Development*)

Ada berbagai cara di mana istilah pintar digunakan (Belandar, 2008). Dimulai dengan kemungkinan penggunaan "pintar" atau "cerdas". Tapi, secara umum, pintar itu terkait dengan kemampuan untuk memahami dan memecahkan masalah dengan menggunakan pengetahuan, data dan informasi (Vargas-Sánchez, 2016). Komponen fundamental lain dari kecerdasan, menurut Jasrotia dan Gangotia (2018), adalah teknologinya. Adanya perkembangan ekonomi dan sosial melalui sensor, besar data, data terbuka, bentuk baru konektivitas dan pertukaran informasi melalui internet of things, antara lain manfaat, dan yang membantu mengkarakterisasi apa itu pintar (Gretzel et al., 2015a). Di dalam faktanya, smart mendapatkan popularitas luar biasa setelah diterapkan menggambarkan karakteristik dan atribut teknologi tertentu (Mehraliyev et al., 2020). Namun, Perfetto dan Vargas-Sánchez (2018) juga berpendapat demikian sebagian besar Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) diterapkan dalam pendekatan cerdas sudah ada dan, oleh karena itu, memang demikian tidak begitu banyak kemajuan teknologi individu, tetapi interkoneksi, sinkronisasi dan gabungan penggunaan yang berbeda teknologi yang membentuk kecerdasan. Apalagi inisiatif pintar tidak hanya menyiratkan perubahan teknologi, tetapi juga investasi dalam modal manusia dan perubahan dalam praktek dan kondisi kehidupan perkotaan (Neirotti et al., 2014). Jadi, dalam konteks pariwisata, kecerdasan menyiratkan kecepatan, nyaman dan murah bagi wisatawan, serta efisien, efektif, produktif dan kreatif untuk bisnis dalam hal pasokan dan konsumsi produk dan jasa pariwisata, melalui jaringan kerjasama perusahaan dalam

pertukaran data dan informasi di antara mereka atau dengan institusi yang ingin dicapai tujuan bersama (Koo et al., 2017). Masih fokus pada pariwisata, Wang et al. (2016) melaporkan bahwa penelitian dilakukan di berbagai bidang yang melibatkan cerdas, seperti, misalnya tentang aplikasi smartphone untuk pariwisata; di hotel pintar, memeriksa penggunaan teknologi informasi dalam industri perhotelan dan resolusi pemasaran digital; tentang panduan cerdas, yang menjelaskan penerapan informasi berbasis konteks untuk pemandu wisata yang cerdas; diantara yang lain. Dalam skenario ini, pariwisata cerdas telah menjadi mode istilah, banyak digunakan oleh para peneliti dan profesional dari berbagai disiplin ilmu (Gretzel et al., 2015a). Namun berbeda peneliti juga menjelaskan beberapa kekurangan yang terkait dengan konseptualisasinya. Seperti Park et al. (2016) dan Li et al. (2017), yang menyoroti hal itu di sana masih banyak kebingungan tentang konsep dalam penelitian akademik, di lingkungan perusahaan dan di sektor pemerintah, karena luas rentang makna yang digunakan. Salah satu kemungkinan penyebab tidak tercapainya mufakat pada konsep smart tourism terletak pada kenyataan bahwa istilah "pariwisata cerdas" juga sering digunakan sebagai sinonimnya, meskipun ada adalah perbedaan antara kedua kata tersebut (Xiaojing, 2017). Dimana Li et al. (2017) menjelaskan bahwa perbedaan antara cerdas dan cerdas jelas, dengan yang pertama berfokus pada antisipasi kebutuhan dan hasil teknologi bagi manusia, sedangkan yang kedua adalah berdasarkan kemanfaatan dasar pengetahuan dan informasi, dan dalam ruang lingkup teknologi sebagai proses atau sarana. Pariwisata cerdas juga dikaitkan dengan "kebijaksanaan wisata" menunjukkan bahwa keduanya adalah hal yang sama, seperti yang terlihat pada Wu (2020). Itu

penulis juga mencantumkan pariwisata cerdas sebagai hal yang identik dengan

pariwisata cerdas (Wu, 2020). Seluruh panorama ini menyoroti tantangan bidang studi yang terlibat dan, di sisi lain, mengungkapkan peluang bagi penelitian untuk mengkonsolidasikan yang efektif literatur dari setiap konsep, seperti dalam kasus wisata cerdas, yang mana merupakan fokus dari pekerjaan ini. Pariwisata cerdas yang memiliki teori dan operasionalisasi praktis melalui berbagai pendekatan.

2.2.1 Status Aplikasi Tambahan Teknologi Realitas di Bidang Pariwisata

Ini terutama mencakup penelitian dan budaya tampilan aplikasi pariwisata. Ada dua kategori tampilan penelitian, salah satunya adalah pengenalan dan penaklukan teknologi tampilan tambahan. Sebagian besar domestik dan penelitian asing fokus pada contoh spesifik untuk dipelajari kesulitan teknis tampilan tambahan. Dari perspektif pengembang teknis, menyadari pentingnya pengalaman proyek, Nissin (2015) mengusulkan sistem AR baru tanpa tanda berdasarkan yang baru algoritma, yang mengatasi keterbatasan dari sistem penandaan asli. Sistem ini meningkatkan wisatawan pengalaman di lingkungan nyata dengan menambahkan animasi, suara, musik dan elemen lainnya. Shi Lu Yun (2018) melapiskan adegan virtual dan kartu pos nyata teknologi augmented reality dan platform unity3D, yang mencerminkan ciri budaya lokal di cara digital dan mempromosikan interaksi antara turis dan tempat-tempat indah [2]. Yang lainnya adalah riset teoretis. Melalui perhitungan yang relevan rumus data umpan balik yang dikumpulkan, peran tampilan di bidang penelitiannya diperoleh, dan hasilnya sebagian besar positif. Penelitian teoritis tentang tampilan di Cina terutama berfokus pada proses deskripsi proyek tampilan AR digabungkan dengan contoh, serta penelitian tentang AR terkait karakteristik. Tampilan AR juga dijelaskan melalui beberapa analisis kasus tampilan AR yang relevan.

Penelitian teknologi augmented reality di wisata budaya terutama tercermin sebagai berikut aspek: penerapan teknologi dalam perlindungan sumber daya wisata budaya secara digital, pemanfaatan tampilan digital produk wisata, pengembangan dan penerapan sistem produk wisata budaya berbasis Teknologi dan nilai aplikasi teknologi dalam wisata budaya. Misalnya, Yao Jingpin (2017) menerapkan teknologi *augmented reality* pada restorasi situs Museum Istana Ming di Nanjing. Dia percaya bahwa peran teknologi augmented reality dalam perlindungan budaya dan restorasi situs akan menjadi tren di masa depan. Wu Yi Yun (2018) membangun sistem produk wisata budaya berdasarkan teknologi augmented reality. Zheng et al. (2021) merancang wisata budaya desa adat produk digital dengan teknologi *augmented reality*.

2.2.2 Faktor Pengaruh Teknologi Realitas pada Pengalaman Turis

Ada perbedaan pendapat tentang pengaruhnya faktor teknologi AR dalam pengalaman wisatawan di Cina dengan berbagai perspektif penelitian. Li Zhi (2013)

percaya bahwa produk pariwisata augmented reality dapat menyediakan wisatawan dengan persepsi lingkungan yang lebih baik dan kegiatan interaktif, memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan keuntungan pengalaman dalam aspek emosional, estetika, kognitif. Zhou Bo et al. (2017) percaya bahwa kegunaan dan kenyamanan teknologi bagi wisatawan berdampak pada sikap wisatawan terhadap penggunaan teknologi, yang akan mempengaruhi kemauan mereka untuk menggunakan augmented reality produk pariwisata, sehingga lebih lanjut merangsang niat wisata wisatawan. Taman dan Stangl (2020) menganalisis respon wisatawan terhadap augmented aplikasi realitas dari aspek pengalaman (kemudahan penggunaan, kegunaan dan kesenangan), aliran (kontrol, perhatian dan rasa ingin tahu), manfaat yang dirasakan (fungsi, simbol dan manfaat pengalaman), kualitas

informasi, interaktivitas dan sikap. Mereka berpikir bahwa layanan yang dipersonalisasi harus dikembangkan untuk memberikan informasi dan desain untuk sistem augmented reality untuk membuat aplikasi augmented reality sesuai dengan kebutuhan yang berbeda dari pencari sensasi. Melalui ringkasan, ditemukan bahwa ulama lebih memperhatikan efek teknologi di bidang pariwisata, mengembangkan produk wisata baru, dan apakah wisatawan bersedia menerima dan menggunakan produk pariwisata. Namun, penelitian tentang dimensi pengalaman turis dan dampaknya dari pariwisata proyek masih sangat terbatas.

2.3 Dimensi dari Digital Marketing Sejarah Tradisi Pariwisata Di Indonesia (Digital Marketing Dimension and International Virtual Heritage Tourism in Indonesia)

Masyarakat internasional mengakui bahwa peran sektor pariwisata kini semakin besar penting sejalan dengan perkembangan dan kontribusinya melalui perolehan devisa, daerah pendapatan, pembangunan daerah, serta dalam penyerapan investasi dan tenaga kerja, serta dunia usaha pembangunan di suatu negara (Soulard, McGehee, & Stern, 2019). Hal ini membuat banyak negara mencoba memperkuat industri sektor pariwisata dengan berbagai strategi untuk mendapatkan keunggulan kompetitif (Shafiee et al., 2019). Perkembangan sektor pariwisata di Indonesia pada tahun 2019 mengalami peningkatan yang cukup signifikan dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Sektor pariwisata nasional pada tahun 2019, mampu menjadi salah satu yang terbesar penyumbang PDB dengan nilai devisa lebih dari Rp. 280 triliun, menyerap tenaga kerja hingga 12,6 juta orang dan mendatangkan 20 juta wisman (Sukmadewi, Putra, dan Suardana, 2019). Tak heran jika daya saing pariwisata Indonesia menduduki peringkat ke-9 dunia, nomor 3 di Asia dan nomor 1 di Asia

Tenggara. Destinasi wisata merupakan kunci untuk meningkatkan produktivitas pariwisata (Liu & Wu, 2019). Sebelumnya penelitian menunjukkan perbandingan pengaruh produktivitas berbagai sektor pariwisata terhadap pembangunan ekonomi (Blake, Sinclair, & Soria, 2006). Selain itu, pemerintah Indonesia berharap agar sektor pariwisata dapat menjadi mesin penggerak perekonomian sehingga dapat memberikan kontribusi bagi kesejahteraan masyarakat (Abdillah, 2017). Sektor pariwisata sangat penting bagi banyak negara karena itu membentuk rantai produksi besar yang melibatkan banyak pelaku usaha dari berbagai sektor industri. Bahkan jumlah total kegiatan langsung dan tidak langsung yang berinteraksi dalam industri pariwisata membentuk sistem yang besar dengan sub sistem yang berbeda (Chim-Miki & Batista-Canino, 2017). Pariwisata mempengaruhi pertumbuhan ekonomi sehingga pengembangan pariwisata harus dilakukan agar dapat memberikan kontribusi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Data ukuran pasar untuk perangkat lunak dan perangkat keras realitas virtual konsumen memperkirakan kenaikan sebesar US\$ 5,1 miliar pada tahun 2023 (Santamaria dan Filis, 2019). Namun, di awal tahun 2020 ini, pandemi Covid-19 melanda dunia termasuk di Indonesia yang berdampak signifikan pada berbagai sektor penting seperti politik, ekonomi, pariwisata, sosial, dan budaya (Hanoatubun, 2020). Penerapan social dan physical distancing yang dilaksanakan oleh pemerintah di berbagai negara telah memberikan dampak yang luar biasa. Tidak hanya berdampak pada pengusaha pariwisata, wisatawan juga terpaksa menahan diri untuk tidak melakukan kegiatan wisata guna pengendalian penyebaran virus ini yang pada akhirnya berdampak buruk bagi pariwisata global karena berkurangnya jumlah wisatawan mancanegara (Sigala, 2020). Tentu saja konsep pariwisata dapat memanfaatkan dukungan strategis yang ditawarkan oleh kemajuan informasi dan komunikasi teknologi di era industri 4.0 ini (Çakmak, Lie, dan McCabe, 2018). Misalnya

konsep tentang pariwisata berbasis teknologi sudah mulai bermunculan dalam bentuk technopark dan wisata edukasi yang telah menjadi primadona baru dalam dunia pariwisata.

2.4 Model Penerimaan Teknologi (*Technological Acceptance Model/ TAM*)

Technology Acceptance Model (TAM) pertama kali dikemukakan oleh Davis (1989) yang merupakan hasil pengembangan dari *Theory of Reasoned Action* (TRA) yang sebelumnya telah dikembangkan oleh Fishbein & Ajzen pada tahun 1975. TAM merupakan ilmu yang mempelajari bagaimana pengguna dapat menerima (atau bahkan menolak) suatu teknologi yang menjelaskan bagaimana pengaruh antara sikap, keyakinan dan sistem akhir (Davis, 1989). Atau dengan kata lain, TAM merupakan suatu metode yang dapat digunakan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi teknologi baru yang diperkenalkan atau yang akan digunakan. Tujuan TAM adalah untuk mengevaluasi bagaimana dampak karakteristik sistem terhadap keinginan konsumen (Lee et al., 2010). TAM memiliki dua faktor penting, yaitu *Perceived Ease-of-Use* (PEOU) yang menyiratkan bagaimana penggunaan teknologi membuat hidup pengguna lebih mudah dan *Perceived Usefulness* (PU) yang menyiratkan bagaimana menggunakan teknologi untuk memaksimalkan kinerja hidup mereka (Davis, Bagozzi, & Warshaw, 1989).

2.5 Pariwisata Virtual (*Virtual Tourism*)

Pariwisata virtual adalah kombinasi antara realitas virtual dan teknologi augmented reality mampu menghadirkan pengalaman mengunjungi objek wisata melalui media teknologi digital tanpa wisatawan harus menghadiri lokasi (Nayyar *et al.*, 2018; Ozdemir, 2021). Wisata virtual bisa berdampak positif berdampak pada lingkungan alam objek wisata karena wisatawan

tidak bersentuhan langsung dengan objek wisata tersebut panorama, lebih murah, dan memberi peluang bagi wisatawan untuk melakukan apa saja di dunia pariwisata virtual. Konsekuensi dalam wisata virtual adalah tidak dapat dijangkau oleh semua wisatawan karena minimnya teknologi, tidak memberikan peningkatan langsung bagi kawasan wisata kecuali yang telah bekerjasama dengan penyedia wisata virtual. Dalam rangka mendukung penyelenggaraan MICE (*Meeting, Incentive, Convention and Exhibition*) industri dalam negeri dan di sisi lain dampak pandemi Covid-19, situs warisan dunia di Indonesia dapat lebih dieksplorasi dengan mengadakan wisata virtual atau virtual event yang berlokasi di tempat-tempat wisata yang ada situs warisan dunia. Situs warisan dunia adalah tempat budaya dan alam, serta benda-benda yang dimilikinya makna bagi umat manusia dan menjadi warisan bagi generasi selanjutnya (UNESCO, 2020). Situs warisan dunia di Indonesia yang dapat dikembangkan dan dieksplorasi melalui wisata virtual antara lain Candi Borobudur, Candi Prambanan, Taman Nasional Komodo, Taman Nasional Hutan Hujan Sumatera, Taman Nasional Lorentz, dan Taman Nasional Ujung Kulon. Seperti yang sudah dijelaskan, situs warisan dunia di Indonesia bisa lebih dieksplorasi dengan menggelarinya pariwisata secara virtual atau acara virtual dengan membuat konten tentang objek wisata, termasuk tur ke objek tersebut atraksi. Konten tersebut dapat diakses secara gratis dengan fitur terbatas. Jika ingin pengunjung virtual lengkap isinya, mereka harus membayar tiket (online) seolah-olah masuk objek wisata langsung. Salah satu Situs heritage di Indonesia yang dapat dijadikan wisata virtual adalah Taman Nasional Pulau Komodo. Itu adanya tur virtual akan memungkinkan pengunjung untuk menjelajahi semua tempat di pulau tanpa khawatir keamanan mereka saat berhubungan dekat dengan komodo. Teknologi digital mungkin semakin menjadi pusat kehidupan sosial dan ekonomi (McGuigan dan Murdock, 2015). 10 tahun terakhir atau lebih telah

menyaksikan perubahan besar dalam cara barang digital dipertukarkan antara pembeli dan penjual (Ghazawneh dan Henfridsson, 2015). Jadi, pemasaran digital adalah diperlukan untuk mendukung pertukaran barang-barang tersebut. Digital marketing adalah kegiatan pemasaran suatu brand atau produk dengan menggunakan media digital atau internet. Kartajaya, Kotler, dan Hooi (2019) mengungkapkan bahwa pemasaran digital merupakan bagian dari komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sendiri merupakan sarana yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan konsumen — secara langsung atau tidak langsung — tentang produk dan merek yang mereka jual. Dimensi digital

pemasaran terdiri dari desain situs web, pemasaran media sosial, optimisasi mesin pencari, email pemasaran, dan pemasaran afiliasi (Premnath, 2021). Efek dari dimensi ini adalah untuk menyediakan kemudahan bagi wisatawan untuk memperoleh pengetahuan destinasi online dan keaslian destinasi online. Pengetahuan destinasi online adalah pengetahuan yang didapatkan pengunjung secara online di destinasi wisata tertentu (Antonio, Correia, dan Ribeiro, 2020). Sedangkan keaslian destinasi online sudah jelas dan detail deskripsi masing-masing sisi tujuan wisata (Khan dan Fatma, 2021). Penelitian sebelumnya memprediksi pengaruh antara memperoleh pengetahuan tujuan online dan keaslian tujuan online pada pariwisata virtual (Han dan Jung, 2018; Artha, Hadi, & Sari, 2020, Atzeni, Del-Chiappa, dan Mei-Pung, 2022).

2.6 Kesimpulan

Hiburan dalam pariwisata merupakan lokasi dimana pengunjung dapat merasakan kebahagiaan dan kesenangan dengan melakukan kegiatan hiburan seperti pertunjukan musik, pertunjukan sulap, komedi, olahraga, dan taman bermain (Besciu, 2013). Dalam hal wisata virtual, peran fantasi seseorang untuk

merasakan hiburan sangatlah penting. Fantasi disimulasikan oleh tur virtual yang mereka ikuti dengan objek gambar dan suara (Hossain et al., 2022).

Hiburan memiliki pengaruh yang erat dalam merangsang wisatawan untuk melakukan wisata virtual sehingga unsur hiburan tercapai. Penelitian sebelumnya membahas bagaimana hiburan mampu menjadi sebuah elemen pendorong dalam keinginan untuk menggunakan pariwisata digital (Mondal & Samaddar, 2020). Namun, itu perlu untuk melihat bagaimana hal itu secara langsung mempengaruhi niat wisatawan dalam pariwisata virtual di Indonesia. Berdasarkan studi literatur membahas kenikmatan virtual (Disztinger, Schlögl, & Groth, 2017; Tussyadiah et al., 2018) bisa jadi menyimpulkan bahwa kenikmatan merupakan aspek penting dalam pengalaman wisata virtual yang mampu menghadirkan sebuah unsur kesenangan. Namun, perlu dilihat bagaimana hal itu secara langsung mempengaruhi niat wisatawan dalam wisata virtual di Indonesia. Kenikmatan adalah tingkat kepuasan, ketertarikan seseorang dalam menikmati penggunaan media, dalam konteksnya penelitian ini yaitu virtual tourism (Huang et al., 2013). Kenikmatan melibatkan unsur-unsur dari kebutuhan psikologis, yaitu kompetensi, otonomi dan keterkaitan. Dalam Pariwisata Virtual, elemen kenikmatan menunjukkan perasaan "berada di sana", persepsi efektivitas dalam menggunakan teknologi dan keyakinan bahwa perjalanan wisata virtual akan berguna untuk perjalanan mereka ke lokasi tersebut. Menurut Goh dan Yoon (2011), kesenangan berkontribusi pada keinginan pengguna untuk menggunakan fitur dunia maya (Han, Yoon, dan Kwon, 2021; Zhang et al., 2022).

DAFTAR PUSTAKA

- Boo, S., Busser, J., and Baloglu, S. 2009. A model of customer-based brand equity and its application to multiple destinations. *Tourism Management*, 30(2), 219-231.
- Caldwell, N. and Freire, J. R. 2004. The differences between branding a country, a region and a city: Applying the Brand Box Model. *Journal of brand management*, 12(1), pp.50-61.
- Fong, L. H. N., Law, R., and Ye, B. H. 2021. Outlook of tourism recovery amid an epidemic: importance of outbreak control by the government. *Ann. Tour. Res.* 86:102951. doi: 10.1016/j.annals.2020.102951
- Gajdosik, Tomas. 2018. Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*. Vol 1.
- Konecnik, R. M. 2006. Croatian-based brand equity for Slovenia as a tourism destination. *Economic and Business Review for Central and South – Eastern Europe*, 8(1), 83-108.
- Machado, L. 2010. Does Destination Image Influence the Length of Stay in a Tourism Destination? Background Arguments. *Tourism Economics*, 16, 443-456.
- Muthuraman, S. dan Al Haziazi, M. 2019. Smart Tourism Destination - New Exploration towards Sustainable Development in Sultanate of Oman. 2019 5th International Conference on Information Management (ICIM). The 5th International Conference on Information Management, 332-335.
- Oliveira L. C. and Pereira N. 2008. "Sink or Swim:" The challenges and needs of teachers of English language learners. *INTESOL Journal*, 5(1), 77-86.

- Pike, S., Bianchi, C., Kerr, G., and Patti, C. 2010. Consumer-based brand equity for Australia as a long haul tourism destination in an emerging market. *International Marketing Review*, 27(4), 434- 449.
- Pike, S. and Page, S.J. 2014. Destination marketing organizations and destination marketing: a narrative analysis of the literature, *Tourism Management*, Vol 41, pp. 202-227.
- Prebensen, N. K. 2007. "Exploring tourists' images of a distant destination." *Tourism Management* no. 28:747-756.

BAB 3

SARANA PRASARANA PARIWISATA

Oleh Bambang Hengky Rainanto

3.1 Pendahuluan

Sarana Prasarana pariwisata menjadi pangkal dari pengembangan pariwisata dan pengoptimalan sumber daya destinasi wisata. Nama lain dari sarana prasarana adalah infrastruktur. Sarana Prasarana pariwisata mencakup sejumlah besar infrastruktur yang diperlukan untuk mencukupi kebutuhan dari para wisatawan dalam rangka meningkatkan kepuasan wisatawan selama mereka berwisata di tujuan wisata yang dituju (Kanwal *et al*, 2020). Fasilitas dan pelayanan yang diperlukan untuk mengembangkan kawasan penerimaan wisata (akomodasi, catering, transportasi, informasi, museum dan atraksi wisata). Harus diakui bahwa pariwisata sangat mempengaruhi arah pembangunan daerah secara keseluruhan, dan masyarakat pada umumnya (Calero *et al*, 2019).

Pariwisata merupakan sektor perekonomian yang sangat kompleks (Valeri & Baggio, 2020), yang perkembangannya mempengaruhi kemajuan dan kemakmuran perekonomian nasional (Yong, 2021). Sektor pariwisata merupakan komponen dari serangkaian besar inisiatif pembangunan dalam sistem ekonomi manapun. Terlihat jelas bahwa pariwisata memiliki hubungan yang saling tergantung dengan pertumbuhan ekonomi dan kegiatan ekonomi lainnya (Zhang & Gao, 2016).

Pariwisata telah menjadi industri pertumbuhan utama secara global selama lebih dari lima dekade. Faktor yang mendasari pertumbuhan utama global ini meliputi pertumbuhan pendapatan dan pertumbuhan kekayaan, meningkatnya sarana dan prasarana

transportasi, perubahan dari gaya hidup serta nilai-nilai wisatawan selaku konsumen, peningkatan waktu senggang, terjadinya keterbukaan internasional dan meningkatnya globalisasi, perpindahan orang (imigrasi), adanya acara-acara khusus, tuntutan pendidikan, peningkatan teknologi informasi dan komunikasi, perubahan model pemasaran dan promosi suatu destinasi, peningkatan infrastruktur pariwisata, dan sebagainya.

Pengaruh yang diciptakan sektor pariwisata dari waktu ke waktu akan mendorong peningkatan dari ekonomi, sosial masyarakat dan lingkungan. Dalam rangka memenuhi kebutuhan komponen sosial, pariwisata diwujudkan dalam kegiatan primer atau sekunder bagi sebagian besar masyarakat yang tinggal di kawasan wisata, tetapi juga masyarakat yang tinggal di lokasi lain (Nedelea, 2013).

Industri Pariwisata merupakan salah satu industri yang bertumbuh pesat di abad 21 ini. Infrastruktur pariwisata adalah elemen kunci dari pengembangan pariwisata. Kontribusi industri pariwisata terhadap PDB di Indonesia juga mengesankan, yaitu sekitar 4,5% hingga 4,7% dalam 5 tahun terakhir (2017 – 2022).

Kunjungan oleh wisatawan membuat tambahan pengembangan tempat seperti taman, kebun, dan museum. Fasilitas tambahan meliputi jalan, sistem air, toilet umum, rambu lalu-lintas, dll. Karena semua pembangunan infrastruktur ini penting untuk sektor pariwisata. Meskipun ada banyak program yang diselenggarakan oleh pemerintah pusat, namun pemerintah daerah memiliki peranan penting dalam mendukung infrastruktur pariwisata.

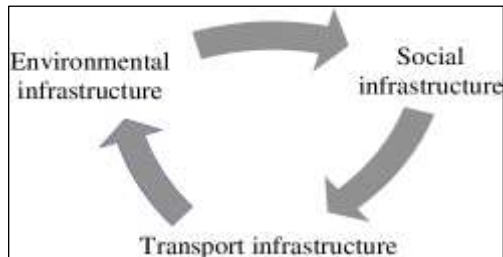
Setiap perkembangan yang berkaitan dengan suatu tempat tergantung pada kebutuhan pengunjung. Pengunjung menggunakan berbagai fasilitas tergantung pada prioritas. Dengan analisis rencana peluang yang tepat, fasilitas yang diperlukan yang perlu diterapkan dapat diidentifikasi. Fasilitas umumnya meliputi:

1. Fasilitas Rekreasi

2. Fasilitas Transportasi
3. Fasilitas Akomodasi Penginapan
4. Fasilitas Umum
5. Fasilitas Kesehatan
6. Fasilitas Pengelolaan Air
7. Fasilitas Pengelolaan Sampah

Aksesibilitas terhadap fasilitas di atas merupakan hal yang penting dalam menciptakan kesan di kalangan wisatawan. Kepuasan program wisata diukur dari fasilitas tersebut. Pengembangan tempat untuk pariwisata juga dapat membantu dalam meningkatkan perekonomian lokalitas. Meskipun perkembangan seperti ini tidak mudah terlihat, faktor kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian lebih tinggi. Jumlah penduduk suatu tempat dan jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat tersebut dapat memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembangunan infrastruktur (*Tourism development*). Meramalkan kepadatan wisatawan yang mungkin terjadi selama musim sangat penting dalam menentukan berapa banyak investasi dalam mengembangkan destinasi.

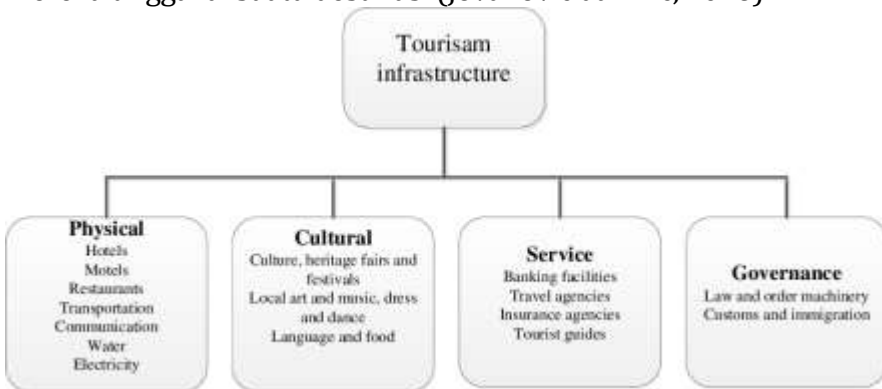
Namun, investasi di sektor pariwisata diperlukan untuk mengungkap dampak ini, dan salah satu bidang yang paling penting adalah investasi di bidang infrastruktur pariwisata. Dalam hal ini, setiap negara mempunyai tanggung jawab untuk mengoptimalkan potensi pariwisata yang terdapat di lokasi tersebut dan menarik wisatawan sebanyak-banyaknya melalui daya tariknya. Peningkatan jumlah wisatawan juga dapat membuat destinasi tertentu menjadi lebih kompetitif, sehingga lebih menarik bagi investor dan pemerintah untuk berinvestasi dalam pembangunan sarana dan prasarana pariwisata.



Gambar 3.1. Tipe Infrastruktur Pariwisata (Sumber: Jovanović and Ilić, 2016)

Infrastruktur pariwisata bisa dianggap sebagai sebuah elemen fisik yang dirancang dan dibangun untuk melayani pengunjung. Banyak penulis yang secara teoritis membangun hubungan yang kuat antara kebutuhan pembangunan pariwisata dan keberadaan infrastruktur (Adebayo & Iweka, 2014).

Prasarana wisata merupakan landasan bagi pengembangan pariwisata dan pemanfaatan sumber daya yang ada di suatu destinasi. Sarana Prasarana pariwisata terdiri dari serangkaian layanan yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan para pelancong dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan selama mereka tinggal di suatu destinasi (Jovanović dan Ilić, 2016).



Gambar 3.2. Komponen Infrastruktur Pariwisata (Sumber: Jovanović and Ilić, 2016)

3.2 Pentingnya Sarana Prasarana Pariwisata

Pariwisata sangat tergantung pada jangkauan dan jenis infrastruktur yang tersedia di tempat tujuan. Infrastruktur adalah area inti dari industri pariwisata dan memainkan peran khusus dalam pengembangan industri yang terus berkembang ini. Beberapa negara telah mengakui pentingnya Infrastruktur dalam kaitannya dengan industri pariwisata dan pemerintah mereka telah mengkoordinasikan kegiatan mereka dengan industri pariwisata dengan menyediakan fasilitas infrastruktur khusus pariwisata.

Infrastruktur adalah kunci untuk mengembangkan tujuan wisata yang sukses. Industri pariwisata merangsang investasi dalam infrastruktur baru, yang sebagian besar meningkatkan kondisi kehidupan penduduk setempat serta wisatawan. Proyek pengembangan pariwisata dapat mencakup bandara, pelabuhan, jembatan, jalan, penginapan, fasilitas umum, dan yang lainnya.

Berinvestasi dalam pengembangan infrastruktur pariwisata untuk menjadikan destinasi dan layanan lebih menarik dianggap sebagai langkah penting dalam pengembangan destinasi wisata tanah air. Penataan fasilitas infrastruktur modern sangat kompleks. Menurut Grzinic dan Saftic (2012) ada 7 tindakan yang dapat memastikan pariwisata yang memadai dan infrastruktur terkait:

1. Memastikan aksesibilitas ke dan di dalam destinasi,
2. Meningkatkan infrastruktur komunal,
3. Mengembangkan kapasitas akomodasi baru,
4. Memajukan kualitas layanan dari layanan yang disediakan,
5. Mengembangkan infrastruktur yang diperlukan,
6. Meningkatkan kapasitas akomodasi yang ada, dan
7. Fokus pada keamanan dan kebersihan destinasi.

Infrastruktur berkontribusi positif terhadap kedatangan wisatawan sehingga pengembangan infrastruktur khusus

pariwisata yang memadai dan tepat sangat penting untuk menundang wisatawan yang berkualitas.

Pariwisata telah dianggap sebagai salah satu dari sedikit peluang ekonomi yang layak di sebagian besar negara maju. Tidak hanya negara maju tetapi juga negara berkembang telah mengidentifikasi pariwisata sebagai kontribusi yang signifikan atau sumber pendapatan utama. Namun, pariwisata bukanlah produk tunggal yang nyata. Ini terdiri dari berbagai produk berwujud dan tidak berwujud. Pariwisata adalah fungsi multi dimensi yang saling terkait dengan semua aspek wisatawan dan tujuan, kegiatan terjadi baik dari interaksi langsung maupun tidak langsung.

3.3 Perkembangan Sarana Prasarana Pariwisata Dunia

Negara-negara bercita-cita untuk membangun sarana dan prasarana sebagai pelayanan kepada warganya. Sarana dan prasarana pariwisata yang dibangun memang dapat memberikan pengaruh positif secara langsung terhadap sektor pariwisata, namun ada juga beberapa pembangunan infrastruktur yang memberikan dampak tidak langsung.

Infrastruktur berdampak pada pertumbuhan melalui berbagai saluran pada sisi penawaran dan permintaan. Investasi di bidang energi, telekomunikasi dan jaringan transportasi mempunyai dampak langsung terhadap pertumbuhan, karena segala jenis infrastruktur merupakan bagian integral dari produksi semua barang dan jasa. Selain itu, infrastruktur dapat mengurangi biaya pengangkutan barang, memfasilitasi pergerakan fisik orang dan produk, menghilangkan pembatasan produktivitas, dan meningkatkan daya saing.

Infrastruktur wisata mencakup sistem, proses, peralatan, fasilitas, dan sumber daya tambahan dan pelengkap yang diperlukan untuk berfungsinya setiap destinasi. Ini terutama mencakup jalan raya, kereta api, bandara, dll. yang memungkinkan

wisatawan mengakses tujuan wisata. Selain itu, infrastruktur mencakup sistem, layanan, dan layanan kesehatan masyarakat. Infrastruktur pariwisata merupakan basis pengembangan pariwisata, serta pemanfaatan sumber daya yang akan mendukung sebuah destinasi menjadi tujuan bagi wisatawan.

Pentingnya infrastruktur pariwisata tercermin dari kontribusinya terhadap efisiensi produksi dan distribusi jasa pariwisata dan, dalam beberapa kasus, bahkan dapat meningkatkan pasokan jasa pariwisata, seperti di daerah terpencil. Infrastruktur transportasi harus tersedia agar wisatawan dapat menjangkau berbagai destinasi wisata. Hal ini merupakan prasyarat untuk menggunakan jasa wisata lain dari destinasi itu sendiri. Kedatangan wisatawan meningkatkan efisiensi sumber daya manusia di daerah tujuan wisata, karena wisatawan memerlukan pelayanan tertentu agar lebih nyaman berada di daerah tujuan wisata yang dipilih.

Sebagai komponen produk pariwisata lokal, infrastruktur pariwisata sangat penting untuk pertumbuhan pariwisata jangka panjang dan pengembangan destinasi dalam hal menyediakan layanan yang dibutuhkan wisatawan. Literatur berisi berbagai sudut pandang mengenai jumlah dan jenis komponen yang mewakili infrastruktur pariwisata. Infrastruktur pariwisata merupakan rantai pasokan yang terdiri dari infrastruktur transportasi, sosial dan lingkungan yang bekerja sama di tingkat lokal dan nasional untuk menciptakan destinasi pariwisata yang menarik. Infrastruktur transportasi ini menyediakan akses ke tujuan wisatawan domestik dan internasional, termasuk jalan raya, pelabuhan, bandara, dan rel kereta api. Prasarana sosial berkaitan dengan fasilitas akomodasi, seperti ruangan untuk menerima wisatawan dan bangunan fisik yang mendukung berbagai kegiatan dan layanan yang menarik wisatawan. Infrastruktur ini meliputi hotel, tempat konvensi, museum, stadion, galeri dan fasilitas lain yang diperlukan. Prasarana lingkungan merupakan nilai alam yang

mengacu pada taman nasional, taman laut, dan cagar alam yang dapat dikunjungi pengunjung. Selain ketiga jenis infrastruktur tersebut, infrastruktur pariwisata mencakup infrastruktur bersama, yang terdiri dari jaringan organisasi pariwisata regional, negara bagian, dan nasional di pasar di mana ada tujuan wisata, dan bergerak dalam distribusi produk pariwisata.

3.4 Perkembangan Sarana Prasarana Pariwisata Indonesia

Indonesia dalam beberapa dekade terus berupaya melakukan pembangunan yang berkesinambungan dalam rangka meningkatkan kesejahteraan bagi penduduknya. Pembangunan infrastruktur tersebut secara langsung juga meningkatkan minat kunjungan para wisatawan, baik wisatawan domestik maupun manca negara untuk dapat melakukan perjalanan lebih jauh dan tinggal lebih lama. Indonesia adalah negara kepulauan dengan jumlah penduduk terbesar dan letak geografisnya memberikan tantangan bagi pemerintah untuk menyeimbangkan pembangunan. Pemerintah hendaknya merumuskan kebijakan yang baik untuk mendukung pembangunan infrastruktur guna mendukung kegiatan perekonomian di Indonesia.

Latar belakang pembangunan infrastruktur di Indonesia adalah kondisi geografis Indonesia itu sendiri. Hal itu dikarenakan Indonesia merupakan negara kepulauan yang luas. Pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan diperlukan untuk mendukung mobilisasi dan peningkatan perekonomian. Sebab, pembangunan infrastruktur akan mempengaruhi pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Perkembangan berbagai bidang membawa dampak yang besar terhadap perkembangan wilayah. Lebih lanjut, perkembangan yang terjadi memberikan nilai tambah bagi pariwisata dan berpotensi menciptakan lapangan kerja baru.

Pembangunan infrastruktur di Indonesia dapat mendorong kemajuan Indonesia menjadi lebih baik. Pembangunan

infrastruktur juga menjadi prioritas negara. Infrastruktur yang baik dapat menjadikan suatu negara lebih produktif dan kompetitif.

Pembangunan infrastruktur yang tepat dan merata akan menghemat biaya transportasi. Pada umumnya destinasi wisata berkembang melalui campur tangan pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, bahkan upaya masyarakat sekitar destinasi wisata. Pemerataan pembangunan infrastruktur mendorong biaya perjalanan lebih mudah, biaya lebih murah dan kenyamanan serta kepuasan wisatawan semakin tinggi. Di sisi yang lain, pembangunan infrastruktur yang baik juga mampu meningkatkan efisiensi operasional pelaku industri pariwisata.

Infrastruktur yang baik juga dapat memperlancar distribusi dan pergerakan barang. Baik itu dalam pengoperasiannya selama pengangkutan bahan mentah maupun produk jadi. Ketika waktu singkat dan efisien, harga produk dan layanan menjadi lebih kompetitif dan lebih murah. Sangat mudah untuk membayangkan bahwa infrastruktur yang buruk dapat menghambat operasional bisnis. Hal ini membuat produk dan layanan menjadi mahal dan tidak kompetitif.

Peningkatan infrastruktur transportasi dalam suatu wilayah akan mendistribusikan peningkatan sarana dan prasarana secara lebih merata. Jika pendistribusiannya berjalan baik maka tidak akan ada daerah tertinggal dan kemiskinan daerah akan lebih teratasi. Selain transportasi, perbaikan infrastruktur komunikasi juga perlu dilakukan. Dengan mendorong pembangunan sektor transportasi dan komunikasi, kesenjangan akan hilang.

Selain itu, infrastruktur tidak hanya mencakup sisi pasokan saja. Namun bisa juga diketahui dari layanan yang diberikan. Secara umum infrastruktur ini dapat diklasifikasikan menjadi fisik, sosial dan finansial. Demi pembangunan bangsa Indonesia, kita harus bisa menyeimbangkan ketiga infrastruktur tersebut.

Beberapa pembangunan sarana dan prasarana pariwisata tidak langsung untuk meningkatkan pariwisata, namun beberapa

pembangunan sarana dan prasarana yang lain juga dibangun atas dasar keinginan untuk meningkatkan sektor pariwisata. Pembangunan jalan, bandara, pelabuhan, hotel, destinasi wisata, hotel, restoran, akses internet untuk memudahkan komunikasi, disertai dengan peningkatan jumlah kendaraan sebagai sarana transportasi merupakan beberapa contoh yang menjadi bagian dalam perkembangan sarana dan prasarana pariwisata di Indonesia. Pada beberapa Sub-Bab di bawah ini akan dibahas sebagian dari perkembangan sarana dan prasarana di Indonesia.

3.4.1 Pertumbuhan Hotel di Indonesia

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian hotel adalah suatu bangunan dengan banyak ruangan yang disewakan sebagai tempat menginap dan makan para pelancong. Suatu bentuk akomodasi yang dikelola secara komersial dan dilengkapi dengan pelayanan, akomodasi serta makanan dan minuman yang tersedia bagi semua orang (KKBI, 2020). Menurut Keputusan Menteri Pariwisata Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.37/PW.304/MPPT-86 yang disahkan pada tanggal 7 Juni 1986 Bab 1 Ayat 1 Ayat 8, pengertian hotel adalah sebagai berikut : Suatu tipe sarana akomodasi yang menggunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, serta pelayanan penunjang lainnya yang dikelola secara komersial secara proporsional kepada masyarakat. ”

Surat Keputusan KM 34/HK 103/MPPT-87 Departemen Komunikasi dan Informatika tahun 1987 menyebutkan hotel ini. Dalam Keputusan ini yang dimaksud dengan hotel adalah suatu jenis penginapan yang dikelola untuk tujuan komersial dan mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan akomodasi, jasa katering, dan pelayanan lain bagi masyarakat yang memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam Keputusan. didefinisikan sebagai fasilitas.

Perbedaan keputusan tahun sebelumnya adalah adanya putusan yang menyatakan bahwa persyaratan untuk menjadi hotel

ditentukan dan diputuskan oleh pemerintah. Dalam perkembangan selanjutnya, menurut UU No.90 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, Pasal 25 alinea pertama dan kedua menyatakan bahwa: (1) Usaha penyediaan penginapan adalah usaha penyediaan kamar dengan fasilitas dan pelayanan lain yang diperlukan.; (2) Usaha penyediaan masing-masing jenis akomodasi sebagaimana dimaksud pada ayat pertama dibedakan berdasarkan kriteria yang disusun menurut jenis dan tingkat fasilitas yang disediakan. Hotel merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa, dan di dalamnya terdapat beberapa unsur pokok yang terkandung dalam pengertian perhotelan, yaitu:

1. Berbagai akomodasi,
2. Menggunakan sebagian atau seluruh bangunan yang ada,
3. Menyediakan layanan akomodasi,
4. Menyediakan makanan dan minuman serta jasa lainnya,
5. Fasilitas dan layanan ini disediakan untuk tamu, dan masyarakat umum yang menginap,
6. Berfungsi sebagai tempat sementara,
7. Dikelola secara komersial.

Hotel juga memiliki beberapa jenis klasifikasi. Tujuan klasifikasi adalah untuk memilah jenis hotel guna memudahkan manajemen dan memberikan informasi kepada calon pelanggan.

1. Klasifikasi Hotel berdasarkan Kelas Bintang

Klasifikasi hotel adalah suatu sistem pengelompokan hotel ke dalam kelas atau tingkatan yang berbeda berdasarkan kualifikasi tertentu. Berdasarkan Keputusan Menteri Perhubungan Nomor 2 PM.10/PW.301/Pdb-77, klasifikasi hotel dievaluasi berdasarkan berbagai pertimbangan seperti kondisi hotel dan layanan tambahan lain yang diberikan. dibuat. Ditawarkan.

Klasifikasi hotel berdasarkan keputusan di atas memperhitungkan klasifikasi hotel menurut jumlah kamar, fasilitas, kualitas layanan, dll.

a. Hotel Bintang Satu

Hotel Bintang Satu merupakan jenis hotel yang termasuk kecil karena dikelola langsung oleh pemiliknya. Biasanya lokasi hotel bintang satu terletak di area yang sibuk dan dekat dengan transportasi umum dan hiburan dengan harga yang wajar. Kriteria tersebut meliputi:

- 1) Jumlah kamar untuk kriteria standar adalah minimal 15 kamar
- 2) Kamar mandi berada di dalam
- 3) Luas kamar ukuran standar adalah minimal 20 m².

b. Hotel Bintang Dua

Hotel bintang dua biasanya terletak di lokasi yang dijangkau, artinya akses ke lokasi hotel ini sangat mudah. Bangunan hotel terawat, kondisi bersih dan rapi, serta lokasi bebas polusi. Kriteria Hotel bintang dua adalah:

- 1) Jumlah kamar ukuran standar minimal 20 kamar
- 2) Terdapat kamar suite minimal 1 kamar
- 3) Kamar mandi terletak di dalam
- 4) Tiap Kamar memiliki telepon dan televisi
- 5) Luasan kamar standar, minimal 22 m²
- 6) Luasan Kamar suite, minimal 44 m²
- 7) Pintu dilengkapi dengan safety room
- 8) Ada lobi
- 9) Pendingin udara dengan AC/ventilasi
- 10) Kapasitas penerangan minimal 150 lux
- 11) Terdapat fasilitas rekreasi dan olah raga
- 12) Kamar dilengkapi dengan AC dengan kontrol udara
- 13) Memiliki bar

c. Hotel Bintang Tiga

Hotel bintang tiga umumnya berada terletak di dekat jalan tol, kawasan perbelanjaan, dan bisnis. Menawarkan pelayanan terbaik, kamar luas, dan terdapat lobi yang dihias. Karyawan hotel berpenampilan rapi dan profesional. Kriteria Hotel bintang tiga berikut:

- 1) Jumlah kamar berukuran standar minimal 30 kamar
- 2) Suite minimal 2 kamar tidur
- 3) Kamar mandi berada di dalam
- 4) Luas kamar berukuran standar minimal 24 m²
- 5) Terdapat Kamar suite yang luas dengan ukuran minimal 48 m²
- 6) Memiliki sarana rekreasi dan olah raga
- 7) Kamar dilengkapi dengan pendingin air conditioner (AC) dengan suhu 24°C
- 8) Beberapa restoran dalam hotel menawarkan hidangan berkualitas saat sarapan, makan siang, dan makan malam.
- 9) Memiliki parkir valet

d. Hotel Bintang Empat

Hotel bintang empat merupakan hotel yang termasuk berkelas dengan pegawai dan staf yang lebih cakap/profesional dalam melayani tamu. Para pegawai hotel Bintang Empat juga diberikan pengetahuan dasar tentang pariwisata di sekitar hotel. Hotel Bintang empat memiliki bangunan yang cukup luas dan berlokasi di dekat dengan pusat perbelanjaan, kuliner/restoran, dan hiburan. Pelayannya di atas rata-rata sehingga tamu akan puas saat menginap. Kriteria berikut:

- 1) Jumlah kamar berukuran standar minimal 50 kamar

- 2) Memiliki minimal 3 kamar suite
- 3) Kamar mandi terletak di dalam kamar
- 4) Luas kamar ukuran standar minimal 24 m²
- 5) Luas kamar suite minimal 48 m²
- 6) Memiliki Lobby Hotel dengan luas minimal 100 m²
- 7) Terdapat bar
- 8) Terdapat sarana rekreasi dan olah raga
- 9) Menyediakan kamar mandi yang dilengkapi dengan instalasi air panas/dingin
- 10) Menyediakan toilet umum

e. Hotel Bintang Lima

Hotel ini merupakan hotel termewah dengan berbagai fasilitas tambahan dan layanan multibahasa untuk mengakomodir tamu dari manca negara. Hotel bintang lima memiliki prinsip bahwa tamu yang berkunjung adalah konsumen utama, sehingga ketika tamu baru datang akan disambut di pintu masuk hotel, kemudian diberikan minuman selamat datang. Kriteria hotel ini adalah:

- 1) Jumlah kamar ukuran standar minimal 100 kamar
- 2) Terdapat minimal 4 kamar jenis suite
- 3) Memiliki kamar mandi pribadi di setiap kamar
- 4) Luas kamar jenis standar minimal 26 m²
- 5) Jenis kamar suite berukuran minimal 52 m²
- 6) Tempat tidur dan perabot yang ada di kamar memiliki kualitas no.1
- 7) Menyediakan restoran dengan room service 24 jam.
- 8) Menyediakan fitness center, valet parking, dan service dari *concierge* dengan pengalaman yang tidak terlupakan.

Klasifikasi Hotel Bintang menurut Keputusan Menteri Perhubungan No. PM.10/PW.301/Pdb-77 ditunjukkan pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Klasifikasi Hotel Bintang (Keputusan Menteri Perhubungan No. PM.10/PW.301/Pdb-77)

Klasifikasi Hotel Bintang	Persyaratan
	- Jumlah kamar standar, minimal 15 kamar
	- Kamar mandi di dalam
	- Jumlah kamar berjenis standar minimal 30 kamar - Kamar berjenis Suite minimal 2 kamar - Kamar mandi di dalam - Luas kamar standar min. 24 m² - Luas kamar suite min. 48 m² - Setiap Kamar memiliki toilet - Memiliki sarana olah raga dan rekreasi - Kamar dilengkapi dengan air conditioner (AC) dengan suhu 24°C - Terdapat restoran yang menawarkan hidangan sarapan, makan siang, dan makan malam di atas rata-rata. - Memiliki parkir valet
	- Jumlah kamar jenis standar minimal 50 kamar - Jumlah kamar jenis Suite minimal 3 kamar - Kamar mandi di dalam - Luas kamar jenis standar minimal 24 m² - Luas kamar suite minimal 48 m² - Memiliki lobby hotel dengan luas minimal 100 m²

Klasifikasi Hotel Bintang	Persyaratan
	- Memiliki bar - Memiliki sarana olah raga dan rekreasi - Kamar mandi ada instalasi air panas/dingin - Memiliki toilet umum
★★★★★	- Jumlah kamar jenis standar minimal 100 kamar - Jumlah kamar suite minimal 4 kamar - Memiliki kamar mandi pribadi di tiap kamar - Luas kamar jenis standar minimal 26 m² - Luas kamar jenis suite minimal 52 m² - Tempat tidur dan perabot kualitas no.1 - Terdapat restoran dengan room service 24 jam - Terdapat <i>fitness center</i>, <i>valet parking</i>, dan <i>service</i> dari <i>concierge</i> dengan pengalaman yang matang.

2. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Tujuan Kunjungan Tamu

Klasifikasi hotel menurut kunjungan tamu selama menginap adalah antara lain:

a. Hotel bisnis

Hotel yang sebagian besar tamunya datang untuk melakukan kegiatan bisnis. Hotel jenis ini menyediakan beberapa ruang pertemuan dan konvensi.

b. Hotel Resor/Pariwisata

Hotel yang kebanyakan tamunya adalah wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

c. Hotel kasino

Merupakan hotel yang sebagian berfungsi sebagai tempat kegiatan perjudian. Contoh hotel kasino ada di Kota Las Vegas, Amerika.

d. Hotel Haji

Hotel yang sebagian berfungsi sebagai sarana ibadah. Seperti hotel di kota Mekkah dan Madinah di Arab. Hotel-hotel ini selalu ramai saat musim haji, namun setiap hari juga banyak orang yang datang untuk melakukan umrah.

e. Menyembuhkan hotel

Ini adalah hotel yang tamunya sedang dalam proses perawatan atau keluarganya yang menemani mereka selama perawatan.

f. Hotel Staycation

Hotel jenis ini menjadi populer pada saat terjadinya Pandemi Covid-19 yang dimulai sejak Maret 2020. Hotel ini menyediakan layanan untuk jangka waktu yang lama bagi para wisatawan yang juga sekaligus untuk meninggalkan tempat tinggalnya dalam rangka menghindari wabah. Beberapa tamu juga memilih hotel staycation karena metode kerjanya yang *work from home* (WFH).

3. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Rencana Penggunaan

Ada beberapa jenis klasifikasi Plan Usage hotel, diantaranya adalah:

a. Rencana Amerika

Sistem perhitungan harga kamar yang dianggarkan sudah termasuk tarif kamar itu sendiri, ditambah biaya tambahan makan. Jenis *American Plan* dibagi menjadi dua kelas, yaitu:

- 1) Paket Penuh Amerika (FAP)

Dengan pelayanan yang harga kamar sudah termasuk tiga kali makan (sarapan, makan siang, dan makan malam)

2) Rencana Amerika yang Dimodifikasi (MAP)

Harga kamar sudah termasuk makan dua kali, salah satunya harus sarapan pagi, seperti:

- a) Kamar + Sarapan + Makan Siang
- b) Kamar + Sarapan + Makan Malam

b. Rencana Eropa

Tamu yang menginap hanya membayar kamar. Keunggulan model plan ini adalah lebih praktis dan memudahkan sistem billing saat check out.

c. Denah Kontinental/Rencana Bermuda

Merupakan paket harga kamar di mana harga yang dibayarkan sudah termasuk dengan sarapan kontinental.

4. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Ukuran

Klasifikasi hotel berdasarkan ukuran dapat dibagi menurut jumlah kamar yang tersedia. Ukuran hotel dikelompokkan menjadi tiga kelompok, yaitu:

a. Hotel Kecil

Hotel kecil adalah hotel yang memiliki jumlah kamar kurang dari 150 kamar.

b. Hotel Sedang

Sebuah hotel berukuran medium, dimana pada medium hotel ini dikategorikan menjadi 2 macam, yaitu:

- a) Rata-rata hotel: jumlah kamar antara 150 sampai 299 kamar
- b) Hotel di atas rata-rata: jumlah kamar antara 300 sampai 600 kamar

c. Hotel Besar

Hotel besar adalah hotel yang tergolong hotel besar dengan lebih dari 600 kamar.

5. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Area

Ada beberapa jenis hotel berdasarkan wilayah, misalnya:

a. Hotel pinggiran kota

Hotel ini berada di pinggiran kota, yang terletak di kota satelit yang merupakan pertemuan antara dua kota.

b. Hotel bandara

Merupakan hotel yang berada di komplek gedung atau kawasan bandara atau di sekitar bandara.

c. Hotel kota

Merupakan hotel yang berlokasi di pedesaan dan jauh dari kota besar atau hotel yang berlokasi di kawasan perkotaan baru.

d. Hotel Desa/Kampung

Merupakan hotel/penginapan yang berlokasi di desa. Biasanya dibangun pada desa-desa wisata untuk mengakomodir keinginan wisatawan tinggal lebih lama di desa/kampung.

6. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Lama Menginap Tamu

Ada beberapa jenis hotel berdasarkan lama menginap, antara lain:

a. Transit hotel

Tamu yang menginap di transit hotel ini biasanya untuk waktu yang singkat, biasanya karena tamu tersebut membutuhkan hotel untuk transit dari perjalanan yang belum sampai tujuan. Rata-rata tamu yang menginap di hotel transit hanya satu malam.

b. Hotel semi perumahan

Tamu yang menginap di hotel semi perumahan ini biasanya lebih dari satu malam, namun masa inapnya singkat, mulai dari 1 minggu sampai 1 bulan.

c. Hotel perumahan

Tamu yang menginap di hotel perumahan ini untuk waktu yang lama, setidaknya selama 1 bulan.

7. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Lokasi

Penggolongan hotel berdasarkan faktor lokasi dapat dibedakan menjadi:

a. Hotel kota

Hotel yang terletak di daerah perkotaan, sebagian besar tamu yang menginap berkegiatan bisnis.

b. Hotel resor

Hotel yang terletak di kawasan wisata dan sebagian besar tamunya lebih banyak rekreasi buka tujuan berbisnis. Jenis hotel resort menurut lokasi antara lain:

- 1) Hotel pegunungan
- 2) Hotel pantai
- 3) Hotel danau
- 4) Hotel bukit
- 5) Hotel hutan

Tabel 3.2. Sepuluh (10) Provinsi dengan Jumlah Akomodasi Hotel Non-Bintang terbanyak di Indonesia beserta jumlah Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia

Provinsi	Akomodasi			Kamar			Tempat Tidur		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
JAWA TIMUR	4005	3532	3720	57140	48258	53505	72930	65199	75.049
BALI	4276	2942	3094	49078	32810	35157	64052	42239	46.576
JAWA BARAT	2635	2567	2783	46686	43337	49021	69218	64376	74.068
JAWA TENGAH	1682	1670	1785	32041	31329	34338	60531	45215	65.839
DI YOGYAKARTA	1676	1528	1533	19518	18093	18469	30840	25624	32.892
SUMATERA UTARA	1309	1267	1352	24224	22387	24311	33310	30480	34.056
SUMATERA BARAT	804	756	916	8906	8025	11134	14696	12699	19.002
SULAWESI SELATAN	882	853	891	12806	12602	14072	18112	17726	19.946
SULAWESI TENGAH	657	648	710	7661	7570	8210	10999	11001	12.007
KALIMANTAN TIMUR	599	580	679	9131	9811	11143	12301	12908	14.763
INDONESIA	27179	24086	25979	503087	373836	430149	688479	521068	629.017

Tabel 3.3. Sepuluh (10) Provinsi dengan Jumlah Akomodasi Hotel Bintang terbanyak di Indonesia beserta jumlah Kamar, dan Tempat Tidur yang Tersedia

Provinsi	Akomodasi			Kamar			Tempat Tidur		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
JAWA BARAT	510	521	552	50918	50053	52518	78121	77539	82191
BALI	508	403	434	54077	46302	47751	73718	63194	67836
DKI JAKARTA	392	384	402	55523	52543	53950	69905	68868	71674
JAWA TENGAH	324	333	339	27523	27348	28144	47638	42558	51632
JAWA TIMUR	288	283	333	30138	30119	33185	44327	43042	50017
DI YOGYAKARTA	172	168	176	16964	16293	16564	27247	25777	27877
SULAWESI SELATAN	151	147	172	12070	11887	13102	18137	17641	19775
SUMATERA UTARA	143	145	150	12499	12251	12523	19507	18192	19270
BANTEN	129	126	137	12379	12398	12668	18082	18627	18620
KEP. RIAU	127	101	129	13699	11784	13476	18802	16263	18674
INDONESIA	3644	3521	3763	367696	345062	358833	532608	499672	539989

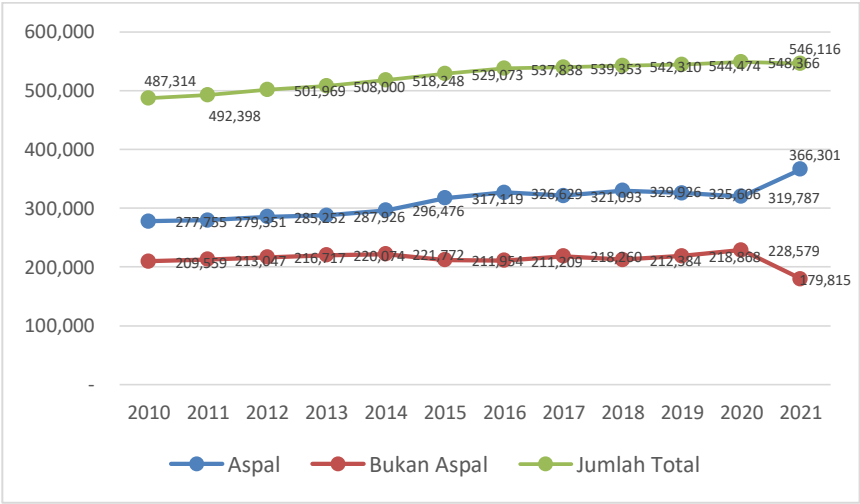
3.4.2 Perkembangan Jalan di Indonesia

Jalan adalah prasarana transportasi di darat yang meliputi seluruh bagian jalan, termasuk di dalamnya bangunan yang melengkapi diperuntukkan bagi kelancaran dan ketertiban lalu lintas. Jalan dapat berlokasi di atas permukaan tanah dan air, di bawah permukaan tanah dan air, serta melayang di atas permukaan tanah maupun air. Jalan bisa dilalui oleh pejalan kaki, berkendaraan motor maupun tidak.

Perkembangan jalan di Indonesia berkaitan dengan pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah dalam rangka memudahkan masyarakat untuk melakukan perpindahan dari satu daerah ke daerah yang lainnya. Jalan memiliki peranan yang sangat penting terutama bagi daerah yang masih belum memiliki akses untuk moda transportasi seperti kereta, kapal maupun pesawat.

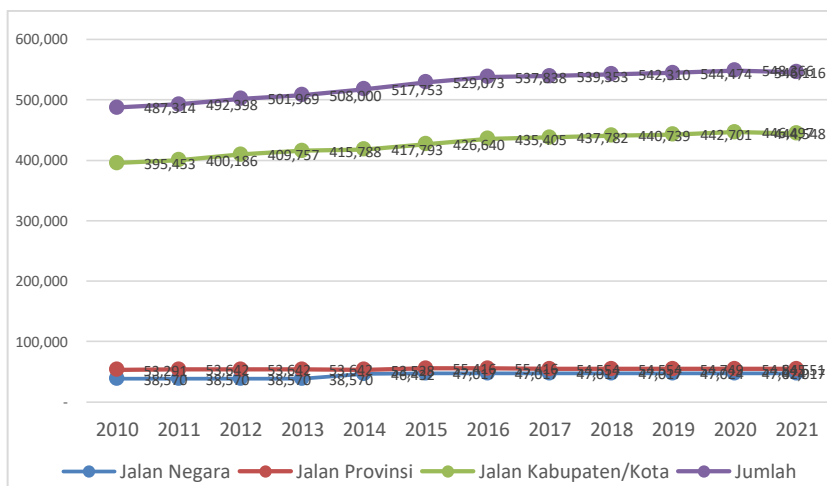
Beberapa daerah yang awalnya terpencil dapat berubah menjadi daerah yang lebih maju setelah dibangun akses jalan yang baik menuju dan keluar dari daerah tersebut. Distribusi orang, barang maupun hasil-hasil panen dari suatu daerah menjadi lebih mudah dipasarkan dengan adanya jalan.

Pertumbuhan pariwisata di suatu daerah juga sangat dipengaruhi oleh keberadaan akses jalan beserta sarana transportasi yang mendukung. Banyak tempat wisata baru dibuka setelah akses jalan menuju lokasi tersebut dibangun. Beberapa jalan yang baru dibangun atau selesai diperbaiki ternyata melintasi obyek-obyek pemandangan yang indah. Sering terjadi kemudian berkembang menjadi tujuan wisata karena para pelintas melihat pemandangan yang indah, atau adanya kegiatan masyarakat yang menarik untuk menjadi atraksi wisata. Perkembangan panjang jalan menurut jenis permukaan dan menurut tingkat kewenangan di Indonesia tersaji pada Gambar 3.2 dan Gambar 3.4 3.5 di bawah ini.



Gambar 3.3. Perkembangan Panjang Jalan di Indonesia Menurut Jenis Permukaan (km)

Sumber: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat



Gambar 3.4. Perkembangan Panjang Jalan di Indonesia Menurut Tingkat Kewenangan (km)

Sumber: Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

3.4.3 Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)

Alat transportasi, khususnya kendaraan bermotor menjadi salah satu kekuatan utama dalam pertumbuhan pariwisata di Indonesia. Keberadaan mobil penumpang, mobil bis, bahkan mobil barang dan sepeda motor menjadi hal yang penting untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan domestik dan manca negara di beberapa destinasi wisata di Indonesia.

Mobil penumpang dan bis banyak mendukung kegiatan usaha travel. Demikian pula dengan keberadaan sepeda motor yang banyak dibutuhkan oleh wisatawan terutama bagi mereka yang ingin mengeksplorasi daerah-daerah yang akses jalannya belum memungkinkan bila dilalui mobil. Bahkan, di beberapa tempat wisata di Bali, penyewaan kendaraan bermotor jenis sepeda motor marak. Dari satu sisi memang menjadi sarana transportasi yang praktis bagi para wisatawan. Di sisi yang lain, penyewaan motor juga meningkatkan pendapatan bagi para

pengelola maupun pemilik kendaraan motor itu sendiri. Di bawah ini tersaji tabel 3.6 yang memberikan data tentang perkembangan jumlah kendaraan bermotor menurut jenis.

Tabel 3.4. Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis (Unit)

Jenis Kendaraan Bermotor	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Mobil Penumpang	13.142.958	13.968.202	14.830.698	15.592.419	15.797.746	16.413.348
Mobil Bis	204.512	213.359	222.872	231.569	233.261	237.566
Mobil Barang	4.326.731	4.540.902	4.797.254	5.021.888	5.083.405	5.299.361
Sepeda motor	94.531.510	100.200.245	106.657.952	112.771.136	115.023.039	120.042.298
Jumlah	112.205.711	118.922.708	126.508.776	133.617.012	136.137.451	141.992.573

Dari Tabel 3.6 di atas dapat dilihat bahwa pertumbuhan kendaraan bermotor mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, sejak 2016 hingga 2021. Hal ini disaradi bahwa masyarakat Indonesia semakin merasakan kebutuhan transportasi menjadi kebutuhan pokok. Transportasi juga menjadi salah satu pendorong meningkatnya pertumbuhan ekonomi suatu daerah/suatu negara. Kemudahan akses beserta sarana pembawanya menjadi kunci sukses peningkatan sektor ekonomi.

Transportasi juga menjadi menyokong utama berkembangnya sektor pariwisata di hampir semua negara. Akses jalan yang baik, didukung dengan ketersediaan alat transportasi menuju destinasi tertentu akan mempengaruhi jumlah kunjungan wisatawannya. Beberapa destinasi wisata baru dibuka setelah akses jalan dan keberadaan alat transportasi menuju daerah tersebut.

3.4.4 Bandara Udara

Bandara Udara adalah tempat di mana pesawat terbang dapat melakukan pendaratan atau lepas landas. Sebagian besar bandara di dunia berada pada sebidang tanah datar yang panjang atau biasa disebut landasan pacu. Bandara memiliki bangunan yang digunakan untuk menampung pesawat dan penumpang. Bangunan yang menampung penumpang yang menunggu pesawat atau barang bawaannya disebut terminal. Bagian antara pesawat dan terminal disebut "gerbang". Bandara juga memiliki bangunan yang disebut hanggar untuk menampung pesawat saat tidak digunakan. Beberapa bandara memiliki bangunan untuk mengontrol bandara, seperti menara kontrol yang memberitahu pesawat ke mana harus pergi.

Bandara internasional adalah bandara besar yang digunakan pesawat terbang untuk terbang ke dan dari negara lain. Sebagian besar bandara internasional memiliki toko dan restoran untuk digunakan penumpang pesawat. Bandara domestik adalah bandara yang biasanya lebih kecil dan hanya bertujuan untuk pesawat yang hendak pergi atau datang dari tempat lain, namun masih di negara yang sama. Klasifikasi Bandar Udara di Indonesia dapat dilihat pada Gambar 3.5 di bawah ini.



Gambar 3.5. Klasifikasi Bandar Udara di Indonesia

Sumber: Kompas, laman hubud.dephub.go.id

Berikut adalah bandara internasional yang ada di Indonesia seperti dilansir dari laman Direktorat Jenderal Perhubungan Udara Kemenhub: Soekarno-Hatta, Adi Sumarmo, I Gusti Ngurah Rai, Bali Baru, El Tari, Frans Kaisiepo, Sentani, Silangit, Halim Perdanakusuma, Hang Nadim, Husein Sastranegara, Mopah, Internasional Adisutjipto Airport, Jenderal Ahmad Yani, Juanda Juwata, Kertajati, Kualanamu, Lombok Praya, Sultan Hasanuddin, Minangkabau Internasional Airport, Pattimura, Polonia, Raja Haji Fisabilillah, Sam Ratulangi, Selaparang, Sultan Aji Muhammad Sulaiman, Sepinggan, Sultan Iskandar Muda, Sultan Mahmud Badaruddin II, Sultan Syarif Kasim II, Supadio, dan Syamsudin Noor.

3.4.5 Perkembangan Lalu Lintas Penerbangan Dalam dan Luar Negeri

Penerbangan domestik adalah penerbangan yang terjadi/dilakukan dalam batas negara. Penerbangan dilakukan di dalam negeri dan hanya melakukan perjalanan melalui jalur penerbangan domestik tertentu. Untuk penerbangan domestik ini, penumpang menggunakan terminal domestik. Semua bandara yang dirancang untuk penggunaan umum memiliki terminal domestik. Bandara dengan terminal internasional juga bisa disebut sebagai bandara internasional.

Arti Kedatangan Domestik adalah terminal tempat penumpang yang bepergian di dalam negeri tiba di bandara. Seorang penumpang yang bepergian dari Bandara Soekarno Hatta di Tangerang ke Bandara Ngurah Rai di Bali tiba di bandara melalui kedatangan domestik. Orang yang mendarat setelah penerbangan domestiknya, melewati gerbang di bandara. Setelah tiba di kedatangan domestik, tidak perlu melewati pos pemeriksaan imigrasi dan keamanan. Namun, penumpang dengan bagasi tercatat harus pergi ke area pengambilan bagasi.

Area keberangkatan domestik adalah area yang dibutuhkan oleh penumpang yang melakukan penerbangan domestik. Area keberangkatan domestik terletak di dalam terminal domestik. Penumpang yang bepergian dari Bandara Ngurah Rai Bali ke Bandara Soekarno Hatta di Tangerang dapat memulai proses dengan menuju ke terminal domestik Bandara Ngurah Rai. Untuk bisa terbang melalui keberangkatan domestik, penumpang membutuhkan tiket pesawat. Penumpang dapat membeli tiket secara online atau melalui agen.

Penerbangan Internasional adalah penerbangan ke negara lain. Itu dilakukan melalui bandara internasional dan menjaga pariwisata dan perdagangan antar negara tetap hidup pada saat yang bersamaan. Penerbangan internasional berlangsung di dalam terminal internasional, di mana di dalamnya biasanya terdapat

toko bebas bea, pos pemeriksaan paspor, area makan dan minum, bagian lounge, dan ruang tunggu. Maskapai dengan otoritas transportasi internasional menyediakan layanan mereka melalui terminal ini. Di dalam terminal, terdapat panel/layar informasi dengan detail kedatangan dan keberangkatan, serta konter *check-in*, agen penerbangan, kios, dan kantor penukaran.

Kedatangan Internasional adalah tempat bagi penumpang yang bepergian dari negara lain tiba di terminal ini. Jika penumpang yang terbang dari Tokyo - Jepang ke Bali mendarat di Bandara Ngurah Rai, artinya penumpang tersebut tiba di kedatangan internasional Ngurah Rai di Bali. Sebaliknya, seorang penumpang yang terbang dari Bali ke Tokyo - Jepang juga tiba di bandara kedatangan internasional itu, misalnya Narita atau Haneda. Wisatawan dapat memasuki negara tersebut dengan melewati pemeriksaan paspor dan visa yang terletak di dalam terminal internasional.

Keberangkatan internasional adalah area yang digunakan penumpang untuk pergi ke luar negeri. Setelah melewati pos pemeriksaan paspor yang terletak di terminal internasional, penumpang dapat menuju ke keberangkatan internasional.

Tabel 3.5. Lalu Lintas Penerbangan Dalam dan Luar Negeri

Deskripsi	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Lalu Lintas Penerbangan Dalam Negeri Indonesia Tahun 2003-2018										
Berangkat	509 305	576 200	671 953	717 435	796 788	768 658	790 779	896 489	969 580	1 005 237
Datang	513 132	574 423	671 377	719 030	800 193	769 762	791 783	894 104	972 863	1 011 111
Lalu Lintas Penerbangan Luar Negeri Indonesia Tahun 2003-2018										
Berangkat	62 266	70 201	79 231	84 962	89 375	106 827	95 647	99 054	109 248	119 082
Datang	61 680	70 011	79 332	85 179	89 478	107 353	95 623	99 189	110 084	118 810

Sumber : PT (Persero) Angkasa Pura I dan II, Kementerian Perhubungan

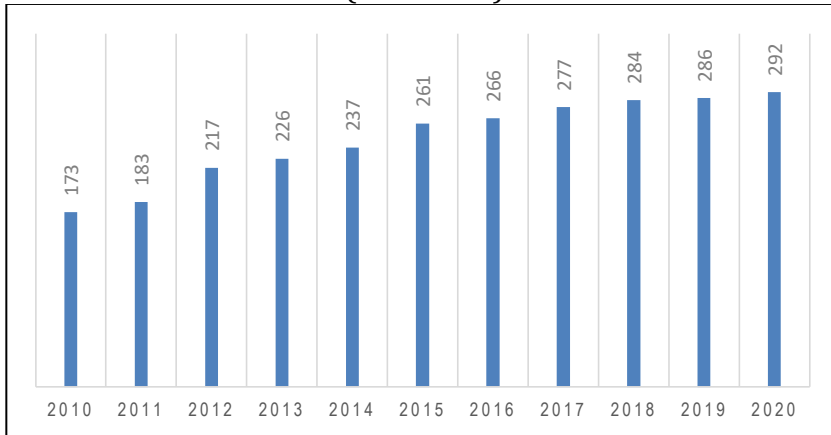
Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa dari tahun ke tahun jumlah lalu lintas keberangkatan dan kedatangan penerbangan Dalam Negeri maupun Luar Negeri sejak tahun 2009 hingga 2019 mengalami peningkatan.

3.5.6 Perkembangan Pelabuhan

Pelabuhan adalah fasilitas yang terletak di antara perairan dan daratan yang terdiri dari satu atau lebih dermaga, tempat kapal memuat dan membongkar kargo dan penumpang. Pelabuhan bisa terletak di pinggir samudra, laut, selat, sungai, dan danau. Peranan pelabuhan sebagai tempat wisatawan bepergian maupun datang merupakan sarana prasarana yang sangat penting untuk mendukung pariwisata di suatu negara/daerah.

Pelabuhan di Indonesia mengalami peningkatan dari segi jumlah maupun kualitasnya. Jumlah dari kapal yang melayani orang bepergian juga meningkat dari waktu ke waktu. Pelabuhan penyeberangan menjadi pintu masuk bagi wisatawan dalam mendatangi suatu negara/pulau tertentu. Namun terdapat beberapa pelabuhan di Indonesia yang juga dipersiapkan untuk tempat bersandar kapal-kapal yang membawa penumpang dari luar negeri, seperti kapal pesiar. Jenis dan spesifikasi dari pelabuhan juga bermacam-macam, tergantung dari lokasi serta tujuan kegunaan dari pelabuhan tersebut.

Tabel 3.6. Jumlah Pelabuhan Penyeberangan Di Indonesia
(Pelabuhan)



Sumber: Publikasi Statistik Perhubungan 2020, Kementerian Perhubungan

3.5.7 Perkembangan Komunikasi

Industri pariwisata telah ditransformasikan oleh teknologi informasi dan komunikasi (TIK). Internet telah secara dramatis mengubah cara wisatawan dalam merencanakan dan membeli rencana liburan mereka. Ini juga memengaruhi cara penyedia pariwisata mempromosikan dan menjual produk dan layanan mereka. Pasar untuk pariwisata bergantung pada informasi. Internet memungkinkan penyedia semua jenis produk dan layanan pariwisata untuk berinteraksi langsung dengan konsumen di seluruh dunia dengan biaya yang relatif rendah. Menggunakan TIK untuk bertukar informasi tentang produk dan layanan memungkinkan semua pelaku yang terlibat dalam pariwisata mengetahui layanan apa yang ditawarkan.

Fasilitas internet saat ini menjadi salah satu prasyarat bagi wisatawan dalam memilih suatu destinasi wisata. Terlebih, terjadinya Pandemi Covid-19 membuka peluang berwisata yang disebut dengan *Staycation*, dimana wisatawan akan tinggal di suatu

tempat wisata dengan rentang waktu yang lebih lama dibandingkan hanya menjadi wisatawan biasa. Dengan perubahan tersebut, sebagian wisatawan melakukan pekerjaan sekaligus berwisata yang berlokasi jauh dari tempat kerjanya. Hal ini bisa dipahami karena semakin luasnya jaringan fasilitas internet yang berkembang saat ini.

Pada Tabel 3.7 terpampang data terkait dengan Jumlah kelurahan/desa yang bisa mengakses sinyal telepon selular menurut provinsi (Sinyal), terlibat bahwa semakin hari, jumlah kelurahan/desa yang memiliki fasilitas internet di kelurahan/desa semakin meningkat.

Tabel 3.7. Sepuluh (10) Provinsi yang memiliki jumlah Desa/Kelurahan yang Menerima Sinyal Telepon Selular (Sinyal Kuat)

Provinsi	Perkotaan			Perdesaan			Perkotaan+Perdesaan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021	2019	2020	2021
ACEH	469	535	576	1666	1973	2429	2135	2508	3005
SUMATERA UTARA	625	700	756	1581	1824	2131	2206	2524	2887
RIAU	201	224	236	991	1060	1088	1192	1284	1324
LAMPUNG	142	171	194	1269	1457	1672	1411	1628	1866
JAWA BARAT	2467	2579	2629	2429	2706	3015	4896	5285	5644
JAWA TENGAH	2662	2691	2696	5706	5821	5850	8368	8512	8546
JAWA TIMUR	2742	2782	2788	4851	5225	5355	7593	8007	8143
BANTEN	549	569	571	918	945	949	1467	1514	1520
KALIMANTAN SELATAN	239	254	256	798	1098	1270	1037	1352	1526
SULAWESI SELATAN	368	412	427	995	1300	1523	1363	1712	1950
INDONESIA	13558	14375	14757	28560	33330	37007	42118	47705	51764

DAFTAR PUSTAKA

- Adebayo and Iweka. 2014. Optimizing the Sustainability of Tourism Infrastructure in Nigeria through Design for Deconstruction Framework. *American Journal of Tourism Management* 3(1A): 13-19
- Aziri, B & Nedelea, A. 2013. Business Strategies in Tourism. *Ecoforum*. [Volume 2, Issue 1(2).
- Calero, C., & Turner, L. W. 2019. Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, 135481661988124. doi:10.1177/1354816619881244
- Grzinic, J. and Saftic, D. 2012. Approach to the Development of Destination Management in Croatian Tourism/Pristup razvoju destinacijskog menadžmenta u hrvatskom turizmu. *Management: Journal of Contemporary Management Issues*, 17, 59.
- Jovanović. S. and Ivana Ilić. 2016. *Infrastructure as Important Determinant of Tourism Development in the Countries of Southeast Europe*. Economics. Ecoforum
- Kanwal, S., Rasheed, M. I., Pitafi, A. H., Pitafi, A., & Ren, M. 2020. Road and transport infrastructure development and community support for tourism: The role of perceived benefits, and community satisfaction. *Tourism Management*, 77, 104014.
- Keputusan Menteri Perhubungan No. PM.10/PW.301/Pdb-77.
- Keputusan Menteri Komunikasi dan Informatika No. KM 34/HK 103/MPPT-87
- Valeri, M. and Baggio, R. 2021. "Social network analysis: organizational implications in tourism management", *International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 29 No. 2, pp. 342-353.

- Yong, E. L. 2021. Understanding the economic impacts of sea-level rise on tourism prosperity: Conceptualization and panel data evidence. *Advances in Climate Change Research*, 12(2), 240–253.
- Zhang, L., & Gao, J. 2016. Exploring the effects of international tourism on China's economic growth, energy consumption and environmental pollution: Evidence from a regional panel analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 53, 225–234.

BAB 4

WISATAWAN DAN KELEMBAGAAN PARIWISATA

Oleh Edy Soewandi

4.1 Pendahuluan

Wisatawan adalah pelaku utama dalam kegiatan pariwisata. Dunia pariwisata nusantara dalam kompetisi menuju konstelasi negara dengan keragaman dan keunikan destinasi wisata unggulan sudah banyak dikagumi masyarakat dunia. Oleh karena itu, sudah menjadi tekad dan semangat pemerintah Indonesia untuk terus membenahi dan memperbaiki secara berkelanjutan dan terukur destinasi unggulan dan destinasi pendukung dalam rangka terus memperlancar, memperluas dan meningkatkan arus kunjungan wisata baik mancanegara maupun domestik.

Dalam mengoptimalkan ikhtiar bidang kepariwisataan di negeri Indonesia tercinta, maka sudah menjadi kewajiban seluruh pemangku kepentingan baik dunia usaha dan pelaku pariwisata, lembaga negara, kementerian dan masyarakat pariwisata Indonesia serta masyarakat Indonesia umumnya untuk dapat secara nyata dan sungguh-sungguh saling bersinergi, berkolaborasi, dan saling percaya untuk terus mengupayakan kesuksesan dan kemajuan pariwisata di wilayah negara kesatuan Indonesia ini.

Wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara serta pengunjung di seluruh destinasi wisata di wilayah negara kita wajib memperoleh perlakuan pelayanan dan fasilitas terbaik dari titik awal mereka melakukan perjalanan sampai mereka kembali ke tempat semula, sehingga pengalaman perjalanan wisata yang

mereka lakukan bermakna dan memberikan nilai kesan dan manfaat yang besar dalam semua aktivitas dan kegiatannya, sehingga kepuasan yang diperoleh dapat menjadi nilai jual yang tinggi dan berpotensi untuk tetap menjadi pelanggan atau konsumen abadi bagi dunia pariwisata Indonesia.

4.2 Pengertian Wisatawan

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata, seperti yang dijelaskan Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata. Menurut Suwena and Widyatmaja (2017), pengertian wisatawan atau turis, yang dikemukakan para ahli dan organisasi internasional, ditemukan beberapa perbedaan pemahaman secara konseptual. Keragaman konsep atau batasan sudut pandang dilatarbelakangi kompetensi keahlian dan akademis, sehingga tidak dapat dihindari keragaman pola pikir konseptual di antara para ahli dan badan atau organisasi internasional. Berikut ini beberapa konsep pengertian terkait batasan tentang wisatawan internasional maupun wisatawan domestik yang dijelaskan oleh beberapa ahli dan badan internasional di bidang pariwisata:

Cooper *et al.*, (1993), menjelaskan singkatnya pembagian klasifikasi *International Visitors* dalam hubungannya dengan tujuan utama kunjungan ialah:

1. Pengunjung adalah wisatawan yang termasuk dalam statistik pariwisata, berdasarkan tujuan kunjungannya, yang meliputi liburan, mengunjungi teman dan kerabat, dan bisnis.
2. Turis atau wisatawan adalah pengunjung yang menghabiskan setidaknya satu malam di negeri atau bangsa yang dikunjungi.
3. Pengunjung *same day* adalah visitor yang tidak menginap di hotel kolektif atau swasta di negara yang dikunjungi. Jadi,

misalnya, mereka yang kembali ke kapal atau kereta untuk tidur dianggap sebagai pengunjung pada hari yang sama.

Menurut Winardi et al (2023), dipaparkan pengertian pengunjung versi UNWTO yaitu seseorang yang bepergian pada tempat atau destinasi yang berbeda dari tempat tinggalnya, tidak lebih dari dua belas bulan, dengan motif apapun (liburan, bisnis, atau tujuan pribadi lainnya) selain bekerja di kota atau negeri tersebut.

Pengunjung ada 2 (dua) kategori, yaitu:

1. Turis/wisatawan sebagai pengunjung dengan ciri-ciri diantaranya, yang menginap paling kurang semalam, dan tidak mencapai satu tahun, pada tempat persinggahannya, dengan motif perjalanan, seperti untuk tujuan:
 - a. Personal/individu: ziarah/agama, rekreasi, kesenangan, studi dan pelatihan, mengunjungi teman dan kerabat, kesehatan dan perawatan medis, belanja, olahraga, transit, dan lainnya.
 - b. Bisnis dan profesional: menghadiri pertunjukan, pertemuan, kongres atau konferensi, pameran dagang dan pameran, konser, dan lain-lain.
2. Pelancong (*excursionist*) adalah pengunjung dengan kondisi, berdiam kurang dari 24 jam di singgahi (termasuk penumpang *cruise*, yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kereta api atau kapal laut, tidak tinggal di hotel yang tersedia di negara tersebut).

Kata turis berasal dari kata *tour*, atau perjalanan melingkar yang dimulai di tempat tertentu dan akhirnya kembali ke sana mengikuti rencana perjalanan tertentu. Ketika sebagian besar dari kita memikirkan seorang turis, kita memikirkan seseorang yang sedang berlibur mengunjungi lokasi yang jauh, melihat pemandangan, mengunjungi teman

dan kerabat, dan tidak melakukan apa pun selain bersantai atau mungkin berpartisipasi dalam aktivitas rekreasi seperti berjemur atau olahraga. Banyak orang menganggap wisatawan hanyalah orang-orang yang melakukan perjalanan untuk alasan liburan, namun ada banyak jenis wisatawan, seperti pebisnis, delegasi konvensi, dan wisatawan lainnya. Kriteria yang dipilih untuk membedakan satu jenis wisatawan dengan jenis wisatawan lainnya sering kali bergantung pada situasi tertentu dan fokus minat peneliti (Coltman, 1989).

Menurut Schmoll dalam (Rejeki and Ariyanti, 2019) wisatawan adalah seseorang yang dengan sukarela mengeluarkan penghasilannya untuk berlibur dan rekreasi, pada umumnya seseorang termotivasi untuk menambah wawasan pengalaman dan merasakan jasa layanan wisata di suatu destinasi wisata. Sehingga berdampak semakin tinggi arus kunjungan pada destinasi wisata di masa mendatang.

Norval dalam Rejeki and Ariyanti (2019), menyatakan bahwa wisatawan ialah seseorang yang berkunjung ke negara lain, dengan tujuan bukan untuk tinggal atau mencari nafkah di tempat tersebut, dan pada negeri di mana ia menetap sementara, dia melaksanakan kegiatan ekonomi dari penghasilan yang diperolehnya di tempat lain.

4.3 Jenis - Jenis Wisatawan

Ismayanti (2010), telah memilah dan mengelompokkan perilaku wisatawan dan mengidentifikasi empat jenis wisatawan sebagai berikut :

1. Wisatawan Massal Kelompok atau *Organised Mass Tourist*

Ciri-cirinya ialah :

- a. Wisatawan jenis ini lebih suka menggunakan paket *tour* dengan lokasi destinasi unggulan dan populer. Kelompok ini hanya menyeleksi destinasi yang sudah trending dan

dipublikasikan melalui media sosial atau media massa lainnya.

- b. Wisatawan jenis ini mengelola kunjungannya dengan didampingi oleh *Tour Leader* dan *Tour Guide*.
- c. Rute paket tournya cenderung *round trip* atau pergi pulang dengan rute yang tidak berbeda.
- d. Acara perjalanan atau *Tour Itinerary* yang *fixed* atau *definite*, dengan harapan tidak mengalami modifikasi dan perubahan.

2. Wisatawan Massal Individu atau *Individual Mass Tourist*

Ciri-cirinya antara lain:

- a. Wisatawan mengikuti program tour yang bersifat *independen* ketika tour.
- b. Wisatawan berkreasi merencanakan trip berdasarkan minat dan menentukan kegiatan wisata pribadi.
- c. Hampir sama dengan wisatawan massal kelompok, mereka berminat pada kawasan wisata yang populer. Pada kesempatan lain mereka cenderung berkunjung pada lokasi kunjungan yang baru selama daerah tersebut bukan merupakan kawasan yang berbeda.
- d. Bersandarkan pada ketersediaan pelayanan dan sarana yang ditawarkan oleh biro perjalanan.
- e. Mereka cenderung berada pada lingkungannya, sehingga pengalaman perjalanan wisata mereka terbatas.

3. Penjelajah atau *explorer*

Wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri dan tidak mau mengikuti jalan – jalan wisata yang sudah umum melainkan mencari hal yang tidak umum (*of the beaten track*). Wisatawan seperti ini memanfaatkan fasilitas dengan standar local dan tingkat interaksinya dengan masyarakat local juga tinggi.

4. Petualang atau *drifter*

Wisatawan dengan motivasi berwisata ke tempat yang sama sekali belum diketahuinya dan bepergian dalam jumlah terbatas. Wisatawan kelompok ini bersifat spontan, dalam pengertian untuk menggunakan fasilitas pelayanan kegiatan perjalanan tersebut mereka lakukan secara langsung pada jasa layanan perjalanan yang diinginkannya. Mereka lebih suka berwisata dengan tujuan yang berbeda dengan lokasi mereka tinggal. Mengunjungi kota atau lokasi wisata yang beda dan baru dapat mendatangkan kebahagiaan tak terlupakan. Jasa layanan baik fasilitas dan pendukung berwisata mereka sangat tertarik pada layanan akomodasi homestay setempat maupun layanan kuliner lokal yang tersedia di daerah tujuan wisata.

4.4 Kelembagaan Pariwisata

Ismayanti (2010), membahas organisasi yang menaungi industri pariwisata, mulai dari badan internasional hingga nasional, sehingga dapat memahami peran dari organisasi atau lembaga dan fungsinya guna pengembangan dan peningkatan pariwisata.

1. Pentingnya Organisasi Pariwisata

Hadirnya kelembagaan pariwisata dilatarbelakangi dengan kemajuan pariwisata di suatu bangsa atau wilayah. Pemahaman tentang organisasi adalah mencakup berbagai hal yang berhubungan dengan cara dan prosedur berkesinambungan, pada bidang sumber daya, wewenang, anggota, dan keterkaitan satu sama lain yang pada akhirnya mencapai misi yang dituju dan dicita-citakan. Organisasi pariwisata adalah sangat dinamis dan kompleks di dalamnya terdapat berbagai unsur yang saling bergantung dan berhubungan baik program promosi, perencanaan dan pengembangan daerah tujuan wisata.

Dalam menunjang semua peran dan fungsi organisasi pariwisata perlu dilakukan kerjasama dan koordinasi yang

berderajat tinggi pada setiap pemangku kepentingan seperti lembaga tinggi negara dalam hal ini (eksekutif, yudikatif, legislatif dan para pelaku pariwisata) termasuk kementerian, lembaga dan badan pariwisata nasional, pemerintah daerah), pihak swasta (*stakeholder* terkait, wholesaler, hotel, *airlines*, tour operator, dan obyek dan daya tarik wisata), desa wisata adat dan budaya lokal, komunitas lokal atau penduduk di sekitar kawasan wisata), media online dan media massa (majalah, koran dan insan pertelevisian), badan pariwisata internasional seperti UNDP, WTO dan WTTC, LSM (Swadaya Masyarakat) yaitu Walhi, Masyarakat Pariwisata Indonesia dan Forum Pembela Islam).

Ada lima alasan peran dan fungsi organisasi dalam mengembangkan pariwisata yaitu:

- a. Kebijakan terkait stabilitas negara, kedaulatan dan keamanan, citra bangsa, apresiasi internasional serta relasi perniagaan
- b. Ekonomi mencakup perkembangan ekonomi, devisa, investasi, dan lapangan kerja baru
- c. Lingkungan terkait Pelestarian dan Perlindungan Alam (PPA)
- d. Sosial budaya mencakup pertukaran budaya, pelestarian dan perlindungan budaya, dan pembangunan infrastruktur.
- e. Keuangan (akses pinjaman tanpa bunga atau jasa yang rendah).

Usaha pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan terkait lima alasan dimaksud adalah dengan cara:

- a. Perencanaan (rencana induk pengembangan pariwisata, rencana strategis).
- b. Peraturan (undang-undang, keputusan presiden, keputusan Menteri, peraturan pemerintah).

- c. Koordinasi (wilayah pengembangan pariwisata, *tourism development corporation*).
- d. Pendidikan dan pelatihan (lembaga pendidikan, sekolah tinggi pariwisata).
- e. Pengoperasian.
- f. Pengawasan (penilaian, izin usaha pariwisata, klasifikasi).
- g. Penelitian.
- h. Pemasaran

2. Organisasi Internasional

- a. *United Nation World Tourism Organisation* (UN-WTO) merupakan organisasi dunia yang memiliki tugas dan fungsi dalam kegiatan promosi pariwisata yang berkelanjutan, bertanggung jawab dan mengelola informasi internasional. Organisasi ini juga memiliki tanggung jawab dalam penyelesaian tema-tema yang sedang trending di dunia. Badan ini juga perhatian penuh dalam penciptaan peluang kerja baru, mendorong percepatan ekonomi dan pelestarian alam serta proteksi kebudayaan di suatu daerah tujuan wisata.
- b. *World Travel and Tourism Council* (WTTC) merupakan organisasi atau badan dunia yang bertujuan dengan pemerintah dalam pengembangan ekonomi, perluasan sumber daya manusia pariwisata dan penerapan teknologi serta akses-akses pembiayaan.
- c. *International Air Transport Association* (IATA) merupakan badan atau lembaga yang menaungi perusahaan atau maskapai penerbangan dunia. Misi IATA adalah mewakili, memimpin, dan melayani industri penerbangan.
- d. *Internasional Civil Aviation Organisation* (ICAO) merupakan badan atau lembaga penerbangan sipil internasional. Badan ini membantu negara-negara

diberbagai wilayah dunia dalam regulasi, standarisasi dan keamanan penerbangan di dunia.

- e. *Federation Aviation Administration* (FAA) merupakan lembaga yang menangani efisiensi dan keselamatan penerbangan. Organisasi tersebut berperan sebagai pengawas dan pengatur regulasi angkutan udara sipil di Amerika Serikat.

3. Organisasi Regional

- a. *Pacific Area Travel Association* (PATA) merupakan Asosiasi perjalanan Asia Pasifik. Asosiasi keanggotaan ini bekerja untuk mempromosikan pengembangan pariwisata dan perjalanan yang bertanggung jawab di wilayah ini
- b. *European Travel Commission* (ETC) adalah Komisi Perjalanan Eropa (ETC) adalah organisasi nirlaba yang bertanggung jawab untuk mempromosikan Eropa sebagai tujuan wisata di pasar ketiga. Organisasi Pariwisata Nasional kami yang beranggotakan 35 orang bekerja sama untuk membangun nilai pariwisata bagi semua negara Eropa yang indah dan beragam melalui kerja sama dalam berbagai praktik terbaik, intelijen pasar, dan promosi.

4. Organisasi Nasional

- a. Kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif merupakan kementerian negara yang membidangi urusan pariwisata dan mengurus pengembangan ekonomi kreatif masyarakat untuk tujuan pembangunan nasional Indonesia.
- b. Dinas Pariwisata Daerah (Provinsi/Kabupaten) atau Diparda ialah lembaga pemerintah di daerah yang bertanggung jawab kepada kepala daerah dalam hal ini Gubernur, Walikota dan Bupati yang membawahi

kantor/lembaga Dinas Pariwisata di daerahnya. Diparada atau lembaga pariwisata di daerah sangat berperan aktif dalam sosialisasi program dan melakukan terobosan pemasaran dan promosi ke berbagai daerah di Indonesia bahkan masyarakat dunia.

- c. Perhimpunan Hotel dan Restaurant Indonesia (PHRI) merupakan lembaga yang berorientasi pada pengembangan dan kemajuan pariwisata agar selaras dengan program pembangunan bangsa secara keseluruhan. PHRI ini beranggotakan para pemilik usaha sektor pariwisata. Kepentingan bersama Asosiasi adalah menciptakan iklim bisnis dan menjaga martabat dan rasa hormat di antara pemilik bisnis yang memusatkan bisnisnya pada hotel, restoran, tour, dan perjalanan, serta lembaga pendidikan perhotelan di Provinsi masing-masing.
- d. *Association of Indonesian Tour and Travel Agency* (ASITA) merupakan badan yang membawahi perhimpunan Bisnis Biro dan Agen Perjalanan di Wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.
- e. Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI) merupakan asosiasi atau perhimpunan para profesional dibidang pelayanan jasa pramuwisata atau pemandu wisata baik yang bersifat lokal, nasional bahkan internasional. Dengan HPI wadah ini menjamin kualitas dan sertifikasi peserta atau anggotanya dalam memberikan pelayanan kepada para tamu yang berkunjung baik itu wisatawan lokal, nusantara dan wisatawan mancanegara dengan berbagai latar belakang budaya dan bahasa mereka.
- f. Perhimpunan Usaha Taman Rekreasi Indonesia (*Indonesian Tourism Objects and Attraction Organization*) atau PUTRI. Badan atau lembaga ini menaungi para pelaku usaha dan pengusaha obyek dan daya tarik wisata.

Lembaga ini berkiprah untuk memajukan kepariwisataan di Indonesia yang terkenal dengan keanekaragaman kekayaan destinasi dan daya tarik wisata yang tidak ada bandingnya di dunia. Sungguh wadah ini mempersatukan untuk kemajuan pembangunan kepariwisataan di wilayah nusantara.

- g. Gabungan Pengusaha Wisata Bahari dan Tirta (Gahawisri).

Lembaga ini memiliki fungsi untuk konservasi wisata bahari di Indonesia. Para pengusaha di bidang ini memperkuat visi dan misinya untuk keberlangsungan lingkungan laut, pantai dan lingkungan sekitarnya dalam rangka pemberdayaan ekonomi masyarakat namun tetap memproteksi keamanan dan kenyamanan serta lingkungan ekosistem laut, pantai yang berwawasan lingkungan dan berkelanjutan. Semua sumber daya alam yang ada untuk kemakmuran bangsa dan negara serta masyarakat Indonesia pada umumnya.

- h. *Indonesian Congress and Convention Association (INCCA)*

Lembaga ini berusaha memampukan anggota dan berbagai sektor dalam industri MICE sehingga terjadi peningkatan daya saing dalam memajukan Indonesia sebagai destinasi MICE internasional yang handal baik sumber daya manusia dan infrastruktur pendukungnya.

- i. Asosiasi Pengusaha Pameran Indonesia (Asperapi) atau *Indonesian Exhibition Companies Association*

Badan ini merupakan lembaga yang menaungi pengusaha bidang bisnis pameran dan bisnis MICE, sehingga anggota yang tergabung dalam Asperapi ini terjembatani pengembangan dan pengelolaan bisnisnya. Pada akhirnya lembaga ini akan memiliki kontribusi besar dalam memajukan perekonomian bangsa

j. *Inbound Tours Operator Club (ITOC)*

Adalah badan atau lembaga yang kegiatannya gencar melakukan fungsi pemasaran produk terutama beragam paket wisata unggulan di Indonesia untuk membidik para wisatawan mancanegara. Asosiasi ini beranggotakan para operator dan pelaku bisnis perjalanan wisata

k. *Indonesian Air Carrier Association (INACA)* adalah asosiasi perusahaan penerbangan di Indonesia yang berkiprah untuk mempersatukan para pelaku bisnis angkutan udara yang ada di wilayah Kesatuan Republik Indonesia. INACA memjembatani maskapai penerbangan nasional dalam berusaha baik terkait penentuan harga tiket dan terpenting adalah fungsi standarisasi pelayanan pesawat terbang terkait prosedur keamanan dan keselamatan penerbangan di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Coltman, M. M. 1989. *Introduction to Travel and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cooper, C. *et al.* 1993. *Tourism Principles & Practice*. London: Pitman Publishing.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Rejeki, S. and Ariyanti, D. P. 2019. *Kepariwisataan*. Malang: Latif Kitto Mahesa.
- Suwena, I. K. and Widyatmaja, I. G. N. 2017. *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- 'Undang-Undang Republik Indonesia No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan' (no date). Available at: ???
- Winardi, W. and Karyono, Y. 2023. *Statistik Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

BAB 5

SISTEM DAN PENGELOLAAN SERTA DAMPAK PARIWISATA

Oleh Tarida Marlin

5.1 Pendahuluan

Pariwisata adalah sistem yang kompleks, yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, termasuk wisatawan, destinasi, bisnis, pemerintah, dan masyarakat lokal. Pengelolaan pariwisata mengacu pada strategi, kebijakan, dan praktik yang diterapkan untuk mengoptimalkan manfaat pariwisata sambil meminimalkan dampak negatifnya. Dampak pariwisata dapat bersifat positif maupun negatif, dan mempengaruhi berbagai aspek destinasi dan pemangku kepentingannya.

Memahami sistem pariwisata memerlukan pengenalan interaksi kompleks antara berbagai elemen-elemen tersebut. Pengelolaan dan perencanaan yang efektif dalam industri pariwisata memerlukan pandangan holistik tentang bagaimana elemen-elemen ini bekerja sama untuk menciptakan sektor pariwisata yang berkembang dan berkelanjutan.

United Nation World Tourism Organization (UNWTO) (2013:12) mengatakan bahwa pariwisata adalah sektor kegiatan yang melibatkan banyak hubungan timbal balik di antara berbagai jenis aktor dan agen yang ikut campur dalam produksi barang dan jasa yang dikonsumsi oleh pengunjung.

Fungsi dan arahan pemerintah sangat penting, khususnya relevan dalam mengoordinasikan upaya untuk membantu memastikan bahwa adanya dinamika pertumbuhan yang berkelanjutan dari pariwisata yang berdampak positif pada

ekonomi, sosial dan lingkungan, sehingga dapat meningkatkan kontribusinya terhadap pembangunan.

5.2 Sistem Pariwisata

Sistem pariwisata mengacu pada komponen, proses, dan pemangku kepentingan yang saling berhubungan yang berkontribusi pada fungsi dan pengelolaan industri pariwisata. Sistem ini mencakup berbagai elemen yang bekerja sama untuk memfasilitasi dan mendukung kegiatan pariwisata.

Sistem pariwisata bersifat dinamis dan kompleks, dengan saling ketergantungan di antara komponen-komponennya. Pengelolaan pariwisata yang efektif membutuhkan koordinasi, kolaborasi, dan keseimbangan di antara para pemangku kepentingan untuk memastikan keberlanjutan, daya saing, dan dampak positif pariwisata terhadap destinasi dan masyarakat.

5.2.1 Komponen-komponen utama dari sistem pariwisata

1. Wisatawan

Wisatawan adalah partisipan utama dalam sistem pariwisata. Mereka adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan ke destinasi untuk liburan, bisnis, atau tujuan lain. Wisatawan mendorong permintaan akan produk dan layanan pariwisata dan memainkan peran penting dalam membentuk pengalaman pariwisata.

2. Destinasi

Destinasi adalah lokasi atau tempat yang dikunjungi wisatawan. Destinasi dapat berupa kota, wilayah, negara, atau atraksi tertentu. Destinasi menawarkan berbagai sumber daya alam, budaya, sejarah, dan rekreasi yang menarik wisatawan. Destinasi bertanggung jawab untuk merencanakan dan mengelola pengembangan pariwisata dan memastikan keberlanjutan sumber daya dan atraksi mereka.

3. Bisnis Pariwisata

Bisnis pariwisata mencakup berbagai macam perusahaan yang menyediakan produk dan layanan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Ini termasuk penyedia akomodasi (hotel, resor, penyewaan liburan), perusahaan transportasi (maskapai penerbangan, kereta api, agen penyewaan mobil), perusahaan makanan dan minuman, operator tur, agen perjalanan, dan berbagai penyedia rekreasi dan hiburan. Bisnis pariwisata memainkan peran penting dalam memberikan pengalaman wisata dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi destinasi.

4. Pemerintah

Pemerintah di berbagai tingkat (lokal, regional, nasional) memiliki peran penting dalam sistem pariwisata. Mereka menetapkan kebijakan, peraturan, dan kerangka kerja untuk mengatur dan mengelola kegiatan pariwisata. Badan-badan pemerintah mengawasi perencanaan destinasi, pembangunan infrastruktur, pemasaran dan promosi, perizinan dan aspek-aspek lain dari pengelolaan pariwisata. Pemerintah juga mendukung pengembangan pariwisata melalui pendanaan, insentif, dan kolaborasi industri.

5. Organisasi Pariwisata

Organisasi pariwisata, seperti dewan pariwisata, organisasi pemasaran destinasi (DMO), dan asosiasi pariwisata, memegang peran kunci dalam mempromosikan dan mengelola pariwisata. Organisasi Pariwisata bertanggung jawab atas pemasaran destinasi, melakukan riset pasar, mengembangkan kampanye pemasaran, mengoordinasikan para pemangku kepentingan industri, dan memfasilitasi kolaborasi di antara berbagai aktor dalam sistem pariwisata.

6. Industri Pendukung

Industri pendukung menyediakan layanan dan sumber daya yang berkontribusi terhadap kelancaran sistem pariwisata. Ini termasuk pemasok barang dan jasa, seperti pemasok makanan

dan minuman, penyedia transportasi, perusahaan penyewaan peralatan, perusahaan manajemen acara, dan penyedia teknologi. Industri pendukung memiliki peran penting dalam memastikan ketersediaan dan kualitas sumber daya dan layanan yang dibutuhkan oleh sektor pariwisata.

7. Masyarakat Tuan Rumah

Masyarakat Tuan Rumah adalah penduduk destinasi yang berinteraksi dengan wisatawan dan secara langsung maupun tidak langsung terpengaruh oleh kegiatan pariwisata. Mereka memegang peranan penting dalam membentuk pengalaman pariwisata, memberikan keramahan, dan melestarikan budaya dan tradisi lokal. Keterlibatan dan partisipasi masyarakat yang efektif sangatlah penting untuk pengembangan pariwisata berkelanjutan dan memastikan bahwa masyarakat setempat mendapatkan manfaat dari pariwisata.

5.3 Pengelolaan Pariwisata

Pengelolaan pariwisata melibatkan perencanaan, pengembangan, dan koordinasi berbagai aspek untuk memastikan praktik pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Manajemen pariwisata mengacu pada proses perencanaan, pengorganisasian, pengembangan, dan pengendalian kegiatan dan sumber daya pariwisata untuk mencapai hasil yang diinginkan di suatu destinasi. Pengelolaan pariwisata yang efektif bertujuan untuk menyeimbangkan manfaat ekonomi, pelestarian lingkungan, dan pelestarian budaya, sambil meminimalkan dampak negative. Hal ini melibatkan penerapan berbagai strategi, kebijakan, dan praktik untuk memastikan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan **memaksimalkan manfaat serta meminimalkan dampak negatif**. Pengelolaan pariwisata memerlukan kerjasama antara instansi pemerintah, masyarakat lokal, pemangku kepentingan sektor swasta, dan organisasi non-

pemerintah untuk mencapai keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya.

5.3.1 Aspek-aspek utama dari pengembangan dan pengelolaan pariwisata.

Perencanaan dan pengembangan dalam pengelolaan pariwisata mengacu pada proses strategis yang terlibat dalam menciptakan, mengatur, dan mengelola kegiatan dan destinasi terkait pariwisata. Hal ini melibatkan pertimbangan yang cermat dari berbagai faktor untuk memastikan pertumbuhan dan keberhasilan industri pariwisata yang berkelanjutan. Perencanaan dan pengembangan yang efektif sangat penting untuk memaksimalkan manfaat ekonomi, melestarikan aset budaya dan lingkungan, serta meningkatkan pengalaman pariwisata secara keseluruhan bagi pengunjung dan masyarakat setempat.

Beberapa aspek kunci dari perencanaan dan pengembangan dalam pengelolaan pariwisata

1. Riset dan Analisis Pasar

Sebelum memulai proyek pengembangan pariwisata, riset pasar yang menyeluruh sangatlah penting. Hal ini melibatkan analisis tren perjalanan saat ini, mengidentifikasi target pasar, dan memahami kebutuhan dan preferensi calon wisatawan. Analisis pasar membantu dalam mengidentifikasi kesenjangan dan peluang di pasar pariwisata dan memandu pengambilan keputusan.

2. Perencanaan Destinasi

Perencanaan destinasi pariwisata melibatkan penentuan visi, tujuan, dan sasaran untuk daerah tersebut. Hal ini termasuk menentukan jenis kegiatan dan atraksi pariwisata yang akan ditawarkan, mengidentifikasi kebutuhan infrastruktur, dan menetapkan pedoman untuk pembangunan berkelanjutan.

3. Infrastruktur dan Fasilitas

Infrastruktur dan fasilitas yang memadai sangat penting untuk industri pariwisata yang sukses. Hal ini mencakup jaringan transportasi, akomodasi, tempat hiburan, restoran, dan layanan publik. Mengembangkan dan memelihara infrastruktur yang berkualitas memastikan bahwa wisatawan memiliki pengalaman yang positif dan mendorong kunjungan berulang.

4. Keberlanjutan

Pengembangan pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, budaya, dan masyarakat lokal sambil memaksimalkan manfaat ekonomi. Hal ini melibatkan keseimbangan antara kebutuhan pengunjung, industri, dan masyarakat setempat untuk memastikan keberlangsungan jangka panjang.

5. Keterlibatan Pemangku Kepentingan

Pengelolaan pariwisata yang efektif membutuhkan kolaborasi dan keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, masyarakat lokal, bisnis pariwisata, LSM, dan penduduk. Para pemangku kepentingan memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan, perumusan kebijakan, dan implementasi praktik pariwisata berkelanjutan. Melibatkan pemangku kepentingan dapat menumbuhkan saling pengertian, mendorong kerja sama, dan memastikan bahwa pengembangan pariwisata mempertimbangkan kepentingan dan kepedulian semua pihak yang terlibat. Melibatkan pemangku kepentingan dalam pengelolaan pariwisata mengacu pada proses pelibatan secara aktif berbagai individu, kelompok, dan organisasi yang memiliki kepentingan atau terpengaruh oleh kegiatan dan perkembangan pariwisata. Melibatkan pemangku kepentingan yang efektif sangatlah penting untuk

mendorong kolaborasi, inklusivitas, dan pengambilan keputusan yang berkelanjutan dalam industri pariwisata. Beberapa aspek kunci dari pelibatan pemangku kepentingan dalam pengelolaan pariwisata:

a. Mengidentifikasi Pemangku Kepentingan

Langkah pertama dalam pelibatan pemangku kepentingan adalah mengidentifikasi semua pemangku kepentingan yang relevan. Ini dapat mencakup masyarakat lokal, bisnis, lembaga pemerintah, organisasi non-pemerintah, wisatawan, asosiasi industri, kelompok budaya, organisasi lingkungan, dan lainnya yang memiliki kepentingan dalam industri pariwisata.

b. Memahami Kepentingan dan Kekhawatiran Pemangku Kepentingan

Setelah pemangku kepentingan diidentifikasi, sangat penting untuk memahami kepentingan, kebutuhan, dan kepedulian mereka terkait pengembangan pariwisata.

c. Membangun Hubungan dan Komunikasi

Melibatkan pemangku kepentingan yang efektif membutuhkan pembangunan hubungan yang positif dan transparan dengan semua pemangku kepentingan.

d. Pengambilan Keputusan yang Inklusif

Melibatkan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan memastikan bahwa suara mereka didengar dan masukan mereka dipertimbangkan.

e. Perencanaan Kolaboratif

Para pemangku kepentingan dapat secara aktif berpartisipasi dalam perencanaan dan pengembangan inisiatif pariwisata. Perencanaan kolaboratif memungkinkan integrasi pengetahuan lokal,

pertimbangan budaya, dan tujuan keberlanjutan ke dalam proyek-proyek pariwisata.

- f. Mengatasi Kekhawatiran dan Penyelesaian Konflik.
Keterlibatan pemangku kepentingan memberikan kesempatan untuk mengatasi konflik dan kekhawatiran yang mungkin timbul akibat kegiatan pariwisata.
- g. Pengembangan Kapasitas
Melibatkan pemangku kepentingan juga dapat melibatkan inisiatif pengembangan kapasitas, seperti memberikan pelatihan dan sumber daya kepada masyarakat dan bisnis lokal. Membangun kapasitas lokal dapat meningkatkan dampak positif pariwisata dan memberdayakan pemangku kepentingan lokal.
- h. Pemantauan dan Umpan Balik
Mekanisme pemantauan dan umpan balik yang teratur memungkinkan para pemangku kepentingan untuk melacak kemajuan proyek-proyek pariwisata dan memberikan masukan yang berkelanjutan.
- i. Advokasi dan Dukungan
Para pemangku kepentingan yang terlibat dapat menjadi advokat untuk pengembangan pariwisata, mempromosikan destinasi, dan mendukung praktik pariwisata yang bertanggung jawab.
- j. Kolaborasi Jangka Panjang
Keterlibatan pemangku kepentingan bukanlah peristiwa satu kali, melainkan sebuah proses yang berkelanjutan. Mempertahankan kolaborasi jangka panjang dengan para pemangku kepentingan akan memperkuat hubungan dan membantu dalam beradaptasi dengan perubahan situasi dan kebutuhan yang terus berkembang.

Menurut Finanda, F., & Fatmawati, A. (2019). Keterlibatan pemangku kepentingan dalam pengelolaan pariwisata sangat penting untuk mencapai pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Hal ini mendorong kerja sama, inklusifitas, dan kepemilikan bersama atas inisiatif pariwisata, yang pada akhirnya mengarah pada hasil yang positif bagi wisatawan dan masyarakat lokal. Dengan melibatkan para pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan dan mempertimbangkan kepentingan mereka, destinasi dan bisnis pariwisata dapat membina hubungan yang bermakna dan menciptakan dampak positif yang langgeng bagi destinasi dan masyarakatnya.

6. Pemasaran dan Promosi

Pemasaran dan promosi yang efektif sangat penting untuk menarik wisatawan ke suatu destinasi. Mengembangkan strategi pemasaran yang menyoroti fitur dan pengalaman unik dari suatu destinasi dapat secara signifikan memengaruhi keberhasilan usaha pariwisata.

7. Manajemen Risiko

Perencanaan pariwisata juga harus mencakup strategi manajemen risiko untuk mengatasi potensi tantangan dan krisis yang mungkin timbul. Hal ini dapat melibatkan rencana kontingensi untuk keadaan darurat, bencana alam, atau perubahan kondisi pasar.

8. Pemantauan dan Evaluasi

Pemantauan dan evaluasi yang berkelanjutan terhadap proyek pengembangan pariwisata sangat penting untuk menilai efektivitasnya dan membuat penyesuaian yang diperlukan. Penilaian rutin memastikan bahwa destinasi tetap kompetitif dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

9. Pelestarian Warisan Budaya; Warisan budaya sering kali menjadi daya tarik yang signifikan bagi wisatawan.

Memastikan pelestarian tradisi lokal, situs bersejarah, dan aset budaya dapat meningkatkan keaslian dan daya tarik suatu destinasi.

5.4 Dampak Pariwisata

Dampak dari pariwisata dapat sangat bervariasi tergantung pada bagaimana pariwisata dikelola, dimanfaatkan, dan diatur oleh pemerintah dan masyarakat setempat.

Secara keseluruhan, perencanaan dan pengembangan yang efektif dalam pengelolaan pariwisata membutuhkan pemahaman yang komprehensif tentang karakteristik unik destinasi, kebutuhan wisatawan, dan aspirasi masyarakat lokal. Menyeimbangkan kepentingan ekonomi dengan pertimbangan sosial dan lingkungan sangatlah penting untuk pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan dan kesuksesan jangka panjang.

Bila dilakukan dengan benar dan tepat, maka industri pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan. Penduduk setempat mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pengembangan obyek wisata, karena penduduk setempat mau tidak mau terlibat langsung dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan kepariwisataan di daerah tersebut; misalnya bertindak sebagai tuan rumah yang ramah, penyelenggara atraksi wisata dan budaya khusus (tarian adat, upacara-upacara agama, ritual, dan lain-lain), produsen cinderamata yang memiliki ke khasan dari obyek tersebut dan turut menjaga keamanan lingkungan sekitar sehingga membuat wisatawan yakin, tenang, aman selama mereka berada di obyek wisata tersebut. Pariwisata mempunyai dampak positif dan negatif terhadap destinasi dan komunitas di dalamnya. Dampak ini dapat terwujud dalam berbagai dimensi, termasuk ekonomi, lingkungan, sosial budaya, dan infrastruktur

5.4.1 Dampak utama dari pariwisata

1. Dampak Ekonomi

Pariwisata dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi suatu destinasi. Pariwisata menghasilkan pendapatan melalui pengeluaran wisatawan untuk akomodasi, transportasi, makanan dan minuman, belanja, dan berbagai kegiatan wisata. Pariwisata juga menciptakan lapangan kerja, merangsang pengembangan bisnis, dan dapat berkontribusi pada diversifikasi ekonomi destinasi secara keseluruhan.

Dampak ekonomi pariwisata mengacu pada kontribusi kegiatan pariwisata terhadap perekonomian suatu destinasi. Pariwisata berpotensi menghasilkan berbagai manfaat ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, bagi masyarakat lokal, wilayah, dan negara secara keseluruhan. biasanya diukur dalam bentuk pendapatan, perolehan pendapatan, penciptaan lapangan kerja, pendapatan devisa, dan kontribusi terhadap produk domestik bruto (PDB). Berikut adalah beberapa aspek utama dari dampak ekonomi pariwisata:

a. Penciptaan Lapangan Kerja

Pariwisata menciptakan peluang kerja langsung dan tidak langsung di berbagai sektor, termasuk perhotelan, transportasi, ritel, hiburan, dan kerajinan tangan. Pekerjaan dapat diciptakan di hotel, restoran, operator tur, agen perjalanan, toko suvenir, dan sektor pariwisata lainnya. bisnis terkait.

b. Meningkatkan Pendapatan

Pariwisata menghasilkan pendapatan bagi bisnis lokal dan pemerintah melalui pengeluaran pengunjung untuk akomodasi, makanan, transportasi, hiburan, dan belanja, yang kemudian dimanfaatkan kembali oleh perekonomian lokal dan mendukung berbagai industri.

c. Pendapatan Devisa

Pariwisata internasional mendatangkan pendapatan devisa ketika wisatawan dari negara lain membelanjakan mata uangnya di destinasi tersebut, hal ini dapat berkontribusi pada perbaikan neraca pembayaran dan penguatan mata uang nasional.

d. Investasi dan Pembangunan Infrastruktur

Permintaan dari pariwisata sering kali mendorong investasi di bidang infrastruktur, seperti bandara, jalan, fasilitas umum, dan tempat rekreasi. Peningkatan infrastruktur memberikan manfaat bagi wisatawan dan penduduk lokal.

e. Dukungan Usaha Kecil dan Menengah (UKM)

Pariwisata dapat memberikan peluang bagi usaha kecil dan menengah untuk berkembang dengan menyediakan barang dan jasa bagi industri pariwisata. Hal ini membantu mendiversifikasi perekonomian lokal dan mengurangi ketergantungan pada sektor-sektor tertentu.

f. Pajak dan Pendapatan Pemerintah

Kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata menghasilkan pendapatan pajak bagi pemerintah daerah dan nasional. Pajak dapat dipungut dari akomodasi, restoran, bisnis, dan pajak penghasilan dari pegawai pariwisata.

g. Efek Pengganda Ekonomi

Belanja pariwisata mempunyai efek pengganda terhadap perekonomian. Ketika wisatawan membelanjakan uangnya untuk membeli barang dan jasa, uang tersebut akan dibelanjakan kembali oleh dunia usaha dan individu, sehingga menciptakan pergerakan perekonomian.

h. Lapangan Kerja Musiman

Pariwisata dapat menyediakan lapangan kerja musiman di daerah tujuan wisata dengan musim ramai dan sepi yang berbeda, sehingga membantu mengatasi fluktuasi pengangguran.

i. Diversifikasi Ekonomi

Pariwisata dapat berkontribusi terhadap diversifikasi ekonomi dengan mempromosikan sumber pendapatan alternatif di luar industri tradisional.

j. Promosi Perdagangan dan Investasi

Destinasi pariwisata yang sukses dapat menarik investasi asing langsung dan meningkatkan hubungan perdagangan dengan negara lain, sehingga menghasilkan manfaat ekonomi tambahan.

2. Dampak Lingkungan

Dampak pariwisata terhadap lingkungan mengacu pada dampak kegiatan pariwisata terhadap lingkungan alam, ekosistem, dan keanekaragaman hayati. Meskipun pariwisata dapat memberikan manfaat ekonomi dan pertukaran budaya, pariwisata juga dapat menimbulkan berbagai dampak negatif terhadap lingkungan jika tidak dikelola secara bertanggung jawab. Dampak-dampak ini sangat penting untuk mendorong praktik pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Berikut adalah beberapa dampak lingkungan utama dari pariwisata:

a. Emisi Karbon

Pariwisata melibatkan transportasi yang dapat berkontribusi terhadap emisi gas rumah kaca, terutama jika wisatawan melakukan perjalanan jarak jauh melalui udara atau menggunakan kendaraan dengan jejak karbon yang tinggi. Pembangunan

berlebihan dan penggunaan lahan; seperti pembangunan hotel, resor, dan infrastruktur, dapat menyebabkan perubahan penggunaan lahan, penggundulan hutan, dan perusakan habitat.

b. Konsumsi Air

Tingginya kebutuhan air dari kegiatan pariwisata, termasuk hotel, kolam renang, lapangan golf, dan atraksi berbasis air, dapat membebani sumber daya air setempat, terutama di daerah yang kekurangan air.

c. Timbulnya Sampah

Pariwisata menghasilkan sejumlah besar sampah, termasuk botol plastik, wadah makanan, dan kemasan. Di beberapa destinasi, infrastruktur pengelolaan sampah mungkin tidak memadai sehingga menyebabkan polusi.

d. Polusi

Kegiatan pariwisata, seperti emisi kendaraan, pembuangan limbah yang tidak tepat, dan penggunaan bahan kimia berbahaya, dapat menyebabkan pencemaran udara, air, dan tanah.

e. Gangguan Satwa Liar; Kegiatan wisata yang tidak diatur, seperti melihat satwa liar, hiking, dan wisata di perairan, dapat mengganggu habitat alami dan mengganggu perilaku satwa liar.

f. Erosi dan degradasi

Pariwisata yang intensif, terutama di kawasan yang sensitif secara ekologis, dapat menyebabkan erosi tanah, degradasi pantai, dan kerusakan terumbu karang dan ekosistem laut.

g. Tekanan terhadap Sumber Daya Alam; Permintaan wisatawan terhadap sumber daya alam, seperti air bersih, makanan, dan bahan bakar, dapat

menyebabkan penipisan sumber daya dan tekanan terhadap lingkungan.

- h. Dampak Perubahan Iklim; Kontribusi pariwisata terhadap emisi gas rumah kaca dapat memperburuk perubahan iklim, sehingga menimbulkan dampak buruk terhadap ekosistem, pola cuaca, dan permukaan laut.
- i. Hilangnya Keanekaragaman Hayati
Praktik pariwisata yang tidak berkelanjutan dapat mengancam keanekaragaman hayati lokal dan membahayakan spesies tumbuhan dan hewan, khususnya di kawasan yang secara ekologis rapuh.

Mengatasi dampak pariwisata terhadap lingkungan memerlukan pendekatan multi-sisi yang melibatkan perencanaan berkelanjutan, praktik pariwisata yang bertanggung jawab, dan keterlibatan aktif semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, operator pariwisata, masyarakat lokal, dan wisatawan itu sendiri.

Pilihan transportasi karbon, mengadopsi program pengurangan dan daur ulang limbah, dan mendukung inisiatif konservasi merupakan beberapa langkah yang dapat membantu mengurangi dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan dan mendorong pembangunan pariwisata berkelanjutan. Praktik pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk mencapai keseimbangan antara mendorong pertumbuhan ekonomi dan melindungi lingkungan, memastikan bahwa generasi mendatang dapat terus menikmati keindahan dan sumber daya dari beragam destinasi di dunia.

3. Dampak Sosio-kultural

Pariwisata dapat mempunyai dampak sosio-kultural yang signifikan terhadap destinasi dan komunitas tuan rumah.

Dampak sosio-kultural dari pariwisata mengacu pada dampak kegiatan pariwisata terhadap tatanan sosial dan budaya suatu destinasi dan komunitas lokalnya. Pariwisata dapat membawa perubahan positif dan negatif pada aspek sosial dan budaya suatu tempat, mempengaruhi tradisinya, gaya hidup, nilai-nilai, dan dinamika komunitas. Memahami dampak-dampak ini sangat penting untuk mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan yang menghormati budaya lokal dan memberikan manfaat bagi masyarakat tuan rumah.

Berikut adalah beberapa dampak sosial budaya dari pariwisata:

a. **Pertukaran Budaya**

Pariwisata dapat memfasilitasi pertukaran budaya dan saling pengertian antara wisatawan dan masyarakat lokal.

b. **Pelestarian Kebudayaan**

Dalam beberapa kasus, pariwisata dapat mendukung pelestarian dan promosi warisan budaya dan tradisi lokal. Situs budaya, museum, dan industri kerajinan tradisional dapat berkembang karena menarik wisatawan yang tertarik untuk merasakan pengalaman budaya otentik.

c. **Kebangkitan Praktik Tradisional**

Di destinasi yang mengalami penurunan budaya, pariwisata dapat berkontribusi pada kebangkitan praktik, seni, dan pertunjukan tradisional karena hal tersebut menjadi daya tarik yang bernilai bagi pengunjung.

- d. Ketenagakerjaan
Pekerjaan yang berhubungan dengan pariwisata dapat menawarkan peluang kerja bagi penduduk lokal, mulai dari perhotelan dan pemandu wisata hingga produksi kerajinan tangan dan interpretasi budaya.
- e. Perubahan Gaya Hidup Lokal.
Pariwisata dapat menyebabkan perubahan gaya hidup lokal seiring dengan adaptasi masyarakat untuk memenuhi harapan wisatawan. Hal ini dapat mengakibatkan penerapan perilaku baru, aturan berpakaian, atau komersialisasi praktik tradisional.
- f. Erosi Budaya
Pariwisata yang tidak terkendali terkadang dapat mengarah pada komodifikasi budaya, dimana praktik-praktik tradisional dikomersialkan semata-mata untuk konsumsi wisatawan, sehingga berpotensi mengikis keaslian dan maknanya.
- g. Ketegangan Sosial
Meningkatnya interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat menyebabkan ketegangan atau konflik sosial karena perbedaan nilai, perilaku, atau bahasa.
- h. Stratifikasi Sosial
Pembangunan pariwisata dapat menciptakan kesenjangan pendapatan dalam masyarakat, dimana beberapa individu mendapatkan manfaat lebih besar dari kegiatan yang berhubungan dengan pariwisata dibandingkan yang lain.
- i. Hilangnya Identitas
Masuknya wisatawan dan paparan terhadap pengaruh eksternal terkadang dapat menyebabkan hilangnya identitas budaya seiring dengan adaptasi masyarakat untuk memenuhi preferensi wisatawan.

Untuk memaksimalkan dampak positif sosial budaya pariwisata, pengelolaan destinasi harus memprioritaskan keterlibatan masyarakat, pelestarian budaya, dan praktik pariwisata yang bertanggung jawab, melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengambilan keputusan pariwisata, mempromosikan pengalaman budaya otentik, dan memupuk rasa saling menghormati antara wisatawan dan penduduk lokal. Praktik pariwisata yang bertanggung jawab bertujuan untuk meminimalkan dampak negatif sosial-budaya dan memberdayakan masyarakat lokal untuk melestarikan warisan budaya mereka dan mempertahankan identitas mereka sambil memanfaatkan peluang pertukaran budaya yang positif.

j. **Infrastruktur dan Daya Dukung**

Pariwisata dapat memberikan tekanan pada infrastruktur dan layanan destinasi, terutama di kawasan wisata populer. Peningkatan kedatangan wisatawan mungkin memerlukan pengembangan dan perluasan sistem transportasi, fasilitas akomodasi, dan layanan publik. Namun, infrastruktur yang tidak memadai dan pembangunan yang berlebihan dapat melebihi daya dukung suatu destinasi sehingga mengakibatkan kepadatan penduduk, kemacetan, dan degradasi lingkungan. Pengelolaan pariwisata yang efektif mempertimbangkan keseimbangan antara pertumbuhan pariwisata dan kapasitas destinasi.

Infrastruktur dan daya dukung merupakan konsep penting terkait dampak pariwisata terhadap destinasi dan kemampuannya untuk mempertahankan pengembangan pariwisata sekaligus melestarikan lingkungan dan budaya lokal. Mari kita telusuri masing-masing konsep secara lebih rinci.

4. Dampak Infrastruktur Pariwisata

Pembangunan pariwisata seringkali memerlukan pembangunan dan peningkatan infrastruktur untuk mengakomodasi kebutuhan pengunjung. Infrastruktur mengacu pada fasilitas fisik dan layanan yang diperlukan untuk mendukung kegiatan pariwisata. Contoh infrastruktur terkait pariwisata meliputi bandara, jalan, sistem transportasi, akomodasi, fasilitas pengelolaan sampah, pasokan air, dan fasilitas rekreasi. Dampak pariwisata terhadap infrastruktur dapat menimbulkan dampak positif dan negatif.

Dampak positif:

- a. Peningkatan infrastruktur dapat meningkatkan pengalaman pengunjung secara keseluruhan dan meningkatkan daya tarik suatu destinasi.
- b. Infrastruktur yang dirancang dan dipelihara dengan baik dapat menciptakan lapangan kerja dan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal.
- c. Peningkatan infrastruktur dapat mendukung pertumbuhan industri lain di luar pariwisata, sehingga berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi secara keseluruhan.

Dampak negatif:

- a. Pembangunan infrastruktur yang berlebihan dapat menyebabkan degradasi lingkungan, seperti penggundulan hutan, hilangnya habitat, dan peningkatan emisi karbon.
- b. Perencanaan dan pengelolaan infrastruktur yang tidak memadai dapat membebani sumber daya dan layanan lokal, sehingga mempengaruhi kualitas hidup penduduk.
- c. Ketergantungan yang berlebihan pada infrastruktur terkait pariwisata dapat menciptakan ketergantungan

pada sektor pariwisata, sehingga menjadikan perekonomian lokal rentan terhadap fluktuasi permintaan pariwisata.

Untuk mengelola dampak pariwisata terhadap infrastruktur, pengelola destinasi harus terlibat dalam perencanaan berkelanjutan yang mempertimbangkan daya dukung kawasan dan menerapkan praktik pariwisata yang bertanggung jawab. Pembangunan infrastruktur yang bertanggung jawab berfokus pada meminimalkan dampak lingkungan, melestarikan sumber daya alam, dan menyeimbangkan kebutuhan wisatawan dan wisatawan penduduk setempat.

Pengelolaan pariwisata berkelanjutan melibatkan penetapan batasan jumlah pengunjung, pengelolaan arus pengunjung, dan penerapan langkah-langkah untuk melindungi kawasan sensitif. Strategi untuk mempertahankan daya dukung mencakup mendorong perilaku pariwisata yang bertanggung jawab, mendistribusikan kegiatan pariwisata di berbagai wilayah, dan mendiversifikasi penawaran pariwisata di luar lokasi yang paling populer.

Dengan mengelola pembangunan infrastruktur secara hati-hati dan memastikan kegiatan pariwisata tetap sesuai dengan daya dukungnya, destinasi dapat mencapai keseimbangan antara pertumbuhan dan keberlanjutan pariwisata, melestarikan aset alam dan budaya yang menarik pengunjung sekaligus memberikan manfaat bagi masyarakat lokal dan menjaga lingkungan untuk generasi mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Finanda, F., & Fatmawati, A. 2019. Sistem Informasi Pengelolaan Pariwisata" SIPETA. *Jurnal INSYPRO (Information System and Processing)*, 4(2)
- Fauzi.A. 2004. Ekonomi Sumber Daya Alam dan Lingkungan, Teori dan Aplikasi, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sentanu, I. G. E. P. S., & Mahadiansar, M. 2020. Memperkuat peran pemerintah daerah: Mengelola pariwisata lokal yang berkelanjutan. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara (JUAN)*, 8(1), 1-20.
- UNWTO (United Nation World Tourism Organization) 2013. Governance for The Tourism Sector
- Sari Y Tri , Kurnia H, Khasanah, K & Ningtyas, D N. 2022. "Membangun Identitas Lokal Dalam Era Globalisasi Untuk Melestarikan Budaya dan Tradisi Yang Terancam Punah", *Academy of Social Science and Global Citizenship Journal* www.scribd.com (Internet Source)

BAB 6

ISU ISU STRATEGIS PENGELOLAAN PARIWISATA

Oleh Firman Syakri Pribadi

6.1 Pendahuluan

Pariwisata telah menjadi industri yang berkembang pesat di seluruh dunia, dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya. Namun, pertumbuhan yang tidak terkendali dalam sektor pariwisata dapat berdampak negatif terhadap lingkungan alam, budaya lokal, dan kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, pengelolaan pariwisata yang baik dan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat pariwisata dapat dinikmati secara jangka panjang, tanpa mengorbankan sumber daya alam dan budaya yang ada (Page dan Connell, 2020)

Pengelolaan pariwisata sejatinya melibatkan perencanaan, pengembangan, pengorganisasian, dan pengawasan segala aspek yang terkait dengan pariwisata. Tujuan utamanya adalah untuk memaksimalkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dihasilkan oleh pariwisata, sambil meminimalkan dampak negatifnya. Dalam konteks pengelolaan pariwisata berkelanjutan, pendekatan ini diperluas untuk memperhatikan keberlanjutan jangka panjang, termasuk pemeliharaan lingkungan, penghormatan budaya, dan pemberdayaan masyarakat lokal (Hall dan Lew, 2009)

Untuk mewujudkan program pariwisata yang menguntungkan, holistik, dan berkelanjutan diperlukan kolaborasi yang mantap dibungkus dengan pola komunikasi

yang transparan dan interaktif. Pendekatan konsep komunikasi pemasaran dikombinasikan dengan kolaborasi teori antar pemangku kepentingan dapat bermanfaat untuk pariwisata berkelanjutan.(Chamidah et al., 2020)

Pentingnya pengelolaan pariwisata dengan mempertimbangkan berkelanjutan terletak pada sejumlah faktor yang mempengaruhinya. Pertama, pengelolaan pariwisata yang berkualitas dapat membantu destinasi pariwisata melindungi dan melestarikan lingkungan alam yang rentan terhadap dampak negatif pariwisata, seperti terumbu karang, hutan lindung, dan area alam lainnya. Praktik berkelanjutan meliputi penggunaan energi yang efisien, pengelolaan limbah yang tepat, konservasi alam, dan pemantauan ketat terhadap kerusakan lingkungan.

Kedua, pengelolaan pariwisata berkelanjutan merupakan hal yang sangat penting dalam menjaga, mempertahankan dan menghormati warisan budaya dan tradisi lokal. Budaya merupakan aset tak ternilai yang dapat menjadi daya tarik utama bagi pariwisata. Penting untuk menghindari komodifikasi budaya dan menghormati nilai-nilai, praktik, dan keyakinan masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata. Dalam konteks ini, partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dan pembagian manfaat sangatlah penting.

Ketiga, pengelolaan pariwisata berkelanjutan juga berperan dalam menciptakan manfaat ekonomi yang berkelanjutan dan bermanfaat secara jangka panjang bagi masyarakat lokal. Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, pariwisata dapat menjadi sumber penghidupan yang signifikan, menciptakan lapangan kerja, mempromosikan pengembangan usaha mikro dan kecil, serta meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Pengelolaan pariwisata yang

baik harus mendorong inklusivitas, pemerataan, dan keadilan dalam distribusi manfaat ekonomi.

Penekanan pada keterlibatan masyarakat dalam perencanaan, pengembangan dan pengendalian pariwisata merupakan kunci utama strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan. Artinya, hanya ketika prioritas diberikan pada kebutuhan dan kepentingan pembangunan masyarakat lokal dibandingkan tujuan industri pariwisata itu sendiri maka pembangunan sosial yang lebih luas akan tercapai (Brohman, 1996; Simmons, 1994)

Dalam rangka mencapai pengelolaan pariwisata yang berkualitas, kerjasama dan kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan sangatlah penting. Pemerintah, industri pariwisata, masyarakat lokal, organisasi non-pemerintah, dan wisatawan harus bekerja bersama untuk mengembangkan kebijakan, praktik, dan program yang berfokus pada keberlanjutan pariwisata. Hanya dengan upaya bersama, kita dapat memastikan bahwa pariwisata yang kita nikmati saat ini juga dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

6.2 Isu Diversifikasi Produk Wisata

Dinamika perkembangan dan pengelolaan kepariwisataan di masa mendatang akan dihadapkan pada persaingan yang semakin ketat, baik dalam aspek pemasaran maupun pengembangan produk. Kondisi tersebut akan terjadi di berbagai destinasi di seluruh penjuru dunia

Salah satu isu strategis yang penting adalah diversifikasi produk wisata. Diversifikasi produk wisata dapat membantu meningkatkan daya tarik sebuah destinasi sebagai tujuan wisata yang beragam dan menarik bagi wisatawan. Indonesia sebagai negara kepulauan yang kaya akan budaya dan alam menawarkan berbagai potensi wisata yang belum sepenuhnya dimanfaatkan. Diversifikasi produk wisata menjadi kunci

penting untuk meningkatkan daya tarik Indonesia sebagai tujuan wisata yang beragam dan menarik bagi wisatawan domestik maupun internasional.

Potensi wisata Indonesia yang melimpah mencakup keindahan alam, keragaman budaya, warisan sejarah, kuliner lezat, serta kehidupan lokal yang unik. Dengan memanfaatkan beragam potensi ini, Indonesia dapat menawarkan pengalaman wisata yang berbeda dan memenuhi berbagai minat wisatawan. Misalnya, destinasi alam seperti Raja Ampat, Bromo, dan Danau Toba menawarkan keindahan alam yang spektakuler, sementara destinasi budaya seperti Yogyakarta dan Bali menampilkan warisan budaya yang kaya.

Dalam upaya diversifikasi produk wisata, peran pemerintah dan sektor swasta sangatlah penting. Pemerintah dapat menciptakan regulasi yang mendukung pengembangan berbagai jenis wisata, memberikan insentif kepada pelaku industri untuk berinvestasi, dan melakukan promosi yang tepat sasaran. Di sisi lain, pelaku industri pariwisata juga memiliki tanggung jawab untuk mengembangkan produk wisata yang berkualitas, menjaga keberlanjutan lingkungan, dan memberdayakan masyarakat lokal.

Dalam konteks ini, diversifikasi produk wisata bukan hanya tentang menambah jenis destinasi, tetapi juga tentang meningkatkan kualitas dan pengalaman yang ditawarkan. Peningkatan aksesibilitas, fasilitas yang memadai, pemberian edukasi kepada wisatawan mengenai kearifan lokal dan lingkungan, serta pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisata adalah hal-hal penting yang perlu diperhatikan.

Diversifikasi produk wisata dapat memberikan dampak positif pada pemerataan ekonomi dan pemanfaatan potensi wisata di berbagai daerah. Dengan mengembangkan potensi wisata yang ada di berbagai wilayah, kemungkinan pemerataan

pendapatan dapat meningkat dan dampak ekonomi dapat dirasakan lebih merata.

Diversifikasi produk wisata dapat juga dijadikan sebagai upaya untuk meningkatkan daya saing sebuah destinasi. Dupeyras & MacCallum, (2013) menyatakan bahwa daya saing pariwisata untuk sebuah destinasi merupakan kemampuan tempat untuk mengoptimalkan daya tarik yang berkualitas, inovatif dan menarik bagi masyarakat setempat maupun pengunjung. Ritchie & Crouch, (2003) mendefinisikan daya saing destinasi sebagai kemampuan suatu destinasi wisata untuk meningkatkan jumlah pengunjung, meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat sekaligus melestarikan sumber daya alam untuk generasi mendatang.

Dalam rangka menghadapi tantangan global seperti pandemi COVID-19, diversifikasi produk wisata juga dapat membantu mengurangi risiko ketergantungan pada satu jenis wisata tertentu. Sebagai contoh, ketika pariwisata budaya terbatas akibat pembatasan sosial, potensi pariwisata alam masih tetap dapat diandalkan.

Diversifikasi produk wisata dapat ditujukan untuk mengatasi kejenuhan wisatawan akan produk wisata. Dengan adanya variasi produk wisata melalui penganeekaragaman produk-produk wisata yang potensial dan inovatif diharapkan dapat menarik minat wisatawan, baik wisatawan baru (*first time visitors*) maupun wisatawan yang sebelumnya pernah berkunjung ke sebuah destinasi (*repeaters*). Diversifikasi produk wisata juga sebagai salah satu upaya dalam manajemen lingkungan karena dengan diversifikasi produk wisata diharapkan dampak lingkungan akibat pembangunan wisata yang berlebihan dapat diminimalisir (Sukmaratri & Damayanti, 2016)

Secara keseluruhan, diversifikasi produk wisata merupakan langkah strategis yang penting bagi Indonesia.

Dengan memanfaatkan potensi alam, budaya, dan sejarah yang kaya, Indonesia dapat menciptakan daya tarik pariwisata yang beragam dan menarik bagi wisatawan. Melalui kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal, Indonesia dapat meraih potensi penuh dari sektor pariwisata yang menjadi salah satu tulang punggung ekonomi negara.

6.3 Isu Pengembangan infrastruktur pariwisata:

Infrastruktur yang baik menjadi salah satu faktor penting dalam meningkatkan pariwisata. Investasi dalam pembangunan dan peningkatan infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan transportasi yang efisien akan mempermudah aksesibilitas wisatawan ke destinasi-destinasi pariwisata. Pengembangan infrastruktur pariwisata juga meliputi akomodasi yang memadai, pusat perbelanjaan, dan fasilitas pendukung lainnya.

Gunn, (1988) dan Inskeep (1991), menyebutkan basis infrastruktur suatu negara sebagai faktor penentu daya tarik suatu destinasi. Infrastruktur yang solid dan modern memiliki peran sentral dalam membuka pintu menuju kemajuan sektor pariwisata. Investasi yang tepat dalam pembangunan serta peningkatan infrastruktur, seperti jalan raya, bandara, pelabuhan, dan sarana transportasi yang efisien, mampu memberikan dampak yang signifikan dalam memfasilitasi aksesibilitas wisatawan ke beragam destinasi pariwisata yang dimiliki oleh sebuah destinasi.

Pentingnya pengembangan infrastruktur dalam konteks pariwisata menjadi semakin jelas. Jalan yang baik dan lancar, misalnya, tidak hanya mempersingkat waktu tempuh wisatawan, tetapi juga memberikan kenyamanan dan keamanan dalam perjalanan mereka. Bandara dan pelabuhan yang modern dan terintegrasi mendukung konektivitas internasional dan domestik, memperlancar aliran wisatawan

dari berbagai penjuru dunia. Ini memberi kesempatan bagi daerah-daerah di seluruh Indonesia, terutama yang terletak di luar kota-kota besar, untuk tumbuh dan mengembangkan potensi pariwisatanya.

Infrastruktur pariwisata juga merambah pada aspek akomodasi dan fasilitas pendukung lainnya. Adanya akomodasi yang memadai, mulai dari hotel hingga penginapan tradisional, memberikan pilihan bagi wisatawan untuk menginap sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, pusat perbelanjaan, restoran, dan sarana rekreasi lainnya juga turut mendorong pengeluaran wisatawan dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal.

Untuk sektor pariwisata, Middleton dan Hawkins, (1998) menjelaskan bahwa infrastruktur pariwisata merupakan suatu cara mengisi, memelihara atau melestarikan sumber daya alam; konstruksi di alam lingkungan; dan penyediaan layanan hukum, fasilitas rekreasi dan infrastruktur dasar seperti gas, air dan limbah. Infrastruktur pariwisata dapat dibahas dalam dua konteks berbeda, yaitu infrastruktur pariwisata pemerintah dan swasta.

Pentingnya infrastruktur dalam pengembangan pariwisata sudah disadari oleh pemerintah di berbagai belahan dunia. Dalam mengembangkan destinasi wisata di suatu daerah, dapat menerapkan konsep 4A yaitu Atraksi, Aksesibilitas, dan Amenitas, Ancillary. Konsep 4A dalam pariwisata berhubungan dengan keberlanjutan karena konsep ini menekankan pentingnya pengembangan pariwisata yang berkelanjutan, yaitu pariwisata yang dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan yang berkelanjutan. Dalam pengembangan kegiatan pariwisata berkelanjutan, terdapat dampak positif dan dampak negatif, baik dalam masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan alam.

Model 4A dalam pariwisata adalah sebuah kerangka kerja yang digunakan untuk menjelaskan elemen-elemen kunci yang perlu diperhatikan dalam pengembangan destinasi pariwisata. Keempat "A" ini mewakili aspek-aspek penting yang harus dikelola dengan baik untuk mencapai keberhasilan dalam industri pariwisata. Keempat "A" tersebut adalah Atraksi, Aksesibilitas, Akomodasi, dan Amenitas.

Atraksi (Attractions): Ini merujuk pada daya tarik utama destinasi pariwisata yang mendorong wisatawan untuk mengunjunginya. Atraksi ini bisa berupa keindahan alam, situs sejarah, acara budaya, atau aktivitas tertentu yang menarik bagi wisatawan. Penting untuk memahami dan memelihara atraksi ini agar tetap menarik bagi pengunjung.

Aksesibilitas (Accessibility): Aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan dalam mencapai destinasi pariwisata. Ini mencakup infrastruktur transportasi seperti jalan, bandara, pelabuhan, dan sistem transportasi publik yang memadai. Aksesibilitas yang baik dapat membuat destinasi lebih mudah dijangkau oleh wisatawan, sehingga meningkatkan kunjungan.

Akomodasi (Accommodation): Akomodasi adalah fasilitas tempat tinggal untuk wisatawan selama mereka berada di destinasi. Ini termasuk hotel, penginapan, vila, hostel, dan sejenisnya. Ketersediaan akomodasi yang beragam dan sesuai dengan berbagai tingkat anggaran wisatawan penting untuk meningkatkan jumlah dan durasi kunjungan.

Amenitas (Amenities): Amenitas adalah fasilitas pendukung lainnya yang membuat pengalaman wisatawan lebih nyaman dan menyenangkan. Ini bisa mencakup restoran, pusat perbelanjaan, tempat rekreasi, pelayanan kesehatan, dan sarana umum lainnya. Amenitas yang baik dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan selama mereka berada di destinasi.

Fasilitas pariwisata merupakan bagian integral dari infrastruktur fisik yang merupakan pilar yang sangat diperlukan dalam pembangunan ekonomi dan pariwisata secara keseluruhan (Khadaroo dan Seetanah, 2007) Bersama dengan hotel dan fasilitas perhotelan lainnya, mereka membentuk konstituen yang disebut infrastruktur pariwisata. Masing-masing elemen ini mendorong pengembangan pariwisata terutama dengan meningkatkan daya tarik dan daya saing suatu destinasi. Wisatawan mengharapkan fasilitas di destinasi pilihan mereka sebanding dengan apa yang mereka nikmati di rumah, terutama fasilitas yang telah menjadi elemen penting dalam rekreasi kehidupan sehari-hari (Murphy et al., 2000; Ritchie & Crouch, 2003)

Di Indonesia, Pemerintah juga telah menginisiasi penyusunan mekanisme untuk mempercepat proyek-proyek yang strategis dalam rangka peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui konektivitas wilayah dan pengembangan infrastruktur di Indonesia. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam membangun infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan pariwisata di Indonesia. Dukungan instansi terkait dalam membangun prasarana wisata sangat diperlukan bagi pengembangan pariwisata di daerah

Koordinasi di tingkat instansi pemerintah dan swasta juga penting dalam membangun infrastruktur yang memadai untuk mendukung pariwisata di Indonesia.

Dengan investasi yang tepat dalam pembangunan dan peningkatan infrastruktur, Indonesia dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi wisata yang mudah diakses dan memiliki fasilitas yang memadai. Hal ini akan berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi, peningkatan lapangan kerja, dan kesejahteraan masyarakat lokal. Peningkatan infrastruktur pariwisata juga dilakukan dengan membangun akomodasi yang memadai.

6.4 Peningkatan kualitas layanan

Kualitas layanan yang baik sangat penting dalam industri pariwisata. Pelatihan dan peningkatan keterampilan para pekerja di sektor pariwisata, termasuk pemandu wisata, petugas hotel, dan operator tur, dapat membantu meningkatkan pengalaman wisatawan. Peningkatan kualitas layanan juga melibatkan perhatian terhadap kebersihan, keamanan, dan kenyamanan bagi wisatawan.

Atilgan et al., (2003) menyatakan bahwa kualitas di bidang pariwisata merupakan faktor penting dan pada akhirnya menentukan ke berhasilan usaha pariwisata. World Tourism Organization (2003) mendefinisikan kualitas layanan di bidang pariwisata adalah sebagai berikut: "...hasil dari suatu proses yang menyiratkan kepuasan dari semua produk yang sah dan kebutuhan akan pelayanan, persyaratan dan harapan pelanggan, dengan harga yang dapat diterima, sesuai dengan penentu kualitas yang mendasari seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, transportasi, keaslian, dan harmonisasi dari kegiatan pariwisata yang peduli dengan lingkungan manusia dan alam"

Kualitas layanan yang baik memang sangat penting dalam industri pariwisata. Industri ini bergantung pada pengalaman positif yang diberikan kepada wisatawan, karena hal tersebut akan memengaruhi reputasi destinasi wisata, kunjungan berulang, serta rekomendasi kepada teman dan keluarga. Dalam upaya meningkatkan kualitas layanan, beberapa aspek perlu diperhatikan.

1. Pelatihan dan Peningkatan Keterampilan:

Pelatihan yang baik adalah kunci untuk meningkatkan kualitas layanan dalam industri pariwisata. Para pekerja di sektor ini, seperti pemandu wisata, petugas hotel, dan operator tur, perlu memiliki pengetahuan yang baik tentang destinasi mereka, bahasa yang baik, dan

keterampilan interpersonal yang kuat. Mereka juga harus mampu menangani situasi darurat dan memberikan informasi yang akurat kepada wisatawan.

2. Kebersihan dan Keamanan:

Kebersihan dan keamanan adalah faktor kunci dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Hotel, restoran, dan tempat-tempat wisata harus menjaga kebersihan dan keamanan dengan sangat serius. Hal ini mencakup perawatan fasilitas, pengawasan keamanan, dan protokol kebersihan yang ketat, terutama selama pandemi seperti COVID-19.

3. Kenyamanan Wisatawan:

Kenyamanan wisatawan juga harus diperhatikan. Ini mencakup aspek-aspek seperti kualitas tempat tidur di hotel, transportasi yang nyaman, aksesibilitas bagi orang dengan disabilitas, dan fasilitas umum yang memadai. Kenyamanan adalah salah satu faktor yang paling diingint oleh wisatawan setelah mereka selesai berlibur.

Peningkatan kualitas layanan dalam industri pariwisata memerlukan kerja sama antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, perusahaan pariwisata, dan pekerja industri itu sendiri. Ini adalah investasi jangka panjang yang dapat membantu meningkatkan daya tarik destinasi, meningkatkan pendapatan, dan menciptakan pekerjaan bagi komunitas setempat.

6.5 Promosi pariwisata yang efektif

Promosi yang efektif menjadi isu strategis dalam menarik minat wisatawan. Sebuah destinasi perlu melakukan promosi yang tepat baik secara nasional maupun internasional untuk meningkatkan kesadaran tentang kekayaan budaya, alam, dan atraksi wisata yang dimiliki. Penggunaan media sosial, kampanye pemasaran, partisipasi dalam pameran pariwisata internasional,

dan kerjasama dengan maskapai penerbangan dan agen perjalanan merupakan beberapa strategi promosi yang dapat dilakukan.

Dengan kekayaan budaya yang mendalam, keindahan alam yang memukau, dan beragam atraksi wisata, Indonesia telah menjadi destinasi idaman bagi para pelancong di seluruh dunia. Namun, agar potensi wisata ini benar-benar dimanfaatkan, promosi yang efektif menjadi isu strategis yang tak bisa diabaikan. Beberapa strategi promosi yang dapat membantu meningkatkan kesadaran tentang kekayaan wisata Indonesia baik di tingkat nasional maupun internasional.

1. Media Sosial: Penggunaan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube telah menjadi alat yang sangat efektif dalam mempromosikan pariwisata. Menciptakan konten visual yang menarik dan berbagi pengalaman wisatawan yang positif dapat membantu menjangkau audiens global dengan cepat.
2. Kampanye Pemasaran: Kampanye pemasaran yang kreatif dan berfokus pada daya tarik unik Indonesia seperti Bali, Yogyakarta, atau Raja Ampat bisa menjadi magnet bagi wisatawan. Kampanye tersebut dapat mencakup iklan di media cetak, televisi, dan online.
3. Pameran Pariwisata Internasional: Partisipasi dalam pameran pariwisata internasional seperti ITB Berlin atau WTM London adalah cara yang bagus untuk menarik perhatian agen perjalanan dan pelancong potensial dari seluruh dunia. Indonesia harus memanfaatkan platform ini untuk mempromosikan destinasi wisata yang menakjubkan.
4. Kerjasama dengan Maskapai Penerbangan dan Agen Perjalanan: Kerjasama dengan maskapai penerbangan dan agen perjalanan dapat membantu meningkatkan aksesibilitas ke destinasi wisata di Indonesia. Penawaran paket liburan yang menarik dan diskon tiket penerbangan dapat mendorong minat wisatawan.

Dengan strategi promosi yang tepat, Indonesia dapat memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata terkemuka di dunia dan mengundang lebih banyak pelancong untuk menjelajahi keindahan dan keanekaragaman yang luar biasa yang dimilikinya.

6.6 Keberlanjutan pariwisata:

Keberlanjutan pariwisata menjadi isu penting dalam menjaga lingkungan dan kelestarian budaya. Upaya pelestarian lingkungan, pengelolaan limbah, pelestarian situs budaya, dan melibatkan komunitas lokal dalam manfaat ekonomi pariwisata adalah beberapa langkah penting untuk memastikan pariwisata Indonesia tetap berkelanjutan jangka panjang.

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia, yang memberikan manfaat ekonomi yang besar. Namun, pertumbuhan pesat dalam industri ini juga membawa tantangan serius terkait dengan keberlanjutan. Keberlanjutan dalam pariwisata tidak hanya berfokus pada perlindungan lingkungan, tetapi juga memperhatikan dampak sosial dan budaya, serta memastikan manfaat yang berkelanjutan bagi komunitas lokal. Dalam artikel ini, kita akan menjelajahi pentingnya keberlanjutan dalam pariwisata dan beberapa langkah yang dapat diambil untuk mencapainya.

1. **Perlindungan Lingkungan:** Salah satu aspek terpenting dari keberlanjutan dalam pariwisata adalah perlindungan lingkungan. Destinasi pariwisata yang populer sering kali mengalami masalah seperti polusi air dan udara, kerusakan habitat alam, dan limbah plastik. Untuk mengatasi ini, pengelolaan limbah yang baik, penggunaan energi terbarukan, dan praktik berkelanjutan lainnya harus diadopsi. Sebagai contoh, beberapa destinasi telah berhasil mengurangi penggunaan plastik sekali pakai dengan menggantinya dengan produk yang ramah lingkungan.
2. **Penghormatan terhadap Budaya Lokal:** Keberlanjutan juga melibatkan penghargaan terhadap budaya dan tradisi

lokal. Pengunjung harus didorong untuk menghormati budaya setempat dan berperilaku dengan sopan saat berkunjung ke destinasi pariwisata. Inisiatif seperti pasar lokal, kerajinan tangan, dan pertunjukan budaya juga dapat membantu mempromosikan dan mempertahankan warisan budaya.

3. Keterlibatan Komunitas Lokal: Keberlanjutan dalam pariwisata mencakup pemberdayaan komunitas lokal. Komunitas harus memiliki suara dalam pengambilan keputusan terkait pariwisata di daerah mereka. Ini dapat mencakup pembagian manfaat ekonomi secara adil, peluang kerja lokal, dan investasi dalam pendidikan pariwisata.
4. Pendidikan Pariwisata: Pendidikan pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan adalah kunci untuk mengubah praktik industri. Melalui kurikulum yang sesuai, para profesional pariwisata dapat memahami dampak mereka pada lingkungan dan budaya, serta belajar cara meminimalkan dampak negatif.

Ketika industri pariwisata bergerak menuju keberlanjutan, ini bukan hanya menguntungkan lingkungan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih berarti bagi pengunjung dan memberikan manfaat jangka panjang bagi komunitas lokal. Ini adalah tugas bersama kita untuk menjaga keindahan alam dan budaya dunia sambil menjaga pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Keberlanjutan dalam pariwisata adalah investasi jangka panjang yang akan membantu kita semua menikmati keajaiban dunia ini untuk generasi yang akan datang.

6.7 Pengembangan sumber daya manusia

Pengembangan sumber daya manusia dalam sektor pariwisata juga menjadi isu strategis. Meningkatkan pendidikan dan pelatihan di bidang pariwisata, memperkuat kerjasama antara lembaga pendidikan pariwisata dengan industri, serta meningkatkan kualitas tenaga kerja di sektor pariwisata akan berdampak positif pada pengembangan industri pariwisata Indonesia.

Industri pariwisata adalah salah satu sektor terbesar di dunia, dan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi merupakan aset yang tak ternilai. Pengembangan sumber daya manusia dalam pariwisata bukan hanya tentang meningkatkan keterampilan dan pengetahuan individu, tetapi juga mengenai memastikan bahwa sektor ini dapat terus berkembang, berinovasi, dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan.

Peningkatan Keterampilan dan Pengetahuan: Pengembangan sumber daya manusia dalam pariwisata melibatkan pelatihan dan pendidikan yang terus-menerus untuk para profesional. Pelatihan ini mencakup beragam topik, mulai dari manajemen hotel, pemandu wisata, hingga keahlian digital dalam pemasaran pariwisata. Pengembangan keterampilan dan pengetahuan ini memungkinkan para pekerja untuk memberikan layanan berkualitas tinggi kepada pengunjung.

Inovasi dalam Layanan: Dengan cepatnya perkembangan teknologi dan perubahan tren pariwisata, para pekerja di industri pariwisata perlu berinovasi dalam memberikan layanan yang menarik. Inovasi dapat mencakup penggunaan teknologi baru seperti kecerdasan buatan untuk pengelolaan destinasi, aplikasi seluler untuk panduan wisata, atau penggunaan teknologi hijau untuk mengurangi dampak lingkungan.

Kesadaran Keberlanjutan: Keberlanjutan telah menjadi isu penting dalam pariwisata. Para pekerja di sektor ini harus diberi pelatihan tentang praktik pariwisata berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah, energi terbarukan, dan perlindungan lingkungan. Hal ini akan membantu menjaga keindahan alam dan budaya yang menjadi daya tarik wisata.

Ada kesenjangan dalam pengetahuan pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata. Kondisi ini tentu berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata sebuah destinasi, sehingga potensi pariwisata yang dimiliki tidak bisa berkembang dengan optimal. Persoalan yang dimiliki para pemangku kepentingan dalam melihat pengembangan pembangunan pariwisata, juga mempunyai dampak terhadap para pemangku kepentingan, sehingga masing masing pihak yang berkepentingan tersebut kurang bersinergi dalam mengoptimalkan potensi pariwisata yang ada. menjadikan pemerintah menjadi dominan dalam perencanaan pariwisata. Meskipun dominasi tersebut juga dilakukan oleh sumber daya manusia yang tidak mempunyai kompetensi yang baik di bidang pariwisata.

Pengembangan sumber daya manusia yang efektif adalah kunci kesuksesan jangka panjang dalam industri pariwisata. Melalui pelatihan yang berkualitas, kesadaran keberlanjutan, dan inovasi berkelanjutan, kita dapat memastikan bahwa pariwisata tetap menjadi salah satu sektor yang paling menarik dan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan. Dengan mengutamakan pengembangan sumber daya manusia, kita dapat membantu mencapai potensi penuh industri pariwisata dan memberikan pengalaman berkesan bagi pengunjung di seluruh dunia.

6.8 Penggunaan teknologi dalam pariwisata

Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam industri pariwisata dapat memberikan manfaat besar. Penggunaan aplikasi mobile, teknologi pencarian online, sistem manajemen destinasi, dan teknologi lainnya dapat meningkatkan pengalaman wisatawan dan mempermudah proses pemesanan, pembayaran, dan informasi pariwisata.

Teknologi telah merombak banyak aspek kehidupan kita, termasuk industri pariwisata. Penggunaan teknologi dalam pariwisata bukan hanya tentang kemudahan dan efisiensi, tetapi juga tentang menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi para pelancong. Kita dapat melihat bagaimana teknologi telah mengubah wajah industri pariwisata.

Pemesanan dan Manajemen Perjalanan: Salah satu perubahan paling mencolok dalam pariwisata adalah kemungkinan pemesanan dan manajemen perjalanan secara online. Dengan adanya platform pemesanan seperti Airbnb, Booking.com, dan Expedia, Traveloka, Tiket.com, para wisatawan dapat dengan mudah mencari akomodasi, tiket penerbangan, dan kegiatan wisata dengan beberapa kali klik. Ini juga memungkinkan pemilik usaha kecil untuk mencapai pasar global. Wisatawan mempunyai kebebasan untuk menentukan waktu perjalanan, tempat yang dituju, bahkan dengan mudah dapat mengatur ulang jadwal perjalanan.

Realitas Virtual (VR) dan Augmented Reality (AR): VR dan AR telah membawa pengalaman wisata ke tingkat berikutnya. Wisatawan dapat menggunakan headset VR untuk mengunjungi tempat-tempat eksotis tanpa perlu meninggalkan rumah. Di sisi lain, AR digunakan dalam aplikasi seluler untuk memberikan informasi tambahan tentang objek wisata di lokasi nyata.

Inteligensi Buatan (AI): AI digunakan dalam berbagai cara dalam industri pariwisata, mulai dari chatbot yang

memberikan informasi sepanjang waktu hingga personalisasi rekomendasi perjalanan berdasarkan preferensi pengguna. Teknologi ini membantu meningkatkan layanan pelanggan dan memastikan pengalaman yang lebih personal.

Big Data dan Analitik: Analisis data besar telah menjadi alat yang berharga dalam pengambilan keputusan dalam pariwisata. Dengan mengumpulkan dan menganalisis data pengguna, industri pariwisata dapat memahami tren konsumen, harga dinamis, dan merencanakan strategi pemasaran yang lebih efektif.

Penggunaan teknologi dalam pariwisata telah membawa manfaat besar dalam hal kenyamanan, aksesibilitas, dan pengalaman pelancong. Dengan terus berinovasi dan mengikuti perkembangan teknologi terkini, industri pariwisata dapat terus bertransformasi, memberikan layanan yang lebih baik, dan meraih peluang baru. Teknologi bukan hanya alat, tetapi juga kunci untuk menjaga pariwisata tetap relevan dan kompetitif di abad ke-21 ini.

6.9 Overtourism

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia, tetapi keberhasilannya juga menimbulkan tantangan serius. Salah satu tantangan utama yang muncul adalah fenomena overtourism. Overtourism terjadi ketika jumlah wisatawan yang berlebihan mengunjungi sebuah destinasi pariwisata, melebihi kapasitas yang dapat diatasi oleh komunitas lokal dan lingkungan.

Fenomena overtourism terjadi ketika destinasi pariwisata menghadapi jumlah pengunjung yang melebihi kapasitas maksimal, menyebabkan dampak negatif seperti kerusakan lingkungan, peningkatan harga, dan ketidaknyamanan bagi penduduk lokal. Pengelolaan kunjungan wisata menjadi krusial untuk mengatasi masalah ini.

Overtourism adalah fenomena di mana destinasi pariwisata tertentu mengalami tekanan berlebihan akibat jumlah wisatawan yang sangat tinggi. Ini sering kali mengarah pada kerumunan, kemacetan lalu lintas, kerusakan lingkungan, dan konflik antara penduduk lokal dan pengunjung. Istilah "*Sindrom Venesia*" biasanya digunakan untuk merujuk pada fenomena overtourism dan depopulasi di pusat kota. (Manuel et al., 2018)

Overtourism dapat memiliki dampak yang serius. Lingkungan alam dapat mengalami kerusakan akibat peningkatan sampah, pemadatan, dan aktivitas manusia. Komunitas lokal mungkin merasa terganggu oleh kerumunan dan perubahan budaya yang disebabkan oleh wisatawan. Selain itu, harga properti dan barang konsumsi dapat meningkat, mengakibatkan ketidaksetaraan ekonomi.

Beberapa destinasi bahkan memikirkan Trexit (keluarnya wisatawan) sebagai strategi untuk mengatasi overtourism (Seraphin et al., 2018). Strategi ini berpotensi menyebabkan overtourism. Hal ini terjadi ketika: (a) jumlah wisatawan lebih banyak dibandingkan jumlah penduduk lokal (b) ketika suatu destinasi telah mencapai batas maksimal pengembangan pariwisata, disebut juga daya dukung (c) ketika destinasi tersebut mengalami tekanan pariwisata. (Richardson, 2017 dikutip dalam (Seraphin et al., 2018) Overtourism pada gilirannya menyebabkan 'tourismphobia', yaitu kebencian dan penolakan terhadap wisatawan (Calzada, 2019; Singh, 2018) dan juga gerakan antitourism, dengan kata lain, gerakan yang mempertemukan semua musuh pariwisata (Calzada, 2018).

Untuk mengatasi overtourism, perlu diambil langkah-langkah tegas. Beberapa strategi yang telah diusulkan dan diimplementasikan adalah:

1. Pengaturan Kuota Wisatawan: Beberapa destinasi telah membatasi jumlah wisatawan yang diperbolehkan

mengunjungi dalam satu waktu. Ini membantu mengontrol kerumunan dan melestarikan lingkungan.

2. **Pengelolaan Pintu Masuk:** Mengarahkan pengunjung melalui pintu masuk yang berbeda dan memberlakukan biaya masuk tambahan pada waktu sibuk dapat mengurangi tekanan pada lokasi wisata.
3. **Pengembangan Destinasi Alternatif:** Mengembangkan destinasi alternatif yang kurang dikenal dapat membantu mengalihkan perhatian wisatawan dari destinasi yang penuh sesak.
4. **Pendidikan Wisatawan:** Meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya berperilaku dengan baik dan menjaga lingkungan dan budaya lokal.

Mengatasi overtourism adalah tantangan yang kompleks, tetapi sangat penting untuk menjaga keberlanjutan industri pariwisata. Dengan langkah-langkah seperti pengaturan kuota, pengelolaan pintu masuk, dan pendidikan wisatawan, kita dapat menjaga keseimbangan antara mempromosikan pariwisata yang berkelanjutan dan melindungi warisan budaya dan alam yang berharga di destinasi wisata. Keberhasilan dalam mengatasi overtourism akan membantu menjaga destinasi pariwisata tetap menarik dan berkelanjutan untuk generasi mendatang.

6.10 Penutup

Berbagai isu di atas menjadi fokus strategis dalam mengembangkan industri pariwisata Indonesia agar tetap kompetitif, berkelanjutan, dan memberikan manfaat ekonomi dan sosial yang signifikan. Pengelolaan pariwisata dengan memperhatikan aspek keberlanjutan seyogianya menjadi perhatian penting bagi semua pemangku kepentingan pariwisata. Jangan sampai pengelolaan dan pengembangan pariwisata yang dilakukan menjadi tidak terkendali, karena pada gilirannya akan

menghacurkan pariwisata tu sendiri. Untuk itu, menekankan pendekatan pariwisata yang berkelanjutan yang melibatkan perencanaan dan manajemen yang baik, serta keterlibatan dan pemberdayaan masyarakat lokal sangat penting dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Atilgan, E., Akinci, S., & Aksoy, S. 2003. Mapping service quality in the tourism industry. *Managing Service Quality: An International Journal*, 13(5), 412–422.
- Brohman, J. 1996. New directions in tourism for Third World development. *Annals of Tourism Research*, 23(1), 48–70. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(95\)00043-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(95)00043-7)
- Calzada, I. 2019. *Local entrepreneurship through a multistakeholders' tourism living lab in the post - violence / peripheral era in the Basque Country*. May 2018, 451–466. <https://doi.org/10.1111/rsp3.12130>
- Chamidah, N., Guntoro, B., & Sulastrri, E. 2020. Marketing communication and synergy of pentahelix strategy on satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.177>
- Dupeyras, A., & MacCallum, N. 2013. *Indicators for measuring competitiveness in tourism: A guidance document*.
- Gunn, C. A. 1988. *Vacationscape: Designing tourist regions*. Van Nostrand Reinhold.
- Hall, C. M., & Lew, A. A. 2009. *Understanding and Managing Tourism Impacts: An integrated Approach* (1st ed.). Routledge.
- Inskeep, E., & others. 1991. *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach*. Van Nostrand Reinhold.
- Khadaroo, J., & Seetanah, B. 2007. Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*, 34(4), 1021–1032.
- Manuel, J., Mart, G., & Salinas, A. 2018. An Analysis of the Factors behind the Citizen's Attitude of Rejection towards Tourism in a Context of Overtourism and Economic Dependence on This Activity. *Sustainability*, 10, 7–18. <https://doi.org/10.3390/su10082851>

- Middleton, V. T. C., & Hawkins, R. 1998. *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Routledge.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. 2000. The destination product and its impact on traveller perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43–52.
- Page, S. J., & Connell, J. 2020. *Tourism: A Modern Synthesis* (5th ed.). Taylor & Francis.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. 2003. *The Competitive Destination A Sustainable Tourism Perspective* (1st ed.). CABI Publishing.
- Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. 2018. *Over-tourism and the fall of Venice as a destination*. 9, 374–376. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2018.01.011>
- Simmons, D. G. 1994. Community participation in tourism planning. *Tourism Management*, 15(2), 98–108. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90003-5)
- Singh, T. 2018. Is over-tourism the downside of mass tourism? *Tourism Recreation Research*, 43(4), 415–416. <https://doi.org/10.1080/02508281.2018.1513890>
- Sukmaratri, M., & Damayanti, M. 2016. Diversifikasi Produk Wisata Sebagai Strategi Pengembangan Daya Saing Wisata Kota Batu. *Jurnal Pembangunan Wilayah & Kota*, 12, 325. <https://doi.org/10.14710/pwk.v12i3.12907>
- WTO. 2003. Quality standards, WTO Tourism Quality, World Tourism Organisation, available at: [www. world-tourism.org](http://www.world-tourism.org).

BAB 7

KONSEP DAN PENDEKATAN DALAM PARIWISATA

Oleh Tatang Rusata

7.1 Pendahuluan

Pariwisata merupakan fenomena kompleks yang mencakup pergerakan manusia secara temporer dalam rangka memenuhi kebutuhan atau keinginan tertentu. Fenomena mobilitas tersebut mendorong dan menumbuhkan kegiatan produksi lain berupa barang dan jasa untuk memenuhi keperluan wisatawan (Isdarmanto, 2017). Pariwisata sebagai aktivitas bersifat dinamis, sehingga konsep dan pendekatan pariwisata pun berkembang dan berubah seiring dengan perkembangan faktor-faktor yang memengaruhinya.

Pandemi Covid-19 merupakan salah satu faktor yang mengubah lanskap kehidupan sosial manusia termasuk juga sektor pariwisata (Schwab and Malleret, 2020). Akibat adanya Pandemi Covid-19 terjadi pergeseran tren perilaku dan preferensi masyarakat dalam berwisata yang menuntut berubahnya juga kebijakan pemerintah terkait pariwisata. Di lain hal, pandemi juga mendorong disrupsi digital, sehingga munculkan berbagai peluang digitalisasi bidang pariwisata.

7.2 Pengertian Konsep dan Pendekatan

Konsep merupakan abstraksi dari ide berdasarkan pengalaman nyata atau imajinasi yang bisa bersifat luas atau sempit. Konsep berbeda dengan teori, model, atau paradigma, karena fungsinya sebagai kotak mental (*mental boxes*) di mana

objek atau fenomena dianggap memiliki kesamaan tertentu (McKercher, Bob dan Prideaux, 2020). Konsep menjadi penting sebagai alat menjelaskan atau mengilustrasikan aspek-aspek dari teori atau gagasan yang lebih luas. Konsep berfungsi mengorganisir, menyederhanakan, dan merangkum informasi kompleks menjadi bentuk yang lebih mudah dipahami. Oleh karena itu, menurut kriteria Bosch dalam McKercher (2020) setidaknya konsep memiliki empat fitur utama, yaitu deskripsinya harus jelas, *appropriate* dan konsisten, serta menghindari argumen yang berputar (*circular arguments*)(McKercher, Bob dan Prideaux, 2020).

Jika konsep lebih berfokus pada representasi pikiran mengenai suatu hal, ide, atau fenomena, maka pendekatan lebih menekankan pada cara berpikir dan tindakan yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan atau memecahkan suatu masalah. Pendekatan adalah cara atau strategi dalam mencapai tujuan atau memecahkan suatu masalah dengan metode, perspektif, atau filosofi yang khas untuk mencari solusi.

7.2.1 Konsep-konsep dalam Pariwisata

Konsep-konsep dalam pariwisata kontemporer mencerminkan adanya transformasi praktik atau diversifikasi dalam sektor pariwisata (Lohmann, Gui and Netto, 2017). Perkembangan konsep pariwisata juga menunjukkan evolusi signifikan dari masa ke masa mencakup banyak aspek, seperti konsep pengelolaan destinasi, pengalaman yang ingin ditawarkan bagi wisatawan, atau nilai-nilai yang ingin dipromosikan di dalam industri pariwisata kontemporer (Butcher, 2020). Perkembangan konsep pariwisata sejalan perkembangan aktivitas sektor pariwisata dan hal-hal terkait yang menyertainya.

1. Konsep Waktu Luang

Pada awalnya, pariwisata lebih berfokus pada aspek rekreasi dan hiburan. Orang-orang terutama kelas bangsawan yang memiliki waktu luang melakukan perjalanan untuk

bersenang-senang, mengunjungi tempat-tempat wisata untuk sekedar melepaskan diri dari rutinitas sehari-hari. Pada tahap ini mobilitas masyarakat umumnya hanya terjadi di wilayah sekitar atau bersifat domestik.

Secara umum waktu luang dianggap sebagai waktu ketika kegiatan-kegiatan rekreasi dilakukan. Namun, menurut Shaw konsep waktu luang merupakan waktu yang dimiliki seseorang untuk bebas dari kewajiban atau pekerjaan yang dibebankannya. Selain menekankan pada aspek hiburan, konsep waktu luang dipandang sebagai waktu yang berpotensi untuk meningkatkan kapasitas individu dalam mengerjakan hal-hal yang mendorong perubahan sosial positif (Caldwell, 2012; Shaw, 2017). Di lain hal, konsep ini dikritik karena objektivitasnya, misalnya aktivitas berkebun apakah dapat dianggap sebagai waktu luang atau kewajiban, dan juga sulit untuk menerapkan definisi ini pada orang yang menganggur dan pensiunan. Sementara Haworth dan Veal memandang waktu luang merupakan suatu sikap pikiran atau cara seseorang memandang aktivitas yang menghasilkan kepuasan pribadi (Haworth, John T and Veal, 2005).

Kleiber dalam Fazito mendefinisikan waktu luang sebagai kombinasi dari waktu bebas dan harapan akan pengalaman yang diinginkan. Menurutnya, konsep waktu luang lebih dari adanya keleluasaan dan ketiadaan kewajiban, tetapi juga mencakup ketiadaan rasa khawatir serta adanya kesempatan mendapatkan pengalaman (Fazito, 2019). Waktu luang dapat didefinisikan sebagai waktu bebas untuk menikmati momen dengan harapan akan mendapat kesenangan di tengah masyarakat yang sebagian besar menganggap bekerja adalah beban atau kewajiban karena membutuhkan upah.

2. *Konsep Pariwisata Massal*

Masih berkaitan dengan waktu luang, pada abad ke-18 putra-putri bangsawan dari Inggris dan negara Eropa lainnya menghabiskan waktu luangnya tur ke negara lain untuk mendapatkan pengetahuan budaya termasuk agama sebagai penanda status berkuasa. Perjalanan dengan menggunakan kuda dan perahu layar tersebut dikenal sebagai *"The Grand Tour"* (Tur Agung).

Namun, pada awal abad ke-19, dominasi putra-putri bangsawan tergeser dengan lahirnya kelas kapitalis seiring perubahan sosial sebagai hasil revolusi industri. Revolusi industri yang mendorong ditemukannya kereta api dan kapal uap yang mampu membawa orang dalam jumlah banyak membawa perubahan besar. Di sisi lain, adanya peningkatan pendapatan terutama pada kelas kapitalis yang memiliki kemampuan finansial lebih yang mana mendorong mereka melakukan perjalanan di sela-sela waktu luangnya (Butcher, 2020). Fenomena tersebut menjadi embrio berkembangnya pariwisata massal dengan dukungan moda transportasi yang mampu membawa banyak penumpang. Saat itu aktivitas perjalanan mengisi waktu luang mulai dilihat sebagai industri yang dapat memberikan manfaat ekonomi bagi suatu wilayah.

Selanjutnya kemajuan transportasi, termasuk penerbangan murah mendorong perjalanan lintas negara dikenal lebih umum. Negara yang mulai menyadari potensi ekonomi dari industri perjalanan mulai mengembangkan infrastruktur dan layanan pariwisata. Dimulailah aktivitas pariwisata massal seperti yang kita kenal saat ini pun.

Secara konsep pariwisata massal mengacu pada arus wisatawan dalam jumlah besar yang datang ke suatu tempat liburan. Secara umum, pariwisata massal besar bersifat musiman, misalnya destinasi wisata di Mediterania yang didatangi banyak wisatawan di musim panas atau Kepulauan Canary dan Karibia yang penuh dengan wisatawan pada

musim dingin (Jafari, 2000). Pariwisata massal semakin meningkat sejak era 1980-an seiring meningkatnya minat wisatawan terhadap budaya, lingkungan berbasis alam, dan juga kecenderungan seksual yang juga turut memberi pengaruh pada pola wisata massal.

Meski di satu sisi, pariwisata massal menghasilkan pendapatan dan lapangan kerja dalam jumlah besar. Tetapi, dengan banyaknya jumlah wisatawan yang datang bersamaan di suatu tempat mengakibatkan tekanan lingkungan dan budaya di masyarakatnya. Beberapa contoh yang dapat menjadi fenomena pariwisata massal adalah degradasi lingkungan di sepanjang pantai Spanyol, sampah di lereng pegunungan Alpen dan Himalaya, kerusakan ruang-ruang di dalam bangunan Piramida Mesir, juga meningkatnya prostitusi anak negara tujuan wisata di Asia Tenggara.

3. *Konsep Pariwisata Berkelanjutan*

Konsep pariwisata terus beradaptasi dengan tuntutan dan preferensi wisatawan, termasuk ketika kepedulian terhadap isu-isu lingkungan dan sosial mulai didengungkan. Isu pariwisata berkelanjutan menguat seiring dengan suara masyarakat lokal di destinasi pariwisata yang mulai terganggu karena aktivitas pariwisata massal (*mass tourism*). Pembangunan pariwisata massal yang tidak terkendali menimbulkan banyak dampak negatif (Pedersen, 2002). Dan konsep pariwisata berkelanjutan dipandang sebagai bagian dari solusi untuk mengatasi eksek negatif pariwisata massal. Beberapa negara mulai terkena dampak negatif dari pariwisata massal, misalnya Thailand sebagai negara dengan jumlah wisatawan terbesar di Asia Tenggara yang kemudian mengubah strategi pengembangan pariwisata yang sebelumnya fokus pada jumlah wisatawan massal, mulai

beralih ke pendekatan pariwisata berkelanjutan (Srimuk and Choibamroong, 2014).

Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) mengutamakan kesinambungan aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam pengembangan pariwisata. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa pariwisata dapat berlangsung secara baik dalam jangka panjang tanpa merusak lingkungan alam dan budaya lokal, serta memberikan manfaat yang adil bagi masyarakat setempat. Konsep pariwisata berkelanjutan juga menekankan pada penghormatan terhadap budaya masyarakat lokal, dan manfaat positif lainnya bagi warga setempat. Pariwisata berkelanjutan berupaya mengurangi dampak negatif pariwisata pada lingkungan dan budaya, dengan terus mengupayakan manfaat ekonomi, sosial bagi generasi berikutnya.

4. *Konsep Pariwisata Berkualitas*

Pariwisata berkualitas merupakan hasil dari suatu proses untuk mewujudkan kepuasan wisatawan terhadap berbagai produk dan jasa pariwisata yang dibutuhkan dan diharapkan oleh wisatawan dengan harga yang wajar (*acceptable*), serta adanya dukungan faktor keselamatan dan keamanan, kesehatan, aksesibilitas, fasilitas publik yang memadai dan memenuhi standar, dan keselarasan aktivitas kepariwisataan yang memperhatikan rasa kemanusiaan dan kelestarian lingkungan alam dan budaya (Wiranatha, 2023). Konsep pariwisata berkualitas juga menekankan pada prinsip peningkatan lama tinggal wisatawan (*length of stay*) dengan harapan adanya daya beli yang tinggi (*high-spending*). Selain juga aktivitas wisatawan yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan keterlibatannya dalam aktivitas sosial budaya dengan masyarakat lokal. Konsep pariwisata berkualitas tidak hanya mengutamakan pengembangan atau pengelolaan destinasi pariwisata sehingga layak dipasarkan, tetapi juga

mengembangkan distribusi manfaat positif dari pengembangan pariwisata bagi peningkatan ekonomi penduduk lokal, sosial, budaya dan bagi kelestarian lingkungan (Wiranatha, 2023).

Meski belum sepopuler konsep pariwisata berkelanjutan, diskusi mengenai konsep pariwisata berkualitas banyak mendapat perhatian dari tokoh-tokoh pariwisata. Konsep pariwisata berkualitas (*quality tourism*) dapat diterjemahkan secara berbeda-beda, bergantung dari sudut pandang individu yang menilainya, karena bergantung kepada tingkat pendidikan, wawasan dan pengalaman (Nickerson, 2006).

Dari beberapa referensi pariwisata berkualitas didefinisikan sebagai pariwisata yang mampu meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan masyarakat lokal dan kepuasan wisatawan secara berkelanjutan, bukan hanya untuk generasi sekarang, melainkan juga untuk generasi yang akan datang (Pitana, 2020). Di samping itu, jika dikaitkan dengan kualitas pengalaman (*quality experience*), maka terkandung juga konotasi berbeda secara positif maupun negatif. Sebagai contoh, jika yang dimaksud sebagai pengalaman berkualitas adalah menginap di sebuah hotel bintang lima di negara sedang berkembang, maka yang mungkin terjadi adalah tekanan terhadap sumber daya alam seperti sumber air bersih dan perubahan gaya hidup penduduk lokal. Oleh karena itu, ketika berbicara tentang pariwisata berkualitas yang dikaitkan dengan daya saing sebuah destinasi pariwisata, maka faktor penentu lainnya adalah kualitas lingkungan dan kualitas hidup (*quality of life*) masyarakat lokal suatu destinasi (Nickerson, 2006).

Pariwisata berkualitas (*quality tourism*) pun dapat mencakup perpaduan dari aspek penawaran (*supply*) dan permintaan (*demand*). Dalam konteks ini Utama Rai et.al

memberi contoh pada pariwisata Bali di mana masyarakat Bali sebagai penduduk pemilik bertujuan untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik sejalan dengan pengembangan pariwisata. Sementara wisatawan sebagai konsumen ingin mendapatkan pengalaman wisata yang berkualitas. Sementara pelaku usaha pariwisata sebagai penyedia jasa menginginkan untuk mewujudkan peluang investasi yang dalam industri pariwisata. Dalam waktu bersamaan, tradisi dan kebudayaan Bali harus tetap lestari karenanya merupakan faktor keunikan destinasi.

Sementara masyarakat Bali harus makmur bersama kemajuan pengembangan pariwisata Bali agar dapat menciptakan dan melestarikan tradisi yang sudah pasti membutuhkan dukungan keuangan. Wisatawan memiliki kepentingan dalam "nilai uang", yaitu realisasi antara harapan dan kepuasan sehingga menimbulkan loyalitas. Solusi penyeimbangannya adalah gerakan bersama dalam semua elemen masyarakat, mulai dari individu, keluarga, kelompok, pejabat dan sebagainya. Kesamaan visi misi untuk menyelamatkan Bali dari kepentingan jangka pendek. Setiap proyek yang ditawarkan di Bali harus ditinjau secara faktual agar tidak bertentangan dengan budaya "keterlibatan pemangku kepentingan" yang ada (Rai Utama, I Gusti Bagus et, 2021).

Di Indonesia pariwisata berkualitas turut mengubah orientasi pembangunan pariwisata. Jika pada RPJMN 2014-2019 lebih mengedepankan kuantitas dengan target utama jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara, maka pada RPJMN 2019-2024 dapat dilihat arah pencapaian *quality tourism experience* dengan target utama kepada nilai tambah pariwisata yang meliputi, devisa pariwisata, kesiapan destinasi, industri dan masyarakat, kapasitas SDM, daya dukung lingkungan, dan citra pariwisata yang berdaya saing

(Kemenparekraf, 2020). Tentu saja dalam upaya mencapai *quality tourism experience* yang berfokus pada nilai tambah pariwisata melibatkan berbagai tantangan yang kompleks dan beragam.

5. *Konsep Pariwisata Digital*

Teknologi sangat memberi pengaruh pada cara wisatawan mencari informasi, merencanakan perjalanan, dan berinteraksi dengan masyarakat di destinasi wisata. Perkembangan *platform* pemesanan *online*, tersedianya aplikasi perjalanan, dan maraknya sosial media secara signifikan mengubah aktivitas sektor pariwisata dioperasikan dan dipromosikan. Hal lain yang mendorong percepatan adopsi teknologi digital adalah Pandemi Covid-19.

Secara konsep *digital tourism* merupakan integrasi aktivitas *online* seperti perencanaan perjalanan dengan menggunakan *platform* seperti Expedia atau TripAdvisor, manajemen perjalanan dengan situs *web frequent flyer* maskapai dan Tripit, dan aplikasi pemandu wisata berbasis ponsel pintar, serta pengelolaan foto melalui platform seperti *Facebook*, *Flickr*, *iPhoto*, atau *Picasa*. Integrasi tersebut semakin mendesak dilakukan bersamaan munculnya Pandemi Covid-19, sehingga terjadi akselerasi implementasi teknologi digital yang lebih cepat. Sebagai contoh, karena alasan kesehatan setiap destinasi di berbagai wilayah didorong untuk menyediakan *platform* digital.

Menurut Benyon, pariwisata digital (*digital tourism*) merupakan konsep pariwisata di mana keberadaan teknologi digital sebagai alat *supporting* pengalaman bagi wisatawan pada saat sebelum, selama, dan setelah aktivitas wisata (Benyon *et al.*, 2014). Pariwisata digital mencakup berbagai aplikasi seperti sistem rekomendasi untuk mencari akomodasi selama berwisata, aplikasi pemandu wisata berbasis ponsel, dan kemampuan untuk mendokumentasi dan

mendistribusikan foto liburan selama atau setelah aktivitas berwisata. Penggunaan perangkat digital sebagai praktik *digitally enhanced tourism* merupakan upaya mengeksplorasi bagaimana teknologi dapat lebih memperkaya pengalaman wisata.

Pariwisata digital di satu sisi signifikan mengakomodir perubahan pola pencarian informasi, interaksi dan operasional dalam berwisata, tetapi seperti yang dikatakan Johann Hari dalam Buku "*Stolen Focus*" bahwa selain memberikan manfaat berupa akses mudah pada informasi, kemampuan untuk mengabadikan momen berharga, dan fleksibilitas dalam mengatur perjalanan, teknologi berpotensi merampas perhatian tanpa bisa mendapatkannya kembali (Hari, 2022). Teknologi digital seperti ponsel cerdas dapat dengan cepat mengalihkan perhatian dan mengganggu pengalaman berwisata yang tengah dilakukan.

7.3 Pendekatan Pariwisata

Pendekatan pariwisata dapat dipahami dari dua aspek, *pertama* pendekatan dalam kajian, *kedua* pendekatan dalam pengembangan. Menurut Goeldner pendekatan dalam kajian pariwisata meliputi pendekatan kelembagaan (*institutional approach*), pendekatan produk (*product approach*), pendekatan historis (*historical approach*), pendekatan manajerial (*economic approach*), pendekatan sosiologi (*sociological approach*), pendekatan geografi (*geographical approach*), dan pendekatan interdisipliner (*interdisciplinary approaches*) (Goeldner Charles R., Ritchie, 2012).

Sementara dari aspek pengembangan, menurut Page pendekatan pengembangan pariwisata meliputi pendekatan busterisme (*boosterisme*), pendekatan ekonomi-industri (*economic-industry approach*), pendekatan fisik-spasial (*physical-spatial approach*), dan pendekatan berorientasi komunitas

(*community-oriented approach*), dan pendekatan berkelanjutan (*sustainable approach*) (Page, 2009; Arida, 2015).

1. Pendekatan *Boosterisme*

Pendekatan *boosterisme* merupakan pendekatan yang cenderung menyederhanakan dengan melihat pariwisata sebagai sektor yang membawa dampak positif bagi suatu tempat dan masyarakatnya. Tujuan utama perencanaan dalam pendekatan *boosterisme* adalah meningkatkan pendapatan ekonomi dan mendukung bisnis yang terkait dengan pariwisata (Page, 2009). Dalam pendekatan ini, sumber daya alam dan manusia dipandang sebagai objek yang dapat dieksploitasi untuk pengembangan pariwisata. Sementara, dampak negatif terhadap kondisi sosial, ekonomi, dan lingkungan relatif diabaikan (Selcuk Can, 2014). Dalam pendekatan *boosterisme* penetapan tujuan pengembangan pariwisata dilakukan dengan menekankan pada pemasaran yang mencerminkan kebutuhan pelaku industri sebagai pemilik modal. Pendekatan *boosterisme* biasanya dilakukan dalam mendukung pariwisata massal (Marcouiller, 2007).

2. Pendekatan *Ekonomi-Industri*

Pendekatan ekonomi-industri merupakan pendekatan pengembangan pariwisata dengan mendahulukan objektif ekonomi daripada tujuan sosial dan lingkungan (Page, 2009). Beberapa negara yang mengembangkan pariwisata melalui pendekatan ini karena menganggap potensi pariwisata sebagai mesin mendapatkan devisa, menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, meningkatkan pendapatan, serta mendorong tumbuhnya faktor-faktor produksi lain. Pada saat yang sama, berbagai jenis bisnis bergerak sebagai dampak dari perkembangan ekonomi pariwisata, seperti hotel, penginapan, agen perjalanan, restoran, industri kerajinan, suvenir, dan

fasilitas pendukung lainnya (Dwyer, Forsyth and Dwyer, 2009).

3. *Pendekatan Fisik-Spasial*

Pendekatan fisik-spasial dalam pengembangan pariwisata didasarkan pada tradisi penggunaan lahan geografis melalui prinsip keruangan dan spasial (Page, 2009). Pendekatan ini biasanya dilakukan dengan melakukan pengelompokan pengunjung di suatu kawasan dengan tujuan menghindari terjadinya konflik dengan masyarakat lokal. Pendekatan ini biasanya dilakukan bersamaan dengan pesatnya pertumbuhan dan ekspansi sektor pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah kunjungan ke destinasi wisata sehingga membutuhkan upaya mendistribusikannya ke wilayah lain. Pendekatan fisik-spasial dapat digunakan sebagai alat untuk mengkoordinasikan perkembangan sosial-ekonomi selaras dengan konservasi lingkungan. Namun tantangan dalam pendekatan ini adalah terbatasnya sumber daya lahan/spasial (Risteskia, Koccevskia and Arnaudov, 2012). Yang diperlukan dalam pendekatan ini adalah memastikan pengembangan pariwisata dalam suatu regional agar seimbang dengan sumber daya alam dan tekanan pada lingkungan sosial budaya setempat.

4. *Pendekatan Berorientasi Komunitas*

Pendekatan berorientasi komunitas menekankan pada pentingnya keterlibatan maksimal dari masyarakat setempat dalam proses pengembangan pariwisata (Page, 2009). Menurut Suansri pendekatan berorientasi komunitas menekankan pada strategi pembangunan komunitas di mana pariwisata sebagai alat memperkuat kemampuan komunitas yang ada di suatu wilayah (Potjana Suansri, 2003). Dalam pendekatan ini masyarakat atau komunitas sebagai pemeran

utama diberikan ruang untuk berperan aktif mengelola sumber daya pariwisata di daerahnya. Komunitas memiliki peran signifikan tidak hanya dalam mendorong calon wisatawan melakukan perjalanan, tetapi juga mengalami gaya hidup lokal dan menikmati produk-produk olahan komunitas di suatu destinasi. Dengan demikian, peran serta komunitas berperan dalam membentuk lanskap "alami" atau otentik yang menjadi daya tarik bagi wisatawan (Richards, 2018). Wisatawan yang berasal dari tempat atau konteks sosial berbeda pada dasarnya akan mencari pengalaman unik melalui interaksi dengan komunitas sebagai tuan rumah. Komunitas lokal di suatu destinasi memiliki peran sentral dalam konsep keberlanjutan secara holistik: lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi.

5. *Pendekatan Berkelanjutan*

Pendekatan berkelanjutan dalam pariwisata menekankan pada pertimbangan akan dampak di masa depan yang ditimbulkan dari pengembangan pariwisata (Page, 2009). Pentingnya kebijakan pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk menyeimbangkan antara dampak positif dan potensi negatif dari industri pariwisata (Schönherr, Peters and Kuščer, 2023).

Sebagai penutup, dapat diartikulasikan bahwa dalam industri pariwisata yang terus berkembang dan berubah, konsep dan pendekatan yang terintegrasi dapat membantu menciptakan destinasi wisata berkualitas, yang berdaya saing dengan memberikan manfaat positif bagi masyarakat setempat dan lingkungan. Kesadaran akan konsep dan pendekatan merupakan langkah penting untuk memastikan praktik berkelanjutan dalam pengelolaan lingkungan, termasuk pengurangan limbah, konservasi sumber daya alam, dan

penggunaan energi terbarukan menjadi praktik nyata yang segera diimplementasikan.

Teknologi sangat berkontribusi dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan berupa memungkinkan pemantauan lingkungan dan pengaturan sumber daya, pemantauan kepadatan wisatawan, yang mengurangi dampak negatif pada destinasi wisata. Konsep dan pendekatan pariwisata secara praktik perlu koordinasi dan kolaborasi berbagai pemangku kepentingan; pemerintah, sektor swasta, masyarakat setempat, dan organisasi non-pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arida, I.N.S. 2015. *Paradigma dan Kebijakan Pariwisata*. Edited by S. i N. Arida. Denpasar: Cakra Press.
- Benyon, D. *et al.* 2014. 'Presence and digital tourism', *AI and Society*, 29(4), pp. 521–529. Available at: <https://doi.org/10.1007/s00146-013-0493-8>.
- Butcher, J. 2020. 'Development of Mass Tourism', in U. Yeoman, Ian and McMahon-Beattie (ed.) *The Future Past of Tourism Historical Perspectives and Future Evolutions*. Brisbol: CHANNEL VIEW PUBLICATIONS, pp. 1–14.
- Caldwell, L.L. 2012. 'Leisure, recreation, and play from a developmental context', in *NEW DIRECTIONS FOR YOUTH DEVELOPMENT*. Wiley Online Library, pp. 13–27. Available at: <https://doi.org/10.1002/yd>.
- Dwyer, L., Forsyth, P. and Dwyer, W. 2009. 'Tourism and Economic Development Three Tools of Analysis', *Tourism Recreation Research*, 34(3), pp. 307–318. Available at: <https://doi.org/10.1080/02508281.2009.11081605>.
- Fazito, M. 2019. 'The emergence of Resistance through Criticality: leisure and tourism in Brazil', *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 13(2), pp. 113–127. Available at: <https://doi.org/10.7784/rbtur.v13i2.1556>.
- Goeldner Charles R., Ritchie, B. 2012. *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. 12th edn. JOHN WILEY & SONS, INC.
- Hari, J. 2022. *Stolen Focus: Why You Can't Pay Attention*, *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar*. London: Bloomsbury Publishing.
- Haworth, John T and Veal, A.J. 2005. *Work and Leisure*. first, *Work and Leisure*. first. New York: Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9780203489321>.

- Isdarmanto. 2017. *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan ODTW Pariwisata*, Yogyakarta: Gerbang Media Aksara. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara dan STiPrAm Yogyakarta.
- Jafari, J. 2000. *Encyclopedia of Tourism*. Edited by J. Jafari. New York: Routledge. Available at: <https://doi.org/10.31046/tlv2i1.88>.
- Kemenparekraf . 2020. *Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Baparekraf 2020-2024*. Jakarta.
- Lohmann, Gui and Netto, A.P. 2017. *Tourism Theory Concepts, Models and Systems*. Edited by C. Parfitt. Boston: CPI Group.
- Marcouiller, D. 2007. “Boosting” tourism as rural public policy: Panacea or Pandora’s box?, *Journal of Regional Analysis and Policy*, 37(1), pp. 28–31.
- McKercher, Bob dan Prideaux, B. 2020. *Tourism Theories, Concepts and Models, Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. Oxford: Goodfellow Publishers Limited.
- Nickerson, N. 2006. ‘Some Reflections on Quality Tourism Experiences’, in G. Jennings and N. Nickerson (eds) *Quality Tourism Experiences*. 1st edn. Burlington: Elsevier Butterworth Heinemann, pp. 1–245.
- Page, S.J. 2009. *Tourism Management: Managing for Change*. third. Oxford: Elsevier Butterworth Heinemann.
- Pedersen, A. 2002. *Managing Tourism at World Heritage, Unesco World Heritage*. Paris: NESCO World Heritage Centre.
- Pitana, I.G. 2020. ‘Kajian Antara Quality dan Quantity dalam Pariwisata’, www.balipost.com, February. Available at: <https://www.balipost.com/news/2020/02/12/104081/Kajian-antara-Quality-dan-Quantity...html>.
- Potjana Suansri. 2003. *Community Based Tourism Handbook*. Bangkok Thailand: REST Project.

- Rai Utama, I Gusti Bagus et, A. 2021. 'Model of Quality Balance Development of Bali Tourism Destination', *Technium social sciences journal*, 17(July 2020), pp. 235–243. Available at: <https://www.researchgate.net/publication/342688437%0AThe>.
- Richards, G. and D.H. (ed). 2018. *Tourism and Sustainable Community Development, Food and Agricultural Tourism*. London: Routledge. Available at: <https://doi.org/10.4324/9781315679945-3>.
- Risteskia, M., Kocevskia, J. and Arnaudov, K. 2012. 'Spatial Planning and Sustainable Tourism as Basis for Developing Competitive Tourist Destinations', *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, pp. 375–386. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.05.042>.
- Schönherr, S., Peters, M. and Kuščer, K. 2023. 'Sustainable tourism policies: From crisis-related awareness to agendas towards measures', *Journal of Destination Marketing & Management*, 27(January), p. 100762. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100762>.
- Schwab, K. and Malleret, T. 2020. *Covid-19:The Great Reset*. 1.0. Geneva: Forum Publishing.
- Selcuk Can, A. 2014. 'LOCAL AUTHORITIES PARTICIPATION IN THE TOURISM PLANNING PROCESS', *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, (41), pp. 190–212.
- Shaw, S.M. 2017. 'Conceptualizing resistance: Women's Leisure as political practice', *Journal of Leisure Research*, 33(2), pp. 186–201. Available at: <https://doi.org/10.1080/00222216.2001.11949937>.
- Srimuk, N. and Choibamroong, T. 2014. 'Developing Supported Health Tourism Cluster for High Quality Tourism of BRIC in Active Beach Group of Thailand', *International Journal of Economics and Business Administration*, II(Issue 1), pp. 39–50. Available at: <https://doi.org/10.35808/ijeba/32>.

Wiranatha, A.S. 2023. 'Pariwisata Indonesia yang Berkualitas, Berkelanjutan dan Berdaya Saing', in R. Lestari (ed.) *Rethinking Tourism Indonesia*. 1st edn. Bandung: ITB Press.

BAB 8

CULTURE AND HERITAGE (16 px)

Oleh Desy Misnawati

8.1 Pendahuluan

Pariwisata dan budaya merupakan dua aspek yang tak terpisahkan dari kekayaan suatu negara. Indonesia, dengan keanekaragaman budayanya yang luar biasa, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata budaya dan warisan. Bab ini akan membahas peran penting pariwisata dalam mempromosikan dan melestarikan warisan budaya yang sangat berharga bagi bangsa kita.

Pariwisata Budaya dan Warisan adalah segmen pariwisata yang menekankan pengalaman wisatawan dalam menjelajahi dan memahami budaya, sejarah, dan warisan suatu tempat. Ruang lingkup pariwisata ini mencakup kunjungan ke situs budaya dan bersejarah, museum, monumen, situs arkeologi, taman nasional, festival budaya, pertunjukan seni, dan berbagai aktivitas yang memungkinkan wisatawan untuk terlibat dalam tradisi dan kehidupan masyarakat lokal.

Penting untuk memahami konsep dan makna dari Pariwisata Budaya dan Warisan serta peranannya dalam perkembangan ekonomi dan sosial. Di era globalisasi yang terus berlanjut, kita perlu menyadari bagaimana pariwisata menjadi instrumen penting dalam mempromosikan keberlanjutan dan pelestarian budaya kita.

Pariwisata Budaya dan Warisan memiliki peran penting dalam mempromosikan pemahaman lintas budaya, menghormati keanekaragaman manusia, dan memperkaya pengalaman wisatawan. Melalui kunjungan ke situs-situs bersejarah dan

budaya, wisatawan dapat mempelajari nilai-nilai historis, melihat peninggalan arkeologis, dan memahami perjalanan suatu daerah dari masa lalu hingga masa kini. Museum sebagai institusi penting dalam pariwisata ini menyimpan koleksi seni, artefak sejarah, dan benda-benda budaya, memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk mendalami dan menghargai warisan budaya suatu tempat.

8.2 Konsep Culture dan Heritage

Budaya adalah kumpulan nilai-nilai, norma-norma, keyakinan, adat istiadat, bahasa, seni, dan aspek-aspek lain yang membentuk identitas suatu kelompok manusia. Budaya adalah konsep yang melibatkan kumpulan nilai-nilai, norma-norma, keyakinan, adat istiadat, bahasa, seni, dan aspek-aspek lain yang membentuk identitas suatu kelompok manusia atau masyarakat (Geertz, 1973), mencakup cara manusia berpakaian, makanan yang mereka makan, cara berkomunikasi, seni, dan musik yang mereka hasilkan, serta cara mereka merayakan peristiwa penting dalam kehidupan mereka.

Kemudian budaya merupakan cara hidup yang diteruskan dari generasi ke generasi, dan dapat berbeda secara signifikan antara berbagai kelompok sosial dan etnis. Budaya adalah produk evolusi dan pengembangan masyarakat selama berabad-abad, dan seringkali diteruskan dari generasi ke generasi melalui pengajaran lisan, tulisan, dan praktik sehari-hari (Keesing, 1974).

Sebaliknya, Warisan budaya merujuk pada semua elemen dari budaya yang diwariskan dari generasi sebelumnya dan dijaga dan dijaga untuk generasi mendatang. Ini mencakup benda-benda bersejarah, situs-situs bersejarah, tradisi lisan dan tulisan, seni, arsitektur, tarian, musik, bahasa, serta segala hal yang menjadi bagian dari identitas budaya suatu komunitas.

Ini mencakup berbagai aspek kehidupan sehari-hari, seperti cara manusia berinteraksi, berpakaian, makan, berkomunikasi, menciptakan seni dan musik, serta merayakan peristiwa penting

dalam kehidupan mereka (Samovar, Porter, & McDaniel, 2016). Budaya adalah produk evolusi dan pengembangan masyarakat selama berabad-abad, dan seringkali diteruskan dari generasi ke generasi melalui pengajaran lisan, tulisan, dan praktik sehari-hari (Keesing, 1974). Setiap kelompok sosial atau etnis memiliki budaya.

Budaya mencerminkan nilai-nilai yang dianggap penting oleh masyarakat, cara mereka memandang dunia, dan norma-norma yang mengatur perilaku mereka. Ini juga mencakup warisan sejarah, cerita, dan pengetahuan yang membentuk identitas kolektif suatu kelompok manusia (Turner, 2011).

Selanjutnya *heritage* atau dikenal dengan warisan budaya adalah cara bagi masyarakat untuk menyimpan ingatan dan memahami akar sejarah dan budaya mereka. UNESCO telah memainkan peran penting dalam pelestarian warisan budaya global melalui berbagai konvensi, termasuk Konvensi untuk Perlindungan Warisan Kebudayaan yang Tak Berwujud.

Namun, dalam literatur ilmiah, terdapat pemikiran kritis tentang konsep budaya dan warisan, dengan beberapa penelitian menyoroti kompleksitas definisi dan penggunaan kedua istilah ini (Kroeber & Kluckhohn, 1952; Smith, 2006; Lowenthal, 1998; Rowley-Conwy & Layton, 2011).

Konsep Budaya dan Warisan merupakan aspek penting dalam pemahaman identitas dan perkembangan masyarakat. Namun, kompleksitas dalam mendefinisikan dan menggunakan kedua istilah ini telah menjadi fokus beberapa penelitian. Berikut adalah penjelasan mengenai konsep budaya dan warisan, serta kontribusi beberapa penelitian dalam menyoroti kompleksitas definisi dan penggunaan kedua istilah ini;

1. Konsep Budaya

Budaya merujuk pada kumpulan nilai-nilai, norma-norma, keyakinan, adat istiadat, bahasa, seni, dan aspek-aspek lain yang membentuk identitas suatu kelompok manusia. Ini

mencakup cara manusia berpakaian, makanan yang mereka makan, cara berkomunikasi, seni, dan musik yang mereka hasilkan, serta cara mereka merayakan peristiwa penting dalam kehidupan mereka. Budaya adalah cara hidup yang diteruskan dari generasi ke generasi, dan dapat berbeda secara signifikan antara berbagai kelompok sosial dan etnis.

2. Konsep Heritage

Warisan, dalam konteks budaya, merujuk pada semua elemen dari budaya yang diwariskan dari generasi sebelumnya dan dijaga dan dijaga untuk generasi mendatang. Ini mencakup benda-benda bersejarah, situs-situs bersejarah, tradisi lisan dan tulisan, seni, arsitektur, tarian, musik, bahasa, serta segala hal yang menjadi bagian dari identitas budaya suatu komunitas. Warisan budaya adalah cara bagi masyarakat untuk menyimpan ingatan dan memahami akar sejarah dan budaya mereka.

Beberapa penelitian yang menyoroti tentang budaya dan heritage yaitu Smith (2006) dalam bukunya "*Uses of Heritage*" menyoroti bagaimana warisan budaya dapat memiliki makna yang berbeda bagi berbagai kelompok dan bagaimana warisan itu sendiri sering kali digunakan untuk mempromosikan agenda tertentu. Rowley-Conwy dan Layton (2011) menunjukkan dalam penelitian mereka tentang konsep warisan bahwa ada pemikiran kritis yang menyoroti bagaimana definisi dan penggunaan konsep ini dapat mencerminkan nilai-nilai dan perspektif tertentu yang mungkin tidak selalu mencakup seluruh keragaman budaya yang ada.

Kesimpulannya, konsep budaya dan warisan adalah kompleks dan bisa didefinisikan dengan berbagai cara tergantung pada konteks dan perspektif. Berbagai penelitian telah

menggarisbawahi kerumitan dalam mendefinisikan dan menggunakan kedua istilah ini, mengingat keragaman budaya dan warisan di seluruh dunia serta peran mereka dalam masyarakat dan politik.

8.3 Modernisasi dan Globalisasi Dalam Perkembangan Culture Heritage

Modernisasi dan globalisasi adalah dua faktor yang memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan Warisan Budaya di era kontemporer. Modernisasi, yang telah dibahas dalam karya Featherstone (1990) tentang globalisasi budaya, merujuk pada proses perubahan sosial, ekonomi, dan teknologi yang umumnya mengarah pada urbanisasi, industrialisasi dan perubahan dalam gaya hidup masyarakat. Globalisasi, seperti yang dijelaskan oleh Harvey (1990), mencakup pengintegrasian ekonomi, komunikasi global, dan pertukaran budaya di seluruh dunia. Dalam konteks Warisan Budaya, modernisasi sering kali dapat mengancam eksistensi situs bersejarah, tradisi lokal, dan nilai-nilai tradisional karena dorongan untuk adaptasi dan perubahan. Sementara itu, Smith (2006) dalam "*Uses of Heritage*" mencatat bagaimana globalisasi dapat menghadirkan tantangan dalam mempertahankan keunikan budaya suatu tempat, karena pengaruh budaya global yang masuk.

Namun, modernisasi dan globalisasi juga dapat menjadi peluang, dengan memungkinkan akses lebih luas ke warisan budaya melalui teknologi dan peningkatan kesadaran akan kepentingan pelestarian budaya. Penting bagi negara-negara untuk mengelola modernisasi dan globalisasi dengan bijak untuk memastikan bahwa warisan budayanya dapat tetap hidup dan relevan dalam lingkungan yang berubah dengan cepat ini, sesuai dengan pandangan Lowenthal (1998) dalam "*The Heritage Crusade and the Spoils of History*."

Perkembangan Warisan Budaya di era kontemporer memiliki dampak yang signifikan terhadap berbagai aspek masyarakat dan kehidupan budaya. Beberapa dampak utama perkembangan warisan budaya di era kontemporer sebagai berikut;

1. Pemahaman dan pelestarian identitas budaya
2. Warisan budaya memainkan peran penting dalam mempertahankan dan merawat identitas budaya suatu masyarakat. Pemahaman akan nilai-nilai, tradisi, dan sejarah budaya membantu memperkuat jati diri suatu kelompok manusia. Pesta ini menciptakan rasa kebanggaan dan pertautan emosional dengan warisan budaya, seperti yang dibahas dalam "Uses of Heritage" oleh Smith (2006).

8.4 Upaya Pesta

Upaya pelestarian budaya dan warisan merupakan langkah-langkah yang diambil untuk memelihara dan melestarikan berbagai aspek budaya dan warisan suatu masyarakat. Ini termasuk pelestarian situs bersejarah, tradisi budaya, seni, arsitektur, bahasa, dan aspek-aspek lain yang merupakan bagian penting dari identitas budaya suatu komunitas.

Pelestarian budaya dan warisan adalah usaha untuk menjaga eksistensi budaya dan warisan yang dimiliki oleh suatu negara, dengan tujuan agar tidak hilang atau tergerus oleh budaya lain dari luar (UNESCO, 2021). Upaya pelestarian warisan budaya mencakup elemen-elemen seperti representasi, pengetahuan, keterampilan, benda-benda bersejarah, serta lingkungan budaya yang diakui sebagai bagian dari warisan budaya masyarakat dan komunitas (UNESCO, 2013).

Pemerintah, masyarakat, dan individu memiliki peran dalam berbagai langkah pelestarian budaya, termasuk berpartisipasi dalam aktivitas budaya, mendokumentasikan pengetahuan budaya, mempromosikan identitas budaya, merawat situs bersejarah, memahami warisan budaya lokal, dan memperkenalkan budaya lokal ke tingkat internasional (Smith, 2006; Bandaranayake, 2007; Timothy & Boyd, 2014; UNESCO, 2021).

Indonesia memiliki berbagai jenis warisan budaya yang perlu dilestarikan. Berikut adalah beberapa contoh warisan budaya Indonesia yang diakui dunia dan perlu dilestarikan yaitu;

1. Pencak Silat
2. Angklung
3. Perahu Pinisi
4. Tari Saman
5. Noken
6. Keris
7. Tari Bali
8. Sekaten
9. Candi Borobudur
10. Cultural Landscape Subak Bali
11. Warisan Penambangan Batubara Ombilin di Sawahlunto
12. Candi Prambanan
13. Manusia Purba
14. Batik
15. Seni Wayang
16. Kain Batik
17. Tari Saman
18. Lumpia

Usaha untuk menjaga budaya dan warisan agar tidak hilang oleh pengaruh budaya luar sangat penting. Pemerintah,

masyarakat, dan individu memiliki peran dalam pelestarian budaya (Smith, L. 2006).

Kemudian ada juga berbagai aspek warisan budaya Indonesia yang harus dijaga oleh generasi muda, termasuk keragaman bahasa, suku bangsa, rumah adat, dan pakaian tradisional [2]. Upaya pelestarian warisan budaya Indonesia berkontribusi pada pengenalan dan pelestarian kekayaan budaya negara, serta mencegah budaya ini tergeser oleh pengaruh luar atau hilang (Smith, 2006).

Berikut beberapa langkah yang dapat diambil untuk menjaga dan memelihara warisan budaya Indonesia yang telah diakui dunia;

1. Mengusulkan warisan budaya Indonesia sebagai Warisan Budaya Dunia ke UNESCO (dalam Kemdikbud, 2022), (KWRIU Kemdikbud, 2021)
2. Mendidik generasi muda tentang warisan budaya Indonesia sebagai bagian dari upaya pelestarian.
3. Meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya melestarikan warisan budaya Indonesia.
4. Merawat dan menjaga situs-situs bersejarah dan cagar budaya Indonesia.
5. Mengembangkan budaya dengan menciptakan karya seni dan produk budaya baru yang menggabungkan unsur tradisional dan kontemporer.
6. Meneliti dan menghargai budaya lokal di berbagai daerah Indonesia.
7. Mengenalkan produk budaya lokal, seperti pakaian adat Indonesia yang memiliki nilai khas di daerahnya dan digunakan dalam acara-acara khusus, ke pasar internasional untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia.
8. Meningkatkan identitas budaya sebagai bagian integral dari identitas individu dan merasa bangga terhadap kekayaan budaya Indonesia di masa globalisasi.

Tindakan pemerintah Indonesia dalam pelestarian warisan budaya Indonesia memiliki peran penting dalam membentuk karakter nasional. Langkah-langkah yang telah diambil mencakup mengintegrasikan kebudayaan sebagai dasar karakter bangsa, peningkatan jati diri dan pembangunan karakter nasional, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga warisan budaya Indonesia. Pemerintah juga aktif dalam merawat dan menjaga situs-situs bersejarah serta cagar budaya Indonesia.

Upaya lainnya termasuk mengembangkan kebudayaan melalui penciptaan karya seni dan produk budaya baru yang menggabungkan elemen tradisional dan kontemporer, serta memperkenalkan produk budaya lokal ke pasar internasional. Kebudayaan dianggap sebagai pondasi karakter bangsa, dan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, lembaga pendidikan dan penelitian, serta tokoh budaya menjadi bagian integral dari upaya pelestarian dan promosi kebudayaan nusantara.

Pariwisata juga dimanfaatkan sebagai alat untuk mempromosikan pelestarian nilai-nilai budaya dan menghidupkan kembali warisan budaya dan agama yang hampir punah. Semua ini bertujuan agar nilai-nilai budaya Indonesia menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat dan membentuk karakter bangsa yang menghargai dan merawat warisan budayanya.

8.5 Kesimpulan

Dalam rangka pelestarian warisan budaya Indonesia, pemerintah memainkan peran utama dalam membentuk identitas nasional dengan cara mengintegrasikan unsur-unsur budaya sebagai dasar karakter bangsa dan meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga keberlanjutan warisan budaya. Langkah-langkah ini melibatkan perawatan dan pemeliharaan situs bersejarah serta cagar budaya, pengembangan kebudayaan melalui kreativitas seni dan produk budaya baru, serta pemasaran produk budaya lokal di pasar internasional. Budaya

dipandang sebagai dasar karakter bangsa, dengan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, lembaga pendidikan, dan tokoh budaya sebagai faktor kunci dalam menjaga dan mempromosikan kekayaan budaya Indonesia. Di dalam sektor pariwisata, warisan budaya juga menjadi aset penting dalam mendukung pelestarian nilai-nilai budaya serta membangkitkan kembali warisan budaya yang hampir punah. Semua tindakan ini bertujuan agar nilai-nilai budaya Indonesia menjadi komponen tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat serta membentuk karakter bangsa yang mengakar pada budaya, dengan rasa penghargaan dan tanggung jawab untuk merawatnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bandaranayake, S. 2007. "Heritage, Ideology, and the Power of the Past: Contemporary Engagements with Sri Lanka's Sacred City of Anuradhapura." In "Heritage, Memory, and Identity," edited by H. Silverman and D. F. Ruggles. University Press of Florida.
- Featherstone, M. 1990. *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Sage Publications
- Geertz, C. 1973. *The Interpretation of Cultures*. Basic Books.
- Harvey, D. 1990. *The Condition of Postmodernity: An Enquiry into the Origins of Cultural Change*. Blackwell
- Hofstede, G. 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Sage Publications.
- Keesing, R. M. 1974. Theories of Culture. *Annual Review of Anthropology*, 3, 73-97.
- Kemdikbud. 2022. Outstanding Universal Value (OUV): Syarat Utama Warisan Budaya Dunia. <https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2022/01/outstanding-universal-value-ouv-syarat-utama-warisan-budaya-dunia>
- KWRIU Kemdikbud. 2021. Warisan Budaya Indonesia Kembali Diakui UNESCO sebagai Warisan Dunia. <https://kwriu.kemdikbud.go.id/berita/warisan-budaya-indonesia-kembali-diakui-unesco/>
- Kroeber, A. L., & Kluckhohn, C. 1952. *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Harvard University Press.
- Lowenthal, D. 1998. *The Heritage Crusade and the Spoils of History*. Cambridge University Press.
- Smith, L. 2006. *Uses of Heritage*. Routledge.
- Samovar, L. A., Porter, R. E., & McDaniel, E. R. 2016. *Communication Between Cultures*. Cengage Learning.

- Rowley-Conwy, P., & Layton, R. 2011. Unpacking 'Heritage': A critical and historical study of the concept. *Heritage and Society*, 4(2), 95-112
- Timothy, D.J., Boyd, S. W. 2014. *Heritage Tourism in the 21st Century: Valued Traditions and New Perspectives*. Routledge.
- Tubbes. K. W. 2000. Our Common History as an Endangered Species: Humanist Reflections on the Ethics of Cultural Heritage Conservation. *The George Wright Forum*, 17(2), 21-33.
- Turner, B. S. 2011. *The Body and Society: Explorations in Social Theory*. Sage Publications.
- UNESCO. 2021. World Heritage and Biodiversity. Retrieved from <https://whc.unesco.org/en/biodiversity/>
- UNESCO. 2022. Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage. Retrieved from <http://www.unesco.org/culture/ich/en/convention>

BAB 9

ECOTOURISM

Oleh I Made Murdana

9.1 Pendahuluan

Pariwisata sebagai sektor yang memiliki perkembangan yang sangat agresif dan masif harus terukur dan harus peduli terhadap lingkungan, serta *community/host*. Berdasarkan pada isu sentral peneliti dan akademisi, serta laporan dari UNWTO, bahwa terjadi kecenderungan atas perkembangan baru dalam kepariwisataan yang muncul sejak tahun 1980-an. Kecenderungan akan perilaku masyarakat dalam mencintai ekologi yang murni (*back to nature*) dan minat masyarakat wisatawan untuk mengunjungi tempat-tempat yang masih alami. Hal ini menjadi faktor pendorong meluasnya gerakan ekowisata atau wisata ekologi. Dimana terjadi paradigma atitesis terhadap perkembangan pariwisata sebelumnya yang bersipat masal.

Pariwisata masal sebelumnya sangat diagungkan sebagai bidang yang sukses dalam memberikan peluang serta kesempatan industrialisasi masal, baik produksi maupun jasa. Perkembangan pariwisata masal malah menimbulkan berbagai persoalan dan masalah (Murdana, 2010, 2019, 2022; Murdana et al., 2021; Fennell, 2015; Abidin et al., 2022), seperti pencemaran, pelemahan terhadap ekologi, lingkungan, dan masyarakat, serta ekonomi. Pariwisata masal juga memberikan peluang yang sangat besar terhadap pelemahan potensi dan partisipasi masyarakat, khususnya masyarakat lokal. Karekater tersebut sangat bertolak belakang dengan isu baru tentang ekowisata.

Ekowisata merupakan konsep pariwisata yang memiliki komitmen yang kuat terhadap pelestarian lingkungan dan upaya-

upaya konservasi. Selain itu ekowisata memiliki spirit dan roh utama pada partisipasi masyarakat dalam mempertahankan kelestarian lingkungan. Ekowisata juga membuka peluang yang seluas-luasnya dalam pemerataan ekonomi. Selain itu ekowisata merupakan salah satu bentuk pariwisata yang berorientasi pada perlindungan ekologi alam dan berkontribusi pada pengembangan komunitas lokal (Stronza and Durham, 2008; Armstrong et al., 2015; Stronza et al., 2019). Namun, perluasan ekowisata di Tiongkok dibarengi dengan perampasan lahan dan ketidakadilan tenaga kerja, khususnya yang berdampak pada komunitas marginal (Selkani, 2018). Keberlanjutan destinasi ekowisata bergantung pada berbagai faktor, termasuk keberlanjutan kelembagaan, seperti pembentukan kawasan lindung dan badan pengelola ekowisata, serta kerja sama dan partisipasi warga setempat (Chun and Lim, 2019).

Bab ini memberikan gambaran secara eksplisit tentang ekowisata mulai dari sejarah perkembangan evolusi ekowisata, konsep dan definisi, serta banyak lainnya.

9.2 Evolusi Ekowisata

Paradigma umum tentang pariwisata/perjalanan telah banyak didiskusikan dan diperdebatkan oleh berbagai kalangan sejak peradaban revolusi industri hingga saat ini. Tanpa memperhatikan motif dari perjalanan yang dilakukan. Berdasarkan bukti-bukti literatur perkembangan pariwisata, bahwasannya konsep pariwisata sudah ada dan berkembang melalui kebiasaan-kebiasaan masyarakat sejak dikenalnya peradaban umat manusia (Theology, 2008). Manusia melakukan kehidupan berpindah-pindah dalam memenuhi dan mencari kenyamanan, keberlangsungan dan keamanan kehidupannya. Selain itu perjalanan manusia melalui kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan dalam berbagai kegiatan yang dikaitkan dengan proses pertukaran (perdagangan), event-event (permainan/tontonan) dan Kunjunag

untuk pesta pora (*party*), kegiatan budaya, dan berbagai hal yang terkait alasan agama, seperti aktivitas tirthayatra (ziarah) di India (Agorita, 2018; Christou, 2022a; Murdana et al., 2023), serta keamanan dan kebebasan. Konsep-konsep sederhana tentang harmoni dan naturalism antara manusia, alam semesta dan tuhan nya (*old sustainable*) berlandaskan *local wisdom* (Fauzi, 2019, p. 11; Gibson and Hassan, 2005, pp. 39–40), telah tercermin dalam perjalanan manusia peradaban kuno. Kehidupan berpindah dan perburuan, merupakan salah satu konsep-konsep sederhana keseimbangan dalam dinamika alam yang luas dan masih primitive dan liar. Dasar paradigma konsep *old sustainability* (Fauzi, 2019) berasal dari nilai-nilai kebijaksanaan masa lampau (*old wisdom*) yang sangat dekat dan memperhatikan hubungan dengan lingkungan dan bahkan dengan tuhan nya Hasil-hasil budaya yang menjadi peninggalan bersejarah, sebagai bukti kongkrit masyarakat kuno sampai abad pertengahan berkarakter domain harmoni alam yang alami.

Perubahan paradigma pariwisata periode awal moderen sebagai periode pencerahan, telah membuat perubahan besar terhadap tatanan kehidupan manusia terhadap kebebasan dan pembebasan diri dari perbudakan. Kontribusi dari abad moderen awal adalah mulai dikenalnya konsep-konsep perjamuan ala *restaurant* saat ini (Marples, 2020) yang memanfaatkan bahan-bahan dari alam yang alami. Selain itu dikenalnya konsep "*grand tour*" yaitu perubahan perilaku masyarakat dalam konteks perjalanan oleh elit-elit sosialita eropa saat itu. Perubahan perilaku masyarakat yang mengalami kebebasan dalam melihat alam sekitarnya dan merindukan keaslian serta kealamiannya, baik panorama, budaya, serta lingkungan. Konteks perjalanan yang dimonopoli oleh orang-orang kaya dan elit-elit sosial (Cohen, 1992; De Man, 2017; Ivanovic, 2008; Kennedy, 1998; Pack, 2022). Periode moderen akir dimulai tahun 1750-1945 (Christou, 2022a), berkontribusi terhadap penemuan alat moda transportasi cepat

berupa Kereta pertama, konsep “kemewahan” baru dalam industry perhotelan dan perjalanan (Seperti; kasus César Ritz, Orient Express, dan Titanic), terbentunya Tour Operator, dan Organisasi Pariwisata baik nasional maupun daerah (Almira, 2021; Rifda, 2022). Berbagai teori dan konsep tentang perilaku perjalanan dan pariwisata dikemukakan dan memicu berkembangnya bidang pariwisata di seluruh dunia. Tendensi ini memicu bertumbuhnya bisnis perjalanan dan pariwisata semakin pesat. Hal yang sangat fenomenal adalah dimulainya perjalanan dan perpindahan massal serta menjadi penciri dari periode ini. Tak terelakkan gerbang pariwisata masal (*mass tourism*) pada periode ini mulai dibuka.

Pariwisata selanjutnya semakin populis dan dipandang sebagai salah satu industri terbesar di dunia, disisi lain pariwisata diyakini sangat terkait dengan berbagai sektor dalam perekonomian utama dunia. Fenomena-fenomena penyusun system pariwisata terjalin saling mempengaruhi ke dalam struktur kehidupan mulai dari ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan, serta bergantung pada tingkatan produk dan jasa yang ditawarkan, baik primer, sekunder, maupun tersier, yang tidak sederhana untuk ditelaah (Fennell, 2015; Goeldner and Ritchie, 2012; Page, 2019). Memasuki era popularitas bidang pariwisata yaitu dari tahun 1945 – 2020, dikenal dengan “Periode Kontemporer” (Christou, 2022a; Murdana et al., 2023). Pada periode ini berkembang pariwisata masal yang sangat masip sebagai akibat dari perkembangan teknologi dan *bihavior* masyarakat di daratan eropa dan sekitarnya.

Bidang Pariwisata juga memberikan andil dalam mempengaruhi peradaban di seluruh dunia. Sejak periode sebelumnya, dimana gending pariwisata masal dimulai, perkembangan pariwisata menjadi sangat agresif. Dalam masa perkembangan pariwisata masal, aspek ekonomi sangat mendominasi dan menjadi tujuan utama. Focus dan orientasi

setiap daerah tujuan wisata saat itu berlandaskan pada kuantitas wisatawan yang berkunjung, dan mengambil keuntungan finansial yang sebanyak-banyaknya. Fase ini juga dikenal sebagai karakteristik konsumsi ekonomi maju, yang dikenal sebagai 'Fordisme'. Fordisme merupakan Gerakan global terhadap konsep sistem ekonomi dan sosial modern terhadap perkembangan skala industri yang mendukung konsep-konsep produksi massal dengan standar tertentu (Antonio and Bonanno, 2000; Christou, 2022b; Goeldner and Ritchie, 2012; Pack, 2022).

Periode *mass tourism* ini tercatat berkembang sekitaran tahun 1945- hingga 1970-an (Du Pisani, 2006; Rome, 2003; Tulloch, 2013). Namun di balik keuntungan yang besar dari pariwisata masal, menimbulkan berbagai kerusakan dan kebocoran pariwisata yang tidak terhitung. Berbagai masalah timbul dari pengembangan pariwisata, baik dari sisi *community host*, lingkungan, dan sosial budaya. Sehingga pariwisata masal dipandang sebagai penyebab kerusakan secara menyeluruh (Mathieson and Wall, 1982; Wall and Mathieson, 2006).

Masa menuju tahun 1970-an, telah mengemuka kembali isu-isu *local wisdom* tentang kearifan lokal terhadap alam, sehingga dikenal dengan sustainability fase kedua. Namun gambaran tentang keberlanjutan tersebut masih umum. Para akdaemisi dan pemangku kebijakan berpendapat bahwasannya keberlanjutan atau "*sustainability*" dipandang sebagai konsep yang "*slippery and a sticky*" yang sangat sulit dan perlu kedalaman dalam menentukan serta memahami arti logisnya (Williams and Millington, 2004; Holden, 2017; Gasparski, 2017; Fauzi, 2019). Dengan kata lain bahwa pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) dapat dinyatakan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (WCED, 1987, p. 43).

Seiring dengan berkembangnya isu-isu *sustainability*, sebagian besar dari masyarakat dunia juga mengisukan tentang gerakan alternatif. Gerakan pariwisata alternatif, mempertegas tentang bentuk-bentuk dari pariwisata yang lebih kongkrit terhadap gerakan berkelanjutan. Salah satu yang terkenal adalah Gerakan ekowisata (*ecotourism*). Gerakan Ekowisata muncul dan berkembang pada tahun 1980-an (Arida, 2020; Fennell, 2015; Salimjan, 2023) sebagai cara untuk menggemakan konsep-konsep pembangunan yang berkelanjutan dan Upaya-upaya konservasi. Hal inilah menjadi cikal bakal berkembangnya konsep ekowisata sampai saat ini.

9.3 Definisi Konsep, dan Karakteristik Ekowisata

9.3.1 Definisi Ekowisata

Konsep Ekowisata merupakan turunan dari konsep sebelumnya yang disebut sebagai pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dan pariwisata alternatif (*alternative tourism*). Konsep berkelanjutan dianggap sepadan sebagai sebuah gerakan simpatisan kolektif terhadap moral masyarakat secara mendunia yang merekonstruksi konsep sebelumnya yang sudah ada untuk tujuan keseimbangan alam. Kata *sustainability* juga dipandang sebagai kalimat analogi tentang "old wine in new bottle". Ilustrasi ini menjelaskan tentang sebuah konsep yang sudah ada dimasa lampau, namun dikemas dan diperkenalkan kembali dalam kemasan dan nuansa yang berbeda (Fauzi, 2019; Nasrulah et al., 2023). (AtKisson, 2011) juga memberikan penjabarkan sebagai sebuah konsep yang memiliki makna kemampuan yang konsisten untuk secara terus menerus dan berkesinambungan dalam bertahan. Hal ini merupakan bagian dari sifat intuisitas sejak manusia itu ada dan menjadi sebuah konsep yang dikenal dengan "the old sustainability" (Fauzi, 2019). Gerakan pariwisata berkelanjutan tumbuh sekitaran tahun 1970-an. Gerakan ini merupakan respond atas beberapa fenomena krisis, baik krisis

lingkungan, serta kegagalan pembangunan dan sebagai kebangkitan gerakan lingkungan modern di eropa (Du Pisani, 2006; Rome, 2003; Tulloch, 2013). Gerakan ini di kenal dengan *the second coming of sustainability* (Fauzi, 2019). Selanjutnya WTO memberikan batasan konsep terkait dengan *sustainable development*, seperti berikut;

1. Pengertian pembangunan berkelanjutan diartikan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.
2. Dalam membangun masa depan yang inklusif, berkelanjutan, dan tangguh bagi manusia dan planet, sangat dibutuhkan kerjasama lintas sektoral, sehingga terwujud pembangunan yang berkelanjutan.
3. Menyelaraskan tiga elemen inti sangat penting untuk dilakukan agar dapat dicapai pembangunan yang berkelanjutan, yaitu: pertumbuhan ekonomi, inklusi sosial dan perlindungan lingkungan. Ketiga elemen penting ini saling berhubungan untuk mencapai kesejahteraan individu dan masyarakat.
4. Mengentaskan segala bentuk dan dimensi kemiskinan sebagai agenda strategic untuk mencapai pembangunan berkelanjutan. Dalam upaya pencapaiannya, dibutuhkan promosi pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan, inklusif dan adil, menciptakan peluang kerja yang lebih besar untuk semua, mengurangi ketidaksetaraan, meningkatkan standar hidup dasar, mendorong pembangunan sosial yang adil dan inklusi, dan mempromosikan pengelolaan sumber daya alam dan ekosistem yang terintegrasi dan berkelanjutan (WTO, 2022).

Namun ditengah-tengah gerakan pembangunan berkelanjutan, juga berkembang isu pariwisata alternatif, yang selanjutnya menginisiasi beberapa bentuk pariwisata turunan dari pariwisata berkelanjutan. Valene Smith and William Edington, menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan bentuk produk pariwisata yang mempertimbangkan, bahkan menuntut lebih akrab lingkungan dan tidak merusak budaya (Smith and Edington, 1992). Sedangkan Archer and Cooper tahun 2005 dalam buku Global Tourism menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu pergerakan yang memiliki pilihan dan jalan keluar untuk “mengobati sakit” dari pariwisata massal (*mass tourism*) (Theobald, 2005, pp. 79–103). Beberapa literature juga menjelaskan bahwa, pariwisata alternatif bersumber dari dua pandangan idiologi yang sejaman, yaitu bahwa pariwisata alternatif merupakan reaksi atas konsumerisme modern, dan pariwisata alternatif merupakan reaksi dari eksploitasi yang dilakukan negara berkembang (Agustin and Heredina, 2014, pp. 1–4; Jamil et al., 2021; Tariq et al., 2021, pp. 431–439).

Terdapat beberapa variasi pariwisata alternatif yang selanjutnya dibagi menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Pariwisata *adventure*. Merupakan suatu kegiatan pariwisata alternatif yang bernuansa petualangan (*adventure*). Petualangan dalam skala kecil dapat terdiri dari *bird watching*, *scuba diving*, dalam skala menengah terdiri dari kegiatan yang bernuansa olahraga seperti *canoing*, dan *rafting*. Sedangkan dalam skala besar meliputi kegiatan petualangan seperti halnya taman safari.
2. Pariwisata alam. Merupakan kegiatan pariwisata alternatif yang memfokuskan diri pada studi dan obserfasi yang berkaitan dengan tumbuhan (*flora*) dan binatang (*fauna*), selain itu juga berkaitan dengan kegiatan *landscape*.
3. *Community tourism*. *Community tourism* atau pariwisata kerakyatan merupakan suatu kegiatan pariwisata yang

dijalankan oleh rakyat, baik dari perencanaan sampai evaluasi dan segala manfaat yang diperoleh dari kegiatan tersebut sepenuhnya untuk rakyat yang bersangkutan (Smith and Eadington, 1992).

Munculnya pengembangan ekowisata diseluruh dunia tidak terlepas dari historis yang melandasi dari bentuk pariwisata ini. Ekowisata diharapkan mampu menjawab tantangan dampak negative yang ditimbulkan oleh pariwisata masa lampau. Ekowisata menjadi tumpuan harapan dalam membentuk dan menjadi gerakan untuk mempromosikan alternatif strategi yang menguntungkan dalam mencapai Pembangunan yang berkelanjutan.

Secara eksplisit, ekowisata merupakan bentuk pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism*)(Buckley, 2009; Chun and Lim, 2019; Fennell, 2015; Nasrulah et al., 2023; Stronza and Durham, 2008). Gerakan ekowisata bertujuan untuk melakukan perlindungan terhadap segenap warisan ekologi alam yang alami dan berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal (Arida, 2017; Murdana, 2019; Murdana et al., 2021). Hal ini menggambarkan bahwa, ekowisata sedini mungkin melibatkan proses perjalanan yang bertanggung jawab (*responsible travel*), menuju daerah daerah yang masih alami, penghargaan terhadap sejarah dan budaya, serta ekologi lingkungan sambil memastikan pengendalian terhadap integritas ekosistem. Disisi lain ekowisata telah menjadi segmen industri yang memiliki kecepatan tumbuh yang dramatis cepat, serta memiliki hubungan keterkaitan dengan lingkungan dan budaya yang sangat kuat. Hubungan interaksi tersebut dianggap sebagai bentuk pariwisata berkelanjutan yang paling utama, dimana terjadi kegiatan yang berkontribusi langsung pada pengendalian dan perlindungan ekologi alam, pelestarian sosiokultural, keterlibatan masyarakat lokal, dan pemerataan ekonomi. Peluang pemerataan ekonomi

masyarakat pada ekowisata, juga berpotensi memiliki dampak negative dan biaya eksternal lainnya yang perlu ditanggulangi. Pengendalian keseimbangan program konservasi dan pengembangan ekowisata melalui regulasi kebijakan dan pengelolaan lingkungan yang tepat, merupakan titik penting dalam ketercapaian Pembangunan berkelanjutan (Murdana et al., 2021; Selkani, 2018; Stefanica and Vlavian-Gurmeza, 2010; Venkatesh R. and Gouda, 2017)

Difinisi ekowisata dibagi atas tiga prespektif penggolongan yakni sebagai:

1. Perspektif Produk; merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam.
2. Perspektif Pasar, merupakan semua perjalanan yang diarahkan pada upaya- upaya pelestarian lingkungan dan
3. Perspektif Pendekatan pengembangan, merupakan metode pemanfaatan sumberdaya pariwisata yang bertanggungjawab terhadap kesejahteraan dan pelestarian lingkungan.

Sedangkan Masyarakat Ekowisata Internasional (*the international ecotourism society (TIES)*) memberikan definisi "*Ecotourism is now defined as "responsible travel to natural areas that conserves the environment, sustains the well-being of the local people, and involves interpretation and education"* (TIES, 2015). *Education is meant to be inclusive of both staff and guests*".

9.3.2 Prinsip-Prinsip, Karakteristik, dan unsur Ekowisata

Dalam memahami prinsip-prinsip ekowisata mengacu pada prinsip pandangan dari TIES internasional. TIES memberikan pendekatan dan menjabarkan prinsip-prinsip ekowisata dalam 8 kriteria sebagai berikut;

1. Meminimalkan dampak fisik, sosial, perilaku, dan psikologis.

2. Membangun kesadaran dan penghargaan lingkungan dan budaya.
3. Memberikan pengalaman positif bagi pengunjung dan tuan rumah.
4. Memberikan manfaat finansial langsung untuk konservasi
5. Menghasilkan keuntungan finansial baik bagi masyarakat lokal maupun industri swasta.
6. Memberikan pengalaman interpretatif yang mengesankan kepada pengunjung yang membantu meningkatkan sensitivitas terhadap iklim politik, lingkungan, dan sosial negara tuan rumah.
7. Merancang, membangun, dan mengoperasikan fasilitas berdampak rendah.
8. Mengenali hak dan kepercayaan spiritual penduduk asli di komunitasnya dan bekerja dalam kemitraan dengan mereka untuk menciptakan pemberdayaan (TIES, 2023).

Lebih lanjut (Wood, 2002) memberikan batasan-batasan tentang Prinsip-prinsip Ekowisata dalam 9 kriteria yang meliputi;

1. Minimalkan dampak negatif terhadap alam dan budaya yang dapat merusak tujuan.
2. Mendidik pelancong tentang pentingnya konservasi.
3. Tekankan pentingnya bisnis yang bertanggung jawab, yang bekerja secara kooperatif dengan otoritas lokal dan orang-orang untuk memenuhi kebutuhan lokal dan memberikan manfaat konservasi.
4. Pendapatan langsung ke konservasi dan pengelolaan kawasan alami dan dilindungi.
5. Menekankan perlunya zonasi pariwisata regional dan untuk rencana pengelolaan pengunjung yang dirancang baik untuk kawasan atau kawasan alami yang dijadwalkan menjadi destinasi ramah lingkungan.

6. Menekankan penggunaan studi garis dasar lingkungan dan sosial, serta program pemantauan jangka panjang, untuk menilai dan meminimalkan dampak.
7. Berusaha keras untuk memaksimalkan manfaat ekonomi bagi negara tuan rumah, bisnis lokal dan masyarakat, khususnya orang-orang yang tinggal di dan berdekatan dengan kawasan alami dan dilindungi.
8. Berusaha memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak melebihi batas sosial dan lingkungan dari perubahan yang dapat diterima sebagaimana ditentukan oleh para peneliti bekerja sama dengan penduduk setempat.
9. Bergantung pada infrastruktur yang telah dikembangkan selaras dengan lingkungan, meminimalkan penggunaan bahan bakar fosil, melestarikan tanaman dan satwa liar setempat, dan menyatu dengan lingkungan alam dan budaya

Ekowisata sebagai sebuah bentuk pariwisata memiliki beberapa karakteristik. Dalam perkembangannya perlu menyimak karakteristik dari ekowisata. Karakteristik ekowisata dibagi atas tujuh bagian menurut Haney (2008) yaitu;

1. Melibatkan perjalanan ke destinasi berbasis alam (*Involves travel to natural destinations*). Destinasi berbasis alam cenderung lokusnya didaerah terpencil, baik berpenghuni ataupun tidak, dan biasanya berada di bawah perlindungan lembaga lingkungan di tingkat nasional, internasional, komunal, atau swasta.
2. Meminimalkan dampak (*Minimizes impact*). Pariwisata menyebabkan kerusakan. Ekowisata berusaha untuk meminimalkan efek buruk dari hotel, jalan setapak, dan infrastruktur lainnya dengan menggunakan bahan bangunan lokal yang dapat didaur ulang atau tersedia

- berlimpah, sumber energi terbarukan, daur ulang dan pembuangan limbah dan sampah yang aman, dan desain arsitektur yang peka terhadap lingkungan dan budaya. Meminimalkan dampak juga mengharuskan jumlah dan cara perilaku wisatawan diatur untuk memastikan kerusakan ekosistem yang diminimalisasi.
3. Membangun kesadaran lingkungan (*builds environmental awareness*). Ekowisata berarti berunsur pendidikan, baik bagi wisatawan maupun penduduk masyarakat sekitar. Jauh sebelum tur dimulai, operator tur harus menyediakan bahan bacaan bagi wisatawan tentang negara, lingkungan, dan masyarakat lokal, serta kode etik untuk pelancong dan industri itu sendiri. Informasi ini membantu mempersiapkan wisatawan, sebagaimana dinyatakan dalam pedoman TIES, “untuk mempelajari tentang tempat dan orang yang akan dikunjungi” dan “untuk memperkecil dampak negatifnya saat mengunjungi lingkungan yang sensitif dan berbudaya”. Untuk menjadikan ekowisata yang baik sangat penting pemandu lokal dengan kemampuan multibahasa yang terlatih dengan baik dan terampil. Mereka harus memahami sejarah alam, budaya, interpretasi lingkungan, prinsip-prinsip etika, dan komunikasi yang efektif. Program ekowisata juga harus membantu mendidik anggota masyarakat sekitar, anak sekolah, dan masyarakat tuan rumah.
 4. Memberikan manfaat finansial langsung terhadap konservasi (*provides direct financial benefits for conservation*). Ekowisata membantu mengumpulkan dana untuk perlindungan lingkungan, penelitian, dan pendidikan melalui berbagai mekanisme, termasuk biaya masuk taman, pajak perusahaan wisata, hotel, maskapai penerbangan, dan bandara, serta kontribusi sukarela. Banyak sistem taman nasional, diciptakan untuk tujuan

perlindungan destinasi, memfasilitasi penelitian ilmiah, dan, mempromosikan olahraga pro alam.

5. *Provides financial benefits and empowerment for local people.* Masyarakat lokal harus terlibat dan menerima pendapatan dan manfaat nyata lainnya (seperti: air minum, jalan, klinik kesehatan, dll) dari kawasan konservasi dan fasilitas sarana pariwisata yang ada seapat mungkin melalui kemitraan dengan masyarakat setempat. Ekowisata lebih lanjut berperan dalam mempromosikan semua jenis layanan terhadap wisatawan yang datang dan dimiliki oleh warga negara tuan rumah. Selain itu, jika ekowisata ingin dilihat sebagai alat dalam pembangunan pedesaan, maka ekowisata juga harus mampu membantu untuk mengalihkan kontrol ekonomi dan politik kepada masyarakat lokal desa, koperasi, atau enterpreuneur lokal.
6. *Perlindungan terhadap budaya lokal (respects local culture).* Ekowisata tidak hanya “greener” tetapi juga memperkecil industry-industri besar dan eksploitatif terhadap budaya, dibandingkan dengan pariwisata konvensional. Ekowisata berpungsi dalam pengendalian pemerataan *social capital*, melalui pemberdayaan dan partisipasi Masyarakat lokal dalam Pembangunan. Unsur edukasi dalam ekowisata, memberikan jembatan dalam pemerataan transformasi, dan mengurangi masalah anata *host*, wisatawan dan *stakeholder* lainnya.
7. *Supports human rights and democratic movements.* Pariwisata berkontribusi pada “pemahaman internasional, perdamaian, kemakmuran, dan penghormatan universal dan kepatuhan terhadap hak asasi manusia dan kebebasan mendasar untuk semua”. Hal ini sangat sedikit tercermin pada pariwisata konvensional / massal. Meskipun pariwisata sering dipuji sebagai alat untuk membangun pemahaman internasional dan perdamaian dunia, hal ini

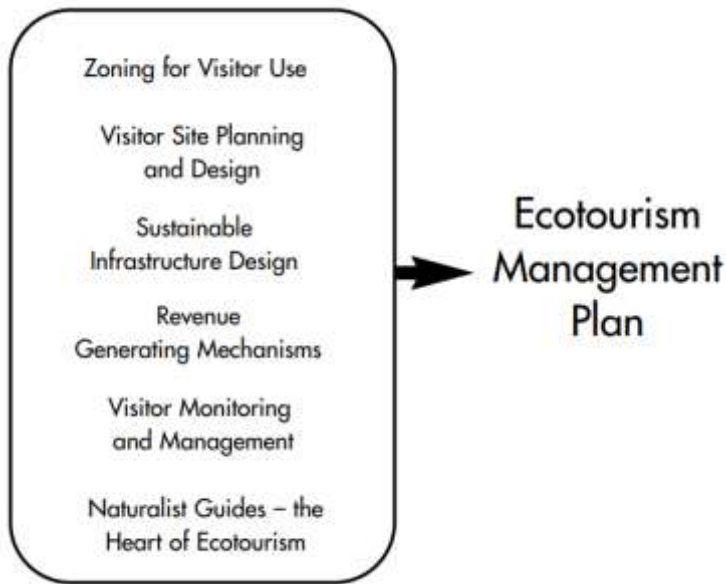
tidak terjadi secara otomatis, namun seringkali, pada kenyataannya, pariwisata mendukung ekonomi negara-negara yang represif dan tidak demokratis (Honey, 2008, p. 29).

Sebagai salah satu bentuk pariwisata, maka ekowisata tersusun atas beberapa unsur yang mengikatnya. Unsur-unsur ini menjadi penciri dari bentuk pengembangan ekowisata. Beberapa pendekatan unsur-unsur ekowisata telah dinyatakan sejak lama melalui “Pedoman Pengembangan Ekowisata Indonesia” yang dikeluarkan oleh Direktorat Jendral Departemen Pariwisata pada tahun 1999. Unsur-unsur dari ekowisata meliputi;

1. Ekowisata sangat tergantung pada kualitas sumber daya alam, peninggalan sejarah dan budaya.
2. Pelibatan Masyarakat.
3. Ekowisata meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya.
4. Pertumbuhan pasar ekowisata di tingkat internasional dan nasional.
5. Ekowisata sebagai sarana mewujudkan ekonomi berkelanjutan.

9.3.3 Ecotourism Management Strategies

Dalam memetakan konseptual ekowisata, juga harus memahami *Ecotourism Management Strategies*. Untuk memahami strateginya harus mengetahui indikator kunci dari manajemen strategic dari ekowisata. Indikator-indikator tersebut diilustrasikan dalam *key ecotourism management strategies* (Drumm and Moore, 2005a) sesuai dengan Gambar 9.1 berikut.



Gambar 9.1. *key ecotourism management strategies*, (Drumm and Moore, 2005a)

Zonasi Pengunjung (*zoning for visitor use*)

Penetapan zonasi yang tepat pada suatu lokasi ekowisata merupakan hal mendasar bagi seluruh strategi pengelolaan lainnya. Zonasi adalah pembagian suatu lokasi menjadi beberapa sektor, atau zona berbeda, dengan tujuan mendistribusikan berbagai jenis penggunaan atau non-penggunaan (yaitu perlindungan) di tempat yang paling tepat. Jumlah dan jenis zona bergantung pada:

1. Tujuan pengelolaan dan prioritas lokasi.
2. Kualitas dan keragaman sumber daya alam dan budaya serta tingkat perubahan yang dialaminya.
3. Jenis pemanfaatan yang telah direncanakan (banyak jenis pemanfaatan yang bertentangan satu sama lain sehingga harus dipisahkan secara geografis).

Setiap zona dikelola untuk mempertahankan atau mencapai kondisi alam tertentu di mana ekowisata dan kegiatan lainnya berlangsung, dan dengan demikian, setiap zona memiliki seperangkat aturan dan peraturan tersendiri untuk kegiatan yang dilakukan dalam batas-batasnya.

Perencanaan dan Desain Lokasi Pengunjung (*visitor site llanning and design*)

Di sebagian besar lokasi ekowisata, penggunaan pengunjung terkonsentrasi hanya di beberapa lokasi, atau “*visitor sites*”, baik untuk memfasilitasi pengelolaannya maupun untuk membatasi dampaknya terhadap lingkungan alam. Karena fluktuasi konsentrasi pengunjung dan infrastruktur, sehingga penting agar lokasi pengunjung ini direncanakan dengan baik.

Tujuan utama dalam pendekatan merencanakan lokasi pengunjung yang baik adalah:

1. Efisiensi penggunaan ruang pengunjung, dengan menempatkan infrastruktur yang mudah, aman dan efektif digunakan oleh pengunjung, karyawan (misalnya pemandu, juru masak, dll), serta pengelola lokasi.
2. Membatasi dampak seoptimal mungkin dari penggunaan oleh lokasi pengunjung dan pembangunan infrastruktur terhadap lingkungan sekitar.
3. Perumusan kesesuaian perencanaan infrastruktur dengan kapasitas yang ditentukan dari kawasan alam untuk menerima jumlah pengunjung yang ditentukan (misalnya, membangun sejumlah kabin untuk jumlah tamu maksimum yang diperbolehkan).

Persiapan perencanaan lokasi pengunjung memerlukan waktu yang tidak sedikit. Hal ini dilandari dari rencana actual dan topografi lokasi infrastruktur ekowisata yang akan ditempatkan, baik itu ecolodge, jalan setapak, tempat perkemahan atau jamban.

Semua infrastruktur harus ditempatkan menyesuaikan dengan hubungan geografis, ciri-ciri alam dan budaya yang signifikan dengan keaslian lokasi pembangunan ekowisata. Perencanaan lokasi pengunjung juga mengandung esensi sebagai “best practice” yang berdampak pada aktifitas ekowisata dan infrastruktur yang harus diacu.

Desain Infrastruktur Berkelanjutan (*Sustainable Infrastructure Design*)

Pengembangan Ekowisata dalam implementasinya membutuhkan sarana infrastruktur yang berbeda dari infrastruktur pariwisata konvensional. Hal ini jika melibatkan penginapan atau layanan makanan. Infrastruktur ekowisata di kawasan yang alami cenderung harus menyatu dengan lingkungan sekitarnya, mengadopsi dan menggunakan sumber energi terbarukan, serta pengelolaan sampah baik padat maupun cair tanpa merusak lingkungan sekitar. Dengan perkembangan *technology information and science* sehingga perencana dan perancangan infrastruktur dapat meminimalkan dampak-dampak negatif terhadap lingkungan.

Mekanisme Penghasil Pendapatan (*Revenue-Generating Mechanisms*)

Nilai (*value*) selalu dipadankan dengan sebuah penghasilan atau uang, meski tidak selamanya demikian. Uang seperti sesuatu yang fundamental dalam memutar rantai ekonomi. Namun uang penting untuk memicu pembangunan. Seperti halnya tujuan utama ekowisata adalah untuk menghasilkan pendapatan dalam mendukung konservasi dan selanjutnya dapat memberi manfaat bagi masyarakat lokal dan pemangku kepentingan lainnya. Khususnya yang ikut berpartisipasi dalam program ekowisata. Besar kecilnya penghasilan pendapatan sebuah lokasi ekowisata sangat tergantung pada sejauh mana pengunjung merasa penting

lokasi tersebut untuk dikunjungi dan sebagai daerah tujuan wisatanya. Yang lainnya adalah dari kemampuan pengelolaan dan pemasarannya. Beberapa *variable* pertanyaan yang penting untuk menghasilkan pendapatan, pertanyaan-pertanyaan berikut harus dijawab:

1. Mekanisme apa yang diperlukan untuk menghasilkan pendapatan?
2. Bagaimana seharusnya pendapatan dikelola?
3. Bagaimana seharusnya pendapatan dibelanjakan?

Dalam pengembangan ekowisata agar menyadari bahwa peningkatan pendapatan tidak boleh menjadi tujuan akhir dari sebuah *goal*. Tujuan utamanya adalah konservasi lingkungan. Penambahan kegiatan ekowisata lainnya untuk meningkatkan pendanaan, agar tidak berseberangan dan mengganggu efektivitas konservasi lokasi ekowisata dalam jangka waktu Panjang, hal ini untuk tercapainya pembangunan yang berkelanjutan.

Pemantauan dan pengelolaan dampak pengunjung (*visitor impact monitoring and management*)

Setiap kali kunjungan wisatawan ke destinasi ekowisata, dampak negatif kunjungannya dapat dinyatakan sudah terjadi. Fakta-fakta ini tidak bisa dipungkiri dan dihindari, namun perlu Upaya pengendalian. Analogi sebab akibat ini, menumbuhkan peluang bagi pengelola ekowisata untuk bekerja. Tugas pengelola ekowisata adalah meminimalkan dampak-dampak dalam proses operasional ekowisata dan memastikan secara seksama bahwa, strategi pengelolaan ekowisata menimbulkan dampak positif yang lebih besar daripada dampak negatifnya. Pengendalian terhadap dampak pengunjung merupakan strategi pengelolaan ekowisata yang mendasar. Meski sangat disayangkan dari kasus-kasus yang ada pengendalian dampak yang paling sering diabaikan. Hal

ini dapat menimbulkan ketidakpastian keberhasilan dari pembangunan ekowisata tersebut.

Naturalist Guides – the Heart of Ecotourism

Umumnya lokus dari destinasi ekowisata berada jauh dari keramaian yaitu dikawasan alam terpencil yang cenderung tidak mudah bagi pengunjung untuk berkunjung dan menikmati atraksi wisata tanpa didampingi oleh pemandu yang terlatih dan berpengetahuan luas. Bahkan juga, destinasi ekowisata dengan aksesibilitas yang mudah, keberhasilannya sebagian besar bergantung pada kemampuan dari pemandu naturalisnya. Hal ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengelaborasi pengetahuan tentang lingkungan destinasi ekowisata dengan cara yang menginspirasi dan mendidik pengunjung. Pemandu juga dapat berfungsi untuk memantau dampak wisatawan saat mendampinginya. Sistem perizinan pemandu menjadi hal yang penting bagi pengelola kawasan lindung untuk menertibkannya. Terdapat beberapa manfaat dari pemandu naturalis yang berkualitas yaitu:

1. Secara signifikan memperkaya pengalaman pengunjung melalui pendidikan dan kompetensinya
 - a. Menciptakan pendukung-pendukung baru untuk tercapainya tujuan konservasi lingkungan.
 - b. Menghasilkan demand tambahan untuk pariwisata didestinasinya;
2. Memastikan dampak negatif kunjungan diminimalkan dan dampak positif dimaksimalkan.
3. Menghasilkan pendapatan bagi diri mereka sendiri dan orang lain dalam komunitas lokal.
4. Memperkuat hubungan antara tujuan konservasi dan pengembangan Masyarakat.
5. Meningkatkan keselamatan pengunjung.

6. Menjadi mata dan telinga tambahan bagi administrasi kawasan lindung dan wakil bagi pengelolaan kawasan lindung.

Sangat pentingnya peran dari pemandu wisata naturalis yang kompeten di destinasi ekowisata, maka pengelola harus mengelola dan melibatkannya secara maksimal dan efektif untuk memastikan bahwa aktivitas mereka sesuai dengan standar ekowisata yang ditetapkan. Ada dua mekanisme dasar untuk mencapai hal ini yaitu:

1. Kewajiban pengelola untuk melatih semua pemandu sesuai dengan output kompetensi yang diharapkan sampai mendapatkan sertifikat kompetensi.
2. Mengeluarkan kebijakan perijinan terhadap pemandu ekowisata, sehingga aktifitasnya dapat terkontrol dan menjadikannya agen-agen pengawas dampak ekowisata.

9.4 Program, Perencanaan dan Manajemen Ekowisata

Dalam perencanaan bidang pariwisata mengalami proses evolusi yang cukup panjang hingga saat ini. Perencanaan bidang pariwisata, mengalami transformasi yang signifikan dari perspektif yang awalnya berfokus pada ekonomi, telah bergeser menuju perspektif yang saat ini tampak lebih holistik. Beberapa tahapan pendekatan perencanaan yang muncul dalam beberapa decade belakangan meliputi:

1. Pendekatan Boosterisme, merupakan pendekatan yang ditandai dengan tendensi pada maksimalisasi manfaat jika memungkinkan
2. Pendekatan ekonomi, merupakan pendekatan yang memposisikan pariwisata sebagai sarana untuk menghasilkan pembangunan ekonomi (perkembangan pariwisata yang besar di Mediterania dan Karibia pada

tahun 1960an dan 1970an merupakan representasi dari pendekatan ini, yang tampaknya tidak sejalan dengan kondisi sosial, dan kondisi ekologi wilayah tersebut)

3. Pendekatan fisik/spasial, merupakan pendekatan yang berupaya menemukan celah dalam meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan.
4. Pendekatan komunitas, merupakan pendekatan perencanaan yang melihat pariwisata sebagai sesuatu yang politis, sosial, dan menekankan perencanaan paling baik dikembangkan melalui kontrol lokal.
5. Pada daftar ini kita dapat menambahkan pendekatan kelima, yaitu pendekatan pariwisata berkelanjutan yang didasarkan pada penggabungan tiga pendekatan terakhir (Inskeep, 1991; Fennell, 2002, p. 68).

Namun dalam merumuskan sebuah perencanaan, penting untuk melandasinya dengan strategi perencanaan (*strategic planning*). Dalam melakukan *strategic planning* ada beberapa prinsip yang harus diikuti, yang diacu dari literatur manajemen (Blakemore, 2011; Simpson, 2001);

1. Mengembangkan portofolio nilai-nilai penting yang disepakati para pemangku kepentingan.
2. Menggunakan nilai-nilai penting untuk mengartikulasikan visi luas untuk masa depan.
3. Menetapkan alat-alat umum yang akan berkontribusi terhadap realisasi visi.
4. Melakukan evaluasi menyeluruh terhadap status saat ini sebagai dasar tindakan di masa depan.
5. Menetapkan tujuan spesifik untuk menjembatani kesenjangan antara status saat ini dan tujuan umum.
6. Menetapkan prioritas, tanggung jawab dan sistem pengendalian untuk memantau efektivitas implementasi.

Perencanaan pariwisata dijabarkan dalam sejumlah skala yang berbeda-beda, ilustrasi masing-masing skala dapat dilihat di bawah ini (Inskeep, 1991). Berikut adalah beberapa karakteristik dan fungsi utama dari level-level tersebut:

1. Perencanaan internasional. Sebagian besar berkaitan dengan transportasi internasional, arus wisatawan antar negara, pengembangan atraksi utama yang saling melengkapi, dan strategi pemasaran multi-negara.
2. Perencanaan nasional. Kebijakan pariwisata, struktur fisik atraksi, infrastruktur, akomodasi, rute wisata, strategi pemasaran, pendidikan dan pelatihan, dan analisis dampak.
3. Perencanaan wilayah. Hal ini berkaitan dengan perencanaan untuk suatu provinsi/negara bagian dan mencakup banyak komponen yang disebutkan dalam perencanaan nasional, namun lebih spesifik.
4. Perencanaan sub-regional. Sekali lagi, lebih spesifik dibandingkan perencanaan wilayah, namun tidak sedetail perencanaan wilayah pembangunan.
5. Perencanaan penggunaan lahan di kawasan pengembangan. Termasuk resor, kota resor, pariwisata perkotaan, dan atraksi wisata. Menunjukkan area spesifik untuk akomodasi, toko, fasilitas, taman, jalan, saluran pembuangan, dan sebagainya.
6. Perencanaan lokasi fasilitas. Sangat spesifik untuk bangunan atau kompleks individual, seperti hotel atau fasilitas.
7. Desain fasilitas. Desain arsitektur, lansekap, dan infrastruktur serta spesifikasi teknis untuk resor, restoran, atraksi, dan fasilitas

Proses perencanaan dan manajemen ekowisata di bagi atas 4 fase yang saling terkait. Proses perencanaan yang mengacu pada

proses yang hirarkis dan sistimatis (Fennell, 2002, pp. 66–74; STI College, 2022);

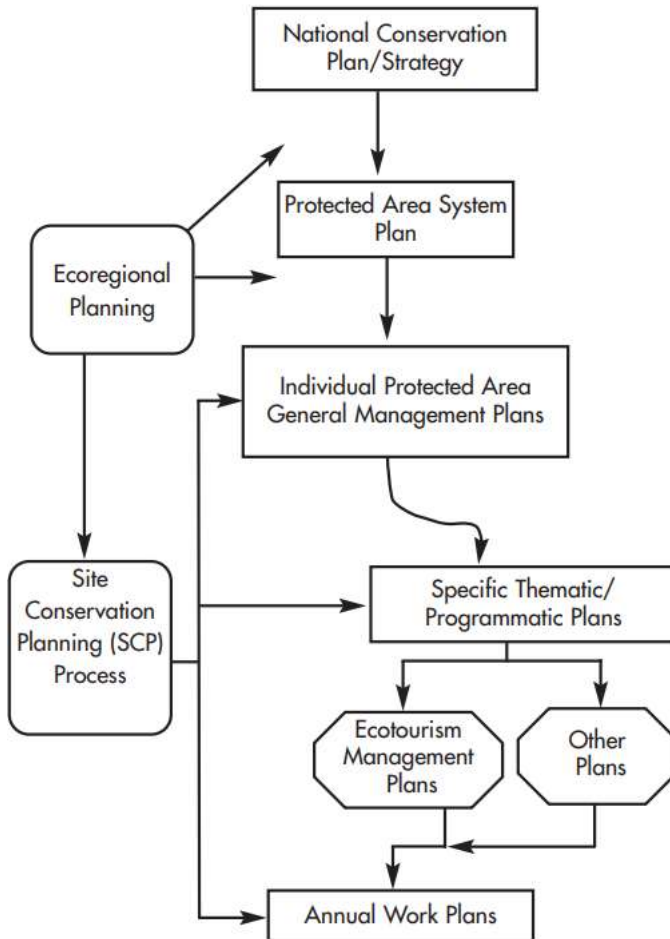
1. Penilaian Lokasi (*site assessment*). Pada Fase ini akan menentukan apakah pengelolaan dan pengembangan ekowisata merupakan strategi yang tepat untuk kawasan yang dilindungi. Beberapa tahapan dan langkah yang semestinya dilakukan
2. Evaluasi Awal terhadap Lokasi (*preliminary site evaluation*). Hal ini merupakan segala hal dalam upaya menjawab pertanyaan-pertanyaan yang mendasar sesuai dengan kriteria yang ditentukan untuk memastikan apakah suatu lokasi yang ditentukan telah sesuai untuk pengembangan ekowisata, dan apakah proses perencanaan perlu untuk dilanjutkan dengan proses perencanaan pengembangan ekowisata kawasan.
3. Penilaian lokasi secara lengkap (*full site assessment*). Hal ini berguna untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan dan sejauh mana pengembangan ekowisata akan dapat dilakukan di lokasi tersebut. Selain itu juga untuk membantu mengidentifikasi situasi yang ada, serta hal-hal yang kemungkinan menghambat pengembangan ekowisata di lokasi yang ditentukan. Pada tahapan ini umumnya semua data harus dikumpulkan termasuk didalamnya data monografi, baik tentang jenis kelamin dan lainnya pula.
4. Perencanaan ekowisata (*ecotourism planning*). Dalam fase ini ada beberapa proses langkah yang terkait dengan kelembagaan.
 - a. Melibatkan Perencana Pengelolaan Ekowisata (*ecotourism management plan (EMP)*). Data yang dikumpulkan pada tahap penilaian lokasi dan rekomendasi yang terkait akan menjadi masukan dalam merancang perumusan rencana pengembangan. Rencana

tersebut sedapat mungkin harus konsisten dengan rencana pengelolaan kawasan konservasi yang ada.

- b. Kelembagaan/*destination management organization (DMO)* harus memulai persiapan Rencana Pengelolaan Ekowisata, dan harus melibatkan pemangku kepentingan yang terkait (seperti pemerintah terkait, LSM, Industri, dll), komunitas lokal (termasuk kelompok perempuan, komunitas budaya adat), dan sektor swasta (misalnya operator tur dan investor).
 - c. Proses penyusunan *vision and mission statemen*, tujuan dan sasaran, strategi, program dan proyek-proyek, termasuk identifikasi usaha-usaha ekowisata yang mungkin dikembangkan di kawasan tersebut. Hal ini akan menjadi landasan dalam pengembangan fisik dan program ekowisata lainnya di wilayah tersebut.
 - d. Mengacu pada Rencana Pengelolaan Ekowisata yang sudah disetujui, rencana bisnis tersebut harus dirumuskan melalui kemitraan-kemitraan dengan lembaga terkait atau sektor swasta. Rencana bisnis merupakan tinjauan lebih terperinci mengenai kegiatan-kegiatan, daya Tarik – daya tarik, atau layanan-layanan tertentu yang akan dan harus dikembangkan. Hal ini akan sangat terkait dengan manajemen pemasaran, operasional dan manajemen perusahaan/bisnis ekowisata.
5. Implementasi (*implementation*). Fase ini merupakan tahapan atau fase dalam Pelaksanaan Rencana Pengelolaan Ekowisata yang harus dilakukan sesuai dengan jadwal, pengaturan pelaksanaan, dan usulan anggaran yang tercantum dalam Rencana Pelaksanaan yang ditetapkan. Rencana bisnis akan dilaksanakan oleh Lembaga terkait atau mitra sektor swasta.

6. Pemantauan dan evaluasi (*monitoring and evaluation*). Fase ini mengatur pengelolaan pemantauan dan evaluasi sesuai dengan instrumen-instrumen yang mengacu pada Rencana perencanaan dan pengelolaan ekowisata. Rencana pemantauan dan evaluasi dikonstruksi dan dikembangkan untuk menyediakan mekanisme pemantauan dan evaluasi yang terkait dengan proses kemajuan pelaksanaan rencana pengelolaan ekowisata, serta indikator-indikator utama untuk pemantauan dampak pengembangan ekowisata.

Disaat kita berbicara tentang perencanaan terhadap perlindungan alam, focus kita selalu akan menuju pada manajemen perencanaan yang spesifik tentang taman wisata alam dan atau tipe perlindungan alam lainnya. Drumm dalam bukunya *ecotourism planning*, memberikan rekomendasi terkait konteks perlindungan terhadap lingkungan alam dengan nama *Site Conservation Plan* (SCP). Kontek perlindungan tersebut diilustrasikan dalam gambar 9.2 sebagai berikut;



Gambar 9.2. Planning Context for Protected Areas, (Drumm and Moore, 2005b, p. 57).

Manajemen rencana umum (*general management plans* (GMP)), merupakan rencana keseluruhan yang diorganisasi dalam sebuah Kawasan. Dalam setiap Kawasan lindung pada umumnya disiapkan sebuah Manajemen rencana umum (*general*

management plans) sebagai acuan umum pengembangan kawasan. Rencana spesifik lainnya harus mengacu pada rencana umum dan tidak boleh berseberangan. Rencana pengelolaan dirancang untuk memberikan pedoman bagi pengelola kawasan lindung untuk mengelola kawasan mereka untuk jangka waktu lima tahun atau lebih. Rencana yang lebih rinci kemudian akan diturunkan dari rencana pengelolaan spesifik.

Site Conservation Plans (SCP) dapat dikembangkan sebagai pelengkap yang terfokus pada rencana pengelolaan umum atau, dalam beberapa kasus, sebagai alternatif. SCP dapat dipungsikan untuk mengidentifikasi ekowisata sebagai strategi untuk mengurangi ancaman di suatu lokasidestinas atau sebagai sumber finansial untuk konservasi. Hubungan dari kedua kasus tersebut diilustrasikan dalam Gambar 9.2, melalui *ecotourism management plants* (EMP).

Drumm juga memberikan ilustrasi dalam perencanaan dan pengembangan. Ada beberapa hal yang menjadi pointer pembelajaran utama yang harus diperhatikan dalam perencanaan dan pengembangan (Drumm and Moore, 2005b). Adapun rekomendasi Drumm tersebut meliputi;

1. Kawasan lindung harus direncanakan sebagai bagian integral dari pembangunan kawasan dan negara di mana kawasan tersebut berada.
2. Tujuan pengelolaan harus mengarahkan perencanaan pada semua tingkatan.
3. Perencanaan yang terbaik dilakukan oleh tim yang terdiri atas perwakilan dari berbagai disiplin ilmu, lembaga yang terkait. Organisasi masyarakat lokal, operasional pariwisata dan pemerintah harus terwakili dalam tim dalam proses perencanaan. Salah satu dari perwakilan ini mungkin bisa diberikan kuasa pemegang kebijakan/posisi yang diberikan fasilitas dan pendanaan untuk tim perencananya.

4. Membangun efektifitas interaksi yang terjadi diantara mereka/team akan dapat menciptakan suatu situasi sinergis secara keseluruhan dan memperkecil potensi penghambat.
5. Perencanaan yang baik bergantung pada partisipasi efektif dari seluruh pemangku kepentingan yang terkait. EMP merupakan pemangku kepentingan yang mencakup semua orang dan lembaga yang akan terlibat dalam melaksanakan program ekowisata di dalam kawasan lindung atau kawasan alam lainnya.

Dibutuhkan Komitmen yang kuat dari segenap stakeholder dalam berpacu padu dalam proses perencanaan. Karena keberhasilan dari sebuah proses perencanaan adalah komitmen Bersama. Ada beberapa stakeholder yang terlibat dalam sebuah proses perencanaan (Drumm and Moore, 2005b, p. 58) yaitu; a) pemerintah terkait, tour operator, LSM/NGO/organisasi non-profit, specialist/akademisi, komunitas Masyarakat, penyelamat lingkungan. Hubungan dari pendukung yang terlibat dalam perencanaan ini diilustrasikan dalam gambar 9.3



Gambar 9.3. Partisipan dalam proses perencanaan, (Drumm and Moore, 2005b)

9.5 Simpulan

Ekowisata merupakan sebuah bentuk pariwisata modern saat ini yang menekankan diri pada sebuah perjalanan yang bertanggungjawab “responsible travel” menuju destinasi atau kawasan lindung dan alami, dimana perjalanan tersebut berkontribusi untuk pelestarian lingkungan, dan pemerataan kesejahteraan masyarakat setempat. Roh utama dari ekowisata adalah konservasi. Hal ini, mengandung esensi perencanaan ekowisata harus dilakukan dengan konsep perencanaan yang berbeda dengan perencanaan konvensional pada umumnya. Dimana penetapan lokus, saran fasilitas wisatawan dan lainnya harus diatur sedemikian rupa agar sesuai dengan ruh kawasan dan menjaga kelestariannya. Proses perencanaan ekowisata harus

dilakukan secara sistimatis, detail, dan terstruktur, sehingga terjadi harmonisasi dari hubungan SCP, *general management plans*, *specific managemen plans*, EMP, dan hubungan yang lainnya dalam kerangka perencanaan Kawasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Z., Handayani, W., Zaky, E.A., Faturrahman, A.D., 2022. Perceived risk and attitude's mediating role between tourism knowledge and visit intention during the COVID-19 pandemic: implementation for coastal-ecotourism management. *Heliyon* 8, e10724. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10724>
- Agorita, C.D., 2018. Tourism in the Medieval period [WWW Document]. prezi.com. URL <https://prezi.com/p/ilzodtyaukk3/tourism-in-the-medieval-period/> (accessed 7.6.23).
- Agustin, S.-T., Heredina, F.-B., 2014. Encyclopedia of Tourism : Alternative tourism, in: Jafari, J., Xiao, H. (Eds.), *Encyclopedia of Tourism*. Springer International Publishing, Cham, pp. 1–4. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01669-6_331-1
- Almira, 2021. Penemu Kereta Api adalah - Pendaftaran Mahasiswa Baru Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya. portal. URL <https://pmb.itats.ac.id/penemu-kereta-api-adalah/> (accessed 7.11.23).
- Antonio, R.J., Bonanno, A., 2000. A New Global Capitalism? From “Americanism and Fordism” to “Americanization-Globalization.” *Am. Stud.* 41, 33–77.
- Arida, I.N.S., 2020. Buku Ajar: Pariwisata Berkelanjutan, Buku Ajar. ed. Sustain-Press, https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pendidikan_1_dir/27853e1951c3f72a0e6e8a0be2a9ed30.pdf.
- Arida, S., 2017. *Ekowisata: pengembangan, partisipasi lokal, dan tantangan ekowisata*. Cakra Press, Universitas Udayana Indonesia.
- Armstrong, A.D., Hou, J.Y., Malvar, A.S., Mclean, T.M., Pestiaux, J., Wolf, S., 2015. *Community based Ecotourism*. Cornel Univ. 33.

- AtKisson, A., 2011. *Believing Cassandra: how to be an optimist in a pessimist's world*, 2nd ed. Earthscan, London; Washington, DC.
- Blakemore, J., 2011. *Strategic planning for business: self help manual*. MACS Pty. Limited]: [Blakemore Consulting International, North Ryde, N.S.W.
- Buckley, R., 2009. *Ecotourism: Principles and Practices*. CABI.
- Christou, P.A., 2022a. *The history and evolution of tourism*. CABI, Oxfordshire ; Boston, MA.
- Christou, P.A., 2022b. *The history and evolution of tourism*. CABI, Oxfordshire ; Boston, MA.
- Chun, J.-H., Lim, Y.-W., 2019. Sustainability Evaluation of Ecotourism. *J. Korea Acad.-Ind. Coop. Soc.* 20, 448–455. <https://doi.org/10.5762/KAIS.2019.20.5.448>
- Cohen, M., 1992. The Grand Tour: constructing the English gentleman ¹ in eighteenth-century France. *Hist. Educ.* 21, 241–257. <https://doi.org/10.1080/0046760920210301>
- De Man, A., 2017. History of Travel and Tourism, in: *The SAGE International Encyclopedia of Travel and Tourism*. SAGE Publications, Inc, 2455 Teller Road, Thousand Oaks California 91320, p. 6. <https://doi.org/10.4135/9781483368924.n223>
- Drumm, A., Moore, A., 2005a. *Ecotourism development: a manual for conservation planners and managers*. Nature Conservancy, Arlington, Va.
- Drumm, A., Moore, A., 2005b. *An Introduction to Ecotourism Planning: A Manual for Conservation Planners and Managers*. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.
- Du Pisani, J.A., 2006. Sustainable development – historical roots of the concept. *Environ. Sci.* 3, 83–96. <https://doi.org/10.1080/15693430600688831>

- Fauzi, A., 2019. Teknik Analisis Keberlanjutan. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta Indonesia.
- Fennell, D.A., 2015. Ecotourism, Fourth edition. ed. Routledge, London ; New York.
- Fennell, D.A., 2002. Ecotourism programme planning. CABI Pub, Wallingford, Oxon, UK ; New York, NY.
- Gasparski, W.W., 2017. Environmental Political Philosophy: Praxiology: The International Annual of Practical Philosophy and Methodology, 1st ed. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781351297042>
- Gibson, R.B., Hassan, S., 2005. Sustainability assessment: criteria and processes. Earthscan, London ; Sterling, VA.
- Goeldner, C.R., Ritchie, J.R.B., 2012. Tourism: principles, practices, philosophies, 12th ed. ed. Wiley, Hoboken, NJ, E:\MYCLOUD\Calibre Library\Charles R. Goeldner\Tourism_Principles, Practices, Phil (78).
- Holden, M., 2017. Pragmatic Justifications for the Sustainable City: Acting in the Common Place, 1st ed. Routledge, Abingdon, Oxon ; New York, NY : Routledge, [2017] | Series: Routledge equity, justice and the sustainable city. <https://doi.org/10.4324/9781315651255>
- Honey, M., 2008. Ecotourism and sustainable development: who owns paradise?, 2nd ed. ed. Island Press, Washington, D.C.
- Inskeep, E., 1991. Tourism planning: an integrated and sustainable development approach, VNR tourism and commercial recreation series. Van Nostrand Reinhold, New York.
- Ivanovic, M., 2008. Cultural tourism. Juta academic publishing, Cape Town, South Africa. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4522.6323>
- Jamil, S.T., Dikmen, F.H., Köktaş, A.M., 2021. Economic, Social and Business Issues: Evidence From Developing World. Ijopec Publication.

- Kennedy, D., 1998. Shakespeare and Cultural Tourism. *Theatre J.* 50, 175–188. <https://doi.org/10.1353/tj.1998.0044>
- Marples, M., 2020. Can the world's oldest restaurant escape the pandemic's grasp? [WWW Document]. CNN. URL <https://www.cnn.com/travel/article/worlds-oldest-restaurant-madrid-pandemic/index.html> (accessed 7.10.23).
- Mathieson, A., Wall, G., 1982. Tourism: economic, physical, and social impacts. Longman, London ; New York.
- Murdana, I.M., 2022. KETERLIBATAN AKTOR DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA DI TAMAN WISATA PERAIRAN GILI TRAWANGAN LOMBOK. *Paryatka J. Pariwisata Budaya Dan Keagamaan* 1, 43–52. <https://doi.org/10.53977/pyt.v1i1.648>
- Murdana, I.M., 2019. Kretaif Ecotourism Kunci Keberlanjutan Pariwisata Pulau: Studi Kasus Kepulauan Gili Matra. *J. Ilm. Hosp.* 8, 63–70.
- Murdana, I.M., 2010. Gili Trawangan Island Tourism Development Based on Marine Ecotourism (Thesis). Udayana University, Bali Indonesia. <https://doi.org/10.6084/m9.figshare.13667420.v1>
- Murdana, I.M., Hardianti, Sari, D.W., Kurniasari, K.K., Pribadi, F.S., Hidayah, A.N., Hanafiah, A., 2023. Pengantar Perjalanan Pariwisata. Get Press Indonesia, Padang Sumatra Barat.
- Murdana, I.M., Paturusi, S.A., Mandal, H., Suryawardani, G.A.O., 2021. Community Involvement and Participation for Sustainable Tourism: A Case Study in Gili Trawangan Post-earthquake. *Asia-Pac. J. Innov. Hosp. Tour. APJIHT Taylors Univ.* 10, 133–146.

- Nasrulah, Murdana, I.M., Simarmata, M.M., Lisa, N.P., Noviana, L., Sonder, I.W., Yulianie, F., Iswahyudi, Kadir, I., Fitriyani, E., Soesilowati, Hanggraito, A.A., Pratiwi, I.I., Mistriani, N., 2023. Pariwisata Berkelanjutan. Yayasan Kita Menulis Indonesia, Makasar Indonesia.
- Pack, S.D., 2022. Tourism and the history of travel: Emily Thomas, The Meaning of Travel. *J. Tour. Hist.* 14, 103–117. <https://doi.org/10.1080/1755182X.2022.2092222>
- Page, S., 2019. *Tourism management*, Sixth Edition. ed. Routledge, New York.
- Rifda, 2022. Penemu Kereta Api Yang Perlu Kamu Tahu. Best Seller Gramedia. URL <https://gramedia.com/best-seller/penemu-kereta-api/> (accessed 7.11.23).
- Rome, A., 2003. “Give Earth a Chance”: The Environmental Movement and the Sixties. *J. Am. Hist.* 90, 525. <https://doi.org/10.2307/3659443>
- Salimjan, G., 2023. Ecotourism as Racial Capitalism: Ecological Civilisation in Settler-Colonial Xinjiang. *Inn. Asia* 25, 91–110. <https://doi.org/10.1163/22105018-02501008>
- Selkani, I., 2018. Ecotourism... A New Way to Travel. *J. Tour. Hosp.* 07. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000376>
- Simpson, K., 2001. Strategic Planning and Community Involvement as Contributors to Sustainable Tourism Development. *Curr. Issues Tour.* 4, 3–41. <https://doi.org/10.1080/13683500108667880>
- Smith, V.L., Eadington, W.R., 1992. *Tourism Alternatives: Potentials and Problems in the Development of Tourism*. University of Pennsylvania Press.
- Stefanica, M., Vlavian-Gurmeza, M., 2010. Ecotourism – model of sustainable tourist development. *Stud. Sci. Res. Econ. Ed.* <https://doi.org/10.29358/sceco.v0i15.161>

- STI College, 2022. Ecotourism Planning and Management Process - This consists of the foowing steps: ● Preliminary Site - Studocu [WWW Document]. Int. Tour. URL <https://www.studocu.com/ph/document/sti-college/international-tourism/ecotourism-planning-and-management-process/21150647> (accessed 9.14.23).
- Stronza, A., Durham, W.H. (Eds.), 2008. Ecotourism and conservation in the Americas, Ecotourism book series. CABI Pub, Wallingford, Oxfordshire ; Cambridge, MA.
- Stronza, A.L., Hunt, C.A., Fitzgerald, L.A., 2019. Ecotourism for Conservation? Annu. Rev. Environ. Resour. 44, 229–253. <https://doi.org/10.1146/annurev-environ-101718-033046>
- Tariq, S., Fatih, J., Dikmen, H., Köktaş, A., By, E., Jamil, S., Publication, I., Oğan, Y., 2021. Alternative Tourism and Gastronomic Tourism.
- Theobald, W.F. (Ed.), 2005. Global tourism, 3rd ed. ed. Butterworth-Heinemann, Maryland Heights, MO.
- Theology, S.A.A. of O., 2008. The Orthodox Study Bible, Hardcover: Ancient Christianity Speaks to Today's World. Thomas Nelson, Nashville.
- TIES, 2023. What Is Ecotourism - The International Ecotourism Society [WWW Document]. Ecotourism. URL <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/> (accessed 9.13.23).
- Tulloch, L., 2013. On Science, Ecology and Environmentalism. Policy Futur. Educ. 11, 100–114. <https://doi.org/10.2304/pfie.2013.11.1.100>
- Venkatesh R., Gouda, H., 2017. Eco-Tourism - Planning and Developmental Strategies: Glob. J. Res. Anal. 5. <https://www.doi.org/10.29358/SCECO.V0I15.161>
- Wall, G., Mathieson, A., 2006. Tourism: change, impacts, and opportunities, 2nd ed. ed. Pearson Prentice Hall, Harlow, England ; New York.

- WCED, F.O. for S.D., 1987. 1987: Brundtland Report [WWW Document]. URL <https://www.are.admin.ch/are/en/home/medien-und-publikationen/publikationen/nachhaltige-entwicklung/brundtland-report.html> (accessed 4.3.23).
- Williams, C.C., Millington, A.C., 2004. The Diverse and Contested Meanings of Sustainable Development. *Geogr. J.* 170, 99–104.
- Wood, M.E., 2002. Ecotourism: principles, practices and policies for sustainability, 1. ed. ed. United Nations Environment Programme [u.a.], Paris.
- WTO, 2022. The Sustainable Development Agenda. U. N. Sustain. Dev. URL <https://www.un.org/sustainabledevelopment/development-agenda/> (accessed 4.5.23).

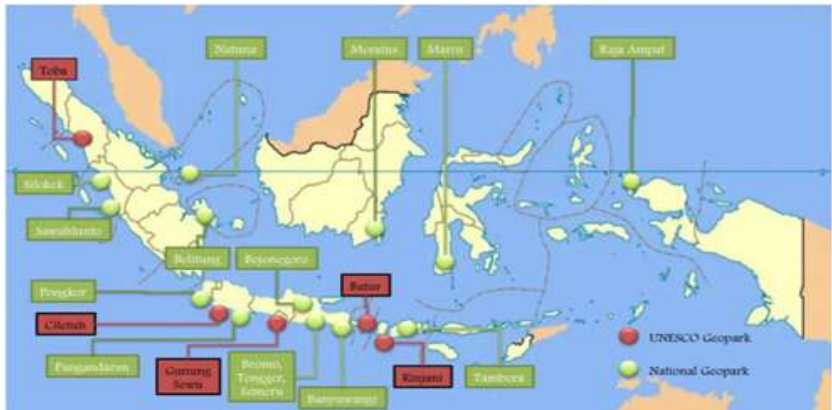
BAB 10

WISATA BAHARI

Oleh Abdurohim

10.1 Eksplorasi Keindahan Wisata Bahari Indonesia

Indonesia, sebuah negara kepulauan yang merengkuh lebih dari 17.000 pulau, bukan hanya sebuah surga tropis di permukaan lautnya, tetapi juga menyimpan keajaiban di dunia bawah airnya. Keindahan alam bawah laut dan pantai-pantai eksotis yang membentang dari Sabang hingga Merauke menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata bahari yang memikat hati. Dari kawasan wisata bahari terkenal seperti Bali dan Lombok, hingga permata tersembunyi seperti Raja Ampat dan Taman Nasional Komodo, Indonesia memiliki sesuatu untuk setiap penggemar wisata bahari (Hartog et al. 2023).



Gambar 10.1. Geopark Indonesia
Sumber:(Cahyadi and Newsome 2021)

Berwisata di lautan Indonesia bukan hanya sekedar mengeksplorasi pantai-pantai yang indah atau berenang di perairan tropis yang hangat. Ini adalah sebuah petualangan yang menawarkan serangkaian aktivitas menarik, mulai dari snorkeling dan menyelam untuk melihat keanekaragaman biota laut, berselancar diatas ombak yang menantang, hingga mengeksplorasi keindahan alam dengan berlayar dari satu pulau ke pulau lainnya. Namun, wisata bahari di Indonesia bukan hanya tentang keindahan dan petualangan; ini juga tentang pelestarian. Dengan meningkatnya popularitas dan jumlah wisatawan yang datang, keberlanjutan ekosistem laut menjadi perhatian yang serius. Oleh karena itu, wisata bahari di Indonesia juga mengajarkan kita tentang pentingnya konservasi dan pelestarian alam (Sukaris, Hartini, and Mardhiyah 2020).

Wisata bahari adalah salah satu bentuk pariwisata yang sedang berkembang pesat dan memainkan peran penting dalam ekonomi banyak negara, terutama yang memiliki garis pantai yang luas atau terdiri dari pulau-pulau. Tidak hanya menawarkan keindahan alam, wisata bahari juga berkontribusi pada keanekaragaman budaya dan ekonomi lokal. Dari pantai pasir putih yang membentang luas, hingga terumbu karang yang menjadi habitat bagi berbagai spesies ikan, wisata bahari menghadirkan pengalaman yang tak terlupakan (Achmad Gani 2020).

Dalam tulisan ini, kita akan membahas berbagai aspek dari wisata bahari di Indonesia, mulai dari destinasi populer, aktivitas yang bisa dilakukan, hingga bagaimana kita bisa berpartisipasi dalam pelestarian ekosistem laut (Juliana and Sitorus 2022). Jadi, siapkan diri Anda untuk terpesona oleh keindahan dan kekayaan wisata bahari Nusantara. Sejumlah destinasi wisata bahari yang populer di Indonesia antara lain:

1. Bali:
 - a. Pantai Kuta, Legian, dan Seminyak.
 - b. Pantai Nusa Dua dan Uluwatu.

- c. Wisata selam di Tulamben dan Amed.
- d. Wisata pulau, seperti Nusa Penida dan Nusa Lembongan.



Gambar 10.2. Wisata Bahari di Pantai
Sumber: (Stephen 2019)

- 2. Lombok:
 - a. Gili Trawangan, Gili Meno, dan Gili Air.
 - b. Pantai Senggigi.
 - c. Wisata selam dan snorkeling di beberapa spot di sekitar pulau.
- 3. Raja Ampat, Papua:

Dikenal sebagai salah satu surga selam terbaik di dunia dengan kekayaan biodiversitas yang luar biasa. Pemandangan eksotis dengan karang-karang dan spesies ikan yang beraneka ragam. Alam yang natural belum dikotori oleh berbagai macam sampah sehingga menjadikan wisata bahari di Indonesia ini banyak dikunjungi oleh pelancong dari manca negara, selain indah juga suasananya tenang tidak ada kebisingan suara kendaraan maupun pesawat terbang

4. Bunaken, Sulawesi Utara:
 - a. Taman Nasional Bunaken dikenal sebagai salah satu spot selam terbaik di dunia.
 - b. Kekayaan terumbu karang dan kehidupan bawah laut yang luar biasa.
5. Komodo, Nusa Tenggara Timur:
 - a. Selain wisata untuk melihat komodo, taman nasional ini juga menawarkan pemandangan bawah laut yang memukau.
 - b. Pantai Pink, sebuah pantai dengan pasir berwarna merah muda karena tercampur dengan fragmen karang merah.
6. Belitung:
 - a. Pantai-pantai dengan batu granit besar yang eksotis, seperti Pantai Tanjung Tinggi.
 - b. Kepulauan yang indah untuk snorkeling dan berenang.
7. Togean, Sulawesi Tengah:
 - a. Kepulauan yang masih alami dengan kekayaan bawah laut yang menakjubkan.
 - b. Beberapa spot menyelam dan snorkeling yang luar biasa.
8. Karimunjawa, Jawa Tengah:
 - a. Kepulauan dengan pantai-pantai pasir putih dan laut yang jernih.
 - b. Banyak aktivitas seperti snorkeling, selam, dan wisata pulau.

Selain destinasi di atas, masih banyak lagi destinasi wisata bahari di Indonesia yang menawarkan keindahan dan keunikan masing-masing. Jika Anda berencana untuk berkunjung, pastikan untuk menghormati lingkungan dan kelestariannya agar kekayaan bahari Indonesia dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Namun, dibalik potensi yang menggiurkan tersebut, wisata bahari juga membawa beberapa tantangan, termasuk masalah lingkungan dan keberlanjutan. Oleh karena itu, pendekatan yang holistik dan

berkelanjutan menjadi sangat penting dalam pengembangan wisata bahari (Spinelli and Benevolo 2022).

10.2 Tantangan dalam pengembangan wisata bahari ini

Pengembangan wisata bahari memang memiliki potensi yang sangat besar, terutama di negara-negara kepulauan seperti Indonesia. Namun, ada beberapa tantangan yang harus dihadapi dan dikelola dengan baik untuk memastikan keberlanjutan sektor ini. Beberapa tantangan utama dalam pengembangan wisata bahari (Gül 2023) meliputi:

1. Kerusakan Lingkungan:
 - a. Aktivitas pariwisata yang tidak terkendali dapat menyebabkan kerusakan pada ekosistem pesisir seperti terumbu karang, mangrove, dan habitat lainnya.
 - b. Pencemaran dari limbah dan sampah, khususnya plastik, yang dibuang sembarangan oleh wisatawan.
2. Over Kapasitas:
 - a. Kunjungan wisatawan yang berlebihan dapat membebani sumber daya lokal dan menyebabkan kerusakan lingkungan.
 - b. Kurangnya manajemen dan kontrol pengunjung di beberapa destinasi.
3. Ketergantungan pada Musim:
 - a. Sebagian besar destinasi wisata bahari memiliki musim tinggi dan rendah, yang dapat mempengaruhi pendapatan dan kesempatan kerja.
4. Konflik dengan Aktivitas Lain:
 - a. Adanya konflik antara kepentingan pariwisata dengan kepentingan lain seperti perikanan, pertambangan, atau pertanian.

5. Kurangnya Infrastruktur dan Fasilitas:
 - a. Kurangnya fasilitas seperti transportasi, akomodasi, dan sanitasi yang memadai di beberapa destinasi.
6. Perubahan Iklim:
 - a. Peningkatan permukaan laut, erosi pantai, dan perubahan pola cuaca dapat mempengaruhi daya tarik dan keberlanjutan beberapa destinasi wisata bahari.
7. Masalah Keamanan dan Keselamatan:
 - a. Tantangan dalam memastikan keamanan dan keselamatan wisatawan, baik dari ancaman alam maupun manusia.
8. Kurangnya Pendidikan dan Kesadaran Lingkungan:
 - a. Banyak wisatawan yang belum memahami cara berinteraksi dengan lingkungan laut tanpa menyebabkan kerusakan.
9. Isu Sosial-Ekonomi:
 - a. Kesulitan dalam memastikan bahwa manfaat ekonomi dari pariwisata tersebar merata di kalangan masyarakat setempat.
 - b. Terkadang, pengembangan pariwisata bahari dapat meningkatkan harga tanah dan komoditas lokal, sehingga membuatnya tidak terjangkau bagi masyarakat lokal.
10. Regulasi dan Kebijakan:
 - a. Kurangnya aturan dan kebijakan yang konsisten untuk pengembangan dan pengelolaan wisata bahari yang berkelanjutan.

Untuk mengatasi tantangan-tantangan di atas, diperlukan kerjasama yang erat antara pemerintah, industri pariwisata, komunitas setempat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Pendekatan yang holistik, partisipatif, dan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan bahwa pengembangan wisata bahari memberikan manfaat ekonomi, sambil tetap menjaga kelestarian

lingkungan dan kesejahteraan masyarakat (Suárez-Rojas, González Hernández, and León 2023).

10.3 Kerjasama yang erat antara pemerintah, industri pariwisata, komunitas setempat

Kerjasama yang erat antara pemerintah, industri pariwisata, dan komunitas setempat adalah kunci untuk mengembangkan wisata bahari yang berkelanjutan dan menguntungkan bagi semua pihak. Tanpa adanya kerjasama yang baik antara shareholder dalam membangun pariwisata tidak akan memberikan manfaat yang saling menguntungkan. Seperti di Bali Pariwisata yang dikelola oleh Pemerintah maupun swasta selalu melibatkan berbagai komponen, sehingga gangguan kepada pengunjung jarang sekali terjadi. Pembangunan pariwisata umum maupun bahari memerlukan satu kesatuan visi dalam melakukan pengembangan yang berkelanjutan (Nastiti, Nastiti, and Umilia 2013). Berikut beberapa cara untuk memfasilitasi kerjasama ini:

1. Pemerintah

- a. Peraturan dan Kebijakan: Membuat peraturan yang mendukung pengembangan pariwisata sekaligus melestarikan lingkungan.
- b. Infrastruktur: Menyediakan infrastruktur dasar seperti jalan, transportasi, dan sanitasi.
- c. Promosi: Menggunakan sumber daya untuk mempromosikan pariwisata dan menarik investasi.
- d. Kontrol dan Pengawasan: Melakukan kontrol terhadap kapasitas pengunjung, manajemen limbah, dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan.

2. Industri Pariwisata

- a. Investasi Berkelanjutan: Investasi dalam praktek-praktek yang ramah lingkungan dan berkelanjutan.
- b. Pendidikan Wisatawan: Mengedukasi wisatawan tentang bagaimana merespon lingkungan dan budaya setempat.

- c. Lokalitas: Menggunakan sumber daya dan tenaga kerja lokal untuk mendukung ekonomi setempat.
- d. Transparansi: Berkomunikasi secara terbuka tentang dampak dan manfaat pariwisata dengan masyarakat setempat dan pemerintah.

3. Komunitas Setempat

- a. Partisipasi Aktif: Terlibat dalam perencanaan dan pengambilan keputusan tentang pengembangan pariwisata di area mereka.
- b. Pelatihan dan Pendidikan: Mengakses pelatihan untuk mendapatkan keahlian yang dibutuhkan dalam industri pariwisata.
- c. Keberlanjutan: Mengadopsi praktek-praktek yang berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari dan aktivitas ekonomi.
- d. Advokasi: Menyuarakan kebutuhan dan keinginan mereka kepada pihak berwenang dan pemangku kepentingan lainnya.

4. Kerjasama dan Kolaborasi

- a. Dialog Multi-Stakeholder: Mengadakan pertemuan rutin antara pemerintah, industri pariwisata, dan komunitas untuk diskusi dan koordinasi.
- b. Pembagian Tanggung Jawab: Menentukan peran dan tanggung jawab masing-masing pihak dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan.
- c. Monitoring dan Evaluasi: Kerja sama dalam pengumpulan data dan evaluasi dampak dari aktivitas pariwisata.
- d. Dukungan Teknis dan Keuangan: Pemerintah dan industri dapat memberikan dukungan teknis dan keuangan untuk pelatihan, infrastruktur, atau inisiatif berkelanjutan yang diusulkan oleh komunitas.

Dengan kolaborasi yang kuat antara semua pemangku kepentingan ini, wisata bahari memiliki peluang lebih baik untuk dikembangkan dengan cara yang berkelanjutan, menguntungkan, dan adil bagi semua pihak yang terlibat. Tidak bisa masing-masing mengklaim bahwa kesuksesan dalam mengembangkan wisata bahari hasil karya satu pihak, sedangkan pihak lain hanya sebagai penikmat yang memperoleh hasil. Pengembangan ini membutuhkan adanya kearifan dan kebijakan dari semua, sehingga tujuan dalam menyelenggarakan pengadaan event wisata bahari dapat terpenuhi, baik untuk kepentingan menambah devisa negara, maupun untuk meningkatkan pendapatan masyarakat lokal sehingga pertumbuhan ekonomi menjadi nyata terjadi di daerah wisata bahari tersebut maupun untuk pemerintah daerah dimana wisata bahari berada (Yulianda 2019).

10.4 Memasarkan wisata bahari membutuhkan strategi yang berbeda untuk target pasar lokal dan internasional

Kegiatan penyelenggaraan wisata bahari tidak akan berhasil jika hanya berharap kunjungan dari wisatawan lokal maupun internasional, bagaimana wisata bahari Bunaken, raja Ampat, dan Pulau Komodo bisa dikenal karena terus menerus dilakukan pemasaran yang tiada henti, baik untuk wisatawan lokal maupun dengan wisatawan internasional, sebab di Internasional juga akan berupaya sekuat tenaga menawarkan dengan berbagai fasilitas yang tersedia, serta terutama ditampilkan juga keamanan bagi wisatawan tersebut, Pulau Bali disenangi oleh para turis disebabkan adanya jaminan dari keamanan warganya terutama dari masyarakat yang mengamankan kegiatan pariwisata yang dilakukan oleh pecalang, selain dibantu oleh pihak kepolisian. Di negara Singapore meskipun kita keluar malam di taman sekitar jam 24.00, maka wisatawan akan aman, karena pemerintah sangat

ketat untuk menangani masalah keamanan (Alfiatur Rohmaniah, Amdani, and Djari 2020).

Kegiatan pemasaran wisata bahari haruslah menggunakan berbagai macam saluran yang saat ini benar-benar digunakan oleh para wisatawan, dan tentunya akan membanding-bandingkan antara destinasi wisata di negara satu dengan negara lainnya, sehingga setelah melakukan kalkulasi antara keamanan, harga, serta fasilitas yang dijanjikan, maka baru melakukan pengambilan keputusan dalam menentukan pemilihan destinasi wisata tersebut (Lazzari et al. 2021). Karena itu melakukan pemasaran wisata bahari dilakukan melalui berbagai saluran pemasaran, yaitu:

1. Memasarkan ke Wisatawan Lokal

Media Sosial dan Influencer Lokal: Menggunakan platform media sosial yang populer di negara asal untuk mempromosikan destinasi. Kerja sama dengan influencer lokal juga bisa efektif.

- a. Kemitraan dengan Bisnis Lokal:** Bermitra dengan bisnis lokal seperti agen perjalanan, hotel, dan restoran untuk menyediakan paket wisata terintegrasi.
- b. Promosi di Event Lokal:** Mengambil bagian dalam pameran wisata, festival, atau event-event budaya lokal untuk memperkenalkan destinasi kepada masyarakat.
- c. Diskon atau Promo Khusus:** Menawarkan harga khusus atau paket promosi untuk warga negara atau penduduk lokal.
- d. Publikasi Lokal:** Menggunakan media massa lokal seperti koran, radio, dan televisi untuk mempromosikan destinasi.

2. Memasarkan ke Wisatawan Internasional

- a. Website dan SEO:** Membuat website dalam beberapa bahasa dan mengoptimalkannya untuk mesin pencari agar mudah ditemukan oleh wisatawan asing.

- b. Media Sosial dan Influencer Internasional: Bermitra dengan influencer yang memiliki audiens global. Menggunakan hashtag populer dan internasional dalam postingan.
- c. Partisipasi dalam Pameran Wisata Internasional: Menghadiri atau berpartisipasi dalam pameran wisata internasional untuk memperkenalkan destinasi kepada agen perjalanan dan wisatawan dari luar negeri.
- d. Kemitraan dengan Maskapai dan Agen Internasional: Bermitra dengan maskapai penerbangan dan agen perjalanan internasional untuk menawarkan paket wisata atau diskon.



Gambar 10.3. Wisata Bahari
Sumber: (Ormas 1999)

- e. Brosur dan Materi Promosi dalam Beberapa Bahasa: Membuat brosur, peta, dan materi promosi lainnya dalam beberapa bahasa untuk memudahkan wisatawan internasional memahami apa yang ditawarkan.

- f. Testimoni dan Ulasan: Menggunakan testimoni dari wisatawan internasional yang telah mengunjungi destinasi sebagai bagian dari strategi pemasaran.

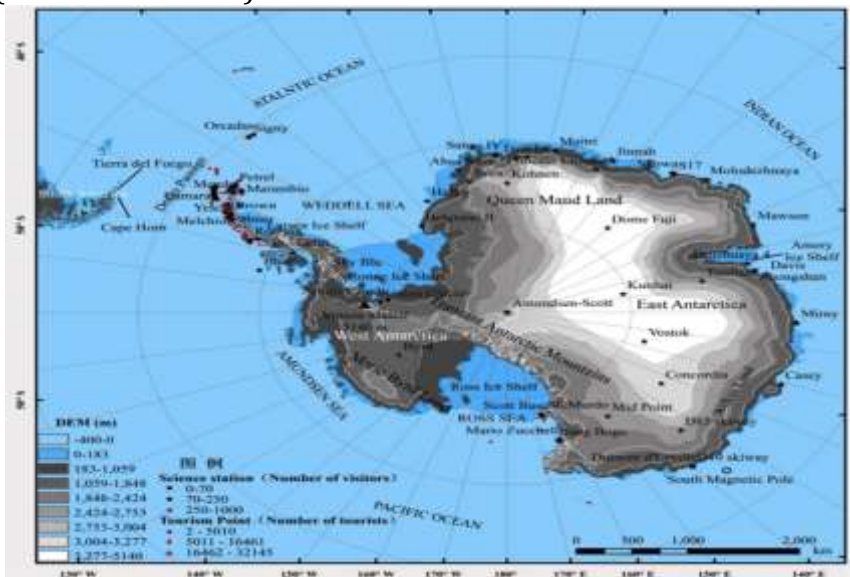
3. Strategi Umum

- a. Sertifikasi dan Akreditasi: Memastikan bahwa destinasi memiliki sertifikasi lingkungan atau kualitas yang diakui secara internasional bisa menjadi nilai tambah.
- b. Penggunaan Teknologi: Aplikasi mobile untuk panduan wisata, reservasi tiket, atau informasi terkini dapat menambah kenyamanan wisatawan baik lokal maupun internasional.
- c. Konten Berkualitas: Membuat konten yang menarik seperti artikel, vlog, dan fotografi berkualitas untuk mempromosikan destinasi.
- d. CSR dan Keberlanjutan: Menekankan pada praktik bisnis yang berkelanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) bisa menjadi daya tarik tambahan.

Dengan menyesuaikan strategi pemasaran untuk pasar lokal dan internasional, peluang sukses dalam mengembangkan wisata bahari akan lebih besar. Sebab bagaimanapun dalam menjual destinasi harus memiliki keunggulan bila dibandingkan dengan negara-negara lainya, seperti di pulau Bali para wisatawan bisa berkunjung di Nusa Dua, yang pantai dan ombaknya sangat berbeda dengan destinasi lain, atau wisata bahari di Raja Ampat menawarkan pemandangan yang menakjubkan ketika naik ke gunung-gunung dengan melihat hamparan laut begitu mempesona, serta melakukan wisata bahari melihat keindahan terumbu karang, serta para wisatawan disajikan ikan segar yang tiada tandingannya seperti Ikan Kerapu, Ikan karang, serta ikan lainnya yang rasanya sangat segar untuk kesehatan (Maione 2021).

10.5 Bersaing guna mengalahkan wisata bahari Hawai dan Maladewa

Mengalahkan atau bersaing dengan destinasi wisata bahari terkenal seperti Maladewa dan Hawaii tentu merupakan tantangan besar, tetapi bukanlah sesuatu yang mustahil. Setiap destinasi memiliki keunikan dan daya tariknya sendiri yang bisa dieksplorasi dan dipromosikan. Setiap negara akan menampilkan eksotik dari alam, makanan dan keramahan yang ditawarkan, serta privacy yang diberikan untuk jaminan para wisatawan untuk menikmati liburannya. Sebab banyak kota di Indonesia yang terus diganggu oleh ormas-ormas yang berdemo dan menghalangi industri pariwisata. Tidak ada salahnya mereka melakukan protes maupun keberatan, namun sebagai bangsa yang besar tentunya memiliki banyak tujuan serta kepentingan bersama untuk kemajuan (Tranter et al. 2022).



Gambar 10.4. Tujuan Wisata Bahari di Amerika
Sumber: (Shijin et al. 2020)

Indonesia memiliki keragaman suku, agama, ras yang beraneka ragam, dengan adanya kebhinekaan tersebut, maka ideologi bangsa Indonesia sudah tidak mempermasalahkan hal-hal demikian, mengingat kemajemukan tersebut untuk menjadikan bangsa Indonesia untuk maju dibandingkan dengan negara-negara lainnya. Demikian halnya dengan penyelenggaraan wisata bahari Indonesia yang tersedia dari Aceh sampai Papua yang memiliki beraneka ragam permasalahan, namun dengan kesigapan Pemerintah Daerah dan Kementerian Pariwisata yang saat ini memiliki kepentingan terus berupaya untuk memberikan literasi pentingnya para wisatawan untuk berkunjung ke daerah-daerah yang menyediakan wisata bahari yang telah disediakan (Tranter et al. 2022).

Untuk mampu bersaing dengan negara hawaii dan Maladewa yang sama-sama menjual wisata bahari, maka berikut adalah beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh Indonesia untuk bersaing dalam sektor wisata bahari (Riski, Azman, and Rahmi 2016):

1. Memanfaatkan Keunikan Lokal

- a. Keanekaragaman Budaya: Indonesia memiliki kekayaan budaya yang sangat beragam, yang bisa menjadi daya tarik tambahan selain keindahan alamnya.
- b. Harga yang Lebih Terjangkau: Umumnya, biaya wisata di Indonesia lebih ekonomis dibandingkan dengan Maladewa atau Hawaii, yang bisa menjadi salah satu poin promosi.
- c. Beragam Aktivitas: Indonesia menawarkan berbagai jenis wisata bahari, dari snorkeling, diving, hingga surfing.

2. Kualitas dan Pelayanan

- a. Peningkatan Kualitas Akomodasi: Menyediakan lebih banyak pilihan akomodasi yang nyaman dan mewah untuk menarik wisatawan kelas atas.
- b. Fasilitas Modern: Penyediaan fasilitas modern seperti internet cepat, transportasi yang mudah, dan lain-lain.

- c. Pelayanan Berkualitas Tinggi: Menjamin kenyamanan dan keamanan wisatawan dengan pelayanan yang excellent.
- 3. Pemasaran dan Promosi**
- a. Branding dan Image Building: Melakukan kampanye branding untuk membangun atau meningkatkan image destinasi wisata bahari di Indonesia.
 - b. Targeting dan Segmentasi Pasar: Menganalisis pasar dan menentukan target demografi yang paling potensial untuk dikembangkan.
 - c. Kolaborasi dengan Influencer dan Media: Menggunakan kekuatan media sosial dan influencer untuk mempromosikan destinasi wisata bahari.
- 4. Keberlanjutan dan Lingkungan**
- a. Praktek Wisata Berkelanjutan: Menanamkan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam pengelolaan wisata bahari, yang bisa menjadi daya tarik sendiri bagi wisatawan yang peduli lingkungan.
 - b. Konservasi: Program konservasi terumbu karang dan keanekaragaman hayati laut juga bisa menjadi poin plus.
- 5. Kolaborasi dengan Pihak Terkait**
- a. Pemerintah dan Swasta: Kolaborasi antara pemerintah dan sektor swasta untuk investasi dalam infrastruktur dan fasilitas.
 - b. Komunitas Lokal: Melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan dan keuntungan dari wisata bahari, sehingga menciptakan hubungan yang harmonis dan berkelanjutan.
- 6. Konektivitas dan Akses**
- a. Transportasi: Meningkatkan konektivitas antar pulau dan destinasi wisata akan sangat membantu, termasuk penerbangan langsung ke destinasi wisata bahari utama.

Menggabungkan berbagai elemen ini dalam strategi yang terpadu dan berkesinambungan akan sangat meningkatkan daya

saing wisata bahari Indonesia di kancah internasional. Tentunya keinginan semua insan yang bergelut dengan dunia wisata bahari, memerlukan adanya keinginan, kemauan, strategi dan juga investasi baik yang dikeluarkan oleh pemerintah terutama untuk pembangunan fasilitas infrastruktur, sedangkan dari pengelola wisata dari swasta, maka dibutuhkan partisipasinya untuk pembangunan destinasi wisata mulai dari tempat penginapan, transportasi, kelengkapan penyelaman dan juga yang tidak kalah penting adalah tersedianya makanan yang enak untuk menjadikan wisata bahari tersebut bisa digemari oleh para pengunjung lokal maupun internasional (Riska, Ramadani, and Purwasih 2020).

10.6 Menggabungkan berbagai elemen dalam strategi yang terpadu dan berkesinambungan guna meningkatkan daya saing wisata bahari Indonesia di kancah internasional.

Menggabungkan elemen-elemen strategis dalam pendekatan yang terpadu dan berkesinambungan akan membawa sejumlah perubahan dan perbaikan dalam sektor wisata bahari Indonesia. Dengan pendekatan ini, Indonesia dapat memanfaatkan potensi pariwisatanya dengan lebih optimal dan bersaing di tingkat internasional. Berikut adalah gambaran ilustratif dari bagaimana strategi ini akan mempengaruhi daya saing wisata bahari Indonesia (Alfiatur Rohmaniah, Amdani, and Djari 2020):

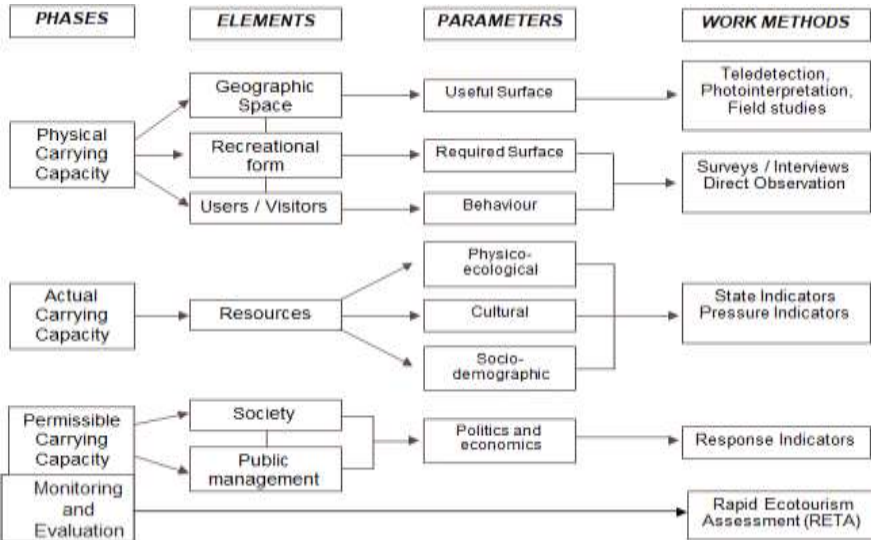
1. **Kualitas Pengalaman Wisatawan:** Dengan fokus pada pelayanan, fasilitas, dan infrastruktur, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang memuaskan dan berkesan. Hal ini akan meningkatkan peluang untuk mereka kembali serta memberikan ulasan positif yang dapat menarik wisatawan lainnya.
2. **Peningkatan Pendapatan:** Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal dapat meningkatkan

pendapatan dari sektor pariwisata, dengan distribusi yang lebih merata kepada masyarakat setempat.

3. Pengakuan Internasional: Inisiatif konservasi dan keberlanjutan yang dilakukan dengan baik dapat membuat Indonesia mendapatkan pengakuan dan sertifikasi internasional, menambah kepercayaan bagi wisatawan global.
4. Konektivitas yang Lebih Baik: Konektivitas yang meningkat mempermudah akses ke destinasi wisata bahari di Indonesia, memungkinkan lebih banyak wisatawan untuk mengunjungi dan meningkatkan kunjungan wisata.
5. Diversifikasi Tujuan: Dengan mempromosikan keunikan dari setiap destinasi wisata bahari di Indonesia, kunjungan wisatawan dapat lebih merata ke seluruh wilayah, bukan hanya terpusat pada beberapa tempat populer saja.
6. Branding yang Kuat: Upaya branding dan promosi yang efektif akan memposisikan Indonesia sebagai destinasi wisata bahari premium di mata dunia, menarik segmen pasar yang lebih luas dan meningkatkan jumlah kunjungan.
7. Pemberdayaan Komunitas Lokal: Melalui partisipasi aktif masyarakat lokal dalam industri pariwisata, dapat tercipta hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara industri dan komunitas. Hal ini juga dapat menambah nilai otentisitas dan orisinalitas bagi wisatawan.
8. Keberlanjutan Lingkungan: Dengan pendekatan berkelanjutan, keanekaragaman hayati dan keindahan alam dapat terjaga untuk generasi mendatang, memastikan industri pariwisata tetap lestari dan berkembang.

Dengan menerapkan strategi terpadu ini, Indonesia dapat memaksimalkan potensinya sebagai destinasi wisata bahari utama di dunia, menghadirkan pengalaman yang berbeda bagi wisatawan, dan bersaing dengan tujuan wisata bahari populer lainnya seperti

Maladewa dan Hawaii (Laode Sugianto and Yusuf Adam Hilman 2020).



Gambar 10.5. Daya dukung Wisata
 Sumber: (Brian and Julie 2003)

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad Gani, Muh. Agung. 2020. "Analisis Kepuasan Wisatawan Terhadap Objek Wisata Bahari Di Kota Makassar." *Journal of Management Science (JMS)* 1(2).
- Alfiatur Rohmaniah, Alfiatur Rohmaniah, Amdani Amdani, and Anthon Anthony Djari. 2020. "Kesesuaian Wisata Bahari Di Pantai Tanjung Benoa, Provinsi Bali." *PELAGICUS* 1(1).
- Brian, Garrod, and C Wilson Julie. 2003. *Marine Ecotourism*. <http://www.channelviewpublications.com>.
- Cahyadi, Hery Sigit, and David Newsome. 2021. "The Post COVID-19 Tourism Dilemma for Geoparks in Indonesia." *International Journal of Geoheritage and Parks* 9(2): 199–211.
- Gül, Mustafa Remzi. 2023. "Short-Term Tourism Alters Abundance, Size, and Composition of Microplastics on Sandy Beaches." *Environmental Pollution* 316: 120561. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0269749122017754>.
- Hartog, Jason R, Claire M Spillman, Grant Smith, and Alistair J Hobday. 2023. "Forecasts of Marine Heatwaves for Marine Industries: Reducing Risk, Building Resilience and Enhancing Management Responses." *Deep Sea Research Part II: Topical Studies in Oceanography* 209: 105276. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0967064523000267>.
- Juliana, Juliana, and Nova Bernadetta Sitorus. 2022. "Kelengkapan Produk Wisata Di Pulau Siladen Sebagai Destinasi Wisata Bahari." *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 13(1).

- Lazzari, Natali, Mikel A Becerro, José A Sanabria-Fernandez, and Berta Martín-López. 2021. "Assessing Social-Ecological Vulnerability of Coastal Systems to Fishing and Tourism." *Science of The Total Environment* 784: 147078. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0048969721021483>.
- Maione, Carol. 2021. "Quantifying Plastics Waste Accumulations on Coastal Tourism Sites in Zanzibar, Tanzania." *Marine Pollution Bulletin* 168: 112418. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0025326X21004525>.
- Nastiti, Cinditya Fitrayu, Cinditya Estuning Putri Ayu Nastiti, and Ema Umilia. 2013. "Faktor Pengembangan Kawasan Wisata Bahari Di Kabupaten Jember." *Jurnal Teknik ITS* 2(2).
- La Ode Sugianto, and Yusuf Adam Hilman. 2020. "PENCIPTAAN SEKTOR WISATA BAHARI MELALUI MARKETING PUBLIC RELATION (MPR)." *Epicheirema: Jurnal Manajemen, Administrasi, Pemasaran dan Kesekretariatan* 4(1).
- Orams, Mark. 1999. *MARINE TOURISM: Development, Impacts and Management*.
- Riska, Fitria Ramadhani, and Ratih Purwasih. 2020. "Analisis Pengembangan Wisata Bahari Pantai Apparalang Di Bulukumba." *Sensistek: Riset Sains dan Teknologi Kelautan* 3(1).
- Riski, Tri Rachmat, Heru Aulia Azman, and Fitria Rahmi. 2016. "Strategi Pengembangan Wisata Bahari Di Kota Padang." *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 7(1).
- Shijin, Wang, Mu Yaqiong, Zhang Xueyan, and Xie Jia. 2020. "Polar Tourism and Environment Change: Opportunity, Impact and Adaptation." *Polar Science* 25.
- Spinelli, Riccardo, and Clara Benevolo. 2022. "Towards a New Body of Marine Tourism Research: A Scoping Literature Review of Nautical Tourism." *Journal of Outdoor Recreation and*

- Tourism* 40: 100569. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2213078022000913>.
- Stephen, J. Page. 2019. *TOURISM MANAGEMENT*.
- Suárez-Rojas, Chaitanya, Matías González Hernández, and Carmelo J León. 2023. "Segmented Importance-Performance Analysis in Whale-Watching: Reconciling Ocean Coastal Tourism with Whale Preservation." *Ocean & Coastal Management* 233: 106453. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S096456912200429X>.
- Sukaris, Sukaris, Sri Hartini, and Dien Mardhiyah. 2020. "DETERMINAN LOYALITAS WISATAWAN PADA WISATA BAHARI." *EKUITAS (Jurnal Ekonomi dan Keuangan)* 3(4).
- Tranter, Sylvie N et al. 2022. "The Inclusion of Fisheries and Tourism in Marine Protected Areas to Support Conservation in Indonesia." *Marine Policy* 146: 105301. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0308597X22003487>.
- Yulianda, Fredinan. 2019. "Ekowisata Perairan Suatu Konsep Kesesuaian Dan Daya Dukung Wisata Bahari Dan Wisata Air Tawar." *IPB Press*.

BAB 11

STRATEGI PENGELOLAAN WISATA BAHARI

Oleh Yulita Suryantari

11.1 Pendahuluan

Indonesia dikenal memiliki sumber daya alam yang indah, salah satu keunggulannya yaitu kekayaan baharinya. Dari data Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia, Indonesia memiliki 20,87 juta Ha kawasan konservasi perairan, pesisir dan kepulauan kecil yang sangat berpotensi dikelola menjadi suatu destinasi pariwisata bahari. Sektor bahari merupakan sektor yang penting, karena dapat dimanfaatkan dalam pembangunan baik pariwisata ataupun ekonomi. Masyarakat sekitar daerah bahari atau pesisir dapat memperoleh manfaat jika potensi bahari dimanfaatkan dengan baik. Salah satu yang dapat dilakukan yaitu mengelola wisata bahari dengan baik dan dilakukan bersama-sama. Tentunya pengelolaan wisata bahari juga harus mempertimbangkan kelestarian dan keberlanjutan potensi alam di masa depan. Pada chapter buku ini membahas wisata bahari di Indonesia termasuk pengetahuan seputar definisi pariwisata bahari, strategi pengelolaan wisata bahari, dan juga tantangan apa yang dihadapi oleh wisata bahari Indonesia. Harapannya chapter ini akan berkontribusi dalam pengetahuan bahari dan juga menumbuhkan kesadaran bersama akan pentingnya menjaga pariwisata bahari negara kita.

11.2 Wisata Bahari Indonesia



Gambar 11.1. Salah satu keindahan bahari di Indonesia

Sumber : Unsplash dalam

<https://www.pegipegi.com/travel/wisata-bahari-pengertian-dan-lokasi-populernya-di-indonesia/>

Destinasi wisata yang berkaitan dengan laut atau bahari menjadi salah satu pilihan para wisatawan dalam menikmati aktifitas wisatanya. Para wisatawan pergi meninggalkan domisilinya untuk merasakan langsung daya tarik keindahan wisata yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Wisata bahari menurut buku Junaid Ilham 2018 merupakan salah satu jenis pariwisata yang mengalami perkembangan dengan sangat cepat. Wisata bahari ini termasuk perjalanan para wisatawan untuk aktifitas rekreasi dengan fokus pada pemanfaatan lingkungan bahari sebagai daya tarik wisatanya. Lingkungan bahari merupakan wilayah laut atau kemaritiman yang dijadikan pusat

kegiatan wisata. Wisata bahari menurut Orams dalam (Junaid Ilham, 2018) dapat dikelompokkan menjadi industri yang langsung berhubungan dengan pariwisata bahari (*directly associated with marine tourism*) contohnya adalah kegiatan pemancingan (*fishing*), berkeliling melihat pemandangan laut dan pulau (*sightseeing*), *diving*, *snorkeling*, *scuba diving*. Kemudian kelompok industri yang tidak langsung berkaitan dengan pariwisata bahari (*indirectly associated with marine tourism*), contohnya yaitu bisnis yang menyediakan keperluan wisata bahari seperti penginapan atau resort di pesisir pantai, penyewaan perahu, penyewaan alat-alat memancing, dan juga penjual souvenir serta usaha pariwisata yang mendukung kegiatan wisata bahari (Junaid Ilham, 2018). Dari hal ini dapat kita ketahui banyak sekali aktifitas yang dapat dimanfaatkan dan dinikmati dari potensi bahari negara kita.

Indonesia dengan keindahan alam termasuk kekayaan baharinya memiliki banyak tempat yang sudah dikembangkan ataupun belum dikembangkan sebagai destinasi pariwisata bahari. Dari artikel Jendela Dunia media kumparan.com menyebutkan contoh wisata bahari yang ada di Indonesia yang sudah dikenal yaitu sebagai berikut :

1. Wisata Pulau Komodo di Nusa Tenggara Timur,
Para wisatawan dapat menyelam dan langsung melihat berbagai macam kehidupan bawah laut termasuk terumbu karang, dan ikan-ikan yang indah.
2. Pulau Bali.
Bali dikenal memiliki banyak pantai yang indah, banyak penginapan dan resort juga yang memiliki *privat beach* dilengkapi dengan kegiatan olahraga airnya. Di Pulau bali wisatawan dapat menikmati aktivitas air seperti *diving*, *jet ski*, *snorkeling*, dan parasailing.
3. Raja Ampat, Papua Barat
Raja Ampat terkenal dengan surga bawah lautnya dengan aneka macam hayati laut yang indah, wisatawan juga dapat

menyelam, menikmati pemandangan ikan terumbu karang serta biota laut.

4. Bunaken, Sulawesi Utara

Di Bunaken, wisatawan juga dapat menikmati wisata bahari yang spektakuler, dengan ragam hayati laut yang kaya. Wisatawan dapat berkegiatan seperti snorkeling, diving, dan menikmati pemandangan pantai dan pegunungan.

5. Gili Trawangan, Lombok

Gili Trawangan merupakan salah satu pulau kecil di Lombok yang terkenal dengan keindahan lautnya. Di Gili Trawangan, wisatawan juga dapat bersnorkeling, diving, dan bersantai di pinggir pantai sembari menikmati pemandangan alam.

6. Kepulauan Derawan, Kalimantan Timur

Kepulauan Derawan merupakan icon wisata bahari di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. Selain snorkeling, diving, wisatawan dapat menyaksikan biota laut termasuk penyu hijau.



Gambar 11.2 Keindahan bawah laut Bunaken Sulawesi

Sumber : <https://twofishdivers.com/blog/diving-bunaken-marine-park/>



Gambar 11.3. Aktivitas Diving di Raja Ampat Papua

Sumber : <https://www.papuaparadise.com/news/top-5-dive-sites-in-raja-ampat/>

Berbagai aktivitas dan kegiatan dapat dilaksanakan di dalam wisata bahari. Dalam jurnal pelestarian warisan budaya bahari oleh Roby Ardiwidjaja tahun 2016, dapat dikelompokkan menjadi :

Tabel 11.1. Potensi kegiatan yang dapat dilakukan pada wisata bahari

Pesisir / pantai	Permukaan Laut	Bawah / Dasar Laut
Upacara adat di pesisir pantai	Memancing	Selam
Kehidupan masyarakat pesisir	Kegiatan dayung dan layar	<i>Under water archaeology</i>
Homestay dan kuliner	Ski air	Penelitian bawah air
Olahraga bola voli pantai	Upacara adat yang dilakukan di laut	<i>Under water museum</i>
<i>Sun bathing</i> , dan kegiatan lainnya.	Berselancar	
	<i>Snorkling</i>	

Sumber : (Ardiwidjaja R, 2016)

Dari tabel diatas dapat kita ketahui, banyak sekali aktivitas menarik yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik bagi wisata bahari Indonesia. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga mendukung berbagai event terkait wisata bahari. Salah satu event yang meningkatkan potensi bahari yaitu event Oceanman Bali. Dari website resmi Kemenparekraf disebutkan event ini diharapkan mampu mendatangkan wisatawan asing lebih banyak karena negara kita merupakan negara bahari yang indah dan memiliki banyak sekali peluang *open water swimming*. Seperti yang kita ketahui, Pemerintah Indonesia mengadakan program menuju Indonesia emas di tahun 2045, wisata bahari tentunya memiliki peran dan potensi yang besar untuk mendukung program ini.

11.3 Strategi Pengelolaan Wisata Bahari

Pengelolaan wisata dalam bahasan ini yaitu wisata bahari harus selalu mempertimbangkan keseimbangan ekosistem lingkungan. Hal ini sebagai bentuk tanggung jawab terhadap alam yang membawa manfaat sekarang dan di waktu yang akan datang. Jangan sampai strategi yang dipilih dalam mengelola wisata bahari tidak melestarikan sumber daya alam yang ada. Berbagai strategi pengelolaan wisata bahari sudah banyak dilakukan dan diteliti oleh para akademisi. Salah satunya adalah hasil penelitian dari Satriawan dkk tahun 2022 di Pantai Kura-Kura Lombok, dengan analisis SWOT mereka menemukan beberapa strategi yang dapat diterapkan untuk mengembangkan potensi Pantai Kura-kura Lombok diantaranya dengan memaksimalkan kekuatan yang ada dengan dukungan dari pemerintah setempat dan melalui pokdarwis atau kelompok sadar wisata yang dapat menambah pendapatan masyarakat lokalnya. Kemudian strategi selanjutnya dengan memperbaiki serta menambahkan fasilitas umum seperti perbaikan toilet umum, dibangunnya tempat ibadah, menyediakan air bersih dan listrik untuk menarik minat wisatawan.

Strategi pengembangan wisata bahari di Pantai Punaga, Kabupaten Takalar, Sulawesi Selatan juga pernah diteliti oleh Rusnaeni Ruslan 2013 dan dirumuskan pengembangan penginapan di sekitar pantai, penyediaan rumah makan, gazebo, dan pengembangan atraksi wisata dengan harga yang terjangkau. Di Pantai Punaga juga diterapkan aturan mengenai kebersihan yang menjadi tanggung jawab para wisatawan. Selain itu dikembangkan juga kerajinan tangan dan UMKM untuk pembuatan souvenir serta kuliner. Pengelola pantai Punaga juga melakukan promosi secara online dan offline, menjalin kerja sama dengan travel pariwisata. Tidak hanya itu, adat istiadat daerah Pantai Punaga juga dipelihara dan diperkenalkan kepada wisatawan. Para pengelola pantai Punaga pun diberikan berbagai pelatihan untuk meningkatkan kualitas dan keprofesionalan menjaga destinasi wisata baharinya.

Penelitian oleh Ratna Diyah Palupi tahun 2019 di lokasi wisata bahari Desa Namu, Sulawesi Tenggara menemukan bahwa pengembangan wisata di Desa Namu dapat difokuskan pada pemberdayaan masyarakat lokalnya, dikarenakan masyarakat yang menjalankan roda perekonomian, peran pemerintah juga harus dioptimalkan, selain itu secara jangka panjang sampah di sekitar wisata bahari harus dikelola dengan baik. Di wilayah kawasan pulau Nusa Penida Bali juga sudah diteliti oleh Darsana dkk tahun 2017 dan ditemukan bahwa model pengelolaan wisata baharinya dalam bentuk desa wisata berkelanjutan berorientasi dan terintegrasi. Kemudian model desa wisatanya dilanjutkan dengan orientasi kultural yang berkelanjutan menggunakan filosofi Tri Hita Karana serta orientasi bisnis dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokalnya (Darsana *et al.*, 2017).

Selaras dengan hasil penelitian para akademisi tersebut, pengelolaan wisata bahari sebagai daya tarik wisata perlu dilakukan dengan beberapa pendekatan. Menurut Buku Pariwisata Bahari Konsep dan Studi Kasus oleh Ilham Junaid tahun 2018

disebutkan bahwa pendekatan yang pertama yang harus dilakukan yaitu **mengelola sumber daya manusia**. Manajemen sumber daya manusia penting dilakukan karena aktifitasnya tidak boleh memberikan dampak negatif bagi lingkungan alam. Sehingga perlu dibuat sedari awal peraturan atau regulasi yang mengatur kegiatan yang bertentangan dengan pelestarian alam. Regulasi selanjutnya perlu dibuat batasan yang dapat dilakukan para pengunjung ketika di destinasi wisata bahari. Contohnya ketika berenang di laut tidak boleh melewati batas aman yang sudah ditentukan demi keamanan diri. Penting bagi seluruh pengunjung untuk mematuhi aturan-aturan yang ada di wilayah wisata dalam hal ini wisata bahari. Pengelolaan wisata bahari juga memerlukan keterlibatan organisasi atau kelompok masyarakat sadar wisata di dalam pelestarian dan menjaga sumber daya alam. Diperlukan pelatihan untuk meningkatkan kualitas dari pengelola wisata bahari.

Kedua, pentingnya media baik online ataupun offline sebagai media promosi yang efektif dan efisien, harapannya promosi ini mampu mempengaruhi calon wisatawan untuk berkunjung ke wisata bahari. Pemanfaatan media online misalnya melalui televisi ataupun video di channel online supaya publik dapat lebih mudah mengetahui tentang suatu destinasi wisata bahari. Pengelola pun harus memiliki pengetahuan setidaknya dalam membuat video singkat aktifitas yang dapat dilakukan wisatawan jika berkunjung ke wisata bahari. Pemandangan alam sekitar dan keunikan destinasi dapat menjadi fokus utama dalam menunjukkan potensi suatu wisata bahari. **Ketiga, pemanfaatan internet** untuk mendapatkan *potential customers*. Di era serba teknologi saat ini sudah banyak disediakan aplikasi yang memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi suatu destinasi wisata. Di sisi lain yang banyak digunakan untuk kepentingan pengelolaan daya tarik wisata bahari yaitu misalnya sistem GIS (*Geographic information system*). Pemanfaatan sistem GIS ini bertujuan untuk memonitor atau mengawasi lingkungan

alam di suatu wilayah destinasi wisata termasuk menilai efektifitas kebijakan regional suatu destinasi wisata. Potensi bahari juga harus didukung *networking* berbagai event nasional dan internasional. Tentunya event ini mampu menarik kunjungan wisatawan lokal ataupun mancanegara (Junaid Ilham, 2018). Di dalam pengelolaan wisata bahari juga terdapat prinsip-prinsip dasar yang dapat dikembangkan, diantaranya :

1. Kawasan dari wisata bahari merupakan milik bersama dimana terdapat hak masyarakat setempat yang harus tetap dilindungi bersama. Batas pantai, kebersihan, keamanan kenyamanan lokasi juga harus diperhatikan.
2. Pengelolaan harus dilaksanakan bersama seluruh komponen masyarakat (stakeholder) terdiri dari pemerintah, masyarakat, organisasi non pemerintah juga harus diajak duduk bersama untuk mengelola wisata bahari.
3. Kelestarian alam pesisir yang berkelanjutan menjadi tanggung jawab seluruh pihak (Riyani and Tamjuddin, 2017).

Sesuai dengan informasi diatas, hendaknya strategi-strategi yang dipilih untuk mengelola wisata bahari harus direncanakan matang dan disesuaikan dengan analisa kebutuhan serta potensi di wilayah masing-masing. Tidak ada strategi yang paling baik dan benar, demi mencapai tujuan awal pengelolaan pariwisata bahari harus dievaluasi berkala agar terjadi perbaikan terus-menerus.

11.4 Tantangan Wisata Bahari di Indonesia

Dalam pengelolaan wisata bahari di Indonesia masih terdapat beberapa permasalahan yang mendasar, tentunya hal ini menjadi tantangan untuk diperbaiki bersama demi mewujudkan wisata bahari Indonesia yang lebih baik dan berkelanjutan. Tantangan tersebut diantaranya adalah :

1. Belum maksimalnya kualitas sumber daya manusia sebagai pelaku pembangunan pariwisata bahari.
2. Belum maksimalnya sarana prasarana pada beberapa wilayah bahari yang berpotensi menjadi destinasi wisata namun belum dikembangkan.
3. Belum maksimalnya pemasaran atau promosi potensi wisata bahari.
4. Masih adanya konflik pemanfaatan ruang pesisir yang membuat wilayah seputar pesisir dieksploitasi dengan tidak semestinya sehingga menyebabkan pencemaran lingkungan, degradasi fisik serta eksploitasi yang berlebihan (Amin, Deny Y 2019).
5. Belum adanya pengelolaan sampah secara terpadu di sekitar destinasi wisata bahari (Palupi dkk 2019).
6. Pariwisata bahari dapat mengakibatkan polusi dan berdampak terhadap lingkungan di pantai. Kegiatan lalu lintas di laut yang terjadi secara massive dan dalam jangka waktu yang panjang dapat menjadi polusi di lautan. Seperti tumpahan minyak dari kapal-kapal membuat lingkungan terganggu. Pantai juga dapat menjadi kotor karena sampah dari wisatawan. Diperlukan perencanaan yang matang untuk mencegah dan menanggulangi hal ini (Junaid, 2018).



Gambar 11.4 Gotong royong membersihkan daerah sekitar pantai
 Sumber : <https://travel.detik.com/fototravel/d-5323451/keren-ratusan-orang-ramai-ramai-bersihkan-pantai-kuta>

Penelitian Ardiwidjaja (2016) juga mengungkap isu-isu umum yang menjadi perhatian di dalam pengelolaan wisata bahari, diantaranya :

1. Pengembangan serta pembangunan wisata bahari belum dikembangkan secara menyeluruh seperti kaitannya dengan potensi akar budaya baharinya..
2. Wisata bahari dapat menjadi sebuah alat yang strategis untuk melestarikan warisan budaya bahari Indonesia termasuk di dalamnya transportasi kapal layar tradisional sebagai bukti peradaban bahari di Indonesia.
3. Wisata bahari dapat menumbuhkan terwujudnya negara maritim Indonesia yang lebih tangguh.
4. Wisata bahari yang melestarikan akar budaya bangsa dapat berpengaruh besar terhadap meningkatnya karakter bangsa, serta berpengaruh terhadap ekonomi dan konservasi lingkungan bahari Indonesia.

Wisata bahari jika dapat dikelola dengan strategi yang tepat dan terus dilakukan evaluasi untuk perbaikan, tentunya dapat membawa dampak baik dan positif, diantaranya adalah :

1. Kegiatan pariwisata bahari dapat menjadi kegiatan positif yang sekaligus melestarikan sumber daya alam. Semakin kita pelihara dan jaga maka akan semakin bersih dan indah juga alam kita.
2. Kawasan pariwisata bahari dapat dikembangkan mejadi Taman Nasional Maritim atau Bahari. Tidak hanya lingkungan fisiknya saja, namun kehidupan lautnya dapat dilindungi di Taman Nasional Bahari. Wisata bahari juga dapat menjadi promosi pariwisata Indonesia dalam menyampaikan keindahannya ke publik dunia (Junaid, 2018).
3. Pendapatan masyarakat sekitar dapat lebih terbantu dan meningkat dengan adanya kawasan wisata bahari

Dari tantangan-tantangan dan isu ini dapat kita ketahui bersama, bahwa diperlukan sebuah perencanaan, pengelolaan, dan evaluasi wisata bahari yang selalu memperhatikan aspek keberlanjutan lingkungan alam. Tidak hanya mengejar keuntungan ekonomi, para pengelola dan masyarakat harus bergotong royong menjaga sumber daya alam supaya terus membawa dampak positif di masa sekarang dan yang akan datang.

11.5 Penutup

Potensi pariwisata bahari di Indonesia perlu dikelola dengan strategi yang baik dan terus dievaluasi berkala dengan mengutamakan aspek keberlanjutan alam di masa depan, sehingga timbul keseimbangan pemanfaatan dan pemeliharaan alam. Kekayaan bahari Indonesia yang melimpah dan indah menjadi tanggung jawab bersama baik pemerintah, masyarakat, swasta dan organisasi-organisasi terkait. Jika dikelola dengan tepat wisata

bahari ini membawa berkah ke seluruh lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat setempat hingga keuntungan devisa dari wisatawan yang datang. Marilah kita bergotong royong berkontribusi positif untuk pariwisata Indonesia dimulai dari diri sendiri dan mulai sekarang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhiyaksa, M. and Sukmawati, A.M. 2021. 'Dampak Wisata Bahari bagi Kondisi Ekonomi Masyarakat Desa Kolorai, Kecamatan Morotai Selatan, Kabupaten Pulau Morotai', *UNIPLAN: Journal of Urban and Regional Planning*, 2(2), p. 7. Available at: <https://doi.org/10.26418/uniplan.v2i2.46501>.
- Amin, Deny Yarusain. 2019. 'Kajian Pengembangan Obyek Wisata Bahari Pantai Hunimua Kabupaten Maluku Tengah', *Ekonomi Syariah*, 1(1), pp. 5–24.
- Antara Foto Fikri Yusuf. Keren, Ratusan Orang Ramai-Ramai Bersihkan Pantai Kuta. 2021. <https://travel.detik.com/fototravel/d-5323451/keren-ratusan-orang-ramai-ramai-bersihkan-pantai-kuta> Diakses pada 25 Agustus 2023
- Ardiwidjaja, R. 2016. 'Daya Tarik Kapal Tradisional Sebagai Kapal Wisata', *KALPATARU Majalah Arkeologi*, 25(1), pp. 65–74.
- Darsana, I.W. *et al.* 2017. 'Model Pengelolaan Wisata Bahari Berkelanjutan Di Pulau Nusa Penida , Kecamatan Nusa Penida', *Jurnal Analisis Pariwisata*, 17(1), pp. 10–16.
- Diverse Indonesia: Diving The Bunaken. 2020. <https://twofishdivers.com/blog/diving-bunaken-marine-park/>
- Jendela Dunia. 6 Contoh Wisata Bahari Populer di Indonesia. 2023. <https://kumparan.com/jendela-dunia/6-contoh-wisata-bahari-populer-di-indonesia-20NHUBWN93S/full> Diakses pada 25 Agustus 2023.
- Junaid, I. 2018. *Pariwisata bahari: Konsep dan studi kasus*. Politeknik Pariwisata Makassar.
- Palupi, Ratna Diyah., Ira, Risfandi. 2019. 'Strategi Pengembangan Wisata Bahari Desa Namu Guna Mendukung Perekonomian Masyarakat Sadar Wisata', *MANAJEMEN IKM: Jurnal Manajemen Pengembangan Industri Kecil Menengah*, 14(1),

- pp. 8–14. Available at: <https://doi.org/10.29244/mikm.14.1.8-14>.
- Riyani, E.I. and Tamjuddin. 2017. ‘Tantangan Pengembangan Ekowisata Bahari Di Pulau Pisang Pesisir Barat Lampung’, *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 5(1), pp. 16–24. Available at: <https://doi.org/10.37676/ekombis.v5i1.326>.
- Rizka Gusti Anggraini. Wisata Bahari: Pengertian dan Lokasi Populernya di Indonesia. 2022. <https://www.pegipegi.com/travel/wisata-bahari-pengertian-dan-lokasi-populernya-di-indonesia/> Diakses pada 25 Agustus 2023
- Ruslan, R. 2013. ‘Strategi Pengembangan Wisata Bahari Kabupaten Takalar’, *skripsi, Universitas Hasanuddin*.
- Satriawan, S., Murdana, I.M. and Sriwi, A. 2022. ‘Strategi Pengembangan Wisata Bahari Di Pantai Kura-Kura Kecamatan Jerowaru Kabupaten Lombok Timur’, *Journal Of Responsible Tourism*, 1(3), pp. 453–464. Available at: <https://doi.org/10.47492/jrt.v2i1.1914>.
- Siaran Pers: Menparekraf Dukung Ajang Oceanman Bali 2023 Asian Championship. 2023. <https://www.kemenparekraf.go.id/berita/siaran-pers-menparekraf-dukung-ajang-oceanman-bali-2023-asian-championship> Diakses pada 25 Agustus 2023
- Top 5 Dive Sites in Raja Ampat. 2019. <https://www.papuaparadise.com/news/top-5-dive-sites-in-raja-ampat/> Diakses pada 25 Agustus 2023.

BAB 12

PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESA WISATA

Oleh Ni Wayan Marsha Satyarini

12.1 Pendahuluan

Indonesia adalah bangsa besar yang memiliki keindahan yang luar biasa dari darat hingga laut, didukung dengan keanekaragaman budaya di setiap daerahnya. Letak geografis Indonesia yang berada di antara Samudera Hindia dan Samudera Pasifik dan tepat berada di garis khatulistiwa. Dengan luas negara mencapai 5.180.053 km² yang didominasi dengan perairan karena Indonesia adalah negara kepulauan. Hal tersebut membuat Indonesia memiliki karakteristik alam yang sangat beragam dari wilayah daratan yang memiliki pegunungan, lembah, daratan rendah, dan daratan tinggi sampai wilayah perairan yang memiliki laut, sungai, danau hingga rawa. Selain keindahan alam sebagai potensi pariwisata, Indonesia memiliki beragam kuliner, budaya, sejarah hingga perkembangan kreativitas masyarakat yang terus berkembang. Dominasi keindahan alam Indonesia adalah wilayah perairan, tercatat pada tahun 2022 memiliki 17.001 pulau yang dihuni 1.340 suku bangsa, yang membuat Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar sebagai garda terdepan yang menjadi salah satu penggerak roda perekonomian negara.

Pada tahun 2020 virus Covid-19 masuk di Indonesia, hal ini membuat roda perekonomian terhenti dari segala sektor, salah satunya sektor pariwisata. Pembatasan ruang gerak secara global mempengaruhi pergerakan wisatawan di seluruh dunia, salah satunya Indonesia. Sektor pariwisata terpuruk pada awal

pandemik sampai pada akhirnya pemerintah membuat kebijakan adaptasi kebiasaan baru dengan protokol kesehatan yang ketat, hal tersebut sebagai *‘turning point’* sektor pariwisata yang mulai bangkit kembali. Pada masa transisi pembatasan ruang gerak, tren pariwisata juga bergeser dari pariwisata massal (*mass tourist*) menjadi pariwisata alternatif (*alternative tourism*) dan cenderung menekankan pada sisi kualitas (*quality tourism*) (Satriawati, Z., dkk, 2022). Pada situs masterplandes.com menyatakan bahwa pariwisata alternatif identik dengan wisata alam, budaya, keunikan atau karakteristik lokal di setiap daerahnya, semua hal tersebut disediakan oleh desa wisata.

Pada tahun 2020, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf/Baparekraf) menyatakan bahwa desa wisata menjadi salah satu pariwisata alternatif yang ‘naik daun’. Desa wisata menjadi salah satu pilihan wisatawan lokal untuk berwisata pada masa pandemi Covid-19, khususnya yang bertempat tinggal disekitar desa wisata (Septemuryantoro, S. A., 2021). Smapai tahun 2023, desa wisata terus berkembang dengan minat wisataaan yang tinggi, sampai saat ini sebaran desa wisata di Indonesia berjumlah 4710 yang dibagi menjadi 4 kategori yaitu Rintisan, Berkembang, Maju dan Mandiri.

Tabel 12.1. Jumlah Desa Wisata Per Kategori di Indonesia

No.	Kategori Desa Wisata	Jumlah
1.	Rintisan	3.462
2.	Berkembang	942
3.	Maju	284
4.	Mandiri	23
Total		4.710

Sumber: <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/peta>

Dengan terus berkembangnya desa wisata di Indonesia, Kemenparekraf/Baparekraf membentuk JADESTA (Jaringan Desa Wisata) sebagai wadah komunitas semua desa wisata di Indonesia yang mengusung desa wisata bangkit. Kemenparekraf/Baparekraf juga melakukan apresiasi kepada desa wisata dengan adanya Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) yang diadakan setiap tahunnya. Selain di Indonesia, desa wisata juga diapresiasi di dunia internasional melalui *Best Tourism Village* oleh World Tourism Organization (UNWTO).

12.2 Konsep Desa Wisata

Desa wisata mengusung konsep pembangunan berbasis masyarakat atau yang disebut dengan *community based tourism* (CBT) dan memiliki sifat berkelanjutan (Dewi, M. H. U., Fandeli, C., dan Baiquni, M, 2013). Dalam Peraturan menteri Kebudayaan dan Pariwisata tahun 2011 tentang Program nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata: “Desa Wisata adalah Desa Wisata adalah suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.” Dapat disimpulkan bahwa konsep dasar desa wisata adalah untuk menciptakan keseimbangan lingkungan dengan pembangunan pariwisata yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal.

Menurut Buku Pedoman Desa Wisata (2021), desa wisata memiliki 4 jenis berdasarkan sumber daya dan keunikan yang mereka miliki, yaitu:

1. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam

Desa wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam yang sudah ada maupun hasil dari budidaya yang dilakukan masyarakat sebagai daya tarik utama. Banyak sekali sumber daya alam yang dimiliki Indonesia dari air terjun, hutan, gunung, pantai hingga pantai.

2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya
Desa wisata yang memanfaatkan keunikan kebudayaan masyarakat lokal di daerah masing – masing sebagai daya tarik utama. Setiap daerah memiliki khas tersendiri yang membedakan keunikan satu daerah dengan daerah yang lainnya. Kebudayaan di Indonesia sangat beragam sekali dari sejarah, kesenian, upacara, kerajinan hingga adat istiadat masyarakat.
3. Desa wisata kreatif
Desa wisata yang memiliki produk turunan dari 17 sub sektor ekonomi kreatif sebagai daya tarik utama yang dikelola oleh masyarakat lokal.
4. Desa wisata berbasis kombinasi
Desa wisata yang memiliki sumber daya alam, sumber daya budaya dan produk kreatif yang dapat dikelola oleh masyarakat lokal dan sebagai daya tarik utama.

12.3 Perencanaan dan Pengembangan Desa Wisata

12.3.1 Perencanaan Desa Wisata

Setelah kita mengetahui jenis – jenis desa wisata, desa yang dijadikan destinasi tersebut harus melakukan perencanaan dengan matang dengan memetakan potensi yang dimiliki dengan tujuan dapat mengembangkan potensi sumber daya dengan maksimal yang nantinya berdampak signifikan terhadap perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, pembangunan daerah, berkelanjutan alam dan budaya serta memiliki nilai daya saing yang kuat dengan desa wisata lainnya (Sumbayak, dkk , 2021). Tahapan perencanaan desa wisata sebagai berikut:

1. Partisipasi masyarakat serta *stakeholders* lainnya dari komunitas, pemerintah dan lainnya sebagai bagian perencanaan desa wisata sebagai tahapan awal. Tahap ini sangat penting karena desa wisata akan dijalankan jangka

- panjang yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kualitas hidup masyarakat desa serta masyarakat sekitar. Masyarakat dapat dibekali dengan pelatihan, pengetahuan serta keterampilan sebagai bentuk kesiapan masyarakat mengelola desa wisata agar memiliki daya saing maksimal.
2. Membentuk kelompok sadar wisata (POKDARWIS) sebagai kelompok penggerak sadar wisata dan sapta pesona di suatu destinasi wisata agar masyarakat terus dalam satu visi dan misi untuk menyukseskan pembangunan destinasi yang berkelanjutan.
 3. Strategi pembangunan berkelanjutan yang harus ditetapkan dari tahap perencanaan. Strategi pembangunan berkelanjutan mencakup jenis desa wisata yang akan diusung sesuai potensi desa, pemetaan desa, pengelolaan desa wisata sampai kesiapan sumber daya manusia, atraksi, aksesibilitas, amenities, hingga strategi pemasaran dan promosi.
 4. Merencanakan atraksi yang akan menjadi daya tarik utama sesuai jenis desa wisata yang ditetapkan. Atraksi dapat berbentuk dalam program kegiatan wisata sesuai potensi desa wisata dan potensi wisatawan yang akan berkunjung.
 5. Merencanakan pengembangan aksesibilitas yang berkelanjutan dengan maksimal dari sistem dan moda transportasi yang memadai, infrastruktur transportasi, hingga akses menuju destinasi.
 6. Strategi pemasaran dan promosi sangat perlu dilakukan untuk menjangkau target wisatawan yang tepat sasaran sesuai dengan potensi desa.

12.3.2 Pengembangan Desa Wisata

Pengembangan desa wisata sangat didukung oleh pemerintah, tidak hanya didukung oleh Kemenparekraf/Baparekraf, Kementerian Desa, Pembangunan

Daerah Tertinggal, dan Transmigrasi (Kemendes PDTT). Kemenparekraf/Baparekraf dan Kemendes PDTT bersama – sama membantu membangun desa wisata dengan peran masing – masing. Kemenparekraf/Baparekraf memiliki peran mengembangkan sumber daya manusia, sarana dan prasarana yang memiliki kaitan dengan pariwisata dan ekonomi kreatif dan Kemendes PDTT memiliki peran untuk melakukan pengembangan infrastruktur di desa wisata.

Dalam penelitian Tjitrawati, dkk (2022), untuk mendukung pengembangan desa wisata di Indonesia, pemerintah memiliki kebijakan – kebijakan sebagai berikut:

1. Undang-Undang No. 10 Tahun 2008 tentang Kepariwisataaan
2. Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja
3. Instruksi Presiden No. 16 Tahun 2005 tentang Kebijakan Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata
4. Instruksi Presiden No. 6 Tahun 2009 tentang Pengembangan Ekonomi Kreatif
5. Peraturan Pemerintah No. 5 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko
6. Peraturan Pemerintah No. 6 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Perizinan Berusaha di Daerah
7. Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No. KM.18/HM.001/MKP/2011 tentang Pedoman Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata
8. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia No. 4 Tahun 2021 tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata.

Pengembangan desa wisata di Indonesia memiliki 4 klasifikasi atau kategori. Predikat klasifikasi didapatkan dari sistem penilaian terstruktur oleh perangkat desa terkait yang nantinya akan ditetapkan melalui surat keputusan kepala daerah. Menurut buku Pedoman Desa Wisata (2021) indikator dasar penetapan klasifikasi desa wisata adalah jumlah kunjungan, industri pariwisata yang berkembang, kesiapan keahlian dan SDM, diversifikasi produk dan aktivitas wisata, dan amenities pariwisata.

1. Rintisan
 - a. Pengembangan desa wisata terbatas, dari sadar wisata masyarakat yang masih rendah
 - b. Desa wisata belum dikenal wisatawan secara luas
 - c. Pengembangan potensi destinasi wisata
 - d. Infrastruktur belum maksimal
 - e. Pendampingan secara intensif dari pihak terkait
 - f. Belum memiliki sumber dana sendiri dan masih bergantung kepada dana desa
 - g. Pengelolaan masih dipegang oleh masyarakat lokal
2. Berkembang
 - a. Domisili wisatawan sudah mulai beragam
 - b. Pengembangan sarana, prasarana serta infrastruktur sudah mulai berjalan
 - c. Desa wisata sudah memberikan lapangan pekerjaan dan memperbaiki kualitas hidup masyarakat dengan terciptanya aktivitas ekonomi
3. Maju
 - a. Masyarakat sudah sepenuhnya sadar wisata dan memiliki pemahaman yang tinggi mengenai potensi dan pengembangan desa wisata
 - b. Selain wisatawan nusantara, wisatawan mancanegara juga mulai mengunjungi desa wisata
 - c. Sarana, prasarana dan infrastruktur sudah dibangun dengan maksimal

- d. Pengelolaan desa wisata sudah dipegang oleh kelompok, salah satunya adalah POKDARWIS
 - e. Masyarakat sah dapat mengelola dana desa menjadi sumber pengembangan desa wisata
4. Mandiri
- a. Sudah memiliki inovasi dalam pengembangan potensi desa wisata, dan menjadikan potensi tersebut menjadi bisnis yang mandiri
 - b. Memiliki konsep berkelanjutan bertaraf internasional dan sudah dikenal sampai mancanegara
 - c. Semua sarana, prasarana dan infrastruktur sudah dapat bersaing di taraf internasional, minimal dengan negara ASEAN

12.4 Konsep Desa Wisata Hijau

Pariwisata hijau adalah komponen penting dari pariwisata berkelanjutan, istilah tersebut dapat definisikan dengan perjalanan ke destinasi di mana flora, fauna, dan warisan budaya sebagai daya tarik utama dan memiliki pengaruh terhadap perjalanan berkelanjutan. Berkelanjutan lingkungan memiliki arti di mana dampak terhadap iklim diminimalkan dengan tujuan menghormati dan melestarikan sumber daya alam dan menyesuaikan program destinasi disesuaikan dengan kondisi sumber daya yang belum maksimal (Furqan, Som & Hussin, 2010). Menurut UWTTO pariwisata keberlanjutan memerlukan:

1. Destinasi pariwisata menggunakan sumber daya lingkungan dengan tepat adalah bagian penting dari pertumbuhan pariwisata, karena dapat mempertahankan ekologi dan membantu melestarikan wisata alam dan keanekaragaman hayati.
2. Destinasi pariwisata menghargai dan menghormati keaslian sosial budaya masyarakat lokal, mempertahankan

- warisan budaya dan nilai – nilai tradisional serta mendorong pembahan dan toleransi antar budaya
3. Destinasi pariwisata menjamin bahwa ekonomi terus berjalan dengan konsisten dan berkelanjutan dalam jangka panjang dan memberikan manfaat sosial-ekonomi yang adil bagi semua pemangku kepentingan, termasuk kesempatan bekerja dan pendapatan yang stabil, layanan sosial untuk komunitas lokal dan meningkatkan perekonomian masyarakat lokal.

Pada saat ini pemerintah Indonesia menggalakkan desa wisata untuk mengarah ke desa wisata hijau, dimana syarat desa wisata hijau menurut Sukma dan Puspitasari (2022) adalah:

1. Harus memenuhi seluruh persyaratan pemerintah sebagai desa wisata
2. Desa wisata harus memiliki komitmen yang kuat terhadap pertumbuhan pariwisata dengan basis ekonomi berkelanjutan
3. Desa wisata harus memiliki berbagai jenis program pariwisata yang memiliki basis berkelanjutan dan mengarahkan desa wisata sebagai destinasi alternatif.

12.5 Desa Wisata Terbaik di Indonesia

Pada tahun 2023, Kemenparekraf/Baparekraf mengadakan malam ADWI dengan peserta 4.573 desa wisata di Indonesia. Penghargaan ini membuat desa wisata terus berkompetisi untuk menjadikan destinasi wisata mereka yang terbaik.

1. Desa wisata terbaik tahun 2023 adalah desa wisata Ketapanrame, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur. Desa wisata Ketapanrame termasuk klasifikasi desa wisata maju yang termasuk jenis desa wisata berbasis kombinasi. Desa wisata Ketapanrame memiliki alternatif wisata antara lain wisata alam, buatan, budaya serta edukasi.



Gambar 12.1. Desa Wisata Ketapanrame

Sumber: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230829124520-269-991794/mengenal-desa-ketapanrame-pemenang-desa-wisata-terbaik-2023>

2. Desa wisata rintisan terbaik tahun 2023 adalah desa wisata Pulau Penyengat, Kota Tanjung Pinang, Kepulauan Riau. Jenis desa wisata Pulau Penyengat adalah berbasis sumber daya budaya. Desa wisata Pulau Penyengat memiliki situs warisan dunia yang sudah didaftarkan ke UNESCO, warisan dunia tersebut adalah Masjid Raya Sultan Riau, makam para raja, taman makan nasional, serta kompleks istana dan benteng pertahanan.



Gambar 12.2. Desa Wisata Pulau Peyengat

Sumber: <https://www.batamnews.co.id/berita-97664-pulau-penyengat-masuk-75-besar-anugerah-desa-wisata-indonesia-2023.html>

3. Desa wisata berkembang terbaik tahun 2023 adalah desa wisata Perkampungan Adat nagari Sijunjung, Kabupaten Sijunjung, Sumatera Barat. Desa wisata Perkampungan Adat nagari Sijunjung adalah desa wisata berbasis kombinasi yang memiliki wisata budaya, alam dan buatan, dimana desa wisata ini bagian dari Geopark Ranah Minang Silokek dan memiliki Lorong Waktu Minangkabau sebagai cagar budaya Nasional.



Gambar 12.3. Desa Wisata Pulau Peyangat

Sumber: <https://www.batamnews.co.id/berita-97664-pulau-penyangat-masuk-75-besar-anugerah-desa-wisata-indonesia-2023.html>

UNWTO juga memiliki ajang *Best Tourism Villages* yang dihadiri oleh peserta mancanegara. Pada tahun 2021, Indonesia memiliki 3 perwakilan desa wisata untuk mengikuti ajang tersebut. Desa wisata yang dapat mengikuti ajang ini jika desa wisata sudah dapat berkomitmen untuk visi pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan, perlindungan alam dan budaya, inovasi dan kewirausahaan, pemberdayaan masyarakat, kesejahteraan masyarakat dan pengunjung, serta nilai ke-lokal-an seperti kuliner dan kerajinan (Elmira, 2021).

1. Desa Wisata Ngalanggeran terletak di Kabupaten Gunung Kidul, DI Yogyakarta. Desa wisata Ngalanggeran termasuk klasifikasi desa wisata Mandiri. Desa Wisata Ngalanggeran sudah banyak memiliki prestasi atas keberhasilan desa wisatanya salah satunya adalah Desa Wisata Terbaik ASEAN tahun 2017. Keunikan dari desa wisata ini adalah di kelilingi gunung api purba serta menjadi produsen cokelat.
- 2.



Gambar 12.4. Desa Wisata Ngalanggeran

Sumber: <https://gunungapipurba.com/posts/detail/kenapa-harus-berlibur-ke-desa-wisata-nlanggeran-Ps2dOD7lOq4i>

3. Desa wisata Tetebatu, kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat. Desa wisata Tetebatu termasuk klasifikasi desa wisata berkembang dan termasuk jenis desa wisata berbasis kombinasi dikarenakan memiliki wisata alam dan budaya. Desa wisata ini terletak di selatan Gunung Rinjani dan memiliki adat istiadat yang masih kental. Mata pencaharian masyarakat adalah bertani dan berkebun.



Gambar 12.5. Desa Wisata Tetebatu

Sumber: <https://jadesta.com/desa/tetebatu>

4. Desa wisata Waerebo, Kabupaten Manggarai, Nusa Tenggara Timur. Desa wisata Waerebo sering disebut dengan negeri di atas awan, dikarenakan letaknya berada sekitar 1.100 mdpl. Kampung adat Waerebo sendiri juga pernah mendapatkan penghargaan dari UNESCO Asia-Pacific Awards for Heritage Conservation tahun 2012. Desa wisata Waerebo termasuk klasifikasi desa wisata berkembang dan termasuk jenis desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya.



Gambar 12.6. Desa Wisata Waerebo

Sumber: <https://travel.kompas.com/read/2020/08/03/180900827/desa-wae-rebo-flores-kampung-di-atas-awan-yang-masih-tutup-untuk-turis?page=all>

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, M. H. U., Fandeli, C., dan Baiquni, M. 2013. Pengembangan desa wisata berbasis partisipasi masyarakat lokal di Desa Wisata Jatiluwih Tabanan, Bali. *Jurnal Kawistara*, 3(2), 117 – 226.
- Elmira, P. (2021, November 1). *3 Desa Wisata Wakili Indonesia di Best Tourism Village UNWTO*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/4698766/3-deswa-wisata-wakili-indonesia-di-best-tourism-village-unwto>
- Furqan, A., Som, A. P. M., & Hussin, R. 2010. Promoting green tourism for future sustainability. *Theoretical and empirical researches in urban management*, 5(8 (17), 64-74.
- Septemuryantoro, S. A. 2021. Potensi Desa wisata sebagai alternatif destinasi wisata new normal. *Media Wisata*, 19(2), 186-197.
- Satriawati, Z., Prasetyo, H., & Irawati, N. 2022. KAJIAN MINAT MASYARAKAT TERHADAP PARIWISATA ALTERNATIF DAN WISATA PEDESAAN MELALUI GOOGLE TRENDS. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 17(1), 18-26.
- Sumbayak, S. O., Waani, J. O., & Tungka, A. E. 2021. Perencanaan Desa Wisata Berbasis Kearifan Lokal di Kabupaten Humbang Hasundutan (Studi Kasus: Desa Marbun Toruan, Desa Pearung dan Desa Tipang). *SPASIAL*, 8(3), 351-366.
- Tjitrawati, A. T., Amalia, R., & Hamdan, F. Z. Z. 2022. Legalitas Perizinan Kawasan Wisata Sebagai Upaya Pengembangan Desa Wisata. *Media Iuris*, 5(1), 1 – 18
- Pedoman Desa Wisata – JADESTA. 2021. <https://jadesta.kemenparekraf.go.id/getdata/file/Buku-Membangun-Desa.pdf>
- Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor KM.18/HM.001/MKP/2011 tentang Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri Pariwisata

Sukma, A. A., & Puspitasari, A. Y. 2022. IMPLEMENTASI KONSEP DESA WISATA HIJAU. *Jurnal Kajian Ruang*, 2(2), 214-228.
Sustainable development. UNWTO. <https://www.unwto.org/sustainable-development>

BIODATA PENULIS



I Made Murdana

I Made Murdana adalah nama penanya. Sosok laki-laki yang kini berusia 48 tahun, sejak awal tertarik dengan bidang ilmu pariwisata saat mengenyam kuliah di Universitas Udayana. Selepas dari Universitas Udayana bekerja sebagai praktisi perhotelan selama 12 tahun. Sampai akhirnya memutuskan diri sebagai seorang pendidik di tahun 2005. Kini bapak dengan 5 anak ini bekerja di salah satu perguruan tinggi swasta yang ada di Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram adalah institusi tempat bapak I Made Murdana mengabdikan, dan mencurahkan pikirannya.

Anak kedua dari tiga bersaudara ini, dalam kesehariannya dan pekerjaannya adalah bertugas sebagai seorang pengajar keahlian perhotelan dalam bidang Room Division. Menunaikan diri dalam Tridarma Perguruan Tinggi adalah amanah yang dijalani oleh Bapak I Made Murdana. Pelatihan Work Place Assesor (WPA pada tahun 2007 dan 2016), ASEAN Nasional Trainner dan ASEAN Nasional Assesor pernah diikutinya tahun 2020 dan 2021, dan hingga kini menjadi salah satu assesor kompetensi di salah satu LSP 3 yang ada di pulau Lombok. Bidang Pariwisata adalah bidang yang ditekuni, dan dicintainya hingga kini

BIODATA PENULIS



Ramdhan Kurniawan S.ST.Par., M.M

Dosen Program Studi Pariwisata
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

Penulis lahir di Jakarta tanggal 16 Mei 1988. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata Sahid dan melanjutkan S2 pada Jurusan Manajemen di Universitas Trisakti. Penulis menekuni bidang Menulis. Pada saat ini penulis juga membantu mengembangkan ICE *Institute* (Indonesia *Cyber Education*) *Institute*.

BIODATA PENULIS



H. Bambang Hengky Rainanto, S.Pi., M.M., Ph.D, CIIQA

Dosen Program Studi Pariwisata (S1)

Fakultas Informatika dan Pariwisata

Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan - Bogor

Penulis lahir di Probolinggo tanggal 7 Desember 1974. Penulis adalah dosen tetap merangkap sebagai Ketua Program Studi pada Program Studi Pariwisata (S1), Fakultas Informatika dan Pariwisata, Institut Bisnis dan Informatika Kesatuan (IBI Kesatuan) Bogor. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Manajemen Sumberdaya Perairan pada Fakultas Perikanan, Universitas Brawijaya (UB), Malang, lalu melanjutkan S2 pada Jurusan Magister Management di IPB University, serta melanjutkan S3 pada Fakultas Manajemen dan Bisnis Teknologi, di Universiti Tun Hussein Onn Malaysia (UTHM), Malaysia. Penulis menekuni bidang kepariwisataan semenjak lulus dari S2. Selain sebagai dosen, penulis juga tertarik dengan usaha perjalanan wisata. Pernah menjadi *Tour Guide*, *Tour Leader*, serta menjalankan usaha travel. Penulis memfokuskan diri di beberapa bidang kepariwisataan antara lain: Pemasaran Pariwisata, Pariwisata Berkelanjutan, Manajemen Travel, Perhotelan, dan beberapa sub-

bidang kepariwisataan yang lainnya. Penulis juga menjadi trainer untuk pelatihan *Tour Guide* di Makara UI. Penulis juga saat ini memegang Amanah menjadi Ketua Himpunan Instruktur Pariwisata Indonesia (HIPI) di Kota Bogor.

BIODATA PENULIS



Edy Soewandi, S.ST, Par
Guru Usaha Perjalanan Wisata
SMK Negeri 33 Jakarta

Penulis lahir di Jakarta tahun 1972. Penulis adalah Guru tetap pada Kompetensi Keahlian Usaha Perjalanan Wisata di SMK Negeri 33 Jakarta. Penulis menyelesaikan Pendidikan D III Guru Kejuruan Usaha Perjalanan Wisata di BPLP Bandung dan Akta III di IKIP Bandung pada tahun 1994 dan menyelesaikan Pendidikan D IV Manajemen Bisnis Perjalanan pada STP Bandung tahun 2002. Penulis menekuni bidang menulis terutama untuk modul dan buku ajar sesuai kompetensinya untuk kalangan sendiri di tempat Penulis mengajar di SMEA 2 Mataram (SMKN 2 Mataram saat ini) tahun 1995 – 2003 dan sejak tahun 2004 – sampai sekarang ini, penulis mengajar di SMK Negeri 33 Jakarta.

BIODATA PENULIS



Tatang Rusata, S.S., M.M.

Peneliti Pusat Riset Masyarakat dan Budaya (PMB),
Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) Jakarta, Indonesia.

Penulis lahir di Kuningan, Jawa Barat. Ia menyelesaikan S1 di Unpad, Bandung dan S2 di Universitas Sahid, Jakarta. Sejak 2022 menjadi peneliti di Pusat Riset Masyarakat dan Budaya (PMB), Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN) dengan fokus penelitian pada pariwisata berkelanjutan dan studi budaya. Penulis memiliki pengalaman birokrasi dan praktis karena pernah berkarier sebagai *copy writer* di Metro TV (2008-2011), peneliti di Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2011-2021). Artikel terbaru berjudul *Pariwisata di Era Antroposen* dapat diakses di kompas.com. Untuk berkomunikasi via email: tata014@brin.go.id

BIODATA PENULIS



Dr. Desy Misnawati.M.I.Kom.

Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma

Penulis lahir di Padang tanggal 08 Desember 1973. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi Pendidikan Ilmu Komunika Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma. Menyelesaikan pendidikan S1 pada Jurusan Ilmu Komunkasi, melanjutkan S2 pada Jurusan Magister Ilmu Komunkasi dan Doktor Ilmu Komunikasi. Penulis menekuni bidang menulis.

Dengan menulis bisa menjadi tugas yang menantang, melibatkan banyak revisi dan pengembangan, tetapi juga merupakan cara yang sangat bermanfaat untuk berkomunikasi dan membagikan ide-ide dengan dunia. Seiring dengan perkembangan teknologi, menulis juga menjadi lebih beragam, dengan inklusi media sosial, konten digital, dan bentuk-bentuk lainnya yang terus berkembang.

BIODATA PENULIS



Dr. Abdurohim, SE, MM.

Dosen Lektor pada Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat

Kelahiran Cirebon (Jawa Barat) 12 April 1964, berkecimpung sebagai praktisi Perbankan selama 31 tahun pada PT. Bank Papua, dengan jabatan terakhir *Vice President* pada Divisi Perencanaan Strategis (Renstra)

Keahlian yang dimiliki adalah Audit Perbankan, Perencanaan Strategis, Pemasaran, *Manajemen Human Capital*, Penyusunan BPP & SOP dan Struktur Organisasi Perusahaan Perbankan.

Pendidikan Doktor (S3) Ilmu Manajemen dari Universitas Cendrawasih (2017), Pendidikan Magister Manajemen (S2)-Manajemen Keuangan, dari Universitas Hasanudin (2003), dan Pendidikan Sarjana (S1) Manajemen Keuangan & Perbankan dari STIE YPKP Bandung (1989). Saat ini sebagai pengajar/dosen Lektor pada Universitas Jenderal Achmad Yani, Cimahi, Jawa Barat.

Telah menyelesaikan penulisan buku (Kolaborasi) sebanyak: 87 buah *Book Chapter*, dan 3 buku Penulis tunggal.

E-Commerce (Strategi dan Inovasi Bisnis berbasis Digital), Analisa Laporan Keuangan, Anggaran Operasional Perusahaan Manufaktur,

Bank dan lembaga Keuangan Lainnya, Etika Bisnis Suatu Pengantar, HRM in Industry 5.0, Isu-Isu Kontemporer Akuntansi Manajemen, Kesehatan Lingkungan suatu pengantar, Knowledge Management, Marketing Tourism Service, Menakar Ekonomi masa pademi & New normal, New Normal Era Edisi II, Operations Management, Tantangan Pendidikan Indonesia di Masa depan, Teori dan Praktik Manajemen Bank Syariah Indonesia, The Art of Branding, Pasar Modal Syariah, Manajemen Pemasaran (Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0). Perencanaan & Simulasi Bisnis, Manajemen Strategi, *Business Sustainability*, *eCommerce*, Mencari wajah pembangunan di Indonesia, *Business Intelligence*, *Digital Economy e Government*, Analisa Laporan Keuangan, Metode Penelitian Kualitatif, Pengantar Manajemen, Manajemen Konflik, Sistem Transaksi Keuangan, Kebijakan Perpajakan di Indonesia, Keuangan Daerah (Perencanaan & Anggaran Daerah), Konsep dasar Akuntansi, *Financial Technology*, HRM: Perencanaan & Rekrutmen SDM

Telah mengikuti pendidikan/Lulus: Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs).

Bersertifikat : Dosen Profesional (Serdos)

Telah mengikuti pendidikan/Lulus: Sekolah Pimpinan Bank (Sespibank), Sekolah Pemimpin Cabang, Manajemen Risiko level 4, Keuangan Berkelanjutan (SDGs).

Bersertifikat : Dosen Profesional (Serdos)

Anggota : *Project Management Office* Indonesia (POPI)

Email : Abdurrohim@mn.Unjani.ac.id

BIODATA PENULIS



Yulita Suryantari, S.Pd, M.M.

Dosen Program Studi Pariwisata

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Terbuka

Email : yulitasuryantari@ecampus.ut.ac.id

Penulis lahir pada tahun 1992, penulis saat ini merupakan salah satu dosen ASN di Universitas Terbuka. Penulis menyelesaikan studi S1 lulus tahun 2014 pada program studi Teknologi Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, dan melanjutkan S2 Magister Management konsentrasi Hospitality/Service Management Universitas Trisakti Jakarta. Penulis pernah memiliki pengalaman bekerja di service industry di salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara dan juga pengalaman di startup company.

BIODATA PENULIS



Ni Wayan Marsha Satyarini, S. ST. Par., M.Par., MM
Dosen Program Studi Pariwisata
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka

Penulis lahir di Jakarta, 19 Maret 1990. Penulis adalah dosen tetap pada Program Studi pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Terbuka. Penulis menyelesaikan pendidikan D4 Perhotelan di Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta dan melanjutkan pendidikan S2 Pariwisata dengan skema *double degree* di Institut Pariwisata Trisakti, Jakarta dengan konsentrasi atraksi dan destinasi pariwisata dan S2 Manajemen dengan bidang *International Tourism Management* di Burapha University, Thailand. Sampai saat ini penulis aktif melakukan penelitian di bidang pariwisata, khususnya perilaku wisatawan dan pariwisata alternatif.