



PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING

GEOGRAFI PARIWISATA BERBASIS RISET

Iskandar, M.Pd
Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd



PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING

GEOGRAFI PARIWISATA BERBASIS RISET

Iskandar, M.Pd
Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

1. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
2. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan Karya Ilmiah ilmu pengetahuan;
3. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
4. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

GEOGRAFI PARIWISATA BERBASIS RISET

Penulis

Iskandar, M.Pd
Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd

Editor

Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M

Penerbit

PT. Radja Intercontinental Publishing



Diterbitkan oleh:

PT. Radja Intercontinental Publishing

**PENERBIT PT. RADJA INTERCONTINENTAL
PUBLISHING**
(Grup Publikasi RADJA PUBLIKA)

SERTIFIKAT IKAPI



No.032/DIA/2023

Alamat Redaksi:

Jl. Cempaka Putih, Sp. Tiga Blang Rayeuk, Dsn. Angsana,
Kota Lhokseumawe
Telp. 081269223511

Email:

pt.radja.intercontinental.publis@gmail.com

Isi diluar tanggung jawab percetakan
Hak Cipta Dilindungi Undang-undang Dilarang
memperbanyak karya tulis dalam bentuk dan dengan
cara apapun, tanpa ijin tertulis dari penerbit

GEOGRAFI PARIWISATA BERBASIS RISET

ISBN :
978-623-89445-8-3

Penulis :
Iskandar, M.Pd
Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd

Editor :
Dr. Mai Simahatie, S.E., M.M

Penyunting :
Muhammad Multazam, S.E., M.S.M., CPRM

Desain sampul dan tata letak:
Rahmat Idhami, S.Tr.t
(Sumber Gambar: Freepik.com)

Tanggal Terbit :
Oktober 2024

Jumlah Halaman :
209

Penerbit:



**PT. Radja Intercontinental
Publishing**

KATA PENGANTAR

Puji beserta syukur bagi Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan ridho-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan judul "Geografi Pariwisata Berbasis Riset". Buku ini sebagai referensi untuk mata kuliah geografi pariwisata pada program studi Pendidikan Geografi, Buku ini juga memuat berbagai bentuk destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bireuen. Dalam buku ini juga dipaparkan bagaimana sistem pengelolaan destinasi wisata yang ada di Kabupaten Bireuen dan Sarana apa saja yang tersedia pada lokasi wisata tersebut. Secara komprehensif pembaca dapat melihat langsung substansi dari buku ini.

Penulis memahami tanpa bantuan dari berbagai pihak, akan sangat sulit untuk menyelesaikan buku ini, maka dari itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas dukungannya selama ini kepada seluruh teman-teman dan para kolega yang telah berkontribusi dalam menyusun buku ini hingga sampai selesai. Semoga bantuan baik dalam bentuk moril maupun materil yang telah diberikan oleh semua pihak kepada penulis, mendapat balasan dari Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa buku yang telah disusun ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Untuk itu, penulis mengharapkan adanya masukan serta saran dari semua pihak yang bersifat membangun guna penyempurnaan dan perbaikan buku ini untuk masa yang akan datang agar lebih baik lagi. Akhir kata semoga buku ini memberikan manfaat bagi para pembaca semuanya.

Lhokseumawe, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Peraturan Hak Cipta	ii
Halaman Sampul.....	iii
Halaman Penerbit.....	iv
Balik Halaman Judul.....	v
Alamat Redaksi.....	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
BAB I Pendahuluan.....	1
BAB II Ruang lingkup Geografi Pariwisata.....	17
BAB III Geografi Dalam Membahas Kepariwisata ..	27
BAB IV Keragaman Objek Dan Daya Tarik Wisata	39
BAB V Keterkaitan Antar Sektor Dalam Kepariwisata.....	78
BAB VI Segmentasi Wisatawan.....	94
BAB VII Gerak Dan Aliran Wisatawan.....	111
BAB VIII Model Pengembangan Pariwisata	126
BAB IX Perencanaan Dalam Pariwisata	148
BAB X Pembangunan Pariwisata Yang Berkelanjutan	155
BAB XI Pariwisata Berbasis Masyarakat Lokal	171
BAB XII Dampak Industri Pariwisata Bagi Pembangunan	185
Daftar Pustaka	200
Profil Penulis.....	212

BAB I

RUANG LINGKUP GEOGRAFI PARIWISATA

A. Geografi

Pengetahuan tentang geografi telah dikenal sejak zaman Yunani Kuno. Pada masa itu, mitologi masih memberikan banyak pengaruh terhadap pengetahuan tentang bumi. Pengaruh mitologi berkurang setelah ilmu alam mulai berkembang sejak abad ke-6 SM. Dasar ilmu alam dan ilmu pasti mulai membentuk pengetahuan tentang bumi. Penyelidikan tentang bumi mulai memanfaatkan logika. Pada masa sebelum masehi, para filsuf dan sejarawan menjadi pembentuk pandangan dan paham tentang geografi. Penjelasan-penjelasan tentang geografi masih bersifat sejarah, sedangkan penjelasan tentang sejarah bersifat geografi. Selain itu, tulisan tentang pembuatan peta bumi atau lukisan masih terbatas pada daerah-daerah tertentu.

Pada masa sebelum masehi, pengetahuan geografi hanya diberikan kepada hal-hal yang dapat diukur menggunakan ilmu matematika. Penjelasan tentang ruang di muka bumi sebagian besar digambarkan oleh para pelancong. Konsep yang diberikan didasari oleh kejadian bersejarah yang dialami secara langsung atau melalui pengamatan langsung. Selain itu, penjelasan geografi juga mulai membahas tentang gejala dan ciri-ciri alam dan manusia sebagai penghuni alam. Penjelasan yang diberikan oleh para pelancong masih bersifat membandingkan daerah asal mereka dan daerah lain yang memiliki perbedaan yang jelas.

Geografi menurut para ahli digambarkan sebagai ilmu yang mempelajari interaksi manusia dengan lingkungan sekitarnya. Geografi juga ada yang didefinisikan sebagai studi tentang permukaan Bumi. Ilmu ini melibatkan fenomena dan proses lingkungan, lanskap bumi dan alam manusia di skala lokal hingga global. Tiga konsep inti geografi, yaitu ruang, tempat dan lingkungan. Menurut Matthews dan Herbert (2008). Inti dari geografi adalah integrasi variasi spasial di atas permukaan bumi dengan kekhasan tempat dan interaksi antara manusia dan lingkungannya.

Berdasarkan hasil Seminar Semarang Ikatan Ahli Geografi Indonesia (1988) menyepakati rumusan, bahwa geografi adalah ilmu yang mempelajari persamaan dan perbedaan fenomena geosfer dengan sudut pandang kewilayahan atau kelingkungan dalam konteks keruangan. Berdasarkan pengertian geografi tersebut dapat disimpulkan bahwa geografi merupakan studi tentang bentuk lingkungan dengan manusia dimana bentuk tersebut tersusun atas komponen objektif dan subjektif.

Sumbangan para ahli geografi pada materi kajian geografi pariwisata sangat besar. Pada awal perkembangan kajian pariwisata banyak dilakukan para pengembara, pengelana dan penjelajah menggunakan ilmu geografi untuk eksplorasi daerah-daerah baru yang menarik dan menantang untuk dikunjungi. Para ahli geografi melaporkan perjalanannya itu kepada publik melalui media, sehingga menjadi perhatian dan menimbulkan keinginan untuk datang menikmati perjalanan ke daerah-daerah baru yang memiliki keragaman alam dan budaya

yang berbeda dengan daerah asal. Sebelumnya di era terdahulu para ahli melaporkan hasil ekspedisi mereka ke raja atau sultan, sebagai pimpinan tertinggi untuk diambil kebijakan mengenai kegiatan apa yang layak untuk dilakukan di daerah-daerah baru. Apakah memperluas pengaruhnya, mempererat hubungan perdagangan, kerjasama pengembangan pemanfaatan sumberdaya, hingga perjalanan wisata menikmati keragaman keindahan alam dan budaya di daerah baru.

B. Pariwisata

Istilah Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Definisi pariwisata dapat dilihat dari berbagai sudut pandang dan juga tidak memiliki batasan-batasan yang pasti. Para ahli pariwisata banyak yang berpendapat definisi pariwisata dari berbagai sudut pandang, tetapi dari berbagai definisi tersebut mempunyai makna yang sama. Menurut Hunziker dan Kraft dalam Muljadi (2012), mengungkapkan bahwa pariwisata adalah gejala-gejala yang timbul dari adanya orang asing atau keseluruhan hubungan perjalanan itu tidak untuk bertempat tinggal menetap dan tidak ada hubungan dengan kegiatan untuk mencari nafkah. Sehingga dalam melakukan perjalanannya tersebut hanya mencari hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Menurut Ismayanti (2010), menjelaskan bahwa "pariwisata adalah kegiatan dinamis yang melibatkan banyak manusia serta menghidupkan berbagai bidang

usaha.” Pariwisata diakui telah berperan penting dalam pembangunan karena memberikan dampak terhadap perekonomian suatu negara atau daerah yang menjadi objek wisata. Pariwisata dan kegiatan pendukungnya merupakan salah satu sektor yang memiliki peran dalam proses pembangunan dan pengembangan wilayah dan akhirnya memberi kontribusi bagi pendapatan suatu daerah dan masyarakat.

Kegiatan berwisata dimaknai sebagai sebuah perjalanan untuk menikmati keindahan suatu negeri atau daerah. Hal ini tentunya berdampak terhadap daerah yang akan dikunjungi diantaranya adalah dalam rangka meningkatkan perekonomian suatu masyarakat. Sejalan dengan itu, sebagaimana yang diungkap oleh Widya (2017), pengembangan ekonomi kreatif tahun 2025 terletak pada mutu pemerintahan, pendidikan, dan kesadaran pelaku pengembang wisata di wilayah Sumatera termasuk wilayah lain yang ada di Indonesia. Pada masa yang akan datang perkembangan industri pariwisata akan berdampak positif bagi peuingkatan ekonomi Nasional dan ekonomi masyarakat.

Menurut UU Nomor 9 tahun 1990 BAB 1 Pasal 1 menjelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk perusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut. Kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata.

Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan, pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut kepariwisataan. Menurut Undang-undang Republik Indonesia nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata pasal 1 Ayat 3 menyatakan bahwa Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

Berdasarkan beberapa pengertian tentang pariwisata tersebut bisa ditarik kesimpulan bahwa pariwisata dapat diartikan sebagai suatu perjalanan oleh seseorang atau sekelompok orang ke suatu tempat/objek wisata yang dilakukan untuk sementara waktu untuk bertamasya dan menikmati segala fasilitas dan pelayanan yang disediakan tempat tujuan tersebut. Apabila dikaitkan dengan pariwisata air maka segala sesuatu yang dikaitkan dengan bertamasya dengan kegiatan menikmati objek wisata kawasan perairan dengan fasilitas dan pelayanan tersedia yang mendukung kegiatan wisata air.

C. Jenis-jenis Pariwisata

1. Wisata Alam

Wisata alam merupakan kegiatan rekreasi dan pariwisata yang memanfaatkan potensi alam untuk menikmati keindahan alam baik yang masih alami atau sudah ada usaha budidaya, agar ada daya tarik wisata ke tempat tersebut. Menurut Adib (2019), menjelaskan secara konsepsi wisata alam dapat dilihat sebagai pemanfaatan

dan pengembangan pariwisata yang diselenggarakan di wilayah yang terbentuk secara alami yang ditujukan untuk mendukung perlindungan dan konservasi alam dan dapat memberikan manfaat ekonomi dan sosial kepada masyarakat setempat.

Wisata alam digunakan sebagai penyeimbang hidup setelah melakukan aktivitas yang sangat padat, dan suasana keramaian kota. Sehingga dengan melakukan wisata alam tubuh dan pikiran kita menjadi segar kembali dan bisa bekerja dengan lebih kreatif lagi karena dengan wisata alam memungkinkan kita memperoleh kesenangan jasmani dan rohani. Dalam melakukan wisata alam kita harus melestarikan area yang masih alami, memberi manfaat secara ekonomi dan mempertahankan keutuhan budaya masyarakat setempat sehingga bias menjadi Desa wisata, agar desa tersebut memiliki potensi wisata yang dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti alat transportasi atau penginap

2. Wisata Budaya

Objek wisata budaya merupakan objek wisata yang daya tariknya bersumber pada kebudayaan, seperti peninggalan sejarah, museum, atraksi kesenian dan objek lain yang berkaitan dengan budaya. Wisata budaya adalah suatu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengunjungi ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Menurut Damarjati (2001), menjelaskan pariwisata budaya merupakan suatu kegiatan wisata yang condong atau cenderung kepada daya

tarik wisata berwujud hasil-hasil dari seni budaya daerah tersebut, contohnya adat istiadat, upacara keagamaan, tata hidup masyarakat, peninggalan sejarah, hasil seni dan juga kerajinan masyarakat di daerah tersebut. Wisata warisan budaya atau Heritage ini tergolong ke dalam wisata minat khusus, yang mempunyai pengertian wisatawan yang menyukai sejarah, budaya dan menyukai arsitektur bangunan pada zaman dulu, wisatawan ini juga memiliki kepentingan seperti untuk menambah nilai edukasi khususnya di bidang budaya atau **sejarah pada saat wisata ini berlangsung.**

3. Wisata Tirta

Kawasan perairan yang dapat digunakan untuk rekreasi maupun untuk kegiatan olahraga air yang dilengkapi dengan fasilitas menyelam, berselancar, memancing, berenang, mendayung dan lainnya disebut dengan objek wisata air. Wisata air atau disebut juga dengan waterpark adalah sebuah taman hiburan yang menampilkan tempat bermain dengan air sebagai objek utamanya. Macam macam arena yang ada di dalam tempat wisata waterpark seperti seluncuran, kolam air mancur, taman air mancur, kolam renang dan lingkungan untuk berjalan kaki.

Indonesia sendiri merupakan salah satu negara yang paling banyak menyediakan objek wisata air. Banyaknya air terjun yang dapat kita temui hampir di seluruh belahan bumi Indonesia menjadikannya sebagai negara yang menarik untuk dikunjungi. Tidak hanya itu, danau yang tersebar di Indonesia juga sangat unik dan beragam. Selanjutnya, keindahan alam bawah laut Indonesia yang

sangat eksotis menjadi potensi unggulan untuk mendatangkan wisatawan asing.

4. Wisata Digital

Pariwisata digital mengacu pada penggunaan alat dan teknologi digital untuk mengatur, mengelola, dan meningkatkan pengalaman selama perjalanan wisata digital. Pariwisata digital adalah seperangkat sistem yang menggunakan semua alat transformasi digital untuk mengubah cara kita bepergian dan cara industri pariwisata beroperasi yang memungkinkan wisatawan untuk menciptakan kembali semua pengalaman dan perasaan sewaktu menjelajah dunia nyata ke dalam dimensi digital dan merupakan perpaduan antara pariwisata seperti yang kita kenal dan permainan (Gretzel, 2022),.

Pariwisata digital memberikan cara yang berbasis pada teknologi untuk meneliti, merencanakan, dan mengalami perjalanan liburan, juga merupakan dukungan digital yang diberikan kepada wisatawan sebelum, selama, dan setelah aktivitas perjalanan. Layanan pariwisata digital bervariasi, dan dapat memberikan rekomendasi untuk menemukan akomodasi yang sesuai untuk membantu wisatawan merencanakan rencana perjalanannya, dan memberikan informasi tentang tujuan wisatanya (Van dan Scarles 2021).

5. Wisata Pertanian/Agrowisata

Agrowisata merupakan suatu bentuk wisata yang mengandalkan sektor pertanian di dalamnya. Agrowisata cenderung memanfaatkan usaha agro sebagai sarana memperluas pengetahuan dan rekreasi di bidang pertanian. Berdasarkan Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri

Pertanian dan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi No. Km.47/PW.004/MPPT-89 dan No. 204/Kpts/HK.050/4/1989, Agrowisata sebagai bagian dari objek wisata diartikan sebagai suatu bentuk kegiatan yang memanfaatkan usaha agro sebagai objek wisata dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi dan hubungan usaha di bidang pertanian. Hasil penelitian dari Kurniasanti (2019), menunjukkan bahwa membangun kemitraan dengan agen tour and travel merupakan peluang utama bagi agrowisata kampung petani buah jeruk siam yang ada di kecamatan Bangorejo kabupaten Bayuwangi, karena para pemilik usaha travel biasanya akan merekomendasikan kepada pengunjung yang ingin berwisata ke Bayuwangi untuk mampir ke kecamatan Bangorejo.

6. Desa Wisata

Ada perbedaan antara desa wisata dengan wisata desa. Menurut Sari (2021), menyatakan bahwa desa wisata merupakan suatu masyarakat atau komunitas pada suatu wilayah yang bisa berinteraksi secara langsung di bawah sebuah pengelolaan dan memiliki kepedulian dan kesadaran dalam mengambil peran memberdayakan potensi yang ada secara kondusif demi berkembangnya kegiatan pariwisata di daerahnya. Pengembangan desa wisata yang baik dengan melibatkan masyarakat lokal dari awal perencanaan sampai mendapatkan hasil maka masyarakat akan mempunyai rasa memiliki dan tanggung jawab dalam mengelola pariwisata di daerahnya. Menurut Pendit (1994), ada beberapa jenis pariwisata yang sudah dikenal, antara lain :

1. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan cara mengadakan kunjungan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, kebudayaan dan seni mereka;
2. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan seseorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari di mana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani;
3. Wisata olahraga, yaitu wisatawan-wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau Negara;
4. Wisata komersial, yaitu termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya;
5. Wisata industri, yaitu perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa, atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian, dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian;
6. Wisata Bahari, yaitu sebuah perjalanan atau kegiatan wisata yang banyak dikaitkan dengan danau, pantai atau laut;

7. Wisata Cagar Alam, yaitu jenis wisata yang biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang;
8. Wisata bulan madu, yaitu suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalan.

D. Sapta Pesona Wisata

Sapta Pesona merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan berkunjung kesuatu daerah atau wilayah di negara kita. Sapta pesona merupakan suatu konsep sadar wisata yang diimplementasikan dengan tujuan menarik minat wisatawan untuk mengunjungi kawasan objek wisata (Hamzah dan Utomo, 2016). Pengembangan wisata alam dengan konsep sapta pesona dapat melibatkan partisipasi masyarakat lokal untuk menyediakan fasilitas kepada wisatawan.

Rendahnya kesadaran masyarakat dan stakeholder dalam menerapkan konsep sapta pesona pada objek wisata menyebabkan pengembangan yang kurang optimal. Kita harus menciptakan suasana indah mempesona dimana saja dan kapan saja. Khususnya di tempat-tempat yang banyak dikunjungi oleh wisatawan dan pada waktu melayani wisatawan. Dengan kondisi dan suasana yang menarik dan

nyaman, wisatawan akan betah untuk tinggal lebih lama, merasa puas atas kunjungannya dan memberikan kenangan yang lebih indah dalam hidupnya. Unsur sapta pesona ini dicirikan sebagai berikut:

1. Aman. suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang memberikan rasa tenang, bebas dari rasa takut dan kecemasan bagi wisatawan.
2. Tertib, suatu kondisi lingkungan dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan sikap disiplin yang tinggi serta kualitas fisik dan layanan yang konsisten dan teratur serta efisien.
3. Bersih. suatu kondisi lingkungan serta kualitas produk dan pelayanan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sehat/higienis.
4. Sejuk, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk dan teduh yang akan memberikan perasaan nyaman dan “betah” bagi wisatawan.
5. Indah, suatu kondisi lingkungan di destinasi pariwisata yang mencerminkan keadaan yang indah dan menarik yang akan memberikan rasa kagum dan kesan yang mendalam bagi wisatawan.
6. Ramah, suatu kondisi lingkungan yang bersumber dari sikap masyarakat di destinasi pariwisata yang mencerminkan suasana yang akrab, terbuka dan penerimaan yang tinggi kepada wisatawan.
7. Kenangan, suatu bentuk pengalaman yang berkesan di destinasi pariwisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan.

Konsep Sapta Pesona Wisata sebagai strategi desain dinilai tepat untuk mendukung perencanaan dan perancangan pengembangan Taman Budaya Jawa Tengah sebagai destinasi wisata. Menurut Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor. 5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona, Sapta Pesona Wisata merupakan kondisi yang harus diwujudkan dalam rangka menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah atau wilayah di negara Indonesia (Kreatif, 2012).

E. Ruang Lingkup Geografi Pariwisata

Geografi pariwisata merupakan salah satu matakuliah yang ada di program studi pendidikan geografi. Menurut Pramono (2012) geografi pariwisata adalah studi terapan dari konsep-konsep, teori-teori, dan pendekatan-pendekatan geografi terhadap aspek-aspek pariwisata pada wilayah permukaan bumi. Menurut Undang-Undang Kepariwisataan nomor 10 tahun 2009 pada Pasal 1 memuat penjelasan terkait dengan pengertian wisata sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Geografi pariwisata merupakan bagian dari ilmu geografi dengan salah satu pembahasannya menitikberatkan pada pergerakan wisatawan. Pemahaman mengenai pergerakan wisatawan penting dalam manajemen dampak lingkungan dan sosial pariwisata, mempertahankan keuntungan komersial

industri pariwisata, dan dalam perencanaan pembangunan baru (Boniface & Cooper, 2005).

Geografi pariwisata adalah cabang dari pada bidang ilmu geografi yang mengkaji berbagai hal yang terkait dengan aktivitas perjalanan wisata, meliputi karakteristik destinasi (objek) wisata, aktivitas dan berbagai fasilitas wisata serta aspek lain yang mendukung kegiatan pariwisata di suatu daerah (wilayah). Dalam tahapan ini studi geografi dapat berorientasi pada masalah interaksi manusia dengan lingkungan, selain itu juga dapat berorientasi pada studi wilayah, permukaan bumi dipandang sebagai lingkungan hidup dimana manusia dapat memanfaatkan sumberdaya alam.

Geografi pariwisata memiliki berbagai pengertian yang pada intinya merupakan aktivitas interaksi manusia pada lingkungan baru yang membutuhkan pergerakan wisatawan dari daerah asalnya menuju daerah baru sebagai destinasi aktivitas pariwisata. Pergerakan sebagai salah satu inti pariwisata menekankan sebagai pergerakan manusia dari daerah asal menuju daerah tujuan wisata dan sebaliknya membawa kesan maupun pengalaman berharga.

Kajian geografi pariwisata berhubungan dengan skala studinya, yakni: lingkup kajian internasional berkaitan dengan pertumbuhan pariwisata antarnegara yang termasuk dalam lingkup kajian internasional. Geografi pariwisata memiliki ruang lingkup yang terdiri dari: lingkup antar negara di suatu benua, lingkup antar negara dalam suatu kawasan dengan ekosistem tertentu, lingkup antar negara pada wilayah perkotaan terdekat, lingkup

nasional suatu negara, lingkup antar bagian dari provinsi, dan lingkup lokal. Masing-masing ruang lingkup telah diberi contoh dan Saudara dapat mengembangkan contoh lain yang memenuhi kriteria ruang lingkup tersebut. Dengan memahami bahwa ruang lingkup atau skala kajian, maka kajian geografi pariwisata memiliki keunikan dalam memadukan pengembangan wilayah yang memiliki otoritas berdasarkan tingkatannya dengan pengembangan destinasi pariwisata yang sifatnya dinamis dan lintas batas administratif.

Geografi pariwisata merupakan bagian dari ilmu geografi dengan salah satu pembahasannya menitikberatkan pada pergerakan wisatawan. Pemahaman mengenai pergerakan wisatawan penting dalam manajemen dampak lingkungan dan sosial pariwisata, mempertahankan keuntungan komersial industri pariwisata, dan dalam perencanaan pembangunan baru (Boniface & Cooper, 2005). Perkembangan ilmu geografi juga berkontribusi dalam geografi pariwisata, terkait dengan pengembangan destinasi pariwisata maupun pola perjalanan dari tempat asal menuju destinasi. Pemahaman mengenai karakteristik wilayah dan dinamika penduduk serta pola perwujudan interaksi yang menghasilkan budaya dan adat istiadat menjadi kajian dengan pendekatan kompleks wilayah.

Geografi pariwisata dapat dikaji fenomenanya dalam skala nasional dan internasional. Pada skala nasional, geografi pariwisata Indonesia terkait dengan karakteristik sebagai negara kepulauan yang secara nyata mengandung keragaman alam dan budaya. Pandangan Bhineka Tunggal

Ika menjadi kerangka kerja dalam pengembangan kajian geografi pariwisata nasional. Dengan saling menghormati perbedaan dan memuliakan keragaman, maka pariwisata menjadi cara untuk menyulam keragaman itu menjadi persatuan yang utuh dan terpadu, menjalin silaturahmi antar masyarakat guna mewujudkan keadilan sosial dan kelestarian lingkungan yang berkelanjutan.

BAB II

GEOGRAFI DALAM MEMBAHAS KEPARIWISATAAN

A. Kedudukan Geografi dalam Bidang Pariwisata

Pada umumnya setiap ilmu pengetahuan yang dikaji tidak dapat berdiri sendiri, ilmu tersebut memerlukan ilmu pengetahuan lain sebagai ilmu bantu bagi sempurnanya ilmu pengetahuan tersebut. Sama halnya dengan geografi dan pariwisata, keduanya memiliki keterkaitan yang tidak dapat dipisahkan. Geografi membahas pariwisata sebagai salah satu fenomena yang dikaji, dan pariwisata membutuhkan geografi untuk bisa menentukan kebijakan-kebijakan dalam pariwisata. Terdapat enam alasan yang melatarbelakangi geografi mengkaji pariwisata:

1. Kegiatan pariwisata menggunakan aspek ruang di dalamnya dan geografi sangat memperhatikan ruang, khususnya persamaan dan perbedaan ruang di permukaan bumi;
2. Di dalam aktivitas pariwisata terdapat penggunaan lahan dan geografi dapat melihat bagaimana suatu lahan dapat didayagunakan dan disesuaikan dengan bentuk penggunaan lahan dan daya dukung lahan;
3. Dalam kegiatan pariwisata terdapat aktivitas manusia dan geografi selalu memperhatikan aktivitas manusia yang bersifat komersial dalam memanfaatkan ruang yang dapat dilihat secara lokal, regional, nasional, bahkan internasional;
4. Dalam kegiatan pariwisata mencerminkan interaksi dua tempat yang berbeda, yaitu daerah asal wisatawan dengan daerah tujuan wisata;

5. Geografi selalu melihat gerakan, aliran barang dan orang sebagai wujud dari adanya dan perbedaan potensi wilayah, baik alami maupun hasil dari aktivitas manusia. Aktivitas pariwisata selalu berkaitan dengan wisatawan, barang, dan jasa yang dibutuhkan oleh wisatawan selama mengadakan perjalanan;
6. Aktivitas pariwisata dapat berdampak positif maupun negatif yang ditimbulkan dari interaksi antar kehidupan manusia sebagai wisatawan dengan lingkungan alam sekitar dan geografi selalu tertarik dengan dampak suatu gejala terhadap gejala lain di dalam maupun di tempat yang berbeda.

Ilmu geografi tidak hanya mempelajari aspek alam saja, melainkan mempelajari aspek manusia secara terintegrasi dan saling berkaitan. Geografi mengaitkan beberapa aspek tersebut agar melihat hubungan dan pengaruhnya. Pariwisata berkaitan dengan pemanfaatan ruang oleh manusia. Disini ruang digunakan agar berguna untuk pemenuhan kebutuhan manusia. Ruang memiliki sumber daya yang dapat berupa daya tarik wisata, sarana, wisata, transportasi dan pengembangan daerah tujuan wisata. Dengan demikian perlu adanya kajian geografi dalam pengembangan pariwisata.

Perhatian para ahli geografi di berbagai negara di dunia terhadap kepariwisataan sudah dimulai sejak dekade 1930-an, dengan perhatian yang berbeda-beda. Kegiatan pariwisata yang banyak sekali seginya di mana semua kegiatan tersebut dapat disebut dengan industri pariwisata, seperti perhotelan, restoran, toko cenderamata, transportasi,

biro jasa, tempat-tempat hiburan, objek wisata, atraksi budaya dan sebagainya. Segi-segi geografi umum yang dikaji dalam pariwisata antara lain iklim, flora, fauna, keindahan alam, adat istiadat, laut dan sebagainya (Suwantoro, 1997). Kegiatan perumusan rencana pengembangan destinasi dapat dilakukan pula oleh ahli geografi yang meliputi :

1. Perumusan arahan pemanfaatan ruang dan masalah pembangunan pariwisata;
2. Perumusan konsep dan strategi pengembangan destinasi pariwisata;
3. Penjabaran konsep dan strategi pengembangan tata ruang wilayah pariwisata;
4. Penyajian informasi rencana tata ruang wilayah pariwisata dapat diwujudkan dalam bentuk peta-peta hasil rumusan rencana yang diperoleh atas dasar studi kompilasi data dan analisis data wilayah.

Geografi pariwisata merupakan ilmu geografi yang mengkaji aktivitas wisata, obyek wisata, fasilitas serta faktor-faktor pendukung dalam pariwisata yang merupakan bagian dari kajian geografi manusia yang memiliki karakteristik pembelajaran yang berkaitan erat dengan lingkungan sekitar (Lahay dkk., 2021). Geografi pariwisata mempelajari fenomena-fenomena yang terdapat di suatu wilayah yang mempunyai ciri khas tersendiri dengan segala keragaman sosial budaya, baik manusia maupun alam yang terdapat di suatu wilayah untuk memunculkan daya tariknya tersendiri.

Menurut Sujali (1989), geografi pariwisata sesuai dengan bidang atau lingkungannya, sasaran atau objek adalah objek wisata, sehingga pembahasannya ditekankan pada masalah bentuk, jenis, persebaran dan juga termasuk wisatawanannya sendiri sebagai konsumen dari objek wisata. Terdapat enam wilayah topik yang menyusun komponen geografi pariwisata yaitu: (1) Pola keruangan penawaran; (2) Pola keruangan permintaan; (3) Geografi tempat-tempat wisata; (4) Geografi dan aliran wisatawan; (5) Dampak pariwisata; dan (6) Model-model keruangan pariwisata.

Dalam kedudukannya geografi mempelajari pariwisata, yaitu geografi mempelajari persamaan dan perbedaan potensi wisata yang ada, dengan selalu melihat keterkaitan antara alam, antar aspek manusia dan manusia dengan alam. Persamaan dan perbedaan ini menimbulkan interaksi antar wilayah, dan gerakan orang dari satu tempat ke tempat lain. Geografi pariwisata pun selalu melihat dampaknya terhadap lingkungan alam, sosial ekonomi, dan budaya penduduk. Konsep-konsep geografi seperti lokasi, jarak, keterjangkauan, interaksi, keterkaitan, dan nilai guna selalu menjadi dasar dalam menjelaskan fenomena pariwisata. Geografi dan pariwisata sangat erat kaitannya, keduanya saling terkait dan saling membantu karena memiliki aspek kajian yang sama yaitu lingkungan dan manusia. Dengan adanya geografi di dalam kajian pariwisata maka pengelolaan pariwisata akan sesuai dengan daya dukung lahan dan menjadi efektif serta efisien.

B. Pentingnya Geografi dalam Bidang Pariwisata

Pendidikan tentang kepariwisataan merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan potensi kepariwisataan (kawasan wisata), karena bidang ini memerlukan tenaga kerja terampil yang secara terus menerus harus dikembangkan. Sebagai lulusan dari geografi juga dapat ikut andil dalam mengembangkan objek wisata di suatu daerah. Sebagai mahasiswa maupun wisatawan, alangkah lebih baiknya kita mempelajari geografi untuk menambah wawasan, terutama saat kita berada di suatu destinasi. Geografi berhubungan dengan lingkungan baik alam maupun manusia begitu pula dengan pariwisata yang juga erat kaitannya dengan struktur, bentuk, penggunaan lahan dan bentang alam.

Pariwisata bukan hanya sekadar kegiatan untuk bersenang-senang semata, namun di dalam aksinya juga terjadi aktivitas ekonomi komersial di dalamnya. Berbagai aktivitas ekonomi di permukaan bumi tersebut secara khusus juga dapat dikaji oleh geografer karena adanya pergerakan barang dan orang, dalam bentuk transportasi serta perdagangan (Maryani, 2000). Geografi sebagai bidang ilmu yang mengkaji kondisi alam, kondisi manusia, serta interaksi antara keduanya sangat berperan dalam upaya menyumbang usaha kepariwisataan, dengan memahami, mengenali karakteristik unsur-unsur geografi, memahami unsur-unsur pariwisata suatu daerah geografi pariwisata merupakan bidang ilmu terapan yang berusaha mengkaji unsur-unsur geografis suatu daerah untuk kepentingan kepariwisataan.

Sumbangan para ahli geografi pada materi kajian geografi pariwisata sangat besar. Pada awal perkembangan

kajian pariwisata banyak dilakukan para pengembara, pengelana dan penjelajah menggunakan ilmu geografi untuk eksplorasi daerah-daerah baru yang menarik dan menantang untuk dikunjungi. Para ahli geografi melaporkan perjalanannya itu kepada publik melalui media, sehingga menjadi perhatian dan menimbulkan keinginan untuk datang menikmati perjalanan ke daerah-daerah baru yang memiliki keragaman alam dan budaya yang berbeda dengan daerah asal. Dahulu kala itu, para ahli melaporkan hasil ekspedisi mereka ke raja atau sultan, sebagai pimpinan tertinggi untuk diambil kebijakan mengenai kegiatan apa yang layak untuk dilakukan di daerah-daerah baru. Apakah memperluas pengaruhnya, mempererat hubungan perdagangan, kerjasama pengembangan pemanfaatan sumberdaya, hingga perjalanan wisata menikmati keragaman keindahan alam dan budaya di daerah baru.

Perbedaan kondisi geografi yang ada di suatu wilayah dapat menyebabkan adanya keragaman dan karakteristik yang berbeda antara satu wilayah dengan wilayah lainnya. Perbedaan tersebut dapat menjadikan modal untuk mengembangkan setiap sektor yang ada di suatu wilayah tersebut salah satunya sektor pariwisata. Kehadiran geografi dalam mengkaji kemampuan suatu lahan yang ditinjau dari berbagai aspek untuk dijadikan sebagai objek wisata tentunya dapat mendukung dalam pembangunan pariwisata. Geografi secara menyeluruh dapat menganalisis pengembangan objek wisata yang ada di daerah tersebut, untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke daerah tersebut dan menikmati keindahan

yang terdapat di objek wisata tersebut, sehingga dapat memberikan dampak positif terhadap masyarakat sekitar objek wisata.

Objek wisata ini sendiri akan memberikan banyak keuntungan bagi daerah sekitar obyek wisata apabila diperhitungkan dengan baik. Dengan pengelolaan yang baik maka akan semakin banyak juga pengunjung yang datang ke obyek wisata baik wisatawan dari dalam dan luar daerah, sehingga akan medatangkan keuntungan bagi masyarakat sekitar. Hasil penelitian Wati dkk (2011), mengatakan jika menurunnya minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata Taman Bumi Kedaton Kelurahan Batu Putu Kecamatan Teluk Betung Utara Kota Bandar Lampung, disebabkan kurang bervariasi dan daya tarik objek wisata yang kurang menarik di objek tersebut baik itu daya tarik yang bersifat alami ataupun yang sengaja dibuat dan disajikan oleh pengelola.

Geografi dalam pembagunan industri pariwisata dapat berperan dengan memberikan usulan-usulan terutama dalam rencana dan strategi dalam sebuah pariwisata dalam suatu wilayah, seperti dengan memberikan informasi penawaran dan permintaan dalam sebuah pariwisata. Oleh karena itu, geografi dapat memberikan suatu analisisnya melalui pendekatan sistem informasi geografi yang memberikan informasi berupa keadaan fenomena keruangan dalam suatu pariwisata tertentu. Hasil penelitian Azhari (2019), mengatakan penelitian geografi pariwisata dalam pengembangan desa wisata Serang yang mengkaji keadaan unsur penawaran dan permintaan wisata, mampu memberikan informasi

keruangan dan strategi pengembangan pariwisata yang lebih baik.

Pemanfaatan teknologi dalam geografi seperti Sistem Informasi Geografi (SIG) juga dapat membantu pengembangan objek wisata. Dengan memanfaatkan teknologi Sistem Informasi Geografi (SIG), diharapkan mampu untuk menganalisis aspek ruang pada suatu daerah sehingga potensi-potensi wisata yang ada dapat dikembangkan menjadi obyek dan daya tarik wisata secara optimal yang dapat menarik kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara. Seperti halnya penelitian yang dilakukan oleh Bunruamkaew dan Murayama (2011), yang bertujuan untuk mengidentifikasi dan memprioritaskan potensi ekowisata di Provinsi Surat Thani, Thailand dengan menggunakan Metode GIS dan AHP. GIS berguna untuk membantu mengatasi banyak masalah keputusan spasial semi terstruktur yang sering dihadapi di dunia nyata.

Menurut Tussyadiah & Zach (2012), menyebutkan bahwa penggunaan teknologi berbasis geografis ketika berwisata menambah pengalaman dengan elemen yang lebih berbeda di destinasi. Teknologi berbasis geografis dapat digunakan sebelum, ketika dan sesudah perjalanan berwisata. Wisatawan dapat mengenali wilayah destinasi dan rencana rute perjalanan bahkan memesan pelayanan dan jasa di lokasi tujuan sebelum berwisata. Wisatawan juga dapat menggunakan teknologi geobased sebagai penunjuk arah menuju lokasi-lokasi wisata yang diinginkan.

Global Positioning System (GPS) merupakan sebuah alat yang sering digunakan oleh para geograf untuk

menentukan titik koordinat suatu wilayah. Adanya fasilitas GPS yang digunakan untuk mencari lokasi wisata, memudahkan pengguna untuk mengetahui keberadaan posisi objek wisata tersebut. Dalam menu GPS terdapat juga informasi mengenai keadaan cuaca yang dapat digunakan oleh wisatawan sebagai pertimbangan apakah akan berwisata pada hari tersebut. Hal ini juga akan sangat dibutuhkan bagi wisatawan yang biasanya melakukan perjalanannya ke alam liar atau ke dalam hutan. Adanya fasilitas rute pada GPS memudahkan bagi para wisatawan dapat mengetahui rute perjalanan yang harus di lalui untuk sampai ke tempat asal.

Berikutnya sebuah software geografi yang sangat sering digunakan saat ini yaitu Google Maps. Penggunaan Google Maps sangat bermanfaat bagi seseorang yang ingin melakukan perjalanan wisata. Google Maps adalah layanan pemetaan web yang dikembangkan Google. Dalam Google Maps, wisatawan dapat melihat citra satelit, foto udara, peta jalan, pemandangan jalan panorama interaktif 360° (Street View), kondisi lalu lintas dalam waktu nyata, dan perencanaan rute untuk bepergian dengan berjalan kaki, mobil, sepeda, udara (dalam versi beta) dan transportasi umum. Dengan fitur ini wisatawan akan mendapatkan view layaknya melihat lokasi secara nyata, sehingga akan mudah untuk mengenali suatu objek wisata. Google Maps juga menyediakan fitur share location sehingga wisatawan yang tersesat dapat membagikan lokasi dimana dia berada.

Dapat disimpulkan bahwasannya geografi pariwisata berperan penting dalam menunjang kelancaran aktivitas kepariwisataan baik dalam skala nasional maupun

internasional. Keterkaitan geografi dan pariwisata dapat pula kita lihat dari sistem kepariwisataan dalam suatu perjalanan pariwisata. Sistem ini memiliki tiga sub sistem yang saling berkaitan, yaitu sub sistem Daerah Asal Wisatawan, sub sistem Daerah Tujuan Wisatawan dan sub sistem Route. Peranan geografi dalam sistem ini adalah sebagai penghubung diantara ketiga sub sistem tersebut. Keterkaitan sistem tersebut akan beroperasi dengan baik jika jarak geografis dapat diketahui dan disiasati oleh ketiga sub sistem tersebut.

BAB III

GEOSFER SEBAGAI SUMBERDAYA WISATA

A. Sumberdaya Wisata

Sumber daya wisata merupakan segala sesuatu yang memainkan peran penting dalam menarik wisatawan untuk mempelajari kawasan termasuk di dalamnya sumber daya alam, peristiwa kepariwisataan, fasilitas rekreasi dan daya tarik wisata. Secara umum aktifitas pembangunan ekonomi telah memodifikasi sumber daya dan mengubah struktur dan pola konsumsinya, termasuk didalamnya oleh sektor pariwisata. Tidak dapat dipungkiri bahwa berjalannya industri pariwisata sangat bergantung pada sumber daya yang tersedia.

Menurut Pitana dan Diarta (2009), sumber daya diartikan sebagai atribut alam yang bersifat netral sampai ada campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia itu. Dalam konteks pariwisata, sumber daya diartikan sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber daya yang terkait dengan pengembangan pariwisata umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya minat khusus, di samping sumber daya manusia. Orang ataupun organisasi menggunakan sumber daya untuk beragam kegiatan pariwisata.

Dari aspek geografi, pariwisata merupakan suatu usaha pemanfaatan sumber daya (baik manusia, alam, teknologi dan lain-lain), dimana pemanfaatan sumber daya

itu sendiri adalah sebagai sesuatu yang memiliki nilai apabila sesuai dikelola dengan baik. Elemen dari sumber daya itu sendiri seperti air, pepohonan, udara, hamparan pegunungan, pantai, bentang alam dan sebagainya. Semua itu tidak akan menjadi sumber daya yang berguna bagi pariwisata, kecuali semua elemen tersebut dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karenanya, sumber daya memerlukan intervensi manusia untuk mengubahnya agar menjadi bermanfaat. Menurut Fennel (1999), sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi sumber daya pariwisata diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Lokasi geografis yang berkaitan dengan karakteristik ruang yang menentukan kondisi yang terkait dengan beberapa variabel lain;
2. Iklim dan cuaca yang ditentukan oleh latitude dan elevation diukur dari permukaan air laut, daratan, pegunungan, dan sebagainya;
3. Topografi dan landforms merupakan bentuk dari permukaan bumi (topografi) dan struktur permukaan bumi yang membuat beberapa areal geografis menjadi bentang alam yang unik;
4. Surface materials, berkaitan dengan sifat dan ragam material yang menyusun permukaan bumi yang sangat unik dan menarik sehingga bisa dikembangkan menjadi atraksi wisata alam;
5. Air memegang peran sangat penting dalam menentukan tipe dan level dari rekreasi outdoor, misalnya bisa dikembangkan jenis wisata pantai/bahari, danau, sungai, dan sebagainya;

6. Vegetasi yang merujuk pada keseluruhan kehidupan tumbuhan yang menutupi suatu area tertentu;
7. Fauna yang beragam berperan cukup signifikan terhadap aktivitas wisata baik dipandang dari sisi konsumsi (wisata berburu dan mincing) maupun nonkonsumsi (birdwatching).

Faktor sumberdaya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Berkaitan dengan hal tersebut. McIntosh (1995), memberikan gambaran atas berbagai peluang karir dalam industri pariwisata yang memanfaatkan dan digerakkan oleh sumberdaya manusia, seperti dibidang transportasi, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, shopping, travel dan sebagainya. Tidak hanya itu, budaya juga sangat penting perannya dalam pariwisata. Sumberdaya budaya yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Bangunan bersejarah, situs, monumen, museum, galeri seni, situs budaya kuno, dan sebagainya;
2. Seni dan patung kontemporer, arsitektur, tektile, pusat kerajinan tangan dan seni, pusat desain, studio artis, industri film dan penerbit, dan sebagainya;
3. Seni pertunjukkan, drama, sendra tari, lagu daerah, teater jalanan, eksibisi foto, festival, dan event khusus lainnya;
4. Peninggalan keagamaan seperti pura, candi, masjid, situs, dan sejenisnya;

5. Kegiatan dan cara hidup masyarakat lokal, sistem pendidikan sanggar, teknologi tradisional, cara kerja, dan sistem kehidupan setempat;
6. Perjalanan (trekking) ke tempat bersejarah menggunakan alat transportasi unik (berkuda, dokar, cikar dan sebagainya);
7. Mencoba kuliner (masakan) setempat dengan melihat persiapan, cara membuat, menyajikan dan menyantapnya merupakan atraksi budaya yang sangat menarik bagi wisatawan.

Budaya yang lahir dari manusia, menghasilkan sesuatu yang menarik bagi wisatawan untuk menikmati nilai estetika dari karya tersebut, misalnya rumah adat, kesenian, tempat peribadatan seperti mesjid, gereja, candi dan pura, upacara-upacara adat, peristiwa-peristiwa lainnya. Keunikan budaya suatu masyarakat menarik untuk dinikmati oleh masyarakat lain yang berbeda budayanya. Demikian pula dengan sumberdaya alam, wisatawan selalu ingin menikmati sumberdaya alam yang berbeda, seperti orang berdiam di daerah gunung ingin menikmati laut, orang yang diam di pinggir pantai ingin menikmati gunung.

Variasi dari sumberdaya alam menghasilkan fenomena kepariwisataan. Sumberdaya alam menghasilkan kemenarikan bagi pariwisata dalam bentuk laut, gunung, perbedaan iklim dan cuaca, danau, sungai dan kehidupan flora serta fauna. Adapun sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi sumber daya pariwisata meliputi lokasi geografis, iklim, topografi, material permukaan bumi, air, vegetasi dan kehidupan satwa. Dewasa ini banyak

daerah di Indonesia yang tengah giat membangun potensi pariwisatanya dengan cara pemanfaatan sumber daya alam.

Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah dengan demikian memiliki potensi pariwisata yang cukup besar untuk dikembangkan sebagai obyek wisata lebih lanjut. Pengembangan pariwisata adalah menjual daya tarik daerah berupa keindahan alam dan budaya yang khas. Menurut Hermawan (2014), mengatakan Untuk menjadi destinasi pariwisata suatu daerah harus memiliki setidaknya lima syarat yang harus terpenuhi, yaitu culture atau kebudayaan, nature atau alam, kuliner atau makanan, people atau masyarakatnya, dan syarat terakhir adalah transportasi atau akses jalan dan juga sarana prasarana seperti hotel dan penginapan juga pusat perbelanjaan khas yang harus memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung.

B. Sarana dan Parasaranan dalam Mendukung Sumbedaya Wisata

Sarana wisata merupakan perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung. Prasarana wisata segala sesuatu yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya menuju daerah tujuan pariwisata, seperti jalan, listrik, air, rumah sakit, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Tanpa sarana dan prasarana yang baik, tentunya kegiatan pariwisata akan menjadi terhambat dan sulit untuk berkembang. Spillane (1994), mengatakan salah satu masalah dalam mengembangkan pariwisata adalah tidak tersedianya fasilitas yang cukup

untuk menunjang pendidikan pariwisata. Tenaga kerja yang cakap, terampil, memiliki skill tinggi dan pengabdian pada bidangnya (professional) menjadi kebutuhan mutlak dalam bersaing di pasaran global.

Sarana dan prasarana kepariwisataan sesungguhnya merupakan tourist supply yang perlu disiapkan atau disediakan bila hendak mengembangkan industri pariwisata. Prasarana kepariwisataan sama seperti prasarana dalam perekonomian pada umumnya, karena kegiatan kepariwisataan pada hakekatnya tidak lain adalah sektor perekonomian juga. (Maryati, 2013). Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang merupakan juga salah satu permasalahan yang perlu mendapat perhatian. Dimana dalam hal ini dukungan sarana dan prasarana merupakan faktor penting untuk keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata dan sarana prasarana pendukung lainnya.

Masih banyak kawasan wisata yang sangat berpotensi tetapi masih belum didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu sarana dan prasarana yang dibangun hanya untuk kepentingan lokal saja, belum dapat melayani kebutuhan penyelenggaraan pariwisata di luar lokasi. Seperti misalnya penyediaan angkutan wisata hanya tersedia di area kawasan wisata saja, tetapi sarana angkutan untuk mencapai kawasan tersebut dari akses luar belum tersedia. Alangkah lebih baik jika sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak-pihak yang mengelola objek wisata dengan menggunakan ciri khas dari

daerahnya masing-masing. Tentunya ini akan menjadi keunikan tersendiri bagi para wisatawan.

Hasil penelitian Ghani (2017), mengungkapkan kombinasi sarana prasarana dengan unsur budaya lokal akan tercipta keunikan yang khas pada sarana prasarana pariwisata yang ada di Jawa Barat. Dengan demikian tingkat kunjungan wisatawan mancanegara akan semakin meningkat serta unsur budaya tidak akan hilang atau tergerus oleh budaya asing yang dibawa oleh wisatawan asing yang datang di Jawa Barat. Inovasi sarana prasarana merupakan cara terpenting dalam bidang pariwisata guna menciptakan nilai bagi pengunjung dan mencapai keunggulan yang kompetitif, Proses inovasi produk tersebut akan berdampak secara langsung terhadap keberhasilan suatu organisasi yang ditunjukkan dengan peningkatan revenue maupun profitnya (Elittan, 2009). Maka dari itu, pengembangan sarana prasarana pariwisata dengan mengedepankan unsur budaya merupakan suatu hal yang baru dan diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan serta mampu menaikkan kembali unsur budaya lokal yang sudah mulai tergerus oleh budaya asing.

C. Geosfer Sebagai Sumberdaya Wisata

Geosfer merupakan lapisan terluar dan bagian padat dari bumi yang sebagian besar terletak di dasar lautan, membentuk dasar laut, pulau, dan benua di bumi (Pratiwi, 2023). Geosfer, yang meliputi semua komponen fisik dari bumi, memainkan peran penting dalam menentukan daya tarik pariwisata suatu daerah. Lapisan-lapisan geosfer

seperti atmosfer, litosfer, hidrosfer, biosfer, dan antroposfer memberikan fondasi bagi keunikan dan keindahan alam yang menjadi daya tarik utama pariwisata. Misalnya, pemandangan alam yang menakjubkan yang terbentuk oleh bentangan pegunungan, lembah sungai, danau-danau indah, serta pantai-pantai yang menawan, semuanya dipengaruhi oleh interaksi kompleks antara lapisan-lapisan geosfer tersebut.

Ruanglingkup geosfer menyediakan beragam jenis wisata alam. Para wisatawan dapat menikmati keindahan alam yang dihasilkan oleh lapisan geosfer, sementara wisata budaya memperkaya pengalaman wisatawan dengan memperkenalkan mereka pada aspek-aspek sejarah dan kebudayaan yang terkait dengan lapisan-lapisan tersebut. Selain itu, lingkup geosfer juga mencakup potensi untuk pengembangan berbagai jenis wisata petualangan, seperti hiking, trekking, atau scuba diving, yang kesemuanya itu tentunya menawarkan pengalaman yang mendalam dengan alam yang indah.

1. Atmosfer

Bumi terselubungi oleh lapisan udara yang terdiri dari berbagai unsur gas, debu dan air. Lapisan udara yang menyelimuti/menyelubungi bumi disebut dengan atmosfer. Atmosfer merupakan lapisan yang menyelimuti sebuah planet, termasuk bumi dari 0 km di atas permukaan tanah hingga sekitar 560 km dari atas permukaan bumi. Unsur gas yang menyusun atmosfer adalah nitrogen dan oksigen. Selain berupa gas-gas di atmosfer juga terdapat debu dan air.

Atmosfer mencakup beberapa lapisan yang terdiri dari troposfer, stratosfer, mesosfer, termosfer, dan eksosfer. Pada lapisan atmosfer ditemu beberapa fenomena alam seperti pelangi, halilintar, angin, hujan, awan dan area kerja pesawat terbang di lapisan stratosfer. Hubungan lapisan atmosfer dengan pariwisata, lapisan atmosfer dapat mempengaruhi aktifitas pariwisata dan atmosfer juga dapat menjadi ruang destinasi wisata. Adapun wisata yang dapat dinikmati di lapisan atmosfer bumi adalah wisata balon udara, paralayang, paramotor dan terjun payung. Wisata laut seperti berselancar juga memerlukan tenaga angin yang ada di lapisan atmosfer untuk membentuk ombak yang besar agar dapat dimanfaatkan oleh wisatawan untuk berselancar.

2. Litosfer

Litosfer merupakan lapisan paling luar dari kerak bumi, sering digambarkan sebagai kulit bumi karena posisinya yang paling luar. Lapisan ini tersusun dari tiga jenis batuan utama, yaitu batuan beku, sedimen, dan metamorf. Litosfer memainkan peran vital dalam mendukung kehidupan di bumi, memberikan landasan bagi manusia, flora, dan fauna untuk hidup dan berkembang. Hubungan litosfer dan pariwisata adalah lapisan litosfer menjadi tempat terjadinya suatu destinasi wisata.

Litosfer menjadi wadah bagi destinasi wisata yang berada di permukaan bumi. Litosfer sangat berpengaruh terhadap lokasi wisata seperti gunung berapi, daerah karst, goa, karang, pegunungan, lembah dan relief bumi lainnya Geopark masuk ke dalam wisata litosfer karena fokus utamanya adalah pada ciri geologi, batuan, serta bentuk

lahan yang memiliki keunikan. Namun geopark juga terhubung pada lapisan antroposfer karena menjual warisan dan keunikan budaya.

3. Hidrosfer

Hidrosfer atau yang disebut juga sebagai lapisan air banyak menghasilkan sumber daya wisata. Aktivitas pariwisata sangat familiar dengan aktivitas yang berhubungan dengan air baik alami maupun buatan. Hubungan hidrosfer dengan pariwisata adalah fenomena hidrosfer dapat menghasilkan dan membentuk potensi wisata di muka bumi, seperti lautan, danau, gletser, air terjun, bahkan uap air di atmosfer dan kelembaban dalam tanah. Indonesia yang banyak memiliki sungai, danau dan air terjun tentunya memiliki potensi yang sangat besar untuk dijadikan sebagai destinasi wisata. Sebagai negara yang memiliki garis pantai terpanjang di dunia, akan sangat menguntungkan jika mampu mengelola destinasi wisata bahari. Indonesia sebagai negara bahari sangat cocok untuk pengembangan industri pariwisata yang berbasis air sebagai peluang bisnis dan entrepreneurship bagi masyarakat serta pelaku pariwisata dan olahraga.

4. Biosfer

Biosfer atau disebut sebagai lapisan makhluk hidup merupakan rumah bagi beragam bentuk kehidupan, termasuk tumbuhan, hewan, dan manusia. Secara esensial adalah lapisan di bumi dimana organisme hidup bisa ditemukan. Biosfer dapat dijelaskan sebagai gabungan atau keseluruhan dari sistem yang terbentuk antara litosfer, atmosfer dan hidrosfer. Bisa dikatakan sebagai lapisan kehidupan yang menjadi tempat dimana ada kesatuan

hidup flora dan fauna yang saling berinteraksi. Keanekaragaman, keunikan dan kekhasan flora fauna adalah salah satu modal bagi pengembangan pariwisata. Keanekaragaman flora dan fauna dapat menghasilkan berbagai objek wisata yang menarik.

Biosfer dimanfaatkan sebagai pariwisata yang menguntungkan dan dapat dijadikan pelestarian flora dan fauna. Biosfer yang dimanfaatkan sebagai pariwisata diantaranya suaka margasatwa, kebun binatang, hutan lindung, taman nasional, cagar alam, dan taman hutan raya (Tahura). Taman hutan raya adalah area yang dinyatakan oleh pemerintah dengan tujuan utama sebagai kawasan konservasi alam untuk mengumpulkan flora dan fauna alami atau buatan, baik yang asli maupun non-asli untuk kepentingan penelitian, pengetahuan ilmiah, pendidikan, mendukung pertanian, kebudayaan, pariwisata, dan rekreasi.

5. Antroposfer

Antroposfer merupakan ruang permukaan bumi tempat hidup makhluk hidup dengan segala aktivitas kehidupannya. Lapisan antroposfer Bisa juga dikatakan sebagai ruang temu antara sesama manusia dan makhluk hidup lainnya yang dapat menciptakan suatu sistem tersendiri atau satu keunikan tersendiri dalam kontak tersebut. Hubungan antara antroposfer dengan pariwisata mengacu pada interaksi antara manusia dan lingkungan budaya. Biasanya meliputi wisata sejarah dan wisata budaya. Adapun contohnya adalah lompat batu nias atau fahamo, yang menunjukkan bahwa pemuda yang

bersangkutan sudah dianggap dewasa dan matang secara fisik.

Menurut Hall dan Page (2006), menjelaskan geografi manusia sebagai cabang geografi yang mengkaji aspek antroposfer menempatkan pariwisata sebagai sub-disiplin kajian, guna memahami aspek pariwisata dengan pendekatan geografi manusia. Geografi dalam kajiannya memperhatikan tentang tema yang dijadikan pedoman untuk mengkaji fenomena pariwisata sebagai kegiatan manusia yang sudah ada sejak lama namun berkembang pada zaman millenium. Ada lima tema dalam geografi yaitu: areal differentiation, landscape, manenvironment, spatial distribution, geometric, kelima tema tersebut menjadi kunci tema yang dijadikan pendekatan geografi manusia dalam membahas pariwisata.

Geosfer memainkan peran penting dalam mendukung industri pariwisata melalui berbagai lapisan yang menyusunnya, yaitu atmosfer, litosfer, hidrosfer, biosfer, dan antroposfer. Setiap lapisan geosfer memberikan kontribusi yang berbeda terhadap daya tarik pariwisata. Pemahaman yang lebih mendalam tentang lingkup geosfer sangatlah penting. Dengan mempelajari karakteristik masing-masing dari lapisan geosfer dan interaksinya, para pengelola destinasi wisata dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing tinggi. Seiring dengan itu, penelitian lebih lanjut tentang lingkup geosfer akan membantu kita memahami lebih baik potensi-potensi baru untuk pengembangan pariwisata yang inovatif dan berkelanjutan di masa depan

BAB IV

KERAGAMAN OBJEK DAN DAYA TARIK WISATA

A. Objek dan Daya Tarik Wisata

Obyek wisata atau tempat wisata adalah sebuah tempat rekreasi atau tempat berwisata. Obyek wisata dapat berupa obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, panatai, laut, atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah, dan lainlain. Menurut Ananto (2018), menjelaskan objek wisata sebagai suatu tempat yang menjadi kunjungan pengunjung karena mempunyai sumberdaya, baik alami maupun buatan manusia, seperti keindahan alam atau pegunungan, pantai flora dan fauna, kebun binatang, bangunan kuno bersejarah, monumen-monumen, candi-candi, tari-tarian, atraksi dan kebudayaan khas lainnya. Menurut Siregar (2017), mengungkapkan bahwa objek wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata, objek wisata sangat erat hubungannya dengan daya tarik wisata. Daerah yang merupakan objek wisata harus memiliki keunikan yang menjadi sasaran utama apabila berkunjung ke daerah wisata tersebut. Keunikan suatu daerah wisata dapat dilihat dari budaya setempat, alam dan flora fauna, kemajuan teknologi dan unsur spiritual.

Objek/destinasi wisata adalah suatu area yang memiliki batasan fisik atau administrasi tertentu, yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan dengan menghabiskan waktu minimal 1 malam, dan di dalamnya terdapat komponen produk wisata. Batasan fisik atau administrasi akan memberikan pengaruh pada aspek

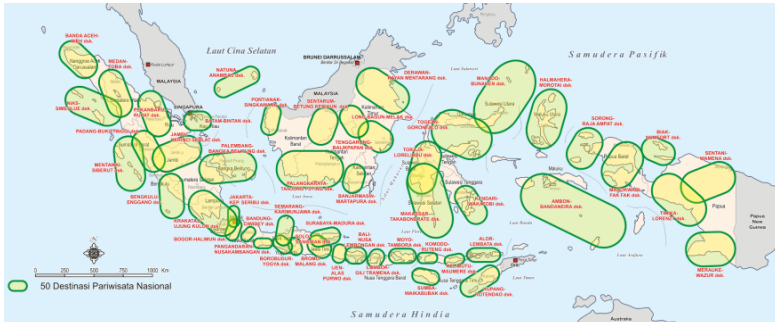
pengelolaan, sedangkan citra atau persepsi berimplikasi pada aspek daya saing (UN-WTO, 2004). Untuk menjadi destinasi pariwisata suatu daerah harus memiliki setidaknya lima syarat yang harus terpenuhi, yaitu culture atau kebudayaan, nature atau alam, kuliner atau makanan, people atau masyarakatnya, dan syarat terakhir adalah transportasi atau akses jalan dan juga sarana prasarana seperti hotel dan penginapan juga pusat perbelanjaan khas yang harus memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung.

Menurut UU RI No 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata, dinyatakan bahwa obyek dan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata baik itu pembangunan obyek dan daya tarik wisata, yang dilakukan dengan cara mengusahakan, mengelola dan membuat obyek-obyek baru sebagai obyek dan daya tarik wisata. Dalam undang-undang di atas, yang termasuk obyek dan daya tarik wisata terdiri dari :

- a. Obyek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa, yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna, seperti pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta hewan-hewan langka;
- b. Obyek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, pertanian (wisata agro), wisata tirta (air), wisata petualangan, taman rekreasi, dan tempat hiburan lainnya;
- c. Sasaran wisata minat khusus, seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan,

tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat-tempat ziarah, dan lain-lain;

- d. Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata, termasuk pengusahaan objek dan daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait di bidang tersebut.



Gambar 4.1 Sebaran Kluster Destinasi Pariwisata (Pangestu, 2012)

Suatu objek wisata harus meningkatkan kualitas objek menjadi lebih baik guna mendapatkan persepsi positif. Karena persepsi terhadap kualitas objek wisata yang dapat menjadi tolok ukur untuk melihat tingkat mutu suatu objek wisata. Kualitas objek wisata tidak hanya dapat dinilai dari kondisi objek wisata itu sendiri, namun dilihat juga dari fasilitas, pelayanan, jasa, pemasaran, dan aksesibilitas yang mendukung objek wisata tersebut. Penilaian pengunjung terhadap objek wisata yang ada dapat digunakan sebagai acuan untuk pengembangan objek wisata dimasa yang akan datang.

B. Objek dan Dayatarik Wisata Kabupaten Bireuen

1. **Objek Wisata Rumah Adat Tengku Chik Awe Geutah**

Indonesia memiliki banyak bangunan cagar budaya bergaya arsitektur kolonial yang dibangun pada masa penjajahan Belanda. Periode masa Hindia Belanda itulah yang membedakan antara gaya bangunan masa kolonial dengan bangunan yang lain. Dimulai dari Bangunan Cagar Budaya yang bergaya arsitektur Hindis, bahkan yang merupakan perpaduan dari gaya bangunan Hindi dan tradisional. Dalam pelaksanaan perlindungan maupun pengembangan bangunan Cagar Budaya (penelitian, revitalisasi, adaptasi) harus sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku diantaranya adalah Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta maupun peraturan perundang-undangan lainnya.

Menurut Faisal (2017), mengutarakan bahwa "Mengenal Rancang Bangun Rumah Adat di Indonesia akan mengantarkan mahasiswa memiliki sikap menghormati para leluhur yang memiliki kemampuan tinggi dalam arsitektur tradisional yang dapat dipelajari untuk kehidupan di masa mendatang." Salah satu bentuk arsitektur tradisional yang dapat kita kaji yaitu arsitektur rumah adat Tgk. Chik Awe Geutah. Secara umum, eksistensi rumah tradisional dalam perkembangan perumahan dan permukiman saat ini cenderung semakin terabaikan. Hal ini terjadi tidak hanya di kawasan perkotaan, namun di perdesaanpun rumah-rumah tradisional sudah mulai ditinggalkan atau tidak digunakan

lagi. Keadaan ini tidak terlepas dari perubahan pola kehidupan masyarakat, yang menuntut penyesuaian pada konsep hunian atau tempat tinggal agar dapat mengakomodasi kebutuhan manusia pada saat ini (Bramantyo, 2012).

a. Historis Objek Wisata Rumah Adat Tengku Chik Awe Geutah

Menurut sejarah, rumah tdk. Chik Awe Geutah merupakan peninggalan salah seorang ulama besar di daerah Bireuen yang bernama Tengku Chik Abdurrahim. Rumah tua ini diperkirakan memiliki usia sekitar 500 tahun tepatnya pada abad ke 13. Dengan usia bangunan yang sangat tua, tentu saja rumah ini memiliki cerita sejarah yang sangat luar biasa. Banyak benda unik dan menarik yang ada di rumah ini. Tgk. Chik Awe Geutah adalah seorang ulama besar yang berhijrah ke Aceh diperkirakan pada abad ke 13 beliau menetap dan sekaligus mengembangkan agama Islam yang aman dan damai sampai meninggal di desa pedalaman ini dan tidak diketahui tanggal dan tahun meninggalnya. Dalam catatan sejarah Bireuen dikenal sebagai daerah Jeumpa, Jeumpa merupakan sebuah kerajaan kecil yang pertama di Aceh.

Menurut Ibrahim Abduh dalam Ikhtisar Radja Jeumpa, Kerajaan Jeumpa terletak di Desa Blang Seupeung, Kecamatan Jeumpa, Kabupaten Bireuen. Tgk Chik Awe Geutah nama aslinya adalah Syaikh Abdurrahim Bawarith al-Asyi adalah anak Syaikh Jamaluddin Al-Bawaris dari Zabid Yaman. Tgk. Syaikh Abdurrahman akhirnya memilih untuk menetap di wilayah Jeumpa bersama beberapa

pengikutnya sementara ulama lainnya berpencar ke tempat lain. Dikisahkan ketika akan membuka lahan yang ditumbuhi rotan, Tgk. Syeikh Abdurrahman melihat salah satu pohon rotan yang mengeluarkan cahaya. Ketika dipotong, tampak tetesan getah rotan. Tgk. Syeikh Abdurrahman kemudian memberi nama daerah ini menjadi Awe Geutah dan sejak itu penyebaran agama Islam mulai dilakukan.

b. Letak Geografis Objek Wisata Rumah Adat Tengku Chik Awe Geutah

Rumah adat Tgk. Chik Awe Geutah berada di desa Awe Geutah, Kecamatan Peusangan Siblah Krueng, Kabupaten Bireun. Keberadaan rumah adat Tgk. Chik Awe Geutah ini secara astronomis berada di koordinat UTM 47 N 0255650 0569044. Secara geografis rumah adat tengku Chik Awe Geutah memiliki batas-batas sebagai berikut:

1. Sebelah utara berbatasan dengan jalan masuk kompleks Rumah Awe Geutah
2. Sebelah timur berbatasan dengan rumah penduduk
3. Sebelah selatan berbatasan dengan kebun
4. Sebelah barat berbatasan dengan kebun

Rumah adat Tgk. Chik Awe Geutah menghadap ke arah utara berukuran 19,00 x 11,00 meter. Bangunan terbuat dari kayu yang didirikan di atas umpak, beratap daun rumbia. Bangunan ini memiliki ciri rumah Aceh seperti Istana Tun Sri Lanang, Rumah Cut Mutia, Rumah Cut Nyak Dhien dengan bentuk lantai turun - naik (euk - troen). Secara umum bangunan rumah Tgk. Awe Geutah

didominasi oleh warna kecoklatan sebagai warna asli kayu penyusun bangunan.

c. Arsitektural Objek Wisata Rumah Adat Tengku Chik Awe Geutah

Pada bagian depan bangunan terdapat sebuah anjungan yang berdenah persegi. Bagian depan anjungani ni ditopang oleh dua buah tiang persegi delapan yang juga menyangga balok atap. Pada bagian bawah anjungan ini terdapat anak tangga yang menghubungkan anjungan dengan pintu masuk utama bangunan. Pada permukaan pipi tangga sisi kiri dan kanan terdapat ornamen motif bungong poeta taloe lhee yang dibatasi oleh ornamen bungong seulanga pada setiap panil hiasnya.



Gambar 4.2 Rumah Adat Tengku Chik Awe Geutah

Ornamen pada rumah adat Tgk. Chik Awe Geutah diukir mulai dari bagian bawah hingga bagian atas tangga. Pada bagian sudut bawah anjungan ini terdapat ornamen yang dikenal dengan motif lebah bergantung atau tiang berbentuk jantung yang diperkaya dengan ukiran motif bungong seulanga. Selain bersifat dekoratif, tiang jantung ini juga bersifat konstruktif yang menopang balok atap

anjungan. Atap anjungan ini berbentuk atap sudut, yang membentuk sudut karena kontruksi kerangka atapnya.

Dari hasil observasi yang dilakukan terlihat pengunjung di rumah panggung Tgk. Chik Awe Geutah ini hampir seperti di tempat wisata lainnya. Pada umumnya pengunjung yang datang ke rumah tersebut adalah untuk tujuan menunaikan nazar. Pengunjung yang bernazar diperbolehkan masuk ke kawasan pemakaman dengan alasan untuk menunaikan nazar mereka. Ada juga yang datang hanya untuk berfoto-foto di halaman rumah panggung tersebut dan bagi yang ingin melihat-lihat isi di dalam rumah cukup meminta izin dari penghuni rumah yang tak lain dan tak bukan merupakan keturunan dari Tgk. Chik Awe Geutah itu sendiri.

Hasil wawancara dengan salah satu pengurus rumah adat yang merupakan juga pewaris dari rumah adat tersebut dikatakan bahwasannya ada beberapa peraturan yang harus dipatuhi. Seperti tidak boleh terlalu berhura-hura apalagi di dekat pemakaman Tgk. Chik Awe Geutah, dilarang memasuki kawasan pemakaman kecuali dengan alasan tertentu. setiap wisatawan ataupun pengunjung yang datang dilarang mengambil gambar atau berfoto-foto di dekat area pemakaman Tgk. Chik Awe Geutah.

2. Objek Wisata Pantai Laut Jangka

Pantai laut Jangka atau lebih familiar disebut dengan pantai Jangka merupakan pantai yang terletak di kecamatan Jangka Kabupaten Bireuen. Pantai Jangka memiliki berbagai macam makanan seperti, rujak, mie instan, jus, dan berbagai makanan ringan lainnya. Salah satu keunikan pantai Jangka

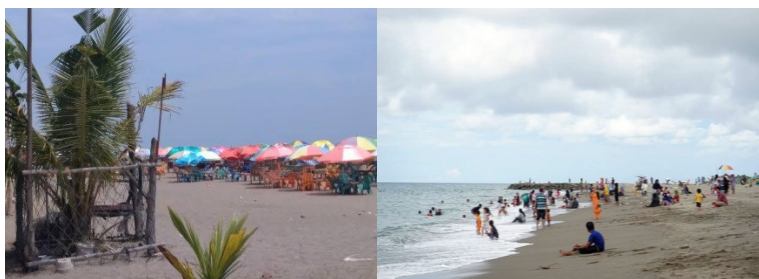
dibandingkan pantai lainnya adalah yaitu banyaknya terdapat tempat duduk yang beratapkan payung warna-warni yang menambah daya tarik pantai tersebut. Dari berbagai daerah, wisatawan silih berganti datang untuk menikmati hamparan lautan luas serta keindahan sunset pada sore hari.

Secara administratif, letak Pantai Jangka berada pada Kecamatan Jangka, Kabupaten Bireuen, Provinsi Aceh. Untuk menikmati keindahan dari pantai ini, para pengunjung setidaknya harus menempuh jarak kurang lebih 16 kilometer atau dengan melakukan perjalanan selama 30 menit dari pusat Kota Bireuen. Sebelum menjadi tempat wisata yang banyak dikunjungi wisatawan seperti sekarang, Pantai Jangka dikenal merupakan pantai yang kotor dan kumuh. Banyak sampah bertebaran, sehingga merusak pemandangan alam yang sesungguhnya sangat indah. Hal ini berubah ketika pemerintah setempat mulai mengembangkan pantai, dengan membangun beberapa fasilitas dan merawat kebersihan pantai.

Wilayah pesisir pantai memiliki potensi sumberdaya alam yang cukup beragam untuk dikembangkan, antara lain dari sektor perikanan, peternakan, pertanian, dan pariwisata. Sektor-sektor tersebut jika dikembangkan secara tepat berpeluang untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, terutama pengembangan sektor pariwisata dapat menggiatkan perekonomian masyarakat Purwaningsih, dkk (2016).

a. Keunikan Objek Wisata Pantai Jangka

Menurut Lewaherilla (2002), berpendapat bahwa "Wisata bahari adalah pasar khusus untuk orang yang sadar akan lingkungan dan tertarik untuk mengamati alam. Wisata bahari adalah bentuk wisata yang menggunakan atau memanfaatkan potensi lingkungan pantai sebagai daya tarik utama. Bentuk wisata bahari dapat bermacam-macam sesuai karakteristik pantai dan lingkungan sosial budaya yang ada di lingkungan pantai." Deburan ombak yang menyapa garis pantai seolah menyambut setiap wisatawan yang datang ke Pantai Jangka dengan pasir pantai berwarna kecoklatan. Di tepi pantai terlihat perahu nelayan berjejer rapi, saling terombang ambing diterpa gelombang ombak. Ketika tiba di lokasi pantai, terlihat deretan pohon cemara berserta berbagai benda hiasan yang digantung sebagai taman yang banyak dimanfaatkan oleh pengunjung untuk berfoto. Ketika memasuki kawasan pantainya terlihat pula pohon cemara yang rindang dan menciptakan suasana teduh dan alami.



Gambar 4.3 Kenampakan Pantai Laut Jangka

Setiap wisatawan bisa merasakan berenang atau bermain air bersama gulungan ombak yang silih ganti berdatangan. Karakter ombak di Pantai Kuala Jangka ini memang tak terlalu besar, sehingga cukup aman bagi wisatawan. Namun diharapkan para pengunjung tetap

berwaspada, dan jangan berenang terlalu ketengah. Karakter pasir pantai di tempat wisata ini berwarna kecoklatan dan sangat bersih. Diatas hamparan pasir ini, tersedia kursi dan meja yang ditutupi dengan payung-payung bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan pantai sambil menyantap ikan bakar atau menikmati es kelapa muda.

Pantai Jangka Selain menjadi salah satu wisata bahari unggulan Kabupaten Bireuen, Pantai Kuala Jangka juga merupakan pantai dimana masyarakat sekitar menggantungkan hidupnya dengan mencari ikan. Sebagian besar warga sekitar pantai bermata pencaharian sebagai nelayan, wisatawan juga bisa mendapatkan ikan segar dari para nelayan ini dengan harga yang jauh lebih murah. Wisatawan juga akan menemukan sebuah dermaga kecil yang disusun dari bebatuan gunung. Di dermaga yang biasa digunakan para pemancing, para pengunjung bisa lebih menikmati keindahan lautan luas, dan merasakan hembusan angin segar.

b. Sistem Pengelolaan Objek Wisata Pantai Jangka

Wisata satu ini dulunya merupakan pantai yang kotor, kumuh dan kurang perhatian oleh masyarakat maupu pemerintah. Namun, dengan seiring berjalannya waktu pantai ini dijadikan sebagai salah satu wisata Bireuen. Sistem pengelolaannya tentu saja berawal dari pemerintah setempat dalam melakukan pengembangan pantai seperti memberi fasilitas berupa lahan tempat parkir yang lumayan luas, ondok-pondok untuk wisatawan menikmati pantai dan melindungi diri dari terik matahari, melakukan penghijauan disekitar pantai, kamar mandi dan

mushalla sebagai tempat beribadah wisatawan dan pemerintah bekerja sama dengan masyarakat setempat dalam pengelolaan dan dana untuk menjadikan pantai Jangka sebagai tempat wisata.

Wisata pantai merupakan salah satu destinasi wisata yang paling banyak digemari oleh masyarakat pada umumnya. Namun, wisata pantai apabila tidak dilakukan dengan bijak, maka akan mengurangi nilai jual dari pantai itu sendiri. Menurut Nawawi (2013), menyebutkan bahwa "Pembangunan pantai sebagai tempat atau objek wisata bagi masyarakat mengharuskan pengelolaan lingkungan secara baik, karena saat ini bidang pariwisata menuntut kebersihan lingkungan yang sangat tinggi." Kebersihan lingkungan tidak bisa dibebankan kepada pemerintah saja atau lembaga pengelola pariwisata, hal ini harus melibatkan seluruh pihak yang terkait, termasuk masyarakat yang bertempat tinggal di kawasan tersebut.

Hasil temuan yang didapat melalui wawancara menunjukkan jika pantai Jangka dikelola oleh tiga desa. Tidak hanya itu, terkait dengan sampah yang ada di pantai Laut Jangka Jangka diambil langsung oleh dinas kebersihan kabupaten Bireuen untuk dibuang ke TPA. Hal ini dilakukan karena pengelola pantai Jangka telah membayar retribusi terkait dengan pengangkutan sampah. Pengembangan pariwisata akan menciptakan nilai tambah dalam segala aspek pariwisata, mulai dari sarana prasarana dan objek daya tarik wisata (Fajriah, 2014). Pengembangan sarana prasarana wisata bertujuan untuk menciptakan kepuasan wisatawan dalam menikmati waktu berliburnya. Inovasi sarana prasarana merupakan cara terpenting bagi

suatu organisasi guna menciptakan nilai bagi pengunjung dan mencapai keunggulan yang kompetitif.

c. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Pantai Jangka

Sarana pariwisata adalah segala sesuatu yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan lancar (Ghani, 2015). Fasilitas seperti sarana dan prasarana di Pantai Jangka ini terbilang cukup lengkap. Hal ini tak lepas dari campur tangan pemerintah yang menyulap pantai ini dari pantai yang kotor menjadi pantai wisata yang makin hari makin digandrungi oleh wisatawan. Di pantai Jangka ini telah dibangun fasilitas seperti tempat parkir yang luas, toilet umum, dan juga mushola untuk beribadah umat muslim. Untuk memasuki Pantai Jangka, wisatawan hanya dikenakan biaya masuk sebesar Rp. 5.000 per orang dengan kendaraan roda dan 10.000 untuk yang menaiki kendaraan roda empat.



Gambar 4.4 Mushallah dan Tempat Parkir Pantai Laut Jangka

Selama berkunjung ke lokasi ini, ditemukan beberapa fasilitas pendukung seperti mushalla dan tempat parkir yang luas, Masyarakat yang berwirausaha di pantai

Jangka juga telah membangun beberapa pondok-pondok di sekitar pantai yang dihubungkan dengan jalan setapak yang telah dibangun dengan cor beton. Pondok-pondok ini biasanya digunakan para wisatawan untuk menikmati kuliner yang dijual warung-warung yang tak jauh dari pondok tersebut. Jika ingin merasakan sensasi berbeda, pengunjung juga bisa menikmati sajian beberapa cemilan yang telah disediakan di atas meja yang disediakan pengelola ditepi pantai. Menurut Gahni (2017), menjelaskan bahwa "Sarana pelengkap dan sarana pokok berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi memiliki fungsi lain yaitu, membuat wisatawan atau pengunjung daerah tujuan wisata lebih banyak mengeluarkan dan membelanjakan uangnya di tempat tujuan wisata yang mereka kunjungi."

3. Objek Wisata Pantai Ujong Blang Bireuen

Pantai Ujong Blang terletak di bagian utara kota Bireuen. Lokasi pantai Ujong Blang, Kecamatan Kuala hanya ditempuh sekitar 4 kilometer dari pusat Kota Bireuen. Ujong Blang mencoba mengembangkan pariwisata bahari di sektor pantainya termasuk kawasan pertaniannya. Areal sawah yang membentang sekitar pantai membuat suasana lebih nyaman, apalagi petani berhasil memanfaatkan lahan itu untuk bercocok tanam semangka karena struktur tanahnya yang mendukung. Pada saat musim semangka tiba, banyak warga lokal yang menjual semangka hasil panen mereka di sepanjang jalan menuju ke tempat wisata pantai Ujong Blang. Sehingga para pengunjung pada saat itu tidak perlu repot-repot membeli di luar atau membawa

semangka dari rumah saat melakukan rekreasi di pantai. Tak hanya semangka yang dapat dipilih langsung di sepanjang jalan ke pantai Ujong Blang, ada juga sayur daun bayam, daun bawang, sawi serta daun kangkung.



Gambar 4.5 Hasil Budi Daya Tanaman Masyarakat Ujong Blang Bireuen

Berdasarkan temuan di lapangan, terlihat kawasan pesisir Ujong Blang Bireuen telah dimanfaatkan oleh masyarakat untuk penanaman tanaman buah dan palawija. Pemanfaatan lahan ini tentunya sangat menguntungkan, baik bagi masyarakat yang ada di kawasan pantai maupun yang berada di kawasan pesisir. Melihat potensi pariwisata bahari yang cukup menjanjikan untuk dikembangkan, pemerintah menjadikan pariwisata bahari sebagai salah satu fokus yang perlu dikembangkan (Kemenparekraf, 2020). Pariwisata di daerah juga bisa membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang dapat terlihat dari terbukanya lapangan kerja, bertambahnya pendapatan masyarakat disekitar lokasi wisata (Remi et al, 2017).

a. **Keunikan Objek Wisata Pantai Ujong Blang Bireuen**

Pantai Ujong Blang terbilang ramai pengunjung disebabkan oleh jaraknya yang terbilang dekat jika ditempuh dari pusat kota Bireuen dan bahkan tidak hanya

pengunjung yang berasal dari kabupaten Bireuen saja yang datang ke sana, bahkan pengunjung dari Takengon pun ramai dijumpai disana terutama dihari libur. Pantai Ujong Blang ini sangat ramai dikunjungi masyarakat saat di akhir pekan seperti pada saat hari Minggu. Pada umumnya wisatawan lokal seperti masyarakat Bireuen datang ke pantai untuk membawa keluarga guna dapat bermain bersama keluarga dan mandi bersama. Walaupun ombaknya tidak cukup besar, namun menjadi daya tarik tersendiri bagi para wisatawan untuk berkunjung ke pantai Ujong Blang Bireuen. Pemandangan pantai yang khas dan aktifitas nelayan kawasan itu juga menjadi daya tarik tersendiri dan memberikan pemandangan indah untuk dinikmati di pantai Ujong Blang.

b. Sistem Pengelolaan Objek Wisata Pantai Ujong Blang Bireuen

Untuk sistem pengelolaannya, pantai Ujong Blang dikelola oleh pemerintah dan masyarakat setempat. Peran pemerintah di sini misalnya dalam hal pemberdayaan atau penanggung kesejahteraan masyarakat pesisir seperti bantuan untuk para nelayan berupa alat-alat menangkap ikan maupun perahu sebagai prasarana bagi para penduduk pesisir untuk mencari nafkah. Peran lainnya seperti pengelolaan ketertiban pengunjung seperti pada masa pandemi seperti sekarang ini, penetapan protokol kesehatan bagi para pengunjung, penutupan tempat wisata untuk sementara waktu demi kebaikan masyarakat itu sendiri.

Peran masyarakat dalam pengelolaan pantai Ujong Blang yang berada di kabupaten Bireuen ini seperti penjagaan kebersihan sekitar pantai, ada sebagian

masyarakat yang ikut membersihkan atau mengutip sampah yang berserakan di sekitar pantai. Karna jika pantai kotor hal ini akan menurunkan daya tarik pengunjung untuk berdatangan ke pantai Ujong Blang. Sedangkan kehadiran para pengunjung sangat menguntungkan bagi perekonomian mereka, terutama masyarakat yang bermata pencaharian sebagai pedagang di area pantai Ujong Blang.

Menurut Syarief (2010), mengatakan bahwa memberdayakan masyarakat pesisir tidak seperti memberdayakan kelompok-kelompok masyarakat lainnya, karena di dalam habitat pesisir terdapat banyak kelompok kehidupan masyarakat antara lain masyarakat nelayan tangkap, nelayan pengumpul/bakul, nelayan buruh, nelayan tambak, petani, dan pelaku usaha pariwisata. Masing-masing kelompok masyarakat tersebut memerlukan pendekatan yang berbeda, sehingga program pemberdayaan masyarakat pesisir harus didesain dengan tidak menyamaratakan antara satu kelompok dengan kelompok yang lain, antara wilayah pesisir satu dengan yang lain.

c. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Pantai Ujong Blang Bireuen

Sarana dan prasarana pariwisata adalah unsur-unsur yang melengkapi dan bertujuan untuk memudahkan proses kegiatan pariwisata dapat berjalan lancar. Pengunjung pantai Ujong Blang tidak perlu membayar uang masuk ataupun tiket, hanya saja mereka perlu membayar uang parkir sebesar Rp. 5000 untuk sepeda motor dan Rp. 10.000 untuk mobil. Adapun sarana yang tersedia di lokasi pantai Ujong Blang Bireuen tersebut berupa warung-

warung tempat menyediakan makanan dan minuman. Selain itu juga di sini sudah ada tempat untuk menikmati konsumsi atau bersantai yang memadai. Untuk toilet juga tersedia pada destinasi wisata Ujong Blang Bireuen, hanya saja tempat ini belum terdapat mushalla bagi para pengunjung yang akan melangsungkan ibadah, hal ini cukup memprihatinkan padahal mushalla merupakan salah satu fasilitas pokok yang sangat dibutuhkan para pengunjung.

Pembangunan sarana dan prasarana terus digiatkan oleh pengelola objek wisata pantai Ujong Blang Bireuen. Menurut Suwantoro (2004), menjelaskan bahwa pembangunan sarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan, dan secara kuantitatif yang menunjukkan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan.”



Gambar 4.6 Pondok Tempat Bersantai di Pantai Ujong Blang Bireuen

Pada gambar terlihat beberapa gazebo telah disediakan oleh pihak pengelola pariwisata. Keberadaan sarana yang memadai tentunya menjadi syarat wajib yang harus dipenuhi oleh pengelola objek wisata. Pengembangan sarana prasarana wisata bertujuan untuk menciptakan kepuasan wisatawan dalam menikmati waktu berliburnya, Tidak hanya itu program lainnya seperti peningkatan daya saing produk pariwisata sangat diperlukan guna mendorong penguatan struktur industri pariwisata (Soebiyantoro, 2008). Di hari-hari besar seperti lebaran ada peningkatan sarana bagi wisatawan yang berkunjung ke pantai Ujong Blang Bireuen, seperti ada yang menyewakan ban dalam mobil bekas untuk pelampung berenang. Tempat pembuangan sampah juga sepertinya masih terbatas, hal ini terlihat dari masih banyaknya sampah yang berserakan di pinggir pantai. Tidak hanya makanan untuk pengunjung yang dijual di sana, bahkan ada juga yang menjual umpan pancing, jadi bagi pengunjung yang berniat memancing tidak perlu susah-susah membawa umpan pancingan dari rumah atau mencari di tempat lain.

d. Aktivitas Pengunjung/Wisatawan

Aktivitas pengunjung di pantai Ujong Blang seperti, berenang, berkuda, bermain volly pantai, bermain bola kaki, memancing, membantu para nelayan menarik pukat di pagi hari, ada yang sengaja datang saat matahari terbit untuk melakukan terapi pantai yaitu mengubur diri di pasir pantai. Bahkan ada juga yang memilih tetap berada di pantai saat sore hari hanya untuk menyaksikan matahari

tenggelam. Tidak sedikit pihak sekolah atau instalasi lainnya yang melakukan kegiatan study tour atau kuliah alam di lokasi tersebut. Ada juga instalasi pendidikan setempat yang membawa murid-murid mereka untuk melakukan observasi dengan tema tertentu di sana, ada juga yang datang untuk melakukan senam pagi maupun olahraga lainnya.

Tidak hanya bermain air, banyak juga pengunjung terutama anak-anak yang bermain dan mengubur diri mereka di pasir saat sore hari seperti terapi pasir yang umumnya dilakukan dipagi hari dengan tujuan hanya untuk bersenang-senang. Sebagaimana pantai pada umumnya, semakin sore pantai Ujong Blang ini semakin padat oleh pengunjung bahkan hingga waktu magrib tiba dengan alasan ingin menyaksikan matahari terbenam atau sunset. Tidak hanya datang untuk bersenang-senang, ada juga sekumpulan pengunjung yang berasal dari perkumpulan tertentu yang melakukan kegiatan terpuji seperti aksi membersihkan pantai. Ada juga yang datang ke pantai Ujong Blang untuk merayakan momen tertentu dan lain-lain.

Saat ini pantai pantai Ujong Blang Bireuen mengalami penurunan jumlah pengunjung, hal ini dikarenakan adanya wabah virus corona yang sedang merebak. Berdasarkan keputusan pemerintah yang menganjurkan masyarakat melakukan lockdown atau dilarang melakukan aktivitas di luar rumah termasuk mengunjungi tempat-tempat wisata. Namun tempat wisata tetap dibuka seperti biasa dengan mengikuti protokol kesehatan seperti memakai masker salah satunya. Bagi para

pengunjung yang datang dipagi hari mereka dapat duduk bersantai melakukan terapi pasir sambil menikmati pemandangan nelayan menarik pukat hingga matahari terbit. Banyak juga diantara para pengunjung yang membantu nelayan menarik pukatnya dan kemudian diberikan beberapa ekor ikan segar oleh nelayan yang telah dibantu. Bahkan ada juga yang melakukan permainan seperti sepak bola dan volley pantai. Selain itu, pada pantai Ujong Blang ada menyewakan kuda untuk ditunggangi oleh pengunjung dengan tarif sebesar Rp. 10.000 perorang.

4. Objek Wisata Pantai Ujong Seuke

Pantai Pasie Ujong Seuke yang terletak di desa Blang Kubu kecamatan Peudada menjadi arena bagi anak-anak untuk bermain. Pantai ini Hanya berjarak sekitar 500 meter arah utara jalan nasional Medan-Banda Aceh. Kawasan Pantai Ujong Seuke tersebut merupakan salah satu destinasi wisata baru di kabupaten Bireuen. Laut dan pantainya yang bersih serta dihiasi dengan berbagai jenis tanaman bunga dan pohon seuke yang rindang dan indah menambah keindahan pantai tersebut.



Gambar 4.7 Kenampakan Lokasi Wisata Ujong Seuke

Berdasarkan hasil pengamatan seperti yang tampak pada gambar di atas, para pengunjung juga bisa berselfi ria di taman bunga di bibir pantai. Selain itu, di pantai tersebut disediakan arena permainan balapan motor gokar. Sehingga suasana menjadi meriah dan menyenangkan. Masyarakat yang berwisata ke Pantai Ujong Seuke terbilang cukup ramai di kabupaten Bireuen setelah pantai Jangka, apalagi pada hari libur atau minggu terjadi peningkatan kunjungan yang signifikan. Menurut Nuraini, warga Blang Kubu, Peudada, penjual makanan dan minuman segar di Pantai Ujong Seuke mengatakan, setiap hari libur atau Minggu ramai pengunjung.

Jarak pondok yang begitu dekat dengan bibir pantai agak sedikit rawan terhadap ombak air laut. Kondisi air laut yang mengalami pasang surut tentunya sedikit mempengaruhi objek wisata pantai Ujong Seuke. Terkadang di pantai Ujong Seuke kondisi air lautnya ketika sedang pasang, dimana air sampai mengalir ke pondok-pondok tempat para pengunjung berteduh pada pagi hari dan pada sore harinya air laut menjadi semakin pasang. Hal ini terkadang menjadi permasalahan tersendiri yang membuat pengunjung tidak berani berdatangan di waktu-waktu tersebut. Namun hal ini tidak berlangsung lama, selang beberapa hari kemudian kondisi pantai kembali normal dan pengunjung kembali ramai mendatangi tempat wisata Ujong Seuke ini.

a. Keunikan Objek Wisata Pantai Ujong Seuke

Pantai Ujong Seuke memiliki keunikan tersendiri seperti adanya motor pendek beroda empat (ATV) dengan

begitu para pengunjung dapat menikmati suasana laut dengan menaiki kendaraan tersebut. Semua pemilik keudai minum pantai ujung seuke pada umumnya menyediakan dua ATV untuk disewakan kepada para pengunjung dengan tarif sekitar 20.000 per sepuluh menit. Pengunjung bebas menyusuri pantai sampai ke bagian ujung pantai Ujong Seuke peudada.



Gamabar 4.8 Ketersediaan ATV di Pantai Ujong Seuke

Keunikan lainnya di pantai Ujong Seuke tidak ada biaya masuk dan parkir, pengunjung hanya cukup membayar uang makan saja. Di sana juga memiliki tempat untuk menikmati suasana laut yang dihiasi dengan cat warna-warni. Dipantai tersebut juga memiliki arena swa foto, pengelola pantai juga taman bunga, ayunan, rangkaian bunga berbentuk love yang membuat daya tarik tersendiri bagi yang hobi foto selfi, baik sendiri, bersama teman maupun bareng keluarga tercinta. Pihak pengelola kawasan pantai tersebut juga tidak menyewakan pondok-pondok tempat berteduh bagi pengunjung. Semua pondok tempat berteduh bagi pengunjung, juga tidak kami disewakan alias gratis.

b. Sistem Pengelolaan Objek Wisata Pantai Ujong Seuke

Wisata pantai ujung seuke merupakan pantai yang kurang diperhatikan oleh masyarakat maupun pemerintah namun, dengan seiring berjalannya waktu pantai ini dijadikan sebagai salah satu wisata di Bireuen. Sistem pengelolaannya berawal dari masyarakat setempat dalam melakukan pengembangan pantai, seperti membersihkan lahan yang kosong menjadi tempat parkir yang lumayan luas, pondok-pondok, untuk wisatawan menikmati pantai dan melindungi diri dari teriknya matahari, serta dihiasi dengan berbagai bunga atau tanaman bunga dan pohon seuke yang rindang dan indah, para pengunjung juga bisa berselfi ria ditaman bunga dan bibir pantai.

Sistem pengelolaan objek wisata pantai yang selama ini masih dilakukan dengan memanfaatkan swadaya dari masyarakat, tentunya ini akan sedikit terkendala dengan terbatasnya anggaran dalam pengembangan destinasi tersebut. Namun ini semua tidak menyurutkan niat masyarakat setempat untuk tetap mengembangkan pantai tersebut untuk tetap exis. Pantai ujung seuke dalam pengelolaannya juga menyediakan arena permainan motor Golkar suasana menjadi meriah dan menyenangkan dan pengelolaan pantai tersebut menyediakan kamar mandi dan musalla sebagai tempat beribadah.

Ada beberapa hal yang menjadi perhatian dalam pengembangan wisata pantai Ujong Seuke. Sebagian jalan menuju ke wisata pantai Ujong Seuke Peudada masih belum beraspal, sehingga saat musim hujan jalanan menjadi becek. Sebaliknya, pada saat hari pans jalan akan berdebu dan sangat mengganggu penglihatan. Agar pengembangan

wisata bahari dapat tercapai dengan maksimal, dibutuhkan strategi yang aplikatif dan solutif. Menurut Fretess at al (dalam Munandar dkk, 2013), megutarakan "Untuk mengembangkan wisata bahari perlu dilakukan pengembangan produk, yang merupakan strategi meningkatkan pengembangan produk pariwisata untuk memanfaatkan semua potensiyang dimiliki."

c. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Pantai Ujong Seukee

Keberadaan prasarana berguna untuk menunjang segala aktivitas wisata. Oleh karena itu, prasarana pariwisata sangat penting keberadaannya bagi sebuah destinasi wisata (Warpani dalam Kiswanto 2019). Beberapa fasilitas pendukung dikawasan wisata alam itu, seperti jalan, mushalla, dan MCK masih sangat minim, walaupun masih di buat dengan seng tetapi tempatnya bersihhan tetapi tempat parkirnya lumayan luas dan juga ada pelindung paranet di atasnya jadi pengunjung dapat memakirkan dengan aman dan terhindar dari panas sinar matahari.



Gambar 4.9 Sarana yang Terdapat di Pantai Ujong Seukee

Jika melihat dari sarana dan prasarananya, pantai Ujong Seukee sudah lebih baik khususnya dibandingkan

dengan beberapa kawasan pantai yang ada di kabupaten Bireuen. Hanya saja ke depan mungkin diperlukan strategi yang tepat yang memasarkan destinasi wisata ini. Menurut Kotler (2006), menjelaskan “Pemasaran adalah proses sosial yang dengan proses itu individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan pihak lain.

d. Aktivitas Pengunjung (Wisatawan)

Pantai ujung seuke yang berada di desa Blang Kubu kecamatan Peudada membuat sejumlah penikmat wisata pantai berbondong-bondong bersama komunitas atau keluarga berkumpul menghirup udara pantai dengan tiupan angin sepoi-sepoi sambil menikmati es kelapa muda maupun makanan yang dibawa dari rumah di pondok yang telah disediakan pengelola pantai secara gratis. Saat mengunjungi pantai Ujong Seuke hal yang paling digemari pengunjung baik anak-anak, remaja, maupun orang dewasa adalah mengendarai motor beroda empat atau disebut dengan ATV. Mereka tidak perlu membawa ATV mereka sendiri karena disana sudah ada orang yang menyewakan ATV mereka yang dikenakan tarif per-menit 1 menit dikenakan tarif sebesar RP. 2000. Satu ATV bisa menampung paling banyak 4 orang, satu orang dewasa dan tiga orang anak-anak.

Para wisatawan yang hadir di Pantai Ujong Seuku yang berlokasi di kecamatan Peudada kabupaten Bireuen, Selain dapat bermain ATV, wisatawan juga dapat melakukan aktifitas lain. Wisatawan atau pengunjung

ketika berwisata di pantai Ujong Seuke dapat menikmati kuliner yang tersedia dan dapat melakukan banyak hal lain seperti berenang, membuat menara pasir, mengubur setengah badannya di pasir pantai yang dipercaya dapat menyembuhkan beberapa penyakit dan yang tak terlewatkan adalah mengabadikan momen atau berfoto selfie dengan menampakkan pemandangan jejeran pohon cemara yang rapi dan hamparan pasir yang luas.

e. Objek Wisata Krueng Simpo

Sub DAS krueng Simpo secara administrasi berada pada dua kabupaten yaitu Kabupaten Bener Meriah dan Bireuen dan kecamatan yaitu pintu Rime Gayo, Juli dan Peusangan. Krueng Simpo merupakan salah satu objek wisata dengan panorama alur sungai yang sejuk di Kabupaten Bireuen. Wisata satu ini sangat populer bagi masyarakat Bireuen dan sekitarnya pada tahun 90-an, dulunya setiap akhir pekan dan hari libur banyak orang menghabiskan waktu untuk berkunjung ke Krueng Simpo, namun perlahan-lahan wisata Krueng Simpo mulai sepi pengunjung, bahkan hampir dilupakan keberadaannya.

Objek wisata Krueng Simpo masih banyak menyediakan pondok-pondok untuk persinggahan yang menjual beraneka makanan dan minuman, letaknya tepat di pinggir Krueng Simpo, dengan gemericik suara air pengunjung bisa beristirahat dengan santai. Airnya sangat jernih dan sejuk menggiring siapapun yang berkunjung untuk menikmati sensasi mandi bersama keluarga di sini. Sebenarnya panoramanya masih cukup indah yang membedakannya sepanjang alur Krueng Simpo sudah

menjadi lahan perkebunan Kelapa Sawit milik perusahaan swasta.



Gambar 4.10 Kenampakan Destinasi Wisata Krueng Simpo

Sampai sekarang wisata yang satu ini belum terlirik oleh Pemerintah Kabupaten Bireuen. Seandainya sedikit saja dibenahi Krueng Simpo pasti kembali menebar pesonanya bagi masyarakat Bireuen dan sekitarnya juga akan menambah Pendapatan Daerah. Serta akan meningkatkan ekonomi masyarakat yang berjualan di sekitar Wisata Krueng Simpo. Maraknya tempat-tempat wisata yang dibenahi dengan konsep indah dan warna warni untuk menarik minat pengunjung, contohnya saja seperti wisata pantai Jangka di kabupaten Bireuen yang ditata dengan konsep taman pantai . Ternyata langkah ini menarik banyak pengunjung, kalau dipikir-pikir pantainya masih pantai yang sama, yang berubah cuma penampilan dengan sedikit konsep wisata. Hal ini bukan tidak mungkin diterapkan untuk Krueng Simpo agar kembali menjadi salah satu Pesona Wisata Bireuen, apalagi dengan letaknya yang sangat strategis di pinggir jalan lintas Bireuen-Takengon.

a. Keunikan Objek Wisata Krueng Simpo

Krueng Simpo terletak persis di pinggir badan jalan negara. Hal ini sangat memudahkan para wisatawan untuk mengaksesnya. Di sepanjang pinggir sungai Krueng Simpo itu, berdiri gubuk-gubuk kecil yang berlantai papan beratapkan daun rumbia. Kios-kios berukuran kecil, sedang hingga besar juga banyak berjajar. Ukuran Krueng Simpo memang tidak terlalu lebar. Namun, yang mengasyikkan dari wisatawan yang berkunjung kemari yaitu keadaan sungai yang dipenuhi oleh bebatuan yang menarik untuk dinikmati buat para pengunjungnya. Airnya yang jernih sehingga tampak jelas ikan-ikan kecil di dasar sungai semakin memikat hati. Ditambah lagi deretan pohon sawit nan hijau di sisi kanan dan kiri yang membuat nyaman perasaan.

Kawasan Krueng Simpo yang berada di kecamatan Juli kabupaten Bireuen, memiliki keunikan tersendiri, yaitu lokasinya yang berada pada jalur strategis diantara jalan Aceh Tengah dan Bireuen. Oleh karena lokasinya yang sedemikian rupa bisa dimanfaatkan sebagai tempat persinggahan bagi wisatawan. Tak sedikit pelancong yang menikmati makanan dengan duduk di atas bebatuan sembari menjulurkan kaki ke dalam aliran air. Suasana seperti ini membuat pengunjung betah berlama-lama sambil bercengkerama dengan anggota rombongan, kawan atau lainnya. Pada setiap hari libur krueng simpo ini banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal maupun luar daerah seperti Aceh Tengah, Bener Meriah, Lhokseumawe dan Aceh Utara.

Krueng simpo memiliki arus sungai yang deras, di mana di tempat ini sangat cocok juga untuk dijadikan

sebagai kawasan arung jeram. Oleh sebab itu, untuk menambah minat para wisata maka di kawasan ini mulai dikembangkan wisata arung jeram bagi komunitas tertentu. Kondisi debit air sungai Krueng Simpo terkadang bisa berubah sesuai dengan cuaca yang berlangsung. Pada umumnya jika musim hujan berlangsung, debit air sungai mengalami kenaikan bahkan bisa sampai banjir dan meluap ke desa yang ada di sekitarnya dan dapat membahayakan para pengendara yang melintasi jalan tersebut.

b. Sistem Pengelolaan Objek Wisata Krueng Simpo

Objek wisata krueng simpo memiliki banyak potensi namun kurangnya dana dan tenaga profesional menjadi salah satu kendala sehingga potensi tersebut belum banyak yang dikembangkan. Sistem pengelolaan objek wisata krueng simpo telah mengalami penyusutan dalam pemeliharaan dan pelestarian tempat. Dan saat ini objek wisata ini dikelola secara swadaya masyarakat dengan menggunakan sistem kontrak yaitu memperoleh kesempatan bagi setiap daerah kawasan krueng simpo untuk mengelola dan melestarikan objek ini. Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS) merupakan salah satu aspek dari Pengelolaan Sumber Daya Air (PSDA) pada suatu Wilayah Pengembangan Sumber Air (WPSA) yang merupakan upaya pendayagunaan sumber-sumber air secara terpadu dengan upaya pengendalian dan pelestariannya (Suganda, dkk. 2009).

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2012 tentang Pengelolaan DAS, Pengelolaan DAS adalah upaya manusia dalam mengatur hubungan timbal balik antara SDA (sumberdaya alam) dengan manusia dan

segala aktivitasnya di dalam DAS agar terwujud keseimbangan ekosistem sehingga manfaat dari DAS dapat dirasakan manusia secara berkelanjutan). Dalam kaitannya dengan pembangunan, pengelolaan DAS perlu mencermati bahwa pembangunan DAS merupakan sebuah sistem multi dimensi yang sangat kompleks dimana apabila dilakukan pada salah satu komponennya akan berdampak pada komponen lain, bahkan akan menimbulkan konflik.

Lebih lanjut lagi menurut Kartodihardho (2004), mengungkapkan bahwa "Pengelolaan DAS dipahami sebagai pengelolaan seluruh sumberdaya yang ada di dalam secara rasional dengan tujuan mencapai keuntungan maksimum dalam waktu yang tidak terbatas dengan resiko kerusakan lingkungan yang seminimal mungkin, atau dengan kata lain dilaksanakan dengan prinsip kelestarian sumberdaya (resources sustainability)." Dalam konteks pengelolaan yang lebih luas, maka pengelolaan DAS dapat dipandang sebagai suatu sistem sumberdaya (ekologis), satuan pengembangan sosial ekonomi dan satuan pengaturan tata ruang wilayah yang menyiratkan keterpaduan dan keseimbangan antara prinsip produktifitas dan konservasi sumberdaya alam.

c. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Krueng Simpo

Destinasi wisata krueng simpo memiliki sarana dan prasarana yang sangat memadai. kelayakan sarana prasarana tempat ini masih di bawah katagori layak pakai, dikarenakan tempat ini belum tersedianya fasilitas WC, tempat ganti pakaian, hal ini menyebabkan terganggunya kenyamanan pengunjung. Tempat parkir objek wisata ini

juga masih belum terjamin aman, pengawasan yang dilakukan belum satgas aman.



Gambar 4.11 Sarana yang Terdapat di Krueng Simpo

Hasil observasi yang dilakukan oleh penulis menunjukkan lokasi parkir di objek wisata Krueng Simpo ditempatkan di dalam kawasan jauh dari jangkauan keramaian yang bisa menyebabkan kehilangan. Objek wisata ini membutuhkan perhatian dari pemerintah dan pihak warga setempat, agar semua fasilitas tersedia selayaknya. Untuk mengelola objek wisata tidak bisa dijalankan oleh satu pihak saja melainkan dibutuhkan kerja sama antara semua pihak yang bersangkutan. Jadi dapat disimpulkan bahwa wisata krueng simpo adalah objek wisata yang belum terfasilitasi dengan kelengkapan sarana dan prasarana.

d. Aktivitas Pengunjung (Wisatawan)

Objek wisata krueng simpo memiliki arus debit sungai deras, hal ini bisa dimanfaatkan oleh pengunjung sebagai objek menarik untuk melakukan arung jeram. Namun hal yang sangat disayangkan dari objek ini yaitu belum tersedianya perahu karet sebagai fasilitasnya, sehingga hal ini mengakibatkan kejenuhan bagi

pengunjung. Wisata krueng simpo ini memiliki udara yang sedikit sejuk karena memiliki banyak pepohonan.

Letak objek wisata krueng simpo yang berlokasi di antara perkebunan sawit, dapat dijadikan juga sebagai tempat untuk berkemah hal ini dikarenakan tempatnya yang sangat strategis. Krueng Simpo yang memiliki arus deras saat ini telah dijadikan sebagai kawasan wisata arung jeram. Kurangnya minat masyarakat terhadap daya tarik wisata Krueng Dimpo sekarang yaitu dikarenakan banyaknya tempat wisata baru yang bermunculan yang dianggap lebih eksotis. Bila Pemkab Bireuen dan pihak terkait tidak segera bertindak untuk membenahi tempat wisata Krueng simpo bukan tak mungkin dalam lima tahun ke depan objek wisata Krueng simpo akan ditinggalkan pelancong dan beralih ketempat lain.

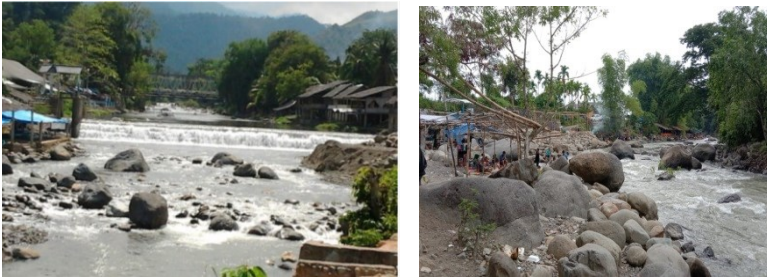
6. Objek Wisata Batee Iliek

Batee Iliek merupakan salah satu gampong yang berada di Kecamatan Samalanga kabupaten Bireuen. Gampong ini berada di perbatasan antara kabupaten Bireuen dan Pidie Jaya tepatnya berada di bantaran sungai Batee Iliek. Destinasi wisata yang satu ini sebenarnya sebuah sungai yang cukup besar dengan debit air yang cukup bersahabat untuk dijadikan sebagai tempat pemandian. Meski hanya berupa sebuah sungai saja, namun objek wisata ini banyak dikunjungi oleh wisatawan lokal, Hulu Krueng Batee Iliek berada di gugusan pegunungan Bukit Barisan. Sekitar 1990 an, bebatuan di sana masih begitu banyak dan agak sulit untuk dijadikan sebagai tempat pemandian. seiring waktu berjalan bebatuan yang

ada di alur sungai itu semakin lama semakin berkurang, sehingga dapat dijadikan sebagai lokasi untuk pemandian dan menambah keindahan tersendiri bagi lokasi tersebut.

a. Keunikan Objek Wisata Batee Iliek

Daya tarik wisatawan untuk berkunjung di objek wisata Krueng Batee Iliek yaitu untuk menikmati air yang jernih dan sejuk mengalir di antara bebatuan. Untuk saat ini di lokasi pinggiran sungai telah banyak di bangun pondok-pondok pedagang yang menyediakan makanan dan minuman ringan. Krueng Batee Iliek kerap dijadikan sebagai tempat istirahat sejenak dari para pengunjung yang melakukan perjalanan jauh. Sebagai tempat rekreasi keluarga sambil menikmati kudapan khas kabupaten tersebut atau yang biasa disebut “lincih/rujak Batee Iliek”. Tidak hanya itu, sebagian pengunjung yang datang berkelompok biasanya membawa makanan dan menggelar tikar.



Gambar 4.12 Kenampakan Aliran Krueng Batee Iliek

Berdasarkan hasil obervasi disaat bukan hari libur kerja, kondisi objek wisata Krueng Batee Iliek terlihat sepi. Berkunjung ke Krueng Batee Iliek, belum lengkap jika belum berendam dan berenang di air yang dingin dan menjadi salah satu magnit yang membuat banyak warga dari sejumlah daerah berkunjung ke Batee Iliek, selain aman

sebab arusnya bersahabat. Krueng Batee Iliek kerap terlihat ramai pengunjung setiap hari Minggu dan hari besar lainnya seperti saat memperingati hari libur Nasional dan saat meugang menjelang bulan suci Ramadan serta pada musim libur lebaran.

Krueng Batee Iliek begitu mempesona dengan banyaknya terdapat batu-batuan besar yang dapat menahan laju aliran air sehingga arusnya tidak terlalu deras dan juga mempermudah bagi anak-anak maupun orang dewasa untuk berenang dan menyeberang dari satu titik ke titik lain. Pohon-pohon rindang yang tumbuh di pinggir sungai selain berfungsi mencegah erosi, juga berfungsi untuk menambah keteduhan saat pengunjung duduk di batu-batu besar yang ingin menikmati pemandangan sambil mengemil rujak khas Batee Iliek.

b. Sistem Pengelolaan Objek Wisata Batee Iliek

Pengelolaan objek wisata pada konsep pariwisata di kenal dengan istilah Destination Management Organization (DMO), secara praktik bertujuan untuk mendorong peningkatan kualitas dan daya saing destinasi pariwisata. Konsep ini juga dianggap sebagai perwujudan prinsip tata kelola dalam memecahkan masalah-masalah publik yang berhubungan dengan pembangunan kepariwisataan. DMO sangat penting dalam melaksanakan pengelolaan objek wisata karena konsep ini dianggap instrumen manajemen dalam sistem pembangunan destinasi pariwisata (Saputra, 2020).

Wisata Bate Iliek ini adalah salah satu yang dulunya merupakan sungai yang kotor dan kumuh penuh dengan daun-daun yang bertebaran, ranting, dan juga kurang diperhatikan oleh masyarakat maupun pemerintah namun dengan seiring berjalannya waktu sungai ini dijadikan sebagai salah satu wisata Bireuen. Dikarenakan bebatuannya sangat besar yang mendukung untuk dijadikan sebagai sistem pengelolaannya. Dalam hal ini pemerintah bekerja sama dengan masyarakat setempat dalam pengelolaan untuk menjadikan sungai tersebut sebagai tempat wisata yang diminati oleh masyarakat.

Terkadang meningkatnya jumlah pengunjung membuat fasilitas yang ada tidak dapat menampung pengguna dengan baik. Begitu juga dengan pedagang yang berjualan semakin ramai namun ada sebagian pedagang yang membuka lapak dagangan pada tempat yang tak lazim dan berbahaya bagi keselamatan maka dari itu perlu adanya usaha perbaikan sistem pengelolaan parkir, penambahan fasilitas serta penataan kembali supaya wadah wisata Bate Iliek dapat menampung segala aktivitas yang ada didalamnya dengan baik.

Desain bangunan yang kreatif mungkin yang dibuat oleh penduduk setempat serta dilengkapi dengan sarana-sarana pendukung agar para pengunjung dapat menikmati rekreasi di Krueng Bate Iliek ini dengan menyenangkan. Konsep yang dihadirkan pada desain wisata Bate Iliek ini memunculkan konsep wisata alam dengan tujuan untuk rekreasi. Konsep rekreasi sendiri tampil dengan menghadirkan segala unsur-unsur rekreasi

yang dapat membuat para pengunjung menjadi terhibur dan nyaman dengan kondisi di dalamnya.

c. Sarana dan Prasarana Objek Wisata Batee Iliiek

Menurut Inskeep (1991), menjelaskan bahwa sarana pariwisata disebut sebagai ujung tombak usaha kepariwisataan dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata dimana keberadaannya sangat tergantung kepada adanya kegiatan perjalanan wisata. Destinasi wisata yang satu ini sebenarnya sebuah sungai yang cukup besar dengan debit air yang cukup bersahabat. Meski hanya berupa sebuah sungai saja, namun penataan dan fasilitas cukup modern. Ada tempat parkir yang luas, toilet, ruang ganti dan beragam kuliner ada di wisata pemandian ini. Tentu saja fasilitas dan layanan sesuai dengan harga yang harus dikeluarkan.

Banyak pengunjung yang memanfaatkan wisata pemandian untuk melakukan aktivitas seru dan menyenangkan seperti bermain air atau berenang. Sebagian lagi memilih untuk duduk santai sambil berfoto atau merekam video. Meningkatnya jumlah pengunjung membuat fasilitas yang ada tidak dapat menampung pengguna dengan baik. Begitu juga dengan pedagang yang berjualan semakin ramai namun ada sebagian pedagang yang membuka lapak dagangan pada tempat yang kurang layak dan berbahaya bagi keselamatan.

Lokasi Batee Iliiek yang berada di jalan Medan-Banda Aceh dan bertepatan dengan tikungan jalan dengan sistem parkir yang kurang memadai menyebabkan timbulnya masalah kemacetan, sehingga mengganggu aktifitas lalu

lintas kendaraan yang melintasi lokasi wisata Batee Iliek ini. Perlu adanya perbaikan sistem pengelolaan parkir, penambahan fasilitas serta penataan kembali supaya wadah wisata Batee Iliek dapat menampung segala aktifitas yang ada di dalamnya dengan baik. Perlu adanya desain bangunan yang kreatif dan sarana-sarana pendukung supaya pengunjung bisa menikmati suasana rekreasi yang menyenangkan.

d. Aktifitas Pengunjung (Wisatawan)

Aktifitas pengunjung yang datang berkunjung ke objek wisata Batee Iliek, hampirlah sama seperti aktifitas pengunjung di tempat wisata air pada umumnya. Sebagian ada yang berenang sambil berendam di air sungai yang sejuk dengan terik matahari yang menambah kesan hangat dan santai saat bermain air. Ada juga yang menyewa ban mobil bekas sebagai pelampung untuk memudahkan bagi para pengunjung yang ingin bermain air tetapi takut tenggelam karena tidak memiliki kecakapan untuk berenang, ada yang sekedar memancing.



Gambar 4.13 Aktifitas Pengunjung di Krueng Batee Iliek

Hasil pengamatan di lapangan menunjukkan jika masyarakat yang berkunjung ke lokasi objek wisata Krueng

Batee Iliek sedang menikmati keseruan mandi bersama keluarga. Sebagian pengunjung ada juga yang datang kemudian memesan makanan seperti mie instan yang dimasak oleh pedagang di sana, kemudian berfoto-foto atau membuat video yang kemudian mereka unggah di akun media sosial milik mereka. Ada juga yang berkunjung ke Batee Iliek untuk melakukan perayaan tertentu di sana. Suasana di sana memang sangat cocok untuk diabadikan, dengan pemandangan pepohonan yang rindang di pinggir sungai, ditambah dengan batu-batuan besar yang menambah kesan alami saat ditangkap oleh kamera. Bukan hanya untuk bersenang-senang saja, bahkan ada juga pengunjung yang datang untuk tujuan pendidikan seperti untuk keperluan mengumpulkan data tertentu dengan cara melakukan observasi di tempat tersebut.

BAB V

KETERKAITAN ANTAR SEKTOR DALAM KEPARIWISATAAN

A. Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata pada dasarnya merupakan kegiatan yang berhubungan dengan objek wisata dan kegiatan pendukung pariwisata. Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 Pasal 14 menyebutkan bahwa sektor pariwisata meliputi beberapa usaha pariwisata yaitu: daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta; dan spa. Sektor pariwisata memberi dampak yang sangat besar bagi masyarakat, terutama masyarakat yang berada di kawasan atau lokasi yang menjadi tujuan wisata. Menurut United Nations World Tourism Organization (UNWTO), sektor pariwisata berperan penting dalam menyumbang 9% dari total GDP dunia. Sektor pariwisata mampu menarik banyak tenaga kerja, hal ini menjadikan sektor pariwisata sebagai satu dari 11 pekerjaan yang paling banyak menyerap tenaga kerja. Pada tahun 2014 sektor pariwisata telah menyumbang 6% dari total ekspor dunia atau sebesar US\$ 1.5 triliun (UNWTO, 2014).

Sektor pariwisata Indonesia dinilai paling siap untuk menghadapi ASEAN Economic Community (AEC) karena Indonesia memiliki potensi pariwisata yang menarik, namun masih memiliki kekurangan seperti infrastruktur

yang belum memadai (jalan raya menuju ke lokasi wisata atau lainnya). Selain itu, pembangunan dermaga untuk berlabuhnya kapal pesiar juga belum memadai. Dari sisi sumber daya manusia, Indonesia perlu memiliki keterampilan dan kemampuan bersaing, seperti peningkatan produktifitas serta kemampuan berbahasa inggris. Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah pendanaan untuk sektor pariwisata yang berkelanjutan. Sektor pariwisata juga harus memiliki kompetensi khas yang dapat menjadi keunikan tersendiri bagi wisatawan. Setiap objek wisata harus mampu menampilkan keunikan tersendiri yang dapat dijual untuk menarik minat berkunjung wisatawan.

Menurut Samimi, dkk (2011), menjelaskan pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekspor yang paling signifikan di banyak negara berkembang. Perkembangan pariwisata tidak hanya meningkatkan pendapatan devisa, tetapi juga menciptakan kesempatan kerja, merangsang pertumbuhan industri pariwisata dan memicu pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Dengan demikian, pengembangan pariwisata telah menjadi target yang penting bagi sebagian besar pemerintah, terutama untuk negara berkembang. Perkembangan pariwisata menyebabkan pertumbuhan pendapatan rumah tangga dan pendapatan pemerintah secara langsung dan tidak langsung dengan cara efek multiplier.

Faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan sektor pariwisata adalah: Pertama, jumlah wisatawan yang pendapatannya meningkat. Secara teoritis, semakin lama wisatawan tinggal di satu tempat, semakin banyak aktivitas

konsumen yang diperoleh dari wisatawan domestik dan asing, dan semakin banyak pendapatan yang diperoleh dari sektor pariwisata di daerah tersebut. Kedua, tarif akomodasi hotel adalah jenis perusahaan yang melayani masyarakat umum dan wisatawan. Ketersediaan kamar hotel dan fasilitas memadai membuat wisatawan lebih nyaman dan betah tinggal lebih lama, Oleh karena itu industri perhotelan akan meningkatkan pendapatan atau penjualan hotel. Jika faktor-faktor tersebut terus ditingkatkan maka akan meningkatkan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada ASEAN Economic Community (AEC). Pada akhirnya branding Wonderful Indonesia semakin populer di kawasan ASEAN dan kancah Internasional, sehingga jumlah wisatawan ke Indonesia kian meningkat.

B. Keterkaitan Antar Komponen Sektor Pariwisata

Pariwisata merupakan industri jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari daerah atau negara asal ke daerah tujuan wisata, hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai komponen seperti biro perjalanan, pemandu wisata (guide), tour operator, akomodasi, restoran, artshop, moneychanger, transportasi, dan yang lainnya. Pariwisata juga menawarkan jenis produk dan wisata yang beragam, mulai dari wisata alam, wisata budaya, wisata sejarah, wisata buatan, hingga beragam wisata minat khusus.

Objek wisata merupakan komponen utama dari sektor pariwisata yang menentukan arah kemajuan dari sektor pariwisata. Semakin banyak daerah tersebut

memiliki objek wisata, maka akan semakin banyak mendatangkan wisatawan yang akan berkunjung ke sana. Terkait dengan hal tersebut, Rosa et al. (2016), telah melakukan penelitian mengenai analisis sektor pariwisata terhadap PAD Kabupaten Pesisir Selatan tahun 2004-2014. Hasil analisisnya menunjukkan bahwa jumlah objek wisata dan jumlah wisatawan mempunyai pengaruh terhadap PAD,

Aspek lingkungan dalam suatu objek wisata menjadi sangat penting yang harus tetap diperhatikan dalam pengembangan pariwisata yang tetap disertai dengan usaha-usaha pelestarian lingkungan. Tiga indikator penilaian aspek lingkungan pariwisata berkelanjutan yaitu: (1) *Landscape*, hal ini berkaitan dengan faktor-faktor lingkungan alami yang ada pada kawasan; (2) Kualitas udara, dalam hal ini destinasi wisata harusnya tidak berdampak buruk bagi wisatawan (tidak berpolusi); dan (3) Kualitas air, dengan maksud destinasi wisata harus memiliki sumber dan aliran air yang baik untuk dapat di manfaatkan warga sekitar dan juga wisatawan (Anna Spenceley, 2005).

Pada komponen wisata terdapat sub variabel berupa sarana, prasarana dan aksesibilitas. Sarana dan prasarana berperan utama sebagai penunjang kegiatan wisatawan. Infrastruktur dalam pariwisata merupakan salah satu unsur penunjang yang sangat penting, karena jika tidak ada infrastruktur yang memadai maka akses untuk ke tempat destinasi pariwisata akan sulit sehingga wisatawan jarang berkunjung. Dari destinasi yang ditargetkan harus disertai peningkatan infrastruktur, seperti pembangunan sarana

dan prasarana transportasi, pembangunan fasilitas umum, pemeliharaan kawasan, penyediaan. Pembangunan infrastruktur yang memadai dapat menstimulasi terjadinya peningkatan kinerja sektor pariwisata Indonesia sehingga dapat bersaing dengan negara ASEAN lainnya, seperti Singapura dan Thailand. Pembangunan infrastruktur yang dilakukan seperti perbaikan jalan, ketersediaan transportasi dan rambu-rambu jalan, peningkatan sarana dan prasarana, serta peningkatan akses informasi melalui media internet seperti media sosial dan website resmi destinasi, dan loket informasi.

Aksesibilitas merupakan unsur pendukung dalam pergerakan wisatawan di daerah tujuan wisata. Dalam sub variabel aksesibilitas terdapat indikator berupa ketersediaan jaringan jalan, ketersediaan atribut penunjuk jalan, ketersediaan lokasi transit/parkir, dan kondisi perkerasan jalan yang menunjang kegiatan wisata. Komponen daya tarik wisata yang menawarkan keberagaman dan keunikan dari suatu objek wisata, akan lebih baik jika berada dalam satu wilayah geografis. Tentunya hal ini harus didukung dengan akses yang baik. Ketersediaan akses dan terkonsentrasinya suatu objek wisata akan menjadikan kegiatan pariwisata semakin efektif. Hal ini terkadang dikarenakan pergerakan wisatawan yang terbatas dalam mengunjungi objek wisata. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan pariwisata (Estevao & Ferreira, 2009) yang menjelaskan komponen integrasi fisik yang merupakan sekumpulan atraksi dengan keberagaman jenis dan terkonsentrasi di wilayah geografis yang terbatas yang menghasilkan efisiensi dalam kegiatan pariwisata.

Sektor pariwisata dapat membuka banyak lapangan kerja sehingga dapat mengurangi tingkat pengangguran yang tentu saja berdampak baik untuk kesejahteraan masyarakat. Sektor ini memberikan kesempatan bagi para pengusaha kecil hingga pengusaha besar karena menyerap dari berbagai usaha, antara lain perhotelan atau penginapan untuk tempat menginap selama berwisata, jasa transportasi, guide, rumah makan atau restoran, ticketing, dan lain-lain. Menurut Wahab (2003), menjelaskan pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, yang mampu meningkatkan standar hidup serta memiliki potensi menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya.

C. Peran Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Daerah

Salah satu tujuan pembangunan suatu daerah adalah meningkatkan perekonomian daerah tersebut. Peningkatan perekonomian tidak hanya berorientasi pada perkembangan dan pertumbuhan Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB) saja, tetapi itu juga mempertimbangkan laju pertumbuhan dan pertambahan penduduk. Sejak diberlakukannya UU No. 32 Tahun 2004 tentang Otonomi Daerah, setiap daerah diberikan kebebasan dan kewenangan untuk menentukan arah pembangunan ekonominya masing-masing. Untuk itu diperlukan kemampuan daerah dalam menggali dan mengembangkan potensi-potensi yang dimiliki sebagai sumber kegiatan perekonomian. Penentuan sektor basis dan

unggulan diharapkan dapat berperan sebagai penggerak utama (prime mover) dalam pertumbuhan suatu wilayah.

Pemerintah sedang menincar perencanaan pembangunan daerah dengan pengembangan sektor pariwisata. Pemerintah menganggap bahwa sektor pariwisata adalah salah satu sektor strategis dalam pengembangan perekonomian daerah sesuai dengan potensi yang mereka miliki. Dengan adanya program pemerintah untuk meningkatkan penerimaan dari sektor pariwisata maka sektor ini harus mendapat perhatian khusus pemerintah daerah. Pembangunan sektor pariwisata harus terus ditingkatkan dengan mengembangkan pendayagunaan seluruh sumber dan potensi kepariwisataan yang ada.

Sektor pariwisata berpengaruh terhadap peningkatan ekonomi suatu negara. Pertumbuhan ekonomi dideskripsikan sebagai suatu proses yang tidak dapat dinilai dalam waktu sesaat. Perekonomian dinilai sebagai sesuatu yang dinamis, suatu yang kerap bergerak seiring dengan berjalannya waktu dengan menekankan pada perubahan atau perkembangan itu sendiri. Sehingga perekonomian dilihat sebagai hal yang berkembang dan berubah dari waktu ke waktu. Pertumbuhan ekonomi merupakan gambaran secara umum tentang bagaimana aktivitas ekonomi di suatu negara dari produksi hingga konsumsi, menghasilkan tambahan pendapatan masyarakat di suatu periode.

Pertumbuhan ekonomi merupakan cerminan dari kemampuan perekonomian sebuah negara dalam hal produksi barang dan jasa, daya beli masyarakat, tingkat

inflasi perekonomian negara tersebut, pengeluaran pemerintah, dan sebagainya (Boediono, 1992). Suatu negara mengalami pertumbuhan ekonomi ketika terjadi sebuah peningkatan pada output yang dihasilkan oleh negara tersebut yang digunakan sebagai pengukur kemajuan suatu negara. Pertumbuhan ekonomi akan ditandai dengan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) riil untuk tingkat nasional atau Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) untuk tingkat daerah yang merupakan pendapatan total atau pengeluaran total atas output barang dan jasa dalam suatu periode tertentu. Kebijakan ekonomi yang dapat menaikkan tingkat pertumbuhan output perlu dilakukan karena dipandang sebagai salah satu syarat yang diperlukan untuk memperbaiki kesejahteraan masyarakat di negara berkembang.

Penelitian Amnar, dkk (2017), yang bertujuan untuk menyelidiki pengaruh jumlah wisatawan mancanegara, jumlah wisatawan nusantara, jumlah lokasi wisata, dan jumlah kamar hotel, baik secara parsial maupun secara keseluruhan terhadap pertumbuhan ekonomi Kota Sabang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua variabel bebas yang digunakan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama maupun parsial terhadap pertumbuhan ekonomi regional Kota Sabang Provinsi Aceh. Penelitian yang sama dilakukan oleh Bojanic dan Lo (2016), menemukan bahwa pariwisata sangat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi di sebagian besar negara-negara terutama negara yang terdiri dari pulau-pulau. Negara kepulauan memiliki lebih banyak obyek wisata sehingga pendapatan dari pajak dan retribusi yang diperoleh melalui

obyek wisata tersebut mampu mendongkrak pertumbuhan ekonomi daerah.

Pendapatan dari sektor pariwisata merupakan salah satu pemasukan yang dapat meminimalisir defisit dari perdagangan luar negeri. Hal itu menyebabkan adanya fluktuasi dalam permintaan pariwisata merupakan hal yang menjadi perhatian bagi pengelola dan pemerintah negara terkait. Sementara itu, fluktuasi dari nilai tukar yang memiliki peran untuk menentukan struktur ekspor serta impor suatu negara juga memiliki kontribusi dalam penentuan struktur penawaran dan permintaan dari sektor pariwisata (Bozkurt, et al., 2021).

Sektor pariwisata merupakan sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah. Program pengembangan dan pendayagunaan sumber daya dan potensi pariwisata daerah diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pembangunan ekonomi. Kedatangan wisatawan pada suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) telah memberikan kemakmuran dan kesejahteraan bagi penduduk setempat. Seperti halnya dengan sektor lainnya, pariwisata juga berpengaruh terhadap perekonomian di suatu daerah atau negara tujuan wisata. Dalam hal ini pariwisata menyumbang penerimaan kepada daerah dalam bentuk pajak dan retribusi yang akan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Salah satu indikator yang digunakan untuk mengetahui dampak pariwisata terhadap perekonomian daerah dan juga sebagai salah satu faktor penentu tingginya tingkat perekonomian daerah adalah adanya peningkatan

PAD yang diterima daerah (Mardianis dan Syartika, 2018). Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan penerimaan dari pungutan pajak daerah, retribusi daerah, hasil dari perusahaan daerah, penerimaan dari dinas-dinas dan penerimaan lainnya yang termasuk dalam PAD yang bersangkutan, dan merupakan pendapatan daerah yang sah. Semakin tinggi peranan PAD dalam suatu daerah merupakan cerminan keberhasilan usaha-usaha atau tingkat kemampuan daerah dalam pembiayaan penyelenggaraan pemerintahan dan pembangunan (Suhendi, 2007).

Majunya industri pariwisata suatu daerah sangat bergantung kepada jumlah wisatawan yang datang, karena itu harus ditunjang dengan peningkatan pemanfaatan Daerah Tujuan Wisata (DTW), sehingga industri pariwisata akan berkembang dengan baik. Kunjungan wisatawan yang tinggi terhadap suatu daerah dengan tujuan berwisata, tentunya akan meningkatkan penerimaan pariwisata bagi suatu daerah. Penerimaan pariwisata adalah hasil dari aktivitas ekonomi yang dilakukan wisatawan dengan tujuan mendapatkan fasilitas yang dibutuhkan selama berwisata. Pengeluaran ini termasuk biaya yang dikeluarkan untuk akomodasi, transportasi, makan dan minum, pemandu wisata, paket tur, tiket pertunjukan seni, tiket hiburan rekreasi, cinderamata, biaya belanja dan sebagainya. Biaya di atas dapat dikeluarkan oleh wisatawan sendiri maupun oleh pihak lain (Yoeti, 1996).

Pendapatan daerah yang didapat dari sektor pariwisata, seyogyanya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Sebagaimana tujuan penyelenggaraan

kepariwisataan sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang menyatakan bahwa tujuan penyelenggaraan kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya, memajukan kebudayaan, mengangkat citra bangsa, memupuk rasa cinta tanah air, memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa dan mempererat persahabatan.

D. Peran Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional

Sektor pariwisata merupakan sektor yang efektif untuk mendorong devisa Indonesia. Salah satu alasannya adalah segala sumber daya untuk pengembangan pariwisata tersedia di dalam negeri. Ketersediaan sumber daya yang dimaksud diantaranya letak geografis, luas wilayah dan keragaman sumber daya alam, budaya, kuliner dan kekayaan yang dimiliki Indonesia. Keberagaman sumber daya tersebut menjadi magnet tersendiri dimata wisatawan, baik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Di samping itu, terdapat berbagai destinasi eksotis dan memukau di wilayah hukum Indonesia. Bukan hanya wisata alamnya yang menarik perhatian, akan tetapi wisata budaya dan sejarah Indonesia juga tidak kalah menarik (Roisah et al., 2020).

Industri pariwisata telah berkembang pesat selama beberapa dekade terakhir, dan terbukti menjadi salah satu industri paling populer secara, Menurut data dari

penelitian Statista (2022), pendapatan disektor Perjalanan dan Pariwisata diproyeksikan mencapai US\$ 854,80 miliar pada tahun 2023, dengan tingkat pertumbuhan pendapatan secara tahunan (2023 - 2027) diproyeksikan sebesar 4,41%, dan menciptakan volume pasar sebesar US\$ 1.016,00 miliar pada tahun 2027. Saat ini sektor industri pariwisata baik pariwisata konvensional maupun pariwisata halal mendapat perhatian khusus. Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor prioritas pembangunan nasional dalam Nawa Cita Presiden Republik Indonesia, sektor pariwisata diharapkan dapat menjadi leading sector dan menstimulus perkembangan sektor industri lainnya (Rizki, 2022).

Ardana (2017) menganalisis pengaruh sektor pariwisata pada pertumbuhan ekonomi negara-negara anggota APEC, untuk periode 2010-2015. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak pariwisata pada pertumbuhan ekonomi di wilayah APEC dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu: pengeluaran pemerintah di sektor pariwisata, investasi di sektor pariwisata, serta total pengeluaran wisatawan domestik dan internasional; dan ketiga variabel tersebut mampu memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi.

Pemerintah Indonesia berkomitmen ingin terus meningkatkan angka kunjungan wisatawan dalam waktu empat tahun mendatang. Jumlah pengunjung perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan devisa bagi negara. Dalam kawasan Asia Tenggara sendiri, organisasi ASEAN memiliki gerakan The ASEAN National Tourism Organizations (NTOs). NTO yang merupakan sebuah gagasan berupa strategi peningkatan pertumbuhan

ekonomi di negara-negara Asia Tenggara dengan cara memacu pergerakan sektor pariwisata. Strategi ini berbentuk pemasaran dan promosi kegiatan pariwisata negara-negara di Asia Tenggara (Wardhana, et al., 2019).

Saat ini pemerintah Indonesia telah menambah daftar negara bebas visa untuk masuk ke Indonesia menjadi 169 negara, sesuai dengan Peraturan Presiden Nomor 21 Tahun 2016 yang ditandatangani Presiden Joko Widodo pada tanggal 2 Maret 2016. Kebijakan tersebut bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dengan harapan kunjungan meningkat 19% atau sebesar 20 juta wisatawan mancanegara. Target tersebut dinilai tertinggi, karena sebelumnya hanya menargetkan 6-8% dari total pertumbuhan wisatawan mancanegara.

Berdasarkan hasil penelitian dari Salsabila (2021), menunjukkan jumlah kunjungan wisatawan sebagai salah satu faktor dalam sektor pariwisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi di negara-negara Asia Tenggara Maritim. Sektor pariwisata masih memiliki kontribusi yang kecil terhadap pertumbuhan ekonomi negara Asia Tenggara Maritim. Dimana salah satu cara meningkatkan nilai dari sektor pariwisata tersebut adalah mengintegrasikan pariwisata ke perekonomian nasional dengan membangun hubungan antar sektor penyangga perekonomian. Sektor tersebut di antaranya adalah sektor pertanian, perikanan, manufaktur, konstruksi, maupun industri jasa lainnya. Pemanfaatan produk dan jasa yang dihasilkan oleh perekonomian lokal selanjutnya akan

memperkuat sektor lainnya yang berhubungan dengan sektor pariwisata yang dinamakan dengan multiplier effect.

Pengembangan dan peningkatan pariwisata dalam suatu negara sangatlah penting, karena dengan destinasi pariwisata yang terawat dan tertata baik akan semakin mendatangkan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka diperlukannya regulasi yang dapat mengatur dan mengontrol peningkatan kinerja pariwisata. Langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah untuk peningkatan kinerja sektor pariwisata Indonesia pada AEC, yaitu dengan memperbaiki dan meningkatkan infrastruktur seperti pembangunan jalan, dana sarana prasarana yang mendukung aksesibilitas wisatawan. Selain itu, dalam indikator natural and cultural resource pemerintah perlu mendorong masyarakat untuk lebih peduli terhadap lingkungan dan kebudayaan agar tercipta keberlanjutan lingkungan dan budaya. Bagi pengusaha yang bergerak di bidang pariwisata didorong untuk semakin aktif melakukan kegiatan promosi pariwisata melalui media sosial (twitter, path, instagram, dan lainnya) dimana tidak memerlukan biaya besar.

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang dan terus dikembangkan oleh pemerintah, hal ini dikarenakan pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara. Selain sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata dianggap mampu mengurangi angka pengangguran. Dalam

perekonomian nasional, pariwisata merupakan sektor yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa. Sektor pariwisata merupakan salah satu aset strategis bagi daerah-daerah potensial untuk pengembangan objek pariwisatanya. Selain sebagai aspek penggerak ekonomi (sumber devisa dan pajak), sektor pariwisata diharapkan mampu mengurangi angka pengangguran (aspek sosial) dengan memberikan peluang kesempatan kerja serta memperkenalkan aspek budaya setempat. Sektor pariwisata tidak hanya berpengaruh positif terhadap peningkatan wisatawan, tetapi juga mempengaruhi pendapatan masyarakat sekitar.

Di Indonesia, sektor pariwisata menjadi sektor yang mempunyai peran penting di era globalisasi. Hal ini disebabkan oleh meningkatnya perdagangan internasional dan arus masuk dan keluar penanaman modal dalam dan luar negeri. Pertumbuhan sektor pariwisata dapat mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional dengan menganalisis jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang memberikan dampak terhadap peningkatan devisa pariwisata terhadap apresiasi kurs rupiah. Hal ini kemudian memberikan dampak positif terhadap aktivitas ekonomi yang dihasilkan oleh industri yaitu hotel, agen perjalanan, moda transportasi penerbangan dan industri restoran serta hiburan. Adanya sektor pariwisata akan memberikan dampak positif terhadap laju pertumbuhan ekonomi, maka dari itu pariwisata yang ada di Indonesia harus dilestarikan dan dijaga supaya banyak wisatawan yang berkunjung baik dari lokal maupun mancanegara. Beberapa hal yang masih perlu dibenahi agar kinerja sektor pariwisata dapat

meningkat diantaranya: sarana dan prasarana, pengelolaan sektor pariwisata seperti sumber daya manusia, serta kebijakannya.

BAB VI SEGMENTASI WISATAWAN

A. Segmentasi

Segmentasi didefinisikan secara sederhana sebagai proses membagi sebuah pasar menjadi kelompok-kelompok lebih kecil, dimana setiap kelompoknya memiliki sifat-sifat yang relatif seragam (homogen). Istilah segmentasi biasanya langsung dikaitkan dengan istilah *targeting*, yakni upaya untuk memilih segmen-segmen spesifik yang paling berpotensi untuk membeli produk kita. Menurut Schiffman dan Kanuk (2007), menjelaskan segmentasi dapat didefinisikan sebagai proses membagi pasar potensial ke dalam kelompok-kelompok konsumen yang berbeda dan memilih satu segmen atau lebih sebagai pasar target yang akan dicapai dengan *marketing mix* yang berbeda.

Menurut Kotler dan Keller (2014), segmentasi merupakan sekelompok pelanggan yang memiliki sekumpulan kebutuhan dan keinginan serupa. Mengidentifikasi segmen dan memutuskan segmen mana yang akan dibidik. Perusahaan dapat merancang, memberi harga, melepaskan dan menghantarkan produk atau jasa dengan lebih baik dan juga dapat menyesuaikan program dan kegiatan pemasaran untuk mengalahkan pemasaran yang dilakukan pesaing. Pasar bisnis seperti industri pariwisata dapat disegmentasi menggunakan variabel yang digunakan dalam segmentasi pasar konsumen seperti geografis, manfaat yang dicari, dan tingkat pemakaian.⁵ Namun pemasar bisnis dapat menggunakan beberapa variabel lain seperti geografi, demografi dan psikografi agar

lebih menjurus dan lebih mudah mengenali segmen yang ada. Variabel segmentasi utama adalah segmentasi geografis, demografis, psikografis dan perilaku.

Segmentasi pasar telah banyak digunakan untuk mengidentifikasi corak pasar produk dan jasa pariwisata. Segmentasi adalah metode utama yang digunakan untuk menentukan kelompok mana yang menjadi target, bagaimana menggunakan sumber daya secara lebih efisien dan mengevaluasi berbagai strategi bersaing (Venlatesh, 2012). Segmentasi wisatawan diperlukan untuk memungkinkan penyedia jasa pariwisata dapat menciptakan produk dan layanan yang lebih disukai dan dihargai di pasar tujuan. Untuk itu, segmentasi wisatawan penting dilakukan agar perusahaan mampu memasarkan produk wisatanya dengan tepat sasaran, yang secara tidak langsung dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan efisiensi sumber dayanya sehingga pendapatan perusahaan yang bergerak dalam bidang industri pariwisata dapat semakin meningkat.

1. Segmentasi Geografis

Segmentasi geografis memerlukan pembagian pasar menjadi berbagai unit geografis seperti negara, negara bagian, wilayah, kabupaten, kota, atau lingkungan sekitar. Perusahaan dapat beroperasi di satu atau beberapa daerah, atau beroperasi di seluruh daerah, sambil tetap memberikan perhatian pada variasi lokal. Orang-orang di berbagai belahan dunia menunjukkan karakteristik yang berbeda. Strategi pemasaran yang dibuat dengan membagi segmentasi target pasar menjadi beberapa segmen berdasarkan faktor-faktor seperti ekonomi, kebiasaan

makan, kebiasaan berpakaian, bahasa, tradisi, dan banyak ciri lainnya dikenal sebagai segmentasi geografis. Misalnya pada kategori bisnis yang ada di kabupaten Bireuen dimana berbagai jenis keripik mengoperasikan pemasarannya pada wilayah kabupaten Bireuen provinsi Aceh.

Segmentasi geografis menempatkan orang-orang ke dalam kelompok atau kategori yang berbeda berdasarkan tempat tinggal mereka. Dalam jenis segmentasi pasar ini, pelanggan dimasukkan ke dalam kelompok berdasarkan faktor-faktor seperti suhu, populasi, kebiasaan makanan, pakaian, serta tempat tinggal mereka. Pilihan dan kebiasaan pelanggan sering kali dipengaruhi oleh tempat tinggal mereka. Sebagai contoh, orang lebih cenderung membeli teh dan kopi di musim dingin karena cuacanya. Selama musim panas, lebih banyak orang akan minum minuman dingin. Dengan segmentasi geografis, wisatawan dapat mengetahui bagaimana tren dan pola, seperti pada situasi di atas, mempengaruhi permintaan produk atau layanan wisatawan di pasar. Selain itu, segmentasi geografis juga memberikan informasi berguna yang dapat membantu wisatawan membuat rencana pemasaran yang lebih baik dan menempatkan bisnis Anda di tempat yang tepat.

2. Segmentasi Demografis

Dalam segmentasi demografis membagi pasar menjadi kelompok-kelompok berdasarkan variabel seperti usia, ukuran keluarga, siklus hidup keluarga, jenis kelamin, penghasilan, pekerjaan, pendidikan, agama, ras, generasi, kebangsaan, dan kelas sosial. Salah satu alasan variabel demografis begitu populer bagi pemasar adalah bahwa variabel ini sering terkait erat dengan kebutuhan dan

keinginan konsumen. Alasan lainnya adalah variabel-variabel itu mudah diukur. Bahkan ketika kita menggambarkan pasar sasaran dalam istilah nondemografis misalnya, berdasarkan jenis kepribadian, kita mungkin harus kembali ke karakteristik demografis untuk memperkirakan ukuran pasar dan media yang harus kita gunakan untuk mencapainya secara efisien. Segmentasi pasar demografis ini tidak hanya diterapkan satu per satu dalam pemasaran. Pengusaha bisa menggabungkan beberapa kategori dalam menyusun strategi pemasaran.

3. Segmentasi Perilaku

Segmentasi menurut perilaku adalah pengelompokan pasar yang didasarkan kepada tingkah laku para pembeli yang dibagi dalam kelompok-kelompok yang berdasarkan pengetahuan, sikap, pemakaian, atau tanggapan mereka terhadap hasil produksi sesungguhnya atau sikap 20 pelengkapannya antara lain dikelompokkan dalam rata-rata pemakaian, tingkat kesiapan, manfaat yang dicari, kepekaan terhadap faktor pasar, dan loyalitas terhadap merek. Menurut Suprapti (2010), mengatakan bahwa untuk memperoleh manfaat yang maksimal dari satu atau beberapa segmen pasar, sebuah segmen pasar harus memenuhi beberapa persyaratan berikut :

1. Dapat diukur (measurable), artinya besar dan daya beli sebuah segmen harus dapat diukur dengan tingkat ukuran tertentu;
2. Dapat dijangkau (accessible), artinya seberapa jauh segmen tersebut dapat dijangkau dan dilayani dengan efektif;

3. Ukurannya cukup besar (substantial), artinya sebuah segmen akan layak bila ukurannya cukup besar atau cukup menguntungkan;
4. Dapat dibedakan (differentiable), artinya segmen yang satu dapat dibedakan dari yang lainnya dan setiap segmen memberi respon yang berbeda terhadap bauran pemasaran;
5. Dapat dilaksanakan (actionable), artinya seberapa jauh program yang efektif dapat ukuran keluarga, pendidikan, ras, penghasilan, agama dan kebangsaan untuk menarik dan melayani segmen tersebut.

4. Segmentasi Psikografis

Psikografis adalah ilmu untuk menggunakan psikologi dan demografi guna lebih memahami konsumen. Segmen pasar ini dilakukan dengan mengelompokkan konsumen atau pembeli menjadi bagian pasar menurut variabel-variabel pola atau gaya hidup (life style) dan kepribadian (personality). Sebagai contoh, segmen pasar masyarakat yang bergaya hidup konsumtif dan mewah berbeda dengan segmen pasar masyarakat yang bergaya hidup produktif dan hemat yang mementingkan kualitas dengan harga yang relatif murah.

Segmentasi psikografis wisatawan adalah kelompok wisatawan yang memiliki kemiripan dalam hal psikis seperti gaya hidup, minat, sikap, dan persepsinya terhadap produk wisata. Sementara itu segmentasi psikografis wisatawan adalah proses pengelompokan wisatawan berdasarkan faktor-faktor psikis atau kejiwaan dari suatu individu (Hidayah, 2021). Faktor-faktor psikis yang

digunakan dalam segmentasi ini biasanya dari sudut pandang gaya hidup (life style), AIOs (activities-interest-opinions), preferensi, kelas sosial, tipologi, personaliti dan lainnya.

Menurut Greend Land Tourism (2015), membagi segmen psikografis wisatawan ke dalam 11 (sebelas) segmen yang berasal dari pemetaan dua variabel pendekatan. Pertama, yaitu variabel minat (interest focus) merupakan motivasi dalam melakukan perjalanan dan apa yang ingin dialami pada saat melakukan perjalanan wisata. Terdapat empat variabel segmen dalam kategori minat ini, yaitu: (1) Segmen yang terfokus murni hanya berminat pada pengalaman budaya (culture), (2) Segmen yang murni berminat pada pengalaman alam (nature), (3) Segmen yang memiliki minat dalam mencari keseimbangan antara pengalaman berbasis alam dan budaya (culture & nature), dan (4) Segmen yang melakukan perjalanan dengan alasan yang sama sekali berbeda, seperti mengejar tantangan pribadi atau melakukan suatu hobi tertentu (personal challenge). Variabel segmen ini memiliki pengaruh terhadap perilaku pembelian dalam hal komposisi perjalanan wisata atau komposisi produk wisata yang dilakukan.

Kedua, yaitu variabel tingkat keterlibatan (engagement level) merupakan kedalaman dari ke-empat segmen minat yang di atas, yang merupakan tujuan dari minat itu sendiri. Segmen ini terdiri dari tiga jenis yaitu (1) Pelibatan secara mendalam (total immersion), (2) Interaksi (interaction) dan (3) Observasi (observation). Variabel segmen ini memiliki pengaruh terhadap perencanaan perjalanan, apakah memakai jasa agen perjalanan atau

tidak, pemilihan jenis akomodasi, atau penggunaan jasa pramuwisata di destinasi wisata. Dari pemetaan terhadap kedua variabel tersebut, maka Tourism Green Land menjabarkan ke dalam 11 (sebelas) segmen psikografis yang dapat dijelaskan di berikut ini :

1. Culture Appreciator (Penikmat Budaya)

Segmen psikografis wisatawan yang pertama adalah segmen penikmat budaya. Segmen ini adalah jenis segmen yang mencari dan menggali sejarah yang dikaitkan pada konteks masa kini. Mereka yang menjadi wisatawan adalah pembelajar dan pembaca yang baik yang bertujuan untuk mengunjungi destinasi yang spesifik, memiliki sejarah peninggalan-peninggalan dan peristiwa-peristiwa penting yang telah mereka pelajari sebelumnya. Contoh dari segmen ini yaitu tur museum, wisata sejarah, dark tourism, dan lainnya.

2. Culture Lover (Pecinta Budaya)

Segmen psikografis wisatawan yang kedua yaitu pecinta budaya. Jenis segmen ini memiliki kegemaran atau hobi yang terkait dengan seni, musik, sejarah, serta orang-orang, dan mereka cenderung tertarik dengan kegemarannya tadi kemapun mereka bepergian. Mereka senang bisa merasakan denyut nadi destinasi yang dikunjungi. Para wisatawan budaya pada umumnya senang membeli perjalanan wisata yang berbasis budaya selama mereka dapat melihat bakat-bakat lokal dengan cara alami dan tidak dipentaskan. Contoh

dari wisata pada segmen ini yaitu wisata heritage, wisata urban, mengunjungi festival kesenian, wisata kuliner, mengunjungi sentra kerajinan, mengunjungi pameran seni dan lainnya.

3. Authenticity Seeker (Pencari Keaslian)

Segmen psikografis wisatawan yang ketiga yaitu pencari keaslian. Segmen ini menyukai keaslian budaya yang masih bertahan atau masih asli dan belum tercampur dengan budaya lain atau modernisasi. Dalam banyak hal mereka membayangkan dan berharap akan menemukan destinasi yang didalamnya masih terdapat orang-orang yang menjalani hidup secara sederhana atau masih tradisional. Para wisatawan pada segmen ini lebih menyukai untuk dipandu oleh pemandu lokal yang masih menjunjung tinggi tradisi dan bersedia untuk menceritakan kisah-kisah masa lalu. Terkadang mereka mengunjungi tempat-tempat tertentu yang dikenal dengan populasinya yang masih asli dalam budaya tradisional, sehingga mereka juga dapat merasakan kehidupan seperti jaman terdahulu. Contoh wisata pada segmen ini yaitu wisata yang mengunjungi sebuah pedesaan atau perkampungan yang masih asli.

4. Ethnophile (Etnofil)

Segmen psikografis wisatawan yang keempat yaitu Etnofil. Segmen ini mencintai budaya manusia, Para wisatawan berusaha untuk

menemukan masyarakat tradisional dan modern, yang sama-sama cenderung tinggal di desa-desa kecil, karena mereka tinggal di tempat yang perkembangan lebih besar dan maju. Kebutuhan utamanya adalah untuk merasakan kehidupan sehari-hari yang asli di destinasi dengan melibatkan diri di masyarakat. Mereka ingin mengalami aspek budaya yang tidak biasa dilakukan oleh pengunjung biasa. Dalam beberapa hal, mereka bahkan tidak ingin tampil sebagai wisatawan. Contoh wisata pada segmen ini yaitu beraktivitas di desa wisata, perkampungan, berinteraksi dengan masyarakat, menginap di homestay dan lainnya.

5. Globetrotter (Penjelajah Dunia)

Segmen psikografis wisatawan yang kelima adalah Globetrotter, yaitu penjelajah yang mencari pengetahuan baru tentang dunia. Wisata pada segmen ini telah mengunjungi destinasi yang paling umum dan sekarang mencari tempat yang dikunjungi oleh sangat sedikit orang. Wisatawan Globetrotter ingin mendengar cerita tak terhitung tentang alam dan budaya setempat. Mereka cenderung tidak puas mengamati hal-hal dari kejauhan. Mereka lebih memilih untuk terlibat dalam aktivitas interaktif untuk mendapatkan nuansa tujuan yang lebih dekat. Contoh wisata pada segmen ini yaitu mengelilingi dunia dengan sepeda, sepeda motor, balon udara, kapal pesiar dan lainnya.

6. Sightseer

Segmen psikografis wisatawan yang keenam yaitu Sightseer. Segmen ini menyukai berkunjung ke tempat wisata alam dan budaya yang paling penting atau paling populer. Para wisatawan mencari saran tentang apa yang harus dilihat dari sumber-sumber terpercaya, yaitu buku perjalanan atau agen perjalanan, untuk memanfaatkan perjalanannya sebaik mungkin. Gaya aktivitas ini memungkinkan mereka untuk melihat dan menikmati atraksi. Contoh wisata pada segmen ini yaitu mengunjungi museum, jalan-jalan di kota, menikmati taman bertema, jalan-jalan di pantai, melihat kawah gunung berapi, dan lainnya.

7. Nature Appreciator (Penikmat Pemandangan Alam)

Segmen psikografis wisatawan yang ketujuh yaitu penikmat pemandangan alam. Segmen ini melakukan perjalanan dengan satu tujuan utama yaitu untuk melihat keajaiban alam di dunia. Para wisatawan secara khusus memilih destinasi yang terkenal dengan atraksi alamnya. Sebagian wisatawan pada segmen ini mengandalkan jasa pemandu yang berkualitas baik untuk mencapai destinasi. Contoh wisata pada segmen ini yaitu perjalanan menggunakan perahu/kapal laut, flightseeing, perjalanan safari, jalan-jalan, dll.

8. Nature Lover (Pecinta Alam)

Segmen psikografis wisatawan yang kedelapan yaitu pecinta alam. Segmen ini dilatarbelakangi oleh keinginan yang kuat untuk menikmati pemandangan alam yang menakjubkan,

tidak peduli apakah itu adalah atraksi wisata atau daya tarik terkenal di dunia atau hanya seonggok bebatuan yang dirasa unik. Mereka secara aktif mencari dan selalu menemukan cara untuk menikmati keindahan alam di destinasi. Para wisatawan adalah pengunjung yang beragam, ada yang mau mengikuti tur tertentu atau pergi sendiri untuk mendapatkan pengalaman yang terbaik. Mereka tidak menghindar dari kegiatan fisik dan biasanya ingin terlibat sedemikian rupa untuk mendekati alam. Contoh wisata pada segmen ini yaitu whale watching, bersepeda, bermain ski, bermain kayak dan lainnya.

9. Wilderness Seeker (Pencari Alam Liar)

Segmen psikografis wisatawan yang kesembilan yaitu pencari alam liar. Alam liar yang dimaksud di sini merupakan alam terbuka. Wisatawan pada segmen ini memiliki rasa hormat yang mendalam terhadap alam dan merasakan adanya hubungan dengannya dan mereka menginginkan kesendirian di alam. Para Wisatawan secara khusus memilih destinasi yang terpencil, tidak tersentuh dan murni. Meskipun di alam liar, wisatawan tidak harus melakukan aktivitas fisik yang ekstrem. Contoh wisata pada segmen ini yaitu aktivitas hiking, trekking, camping di alam liar dan lainnya.

10. Special Interest Adventurer (Petualang Minat Khusus)

Segmen psikografis wisatawan yang kesepuluh yaitu petualang minat khusus. Segmen ini memiliki minat yang besar dalam menghabiskan sebagian besar waktu luang wisatawan. Para wisatawan sangat mengerti akan minatnya tersebut dan berusaha melakukan perjalanan kemanapun yang penting kemampuannya dapat dimanfaatkannya dengan baik. Biasanya, minatnya tersebut menentukan tujuan perjalanannya. Para wisatawan memilih destinasi karena telah dikenal sebagai produk yang berkaitan dengan minat khususnya. Mereka juga memilih destinasi tertentu karena memungkinkan mereka untuk mengejar ketertarikannya dengan cara yang baru atau unik. Petualang Minat Khusus hanya memiliki satu fokus di destinasi dan mereka tidak ingin menyia-nyiakan waktu dengan kegiatan yang tidak perlu. Contoh wisata pada segmen ini yaitu berburu, memancing, mengamati burung, fotografi dan lainnya.

11. Extreme Adventurer (Petualang Ekstrem)

Segmen psikografis wisatawan yang kesebelas yaitu segmen petualang ekstrim. Segmen ini terus menerus mencari pengalaman selanjutnya yang akan meningkatkan adrenalinnya. Para wisatawan menyukai tantangan secara fisik yang besar. Wisatawan juga bertujuan untuk memperlihatkan status, kebanggaan atau suatu prestasi tertentu di destinasi. Bahkan wisatawan ada yang mendapatkan sponsor dari perusahaan yang terkenal. Biasanya para wisatawan memilih

destinasi yang memiliki wilayah yang belum terpetakan, puncak yang tidak didaki atau perairan yang belum terjamah. Para wisatawan melakukan perjalanan selama berminggu-minggu atau lebih.

Wisatawan umumnya tidak menggunakan jasa pemandu wisata, namun terkadang mereka akan meminta pertolongan kepada penduduk lokal yang memahami apa yang mereka cari. Contoh wisata pada segmen ini yaitu perjalanan ekspedisi, pendakian pada jalur baru, ski udara, menjelajahi perut gunung berapi (Islandia), bersepeda pada jalur maut (Bolivia), menjelajahi pulau beruang kutub (Kanada) dan lainnya. Menurut Plog (2021), menjelaskan karakteristik psikografis ini tercermin dalam perilaku wisatawan yang secara kontras dapat digambarkan dalam pemaparan berikut ini :

1. Psikosentris/Dependable dengan karakternya :
 - a. Jarang melakukan perjalanan;
 - b. Ketika bepergian, menginap di waktu singkat;
 - c. Menghabiskan uang lebih sedikit di destinasi;
 - d. Memilih naik kendaraan keluarga, mendirikan tenda atau SUV;
 - e. Lebih suka tinggal di rumah mobil bersama teman dan kerabat;
 - f. Memilih destinasi yang sangat maju;
 - g. Cenderung memilih berrekreasi di destinasi umum;
 - h. Menganggap spot bersenangsenang sebagai destinasi wisata;
 - i. Biasanya memilih berwisata dengan pemandu wisata;

- j. Membeli banyak suvenir;
 - k. Kemungkinan akan kembali ke destinasi sebelumnya.
2. Alosentris/Venture dengan karakternya :
- a. Bepergian lebih sering;
 - b. Melakukan perjalanan yang relatif panjang;
 - c. Menghabiskan uang lebih banyak di destinasi wisata;
 - d. Naik kendaraan jalur udara lebih sering daripada kelompok lain;
 - e. Sangat menyukai tujuan yang tidak biasa dan terbelakang; mereka menghindari destinasi umum;
 - f. Menerima jenis akomodasi apapun, yang tidak memadai atau tidak umum;
 - g. Lebih suka berpartisipasi dalam adat dan kebiasaan setempat dan menghindari acara-acara umum;
 - h. Memilih untuk bepergian sendiri terutama dalam perjalanan luar negeri;
 - i. Aktif saat bepergian, menghabiskan sebagian besar waktu mereka menjelajahi dan belajar tentang tempat-tempat yang mereka kunjungi;
 - j. Pembelian buah tangan sebagian besar karya seni dan kerajinan asli setempat, daripada suvenir atau replika umum;
 - k. Cenderung mencari tujuan baru, daripada kembali ke tempat yang sebelumnya dikunjungi.

B. Segmentasi Wisatawan Mancanegara

Di era 4.0 kemajuan teknologi menuntut strategi pemasaran yang hemat dan efisien. Segmentasi pasar merupakan salah satu strategi yang penting dalam berbagai perubahan minat dan perilaku wisatawan yang semakin berkembang di era 4.0. Pengamatan pasar perlu dilakukan oleh para pelaku wisata di Era 4.0 saat ini. Rukmiyanti dan Suastini (2016), menyatakan bahwa di Era 4.0 telah terjadi perubahan yang cukup signifikan dalam mempengaruhi segmentasi dan perilaku wisatawan. Penetrasi teknologi telah membawa dampak pada perubahan gaya hidup yang mempengaruhi perilaku wisatawan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya wisatawan yang mencari Daerah Tujuan Wisata (DTW) dengan spot foto unik dan menarik. Di sisi lain, terdapat indikasi mengenai munculnya segmen wisatawan yang peduli pada pelestarian lingkungan. Damanik (2013), menjelaskan bahwa berbagai DTW yang memiliki misi pelestarian lingkungan banyak diburu wisatawan. Sejumlah DTW alam yang memiliki kisah sukses dengan misi pelestarian lingkungan diantaranya Biorock di desa Pemuteran Bali,

Pariwisata merupakan salah satu industri terbesar dan tercepat pertumbuhannya di dunia. Sumber penting dalam meningkatkan pendapatan, penciptaan lapangan pekerjaan dan kemakmuran dibanyak negara. Oleh karena itu Indonesia berusaha untuk meningkatkan kegiatan pariwisatanya dan salah satu kendala yang dihadapi pariwisata indonesia saat ini adalah informasi pasar yang belum memadai khususnya mengenai segmentasi pasar pariwisata. Hasil Penelitian Meiriza (2005), menunjukkan lama tinggal wisatawan ASEAN lebih pendek di Daerah

Tujuan Wisata (DTW) dibandingkan wisatawan Asia Pasifik dan Eropa. Wisatawan ASEAN menjadikan DTW Sumatera Utara sebagai tujuan utama perjalanan mereka sementara Asia Pasifik dan Eropa menjadikannya sebagai salah satu rute yang dilalui sebelum mereka mengunjungi negara lain atau sebelum mereka kembali ke negara asal. Kepuasan yang dirasakan pada 13 atribut dan 8 servis yang ditawarkan ternyata menunjukkan kepuasan yang lebih besar dirasakan oleh wisatawan Asia Pasifik dan Eropa jika dibandingkan wisatawan ASEAN pada beberapa atribut yang berkenaan dengan atraksi, seni dan budaya. Tetapi kepuasan yang sama mereka rasakan pada servis yang diberikan akomodasi dan restoran.

Mampu mensegmentasi dan memahami segmen wisatawan asing yang berbeda akan berguna dalam merancang kualitas strategi pemasaran pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah wisatawan asing ke Indonesia. Penelitian Koyongian dkk (2021), menemukan enam faktor gaya hidup wisatawan asing yang mengunjungi Manado, yaitu adalah shoppers, future optimists, socializers, food lovers, home lovers, adventurers. Enam faktor gaya hidup wisatawan digunakan digunakan sebagai dasar klusterisasi wisatawan yang menjadi empat cluster yaitu Like-everything tourist, future optimistic adventurers, food lover adventurers, socializer adventurers.

Hasil dari penjelasan di atas terkait dengan segmentasi pasar dapat diartikan sebagai kegiatan membagi suatu pasar ke dalam kelompok-kelompok yang berbeda. Proses ini menjadi sebuah keharusan dalam berbagai pola strategi pemasaran destinasi wisata. Oleh karena itu, perlu

dilakukan strategi khusus dalam pendekatan pada masing-masing segmen pasar yang dijadikan sebagai target pasar. Dalam merancang strategi pemasaran, langkah awal yang dapat dilakukan perusahaan yang bergerak di bidang industri pariwisata adalah melakukan segmentasi.

Segmentasi dalam pemasaran produk pariwisata adalah pemetaan konsumen yang memiliki karakteristik, daya beli, kebutuhan yang berbeda-beda dalam situasi market tertentu. Dengan adanya segmentasi yang jelas memudahkan perusahaan untuk menganalisis kebutuhan pasar yang lebih spesifik dan terarah. Sebelum melaksanakan segmentasi kita perlu untuk mengetahui syarat dan prosedur agar pelaksanaan segmentasi bisa berjalan dengan tepat. Syarat segmentasi adalah harus bisa diukur, logis dan bisa dijalankan, harus ada target segmentasi yang ingin dicapai, pasar lebih heterogen dan target luas. Sedangkan, prosedur segmentasi terdiri dari tiga tahap yaitu tahap survei, analisis dan profiling.

BAB VII

GERAK DAN ALIRAN WISATAWAN

A. Gerak dan Aliran Wisatawan

Salah satu aspek dari geografi pariwisata ialah mengkaji kegiatan wisata dan pola spasial dalam kaitannya dengan fisik dan lingkungan sekitar. Hal tersebut berfokus pada menjelaskan pola spasial kegiatan wisata pada skala yang berbeda, seperti global, nasional, regional, dan lokal. Dengan demikian, pergerakan wisatawan adalah perubahan spasial lokasi kegiatan wisata. Dalam pariwisata, pergerakan wisatawan menunjukkan adanya daerah yang kurang dan lebih akan sumberdaya wisata. Pergerakan tersebut dipengaruhi oleh kepentingan seseorang untuk memenuhi kebutuhannya. Pergerakan wisatawan dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Ada tiga faktor yang mempengaruhi pergerakan wisatawan, faktor tersebut antara lain: (1) Faktor pendorong manusia (human push), yaitu pengaturan wisata, motivasi wisatawan, prioritas kunjungan, pengalaman berwisata; (2) Faktor penarik fisik (physical pull), yaitu kondisi geomorfologi objek wisata; dan (3) Faktor waktu (time), yaitu lama tinggal di daerah tujuan wisata, lama perjalanan, dan lama kunjungan di suatu objek wisata. Selain itu, pergerakan wisatawan juga dipengaruhi oleh hal-hal berikut ini: (1) Karakteristik wisatawan, yaitu sosial (umur, status dan pernikahan), ekonomi (pendapatan dan pendidikan) dan perilaku (motivasi, dan pengalaman berkunjung); (2) Pengetahuan lokasi daerah tujuan wisata; (3) Gambaran perjalanan seperti jarak, lama tinggal di DTW,

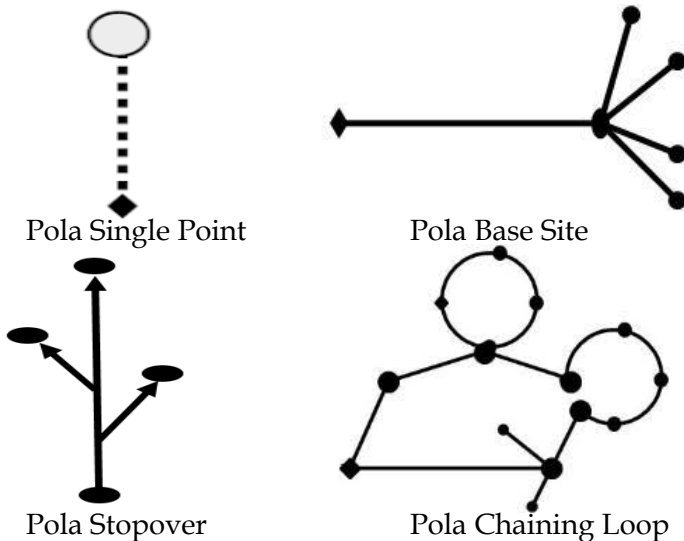
waktu, biaya dan biro perjalanan wisata; dan (4) Keunggulan daerah tujuan wisata: jenis dan sifat atraksi wisata, aksesibilitas dan citra wisata (Sofi dan Susilowati, 2017).

Dalam pergerakan wisatawan, wisatawan tidak hanya bergerak dari tempat asal menuju ke suatu objek wisata tetapi juga bergerak mengunjungi objek wisata lainnya baik dua atau tiga objek wisata bahkan lebih sehingga seringkali pergerakan wisatawan tidak hanya mengunjungi satu objek wisata. Adanya pergerakan wisatawan yang seperti itu disebabkan oleh ketersediaan infrastruktur yang memadai. Menurut Gigi dan McKercher (2006), menjelaskan pola pergerakan wisatawan (tourism movement) sangat dipengaruhi oleh jalur dan lintasan yang dilalui oleh wisatawan. Dari jalur dan lintasan yang dilalui wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata akan membentuk pola pergerakan sehingga terdapat pola langsung/direct route, pola lintasan jarak dekat/short traverse, pola lintasan jarak jauh/long traverse, dan pola kembali ke asal/loop. Pergerakan wisatawan terdiri dari beberapa tipe diantaranya sebagai berikut :

1. Tipe pergerakan single point, merupakan pergerakan yang hanya mengunjungi satu titik destinasi wisata tanpa mengunjungi titik destinasi lain dan kembali ke tempat asal dengan menggunakan rute yang sama.
2. Tipe pergerakan base site adalah wisatawan yang memulai perjalanan dari tempat asal dan terlebih dahulu mengunjungi objek wisata tujuan utamanya

dan dilanjutkan mengunjungi objek wisata lainnya yang dapat dikatakan tujuan sekundernya.

3. Wisatawan yang berwisata dengan tipe pergerakan stopover adalah wisatawan yang mengunjungi objek wisata lainnya dalam proses pergerakannya dan dilanjutkan mengunjungi objek wisata tujuan utamanya pada akhir pergerakan tersebut.
4. Pergerakan chaining loop adalah pergerakan dengan pola memutar seperti cincin yang menghubungkan dua atau lebih titik objek wisata atau dengan kata lain wisatawan yang berwisata dengan tipe pergerakan chaining loop ini mengunjungi objek wisata tujuan utamanya dan dilanjutkan menuju objek wisata tujuan sekunder.



Gambar 8.1 Pola Pergerakan Wisatawan
(Lau dan McKercher, 2006)

B. Daya Dukung Gerak dan Aliran Wisatawan

Objek wisata memiliki kemampuan tertentu untuk menampung wisatawan. Kemampuan suatu daerah untuk menerima wisatawan yang dinyatakan dalam jumlah wisatawan per satuan luas per satuan waktu disebut dengan daya dukung (Soemarwoto, 2004). Daya dukung wisata berkaitan erat dengan jumlah wisatawan yang datang mengunjungi objek wisata tersebut. Hal ini juga dapat menentukan kualitas kepuasan dan kenyamanan pengunjung dalam menikmati aktivitas wisata di area yang dikunjungi. Saat daya dukung wisata terlampaui maka kenyamanan dan kepuasan wisatawan dapat berkurang.

Daya dukung adalah banyaknya wisatawan yang dapat dilayani sehingga tidak menimbulkan kerusakan bagi sumberdaya wisata itu sendiri dan tidak menimbulkan kekecewaan bagi wisatawan karena tidak terlayani dengan baik. Mengetahui aliran dan gerakan wisatawan sangat penting untuk mendeteksi daya dukung suatu destinasi. Menurut Silva et al (2007), mengatakan bahwa daya dukung menjadi batas-batas yang dapat diterima dalam pembangunan sebagai ukuran kuantitatif dari pemanfaatan ruang yang sesuai ke tingkat maksimalnya.

Kajian mengenai daya dukung lanskap wisata diperlukan untuk meminimalisir dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan wisata. Daya dukung objek wisata erat kaitannya dengan jumlah pengunjung. Tingginya jumlah kunjungan wisatawan akan menyebabkan tekanan terhadap lanskap juga semakin besar (Sari dan Rahayu, 2018). Daya dukung suatu wilayah untuk kebutuhan pariwisata dalam arti rekreasi sangat tergantung kepada aktivitas rekreasi dan

sumberdaya wisata yang ada di wilayah tersebut. Penilaian daya dukung wisata mempertimbangkan beberapa aspek seperti jumlah turis per tahun, lama kunjungan turis, berapa sering lokasi secara ekologis dapat dikunjungi dan lain sebagainya.

Nilai daya dukung wisata dapat diketahui dengan menerapkan perhitungan daya dukung wisata oleh Cifuentes (Zacarias et al, 2011). Metode perhitungan daya dukung wisata Cifuentes terbagi atas tiga tingkat yaitu daya dukung fisik (Physical Carrying Capacity), daya dukung riil (Riil Carrying Capacity), daya dukung efektif (Effective Carrying Capacity). Penerapan metode ini memperhatikan beberapa faktor diantaranya aliran wisatawan, luas area wisata, jumlah maksimum ruang yang tersedia, faktor koreksi dan faktor rotasi kunjungan.

Keberadaan variasi objek dan transportasi menjadi sarana penting dalam menentukan gerakan dan aliran wisatawan. Namun setelah banyaknya wisatawan yang datang, maka daya dukung lingkungan selanjutnya harus menjadi perhatian utama. Karena kepuasan wisatawan sangat tergantung kepada kecepatan dan kualitas pelayanan yang banyak ditentukan oleh daya dukung. Sinergisitas dalam kerjasama antara pemerintah, media, pengusaha dan masyarakat merupakan langkah strategis dalam menentukan gerakan dan aliran wisatawan.

Sebuah penelitian dari ESPON mengenai metodologi daya dukung untuk wisata telah dilakukan untuk menganalisis daya dukung wisata di empat destinasi wisata yang ada di Slovenia dan Italia. Target dari proyek yang dilakukan oleh ESPON adalah mengukur daya

dukung dari suatu destinasi berdasarkan tinjauan dari metodologi yang telah ada sebelumnya. Metode ini memungkinkan, bukan hanya menghitung daya dukung, namun juga mengembangkan aksi dengan skala daerah serta dapat menyajikan berbagai data dan visualisasi dari alur turis. Proyek ini bergantung pada data kuantitatif, yaitu data statistik daerah, sebagai prasyarat untuk menampilkan hasil yang berarti. Dalam proyek ini dipahami bahwa daya dukung wisata bukan menghasilkan sebuah angka tapi menjadi alat untuk manajemen wisata (Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, 2009).

Adapun daya dukung yang optimal dapat menjadikan destinasi wisata tersebut tempat yang nyaman untuk berwisata. Seperti kenyamanan dan tersedianya fasilitas yang memadai, keramahtamahan penduduk sekitar destinasi wisata, serta produk-produk unggulan yang dikemas secara kreatif, sehingga wisatawan mendapatkan tempat yang berkesan di destinasi wisata. Untuk itu dalam mengemas agar destinasi wisata menarik bagi wisatawan diperlukan beberapa komponen utama yang dapat menjadi parameter daya dukung pariwisata, yaitu sebagai berikut :

1. Atraksi, merupakan sesuatu yang memiliki daya tarik, sehingga orang ingin menikmatinya. Atraksi yang dikunjungi pada umumnya terdiri dari site attraction (panorama indah, iklim baik, dan tempat-tempat bersejarah) serta event attraction (kongres, festival, pentas seni atau pameran, pertandingan olahraga).
2. Akomodasi, merupakan sarana penginapan yang tersedia di suatu daerah destinasi wisata. Beberapa

jenis akomodasi yang tersedia antara lain home stay, losmen, guest house, hotel melati hingga berbintang. Ketersediaan sarana akomodasi di destinasi wisata akan meningkatkan nilai daya tarik atraksi wisata yang ada.

3. Aksesibilitas, merupakan sarana dan prasarana penghubung agar wisatawan dapat mencapai satu tempat ke tempat lain dengan mudah, baik melalui prasarana jalan, sarana transportasi, maupun sarana komunikasi. Semua saling berkorelasi satu sama lain yang dapat memudahkan wisatawan mendapatkan informasi aktual dari objek wisata yang ingin dikunjungi.
4. Amenitas, merupakan fasilitas yang dimiliki suatu destinasi wisata, seperti hotel, restoran, sarana olahraga, sarana aktifitas seni budaya, dan lainnya yang disediakan bagi wisatawan. Di samping menikmati daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas penunjang perjalanan dan memberikan kemudahan bagi wisatawan yang datang dalam rangka meningkatkan pengalaman rekreasi mereka.
5. Aktivitas, pada prinsipnya aktivitas merupakan kegiatan wisatawan di destinasi wisata. Dengan demikian, sarana aktivitas perlu disediakan baik yang dapat dilihat dan dilakukan, menarik untuk dikunjungi, dan memuaskan wisatawan (Siringoringo, 2017).

Daya dukung wisata didukung secara berkelanjutan oleh suatu obyek wisata. Daya dukung wisata erat kaitannya dengan aspek lingkungan hidup, sosial ekonomi dan sosial-budaya dari suatu objek wisata yang mendukung kegiatan kepariwisataan tanpa menimbulkan dampak penurunan kualitas lingkungan dan kepuasan wisatawan dalam berwisata. Pada dasarnya setiap lokasi wisata mempunyai kemampuan yang berbeda dalam menampung arus wisatawan. Suatu area obyek wisata apabila dikunjungi wisatawan yang melebihi kapasitasnya maka area tersebut akan mengalami kemunduran dan disfunction. Dan jika hal itu terjadi dapat memicu kerusakan pada obyek wisata tersebut sehingga obyek wisata tidak menarik lagi untuk dikunjungi dan minat wisatawan untuk berkunjung semakin menurun dan berlangsung hingga proses pemulihan secara alami.

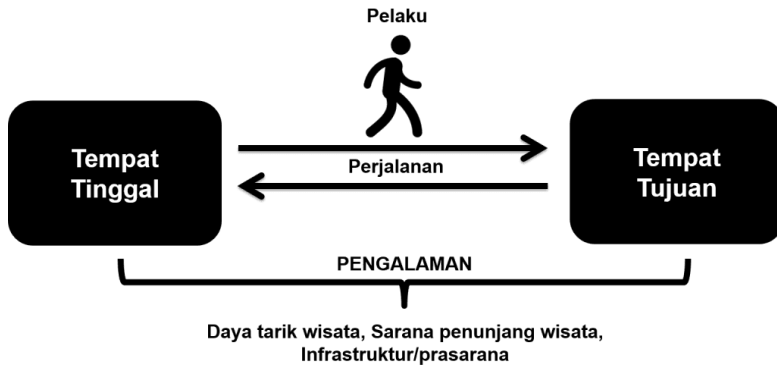
C. Perjalanan Wisata

Secara sederhana perjalanan dapat diartikan sebagai suatu aktivitas seseorang yang berpindah tempat dari suatu tempat ke tempat yang lain yang mempunyai tujuan atas perpindahan tersebut. Keberhasilan suatu perjalanan adalah akan ditentukan oleh banyak faktor yang menjadi pendukung dari perjalanan itu sendiri. Tetapi yang paling penting bahwa suatu perjalanan akan terjadi apabila seseorang mempunyai keinginan, waktu dan biaya. Perjalanan wisata atau lazim disebut tour merupakan suatu perjalanan yang memiliki ciri-ciri suatu perjalanan, tetapi perjalanan wisata mempunyai ciri-ciri khas yang memperlihatkan warna kegiatan wisata.

Perjalanan wisata dapat juga diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan seseorang atau lebih dengan tujuan untuk berwisata ke suatu objek wisata. Pola pergerakan wisata merupakan sebuah keterkaitan mata rantai perjalanan dari tempat tinggal wisatawan selama di daerah tersebut melalui pintu masuk atau keluar menuju tempat destinasi yang didalamnya terdapat fasilitas yang digunakan oleh wisatawan untuk menunjang kegiatan kepariwisataan hingga atraksi wisata terakhir. Karakteristik wisatawan (Tourist Descriptor) dan karakteristik perjalanan (Trip Descriptor). Dua hal ini sangat berpengaruh pada pola perjalanan yang akan ditempuh oleh wisatawan itu sendiri.

Perjalanan wisata dapat dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu (Suwanto, 2004). Pengertian perjalanan wisata (tour) dapat didefinisikan dari dua sudut pandang, yaitu sebagai berikut :

1. Tour sebagai suatu produk adalah suatu rencana perjalanan menuju satu atau beberapa tempat persinggahan dan kembali ke tempat asal dengan merangkai beberapa komponen perjalanan yang diperlukan dalam perjalanan tersebut.
2. Tour sebagai suatu perjalanan adalah suatu kegiatan perjalanan yang mempunyai ciri-ciri tersendiri yang memberikan warna wisata yang bersifat santai, gembira, dan untuk bersenang-senang. Hal inilah yang membedakan dengan perjalanan lainnya.



Gambar 8.2 Perjalanan Wisata

Perjalanan wisata (tour) bagi wisatawan domestik sangat potensial dan belum digarap dengan baik oleh perusahaan perjalanan karena banyak kendala yang timbul dalam penanganannya. Perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan di pengaruhi oleh motivasi, profil wisatawan dan kebutuhan wisatawan akan perjalanan wisata. Penyusunan pola perjalanan juga telah diatur pada Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata No.PM.104/UM.001/MKP/2010 Pasal 5 Ayat 1. Maksud dari penyusunan atau perencanaan pola perjalanan wisata yaitu :

1. Pola perjalanan yang disusun dalam rangka memfasilitasi motivasi kunjungan wisatawan ke suatu kawasan wisata yang berkonsep kelanjutan (misalnya: desa wisata);
2. Melalui identifikasi dan pemetaan potensi dan keanekaragaman daya tarik wisata kawasan tersebut dan/atau kombinasinya dengan daya tarik wisata lain sebagai “pengikat” ataupun komplementer;

3. Dilengkapi dengan identifikasi terhadap aktifitas kunjungan, fasilitas pendukung dan aksesibilitas, serta ilustrasi lama tinggal serta jarak menuju suatu daya tarik wisata untuk memberikan gambaran rencana perjalanan bagi wisatawan.

Sebuah perjalanan wisata akan lebih berkesan jika wisatawan mendapatkan pelayanan dan fasilitas yang baik. Tourist Service adalah segala fasilitas yang digunakan dan aktivitas yang dilakukan dimana pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. Untuk dapat menjadi suatu daerah tujuan wisata yang baik, maka dapat dikembangkan tiga hal, yaitu something to see (segala sesuatu yang menarik untuk dilihat), something to buy (segala sesuatu yang menarik atau mempunyai ciri khas tersendiri untuk dibeli), dan something to do (suatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat tersebut). Ketiga hal ini merupakan unsur yang kuat untuk suatu daerah tujuan wisata, Komponen dari pola perjalanan diantaranya menurut Prakoso (2016), yaitu sebagai berikut :

1. Daya tarik wisata, yakni segala sesuatu pada objek wisata yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan;
2. Aksesibilitas atau sarana dan prasarana adalah semua jenis sarana prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke destinasi pariwisata (transportasi darat, laut, udara, penyeberangan);

3. Jasa atau pelaku pariwisata, yakni unsur pelaksana atau jasa terkait yang berfungsi sebagai operator pelayanan kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata (tour operator, pemandu wisata, pengelola usaha transportasi, dan lain sebagainya);
4. Durasi dan aktifitas, yakni rentang waktu diperlukan dan aktifitas yang dilakukan wisatawan dalam melakukan kunjungan perjalanan wisata atau program kegiatan.

Perjalanan wisata identik dengan suasana santai yang bertujuan untuk bersenang-senang. Selain itu, sesuai dengan namanya, perjalanan tersebut juga dilengkapi dengan mengunjungi tempat wisata pada suatu daerah. Berdasarkan wilayah penjelajahan perjalanan wisata, maka perjalanan tersebut akan dibagi ke dalam beberapa bagian, yaitu :

1. Inbound Tour, yaitu perjalanan wisata yang dilakukan di dalam negeri yang pesertanya adalah wisatawan manca negara atau warga negara dari DTW yang menetap di luar negeri;
2. Domestic Tour, yaitu perjalanan wisata yang dilakukan di dalam negeri yang pesertanya adalah warga negara dari DTW atau warga negara asing yang menetap di negara tersebut;
3. Overseas Tour, yaitu perjalanan wisata yang dilakukan oleh warga negara atau warga negara asing yang tinggal di negara pelaksana pelaksana produk tour ke luar kawasan negaranya.

Sightseeing tour adalah salah satu istilah dalam perjalanan wisata yang mungkin belum diketahui oleh

banyak orang. Sightseeing tour berarti kegiatan mengunjungi tempat-tempat menarik yang dilakukan orang-orang, terutama pada hari libur. Pada umumnya sightseeing tour dilakukan dalam waktu singkat dengan durasi kurang lebih 3-5 jam, atau paling lama setengah hari. Sightseeing tour juga dapat diartikan sebagai perjalanan singkat berkeliling untuk mengenal daerah yang dikunjungi. Tour ini direncanakan untuk mengunjungi objek wisata yang terdapat dalam satu kota. Tempat wisata yang dipilih pun memiliki lokasi berdekatan agar dapat ditempuh dalam waktu seperti museum, taman, monumen, bangunan bersejarah, dan lain sebagainya.

Rute perjalanan harus mempertimbangkan isi utama (core content). Pertama, yaitu pemanduan yang dilakukan menembus batas geografis suatu wilayah yang akan dilalui oleh wisatawan. Kedua, yaitu three sections, yaitu perencanaan dan penataan tempat-tempat/area yang memiliki pemandangan indah, kota wisata, dan saluran perjalanan merupakan bagian terpenting dalam menarik wisatawan dan juga menjadi inti daya saing suatu destinasi. Keahlian seorang pemandu wisata sangat tergantung pada kemampuan dalam menyusun suatu rute perjalanan. Kunci dari keberhasilan dalam merencanakan pemanduan wisata adalah sebuah rute perjalanan. Rute wisata tertentu dapat mempengaruhi penetapan perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin.

Suatu objek wisata terkadang akan dikunjungi oleh wisatawan apabila mendapatkan rekomendasi dari

pemandu wisatawan. Pada umumnya pemandu wisata hanya mengajak para wisatawan hanya ke tempat-tempat objek wisata yang terkenal saja. Tentunya hal ini akan menghambat perkembangan objek wisata baru yang belum begitu terkenal. Hasil penelitian Prasetya dkk (2021), menunjukkan pergerakan wisatawan yang hanya mengunjungi objek wisata yang sama di kabupaten Bangli. Hal tersebut dipengaruhi oleh penyedia jasa perjalanan wisata (Travel Agent) yang hanya mengarahkan wisatawan pada objek wisata unggulan di kabupaten Bangli. Hal ini menjadi salah satu alasan keterbatasan wisatawan dalam melakukan pergerakan di kabupaten Bangli.

BAB VIII

MODEL PENGEMBANGAN PARIWISATA

A. Kebijakan Pengembangan Pariwisata

Pengembangan pariwisata menurut Barreto dan Giantari (2015), adalah suatu usaha untuk mengembangkan atau memajukan objek wisata agar objek wisata tersebut lebih baik dan lebih menarik ditinjau dari segi tempat maupun benda-benda yang ada di dalamnya untuk dapat menarik minat wisatawan untuk mengunjunginya. Pengembangan pariwisata bertujuan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan memelihara kebudayaan di kawasan wisata. Pengembangan pariwisata sebagai suatu industry yang ideal harus berlandaskan pada empat prinsip dasar, sebagaimana dikemukakan (Sobari dalam Anindita, 2015), yaitu :

1. Kelangsungan ekologi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus menjamin terciptanya pemeliharaan dan proteksi terhadap sumberdaya alam yang menjadi daya tarik pariwisata, seperti lingkungan laut, hutan, pantai, danau, dan sungai;
2. Kelangsungan kehidupan sosial dan budaya, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus mampu meningkatkan peran masyarakat dalam pengawasan tata kehidupan melalui sistem nilai yang dianut masyarakat setempat sebagai identitas masyarakat tersebut;
3. Kelangsungan ekonomi, yaitu bahwa pengembangan pariwisata harus dapat menciptakan kesempatan kerja bagi semua pihak untuk terlibat

dalam aktivitas ekonomi melalui suatu sistem ekonomi yang sehat dan kompetitif;

4. Memperbaiki dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat melalui pemberian kesempatan kepada mereka untuk terlibat dalam pengembangan pariwisata.

Pariwisata saat ini berkembang dengan pesat, hampir diseluruh daerah mengembangkan program pariwisata dengan cara menjual atau menawarkan keindahan, keunikan budaya, serta lingkungan alamnya. Aktivitas pariwisata dapat menciptakan permintaan yang memerlukan pasaran bagi produk atau pelayanan yang dihasilkan oleh perusahaan yang masing-masing terpisah antara satu dengan yang lainnya, tetapi saling melengkapi. Dalam melakukan wisata, seorang wisatawan memerlukan pelayanan (service) lam perjalanan, semenjak seorang wisatawan itu meninggalkan tempat kediamannya sampai di daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya, hingga sampai kembali ke rumah atau ke tempat tinggalnya. Dengan berkembangnya pariwisata sebagai industri memberikan dampak yang positif bagi suatu daerah. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia khususnya di Indonesia khususnya Aceh telah demikian pesatnya dan memberikan kontribusi yang tidak sedikit bagi kesejahteraan masyarakat. Karenanya industri pariwisata merupakan integrasi dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk maupun jasa yang secara langsung maupun tidak langsung dibutuhkan oleh wisatawan dalam kunjungannya.

Berkembangnya sebuah kawasan wisata disebabkan oleh banyak hal diantaranya banyaknya jumlah penduduk, kebutuhan hidup dan potensi wisata yang ada di daerah tersebut. Pertumbuhan penduduk yang semakin meningkat, dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan ekonomi membuat masyarakat mengembangkan kreatifitasnya, dengan memanfaatkan kawasan sekitar tempat wisata, dengan menciptakan destinasi wisata baru (Reza et al., 2022). Terkait dengan pengembangan pariwisata, Page (2009), menyebutkan setidaknya terdapat lima pendekatan dalam pengembangan pariwisata yaitu :

1. Boostern approach. Pendekatan ini merupakan pendekatan sederhana yang menjelaskan bahwa pariwisata sebagai suatu akibat yang positif bagi suatu tempat berikut penghuninya. Namun demikian, pendekatan ini tidak melihat adanya pelibatan masyarakat dalam proses perencanaan dan daya dukung wilayah tidak dipertimbangkan secara matang;
2. The economic industry approach. Pendekatan pengembangan pariwisata lebih menekankan pada tujuan ekonomi daripada tujuan sosial dan lingkungan, serta menjadikan pengalaman dari pengunjung dan tingkat kepuasan pengunjung sebagai sasaran utama;
3. The physical spatial approach. Pendekatan pengembangan pariwisata ini mengacu pada penggunaan lahan geografis dengan strategi pengembangan berdasarkan prinsip keruangan (spasial). Misalnya pembagian kelompok

pengunjung untuk menghindari konflik antar pengunjung;

4. The community approach. Pendekatan pengembangan pariwisata yang menekankan pada pelibatan masyarakat secara maksimal dalam proses pengembangan pariwisata; dan
5. Sustainable approach. Pengembangan pariwisata dengan mempertimbangkan aspek keberlanjutan atau kepentingan masa depan atas sumber daya serta dampak pembangunan ekonomi terhadap lingkungan.

Pariwisata merupakan salah satu potensi yang kini banyak digali dan dikembangkan di banyak negara. Ada peningkatan kecenderungan pasar pariwisata internasional untuk berwisata di kawasan yang masih alami. Kecenderungan ini memberi peluang bagi pengembangan pariwisata Indonesia karena Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia yang kaya akan keanekaragaman hayati, memiliki panjang garis pantai lebih dari 81.000 km dan 17.504 pulau, di mana 10.000 pulau di antaranya merupakan pulau-pulau kecil, bahkan sangat kecil, belum bernama dan tidak berpenghuni. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah mengeluarkan kebijakan tersendiri dalam pengembangan pariwisata di pulau-pulau kecil, yaitu melalui Peraturan Menteri Kebudayaan dan Pariwisata Nomor: KM.67/UM.001/MKP/2004 tentang Pedoman Umum Pengembangan Pariwisata di Pulau-Pulau Kecil. Kebijakan tersebut dilatarbelakangi oleh adanya kondisi daya dukung pulau-pulau kecil yang terbatas.

Secara umum, kebijakan kepariwisataan yang telah disusun sebagai bagian dari kebijakan negara yang berpengaruh positif terhadap kondisi daerah dan pertumbuhan ekonomi. Kebijakan pariwisata di Indonesia, di atur dalam Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan yang bertujuan untuk melakukan perubahan di sektor pariwisata yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.

Menurut Kettler (2015), menjelaskan kebijakan pariwisata pada dasarnya adalah promosi industri yang berkaitan dengan sektor pariwisata dan didorong oleh permintaan. Ini adalah kebijakan promosi multifaset yang memiliki karakter kebijakan ekonomi secara keseluruhan. Dasar pemikirannya bahwa kebijakan pariwisata sebagai bagian dari kebijakan negara yang eksternalitas positifnya terhadap perkembangan perekonomian. Pengembangan pariwisata menjadi bagian urusan rumah tangga masing-masing daerah di Indonesia sesuai dengan arahan ketetapan Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007. Pemerintah Daerah Kabupaten atau Kota memegang porsi paling besar dalam pembagian kewenangan terhadap pengembangan pariwisata.

Tahapan evaluasi kebijakan sangat penting untuk menilai keefektifan pelaksanaan kebijakan. Penilaian ini untuk melihat kesenjangan antara harapan dengan kenyataan dari suatu kebijakan. Tidak semua, kebijakan

dapat meraih hasil yang diharapkan, maka pelaksanaan kebijakan tidak dapat dilepas namun juga harus diawasi baik setelah dilaksanakan maupun sedang dilaksanakan. Menurut Airey (2015), menjelaskan "Sebagian besar aspek kebijakan pariwisata sekarang juga tertutup dalam literatur yang mana saat ini telah terjadi percepatan laju studi selama dekade terakhir. Kebijakan selama ini tidak terdokumentasi dengan baik, seperti peran para pemangku kepentingan yang berbeda dalam proses kebijakan. Dan pengaruh dari berbagai bentuk output kebijakan itu sendiri.

B. Model-Model Pengembangan Pariwisata

Pembangunan kepariwisataan akan berdampak positif apabila pada pengelolaan dan tata kelolanya dijalankan oleh seluruh pemangku kepentingan baik pemerintah, industri pariwisata dan masyarakat. Pencapaian dari tujuan pembangunan kepariwisataan tersebut akan tercapai apabila proses yang dilakukan melalui praktik praktik tata kelola pariwisata yang baik atau yang disebut dengan istilah Good Tourism Governance (GTG) sebagai keterpaduan antara prinsip-prinsip good governance dan industri pariwisata (Sunaryo, 2013). Tata kelola itu sendiri dapat dilakukan dengan berbagai model sebagai berikut :

1. Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Pentahelix

Menurut Soemaryani (2016), menjelaskan model pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan

sinergi antara instansi terkait dalam mendukung seoptimal mungkin untuk mencapai tujuan. Keberhasilan yang didapat dalam pengembangan pariwisata dengan menggunakan model pentahelix untuk menciptakan strategi yang tepat dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat serta lingkungan dan diperlukan pendorong sebagai sistem kepariwisataan melalui optimalisasi peran academy, business, community, government dan media (ABCGM) yang mempunyai peran penting di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan pentahelix berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah.

Dalam model Pentahelix kolaborasi sangat dibutuhkan dalam rangka perlibatan secara bersama-sama dalam mengembangkan obyek pariwisata semaksimal mungkin dari kolaborasi antar elemen yang terkait langsung dengan industri pariwisata karena setiap elemen memiliki kompetensi khas sehingga hal tersebut sangat dibutuhkan dalam pengembangan pariwisata yang lebih baik. Hasil penelitian Vani, dkk (2020), mengatakan salah satu solusi yang hadir sebagai strategi yang dicanangkan oleh pemerintah Kota Pekanbaru dalam pengembangan objek wisata adalah melalui kolaborasi dengan model Pentahelix.

2. Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Hexahelix

Model Hexahelix merupakan sebuah model kolaborasi perkembangan dari model Pentahelix. Setiap unsur di dalam hexahelix seperti academic, business,

community, government, media, dan health memiliki keterkaitan antara satu dengan yang lain di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Kolaborasi menjadi bagian penting saat ini karena dengan kolaborasi masing-masing stakeholders dapat duduk bersama dalam sebuah forum, membangun kesepahaman dan komitmen serta merasa bertanggung jawab untuk kelangsungan pembangunan (Fairuza, 2017).

Hasil penelitian Wijayanti (2022), menunjukkan konsep pengelolaan wisata malam gandeng gendong, merupakan salah satu model pengelolaan wisata Hexahelix berupa program pemberdayaan masyarakat dengan melibatkan semua elemen masyarakat dan juga melibatkan berbagai stakeholder, meliputi akademisi, pengusaha, pemerintah, komunitas, media dan wisatawan. Konsep Hexahelix dipilih sebagai strategi pengembangan wisata malam Kota Yogyakarta, karena konsep ini dinilai mampu mewujudkan percepatan program-program yang telah ditetapkan melalui sinergitas antar unsur yang ada.

3. Model Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat

Model pengembangan pariwisata dengan menggunakan pendekatan pengembangan masyarakat merupakan salah satu alternatif yang dapat digunakan untuk melakukan pengembangan suatu objek wisata. Berdasarkan hasil kajian lapangan yang telah dilakukan. Di dalam model ini juga akan melibatkan aktor-aktor yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat. Masing-masing aktor tersebut diharapkan melakukan suatu tindakan bersama sesuai dengan peranannya masing-masing. Pada model ini

juga memberikan penekanan pada pemberian peran kepada masyarakat yang semakin besar pada akhirnya.

Pada prinsipnya, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat merupakan aplikasi dari teori pembangunan berbasis masyarakat. Pembangunan berbasis masyarakat, secara sederhana diartikan sebagai pembangunan yang mengacu kepada kebutuhan masyarakat, direncanakan dan dilaksanakan oleh masyarakat dengan memanfaatkan potensi sumber-daya yang dapat diakses oleh masyarakat setempat (Aprilia et al, 2014). Oleh karena itu, pengembangan pariwisata tidak hanya mempertimbangkan permintaan dan kebutuhan wisatawan, namun juga mesti memperhatikan keinginan dan kemampuan masyarakat tempatan.

Hasil penelitian Rusyidi (2018), mengenai pengembangan pariwisata berbasis masyarakat di Kabupaten Bangka ini antara lain :

1. Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan masyarakat (the community approach). Pendekatan ini menekankan pada pelibatan penuh kepada masyarakat dalam proses pengembangan pariwisata.
2. Pendekatan pengembangan masyarakat (community development) dapat digunakan untuk membangun model pengembangan pariwisata di kawasan Pantai Rambak dan Pantai Rebo Kabupaten Bangka.
3. Model pengembangan pariwisata dengan pendekatan pengembangan masyarakat dapat dilakukan dengan melalui tiga tahapan yaitu tahap

awal, tahap pertengahan, dan tahap lanjutan. Di tahap awal, strategi yang dilakukan adalah strategi direktif (instruktif). Strategi ini kemudian bergeser menjadi setengah direktif dan setengah nondirektif di tahap pertengahan. Kemudian di tahap lanjutan, strategi yang dilakukan adalah dengan menggunakan strategi nondirektif (partisipatif).

4. Model Pengelolaan Wisata Bahari Berbasis Masyarakat

Salah satu model pengembangan pariwisata bahari yang digunakan adalah dengan menggunakan masyarakat sebagai basis pengembangannya. Dalam hal ini masyarakat diberikan ruang dan kesempatan terlibat dalam proses pengembangan pariwisata bahari. Keterlibatan masyarakat dimulai dari tahapan perencanaan, pelaksanaan, dan mengevaluasi pelaksanaan program serta kegiatan pengembangan pariwisata (Sero, 2012).

Hasil penelitian Rahayu & Ozali (2024), menunjukkan Pemkab Bintan Provinsi Kepulauan Riau sudah mengembangkan tempat wisata Pantai Trikora tersebut menjadi empat lokasi, yakni Trikora 1, Trikora 2, Trikora 3 dan Trikora 4. Sementara yang dikelola langsung oleh Pemkab Bintan melalui Dinas Pariwisata hanya Trikora 4. Selebihnya diserahkan ke swasta dan masyarakat dalam pengelolaannya. Dalam hal ini masyarakat langsung yang mendirikan pondok-pondok peristirahatan ini, sekaligus menjual makanan dan minuman di kawasan Pantai Trikora, sehingga masyarakat lokal dapat merasakan langsung dampak positif dari pembangunan pariwisata.

C. Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Bireuen

Kabupaten Bireuen memiliki potensi wisata yang sangat besar, dengan aset-aset peninggalan sejarah, kebudayaan yang sangat kaya. Jasa Bireuen cukup besar untuk kemerdekaan Republik Indonesia. Di Pendopo Bireuen, Presiden Soekarno pernah memimpin Republik Indonesia selama sepekan Pada tahun 1948, dan dijadikan sebagai Istana Presiden yang dibantu dengan Radio Rimba Raya yang mengabarkan ke dunia bahwa Republik Indonesia masih ada dan belum dikuasai oleh Belanda.

Bukti sejarah perlu diangkat kembali untuk menjadi khasanah budaya dan sejarah bangsa, objek wisata yang akan dikembangkan di Bireuen bukan saja pada wisata alam, akan tetapi, objek wisata peninggalan sejarah, wisata budaya Islami, wisata pelayanan publik dan seni yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan kabupaten Bireuen, sehingga dapat menggerakkan perekonomian rakyat dan mensejahterakan rakyat. Menurut Alexander (2011), mengungkapkan bahwa "Perkembangan pariwisata disuatu daerah secara tidak langsung akan membawa pengaruh positif terhadap daerah itu sendiri. Bardgett²⁴, menjelaskan bahwa aktivitas pembangunan pariwisata dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Itu bisa disaksikan melalui penyerapan tenaga kerja pada sektor perhotelan, restoran, rumah makan, dan sebagainya."

Permasalahan pengembangan pariwisata di kabupaten Bireuen secara keseluruhan dari tahun ke tahun belum ada pengembangan yang berarti baik itu infrastruktur yang harus renovasi pada obyek wisata, peningkatan kualitas, dan strategi upaya pemasaran

pariwisata secara khusus. Keadaan ini menjadi sebuah masalah pengembangan pariwisata seperti halnya keberadaan obyek wisata yang berada di pantai Kuala Bireuen secara kajian pendidikan masih banyak yang perlu dikembangkan.

Menurut Rizal, dkk (2020), mengatakan bahwa "Kendala utama dalam perkembangan pariwisata di kabupaten Bireuen saat ini adalah kurangnya dukungan infrastruktur sarana dan prasarana, serta pengelolaan pariwisata, selain hal tersebut juga masing-masing kurang promosi untuk tempattempat objek wisata di Bireuen baik secara manual atau elektronik secara basis komputerisasi maupun mobile, semisalkan sistem informasi geografis mapping wisata maupun sistem pemandu lainnya, yang mana hal tersebut menjadi ke dalam masyarakat/ wisatawan khususnya yang di luar Bireuen dalam memperoleh informasi wisata."

Dari salah satu sampel contoh kasus pengembangan wisata tersebut menjadi salah satu acuan upaya pengembangan peningkatan kualitas wisata dengan prospek wisata bahari. Prospek tersebut dapat diupayakan menjadi tujuan wisata yang memiliki ciri khas atau ikon dari upaya pengembangan pariwisata bahari dan lainnya. Kabupaten Bireuen memang harus menjadi barometer pengembangan wisata yang menjanjikan, karena banyak unsur-unsur lokasi wisata yang variatif dan edukatif yang masih kurang tersentuh pengembangannya.

Perlu sinkronisasi dan kerjasama yang baik antara Dinas Pariwisata Provinsi dengan Kabupaten Kota dalam menjalankan ini. Dirjen Pemasaran Kemenparekraf RI,

mengatakan sangat mendukung event-event pariwisata daerah, dengan keberhasilan dari wisata tersebut untuk mensejahterakan rakyat. "Menparekraf menyambut baik dan mendukung penuh kegiatan-kegiatan wisata yang dapat dikembangkan oleh daerah", pengembangan pariwisata dan mempromosikan ke dunia luar.

Menurut Andrasgoro, dkk (2015), mengutarakan bahwa "Perlu adanya daya dukung masyarakat, stake holders dan peran serta Pemerintah Daerah secara bersama-sama berpartisipasi dalam menjaga kelestarian lingkungan alam dan upaya mempromosikan potensi wisata daerah. Kebersamaan ini menjamin unsur peningkatan aset daerah sebagai pengembangan otonomi daerah dan peluang lapangan pekerjaan bagi masyarakat di sekitar lokasi wisata guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat sebagai hasil cipta manusia dan masyarakat yang tersebar di Kabupaten Bireuen.

Pengembangan pariwisata pada suatu daerah perlu memperhatikan potensi yang ada dalam daerah yang bersangkutan, potensi yang dimiliki dapat membantu kemudahkn masyarakatat individu, kelompok, ataupun komunitas tertentu dalam daerah tersebut. Perkembangan kepariwisataan ditentukan oleh faktor skala, kapasitas, kompleksitas dan sinergi. Setiap destinasi pariwisata yang memiliki entitas spasial, bisnis, sosial budaya dan lingkungan, memerlukan pendekatan sistemik dalam integrasi ekosistem kepariwisataan untuk menjamin kualitas aktivitas, fasilitas dan pelayanan yang optimal. Tata kelola destinasi pariwisata dengan konsep yang menyeimbangkan penerapan nilai etika, estetika dan

ekonomi serta lokalitas untuk menciptakan kualitas pengalaman berwisata, optimalisasi manfaat yang inklusif bagi masyarakat serta lingkungan. Model tata kelola destinasi ke depan memerlukan eksplorasi tatanan nilai, lokalitas, keseimbangan, championship, leadership dan akuntabilitas agar menciptakan keunggulan destinasi yang berkualitas (*destination excellence*) sekaligus menjadi pilihan dan preferensi wisatawan sebagai destinasi pariwisata masa depan (*destination of the future*).

Proses penyelenggaraan tata kelola kepariwisataan yang baik, sangat dibutuhkan pada sektor publik. Adanya perubahan baik dalam cara berfikir maupun bertindak, terutama dengan meninggalkan paradigma lama yang berupa suatu bangunan penyelenggaraan pemerintahan yang sentralistik dan berwawasan lokus tunggal yang berupa birokrasi pemerintahan (*government bureaucracy*) untuk menuju kepada paradigma baru yang berupa model penyelenggaraan pemerintahan yang desentralistik dan belokus jamak. Prinsip tata kelola kepariwisataan yang baik ini pada intinya adalah adanya koordinasi dan sinkronisasi program antar pemangku kepentingan yang ada serta pelibatan partisipasi aktif yang sinergis (terpadu dan saling menguatkan) antar pihak pemerintah, swasta/industri pariwisata, dan masyarakat setempat terkait.

BAB IX

PERENCANAAN DALAM PARIWISATA

A. Perencanaan Pariwisata

Perencanaan dalam pariwisata sangat penting, hal ini dikarenakan akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah pembangunan dalam bidang pariwisata. Secara sederhana, ada tiga pertanyaan dasar yang harus dijawab di dalam perencanaan, yaitu apa tujuan yang diinginkan, apa kendala yang dimiliki dan bagaimana cara mengatasi kendala tersebut untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Dalam praktiknya di lapangan, persoalan perencanaan tidak sesederhana ini. Perbedaan latar belakang dan fokus perhatian perencana akan mengakibatkan pula adanya perbedaan pendekatan perencanaan yang dipilih. Semuanya sah tergantung dari konteks bahasan dan tujuan yang diharapkan dari pembuatan rencana tersebut.

Perencanaan pariwisata juga menjelaskan pekerjaan yang dilakukan pada tahapan penyusunan rencana tersebut. Keputusan melakukan perencanaan merupakan faktor penting bagi perencanaan karena menjelaskan komitmen pembuat keputusan berupa penetapan tujuan akhir yang diinginkan dan juga komitmen untuk melaksanakan hasil rencana. Hasil rencana merupakan rekomendasi terhadap aksi apa yang harus dikerjakan apabila ingin mencapai tujuan yang ditetapkan. Terakhir adalah kegiatan monitoring yang merupakan unsur penting dalam siklus perencanaan, karena monitoring merupakan alat evaluasi untuk meyakinkan apakah rencana aksi yang

disarankan dapat memecahkan permasalahan yang ada atau tidak.

Perbedaan perencanaan pariwisata dengan perencanaan lainnya ada pada tujuan yang ingin dicapai. Secara spesifik, perencanaan pariwisata bertujuan untuk kepuasan wisatawan, kesejahteraan masyarakat dan pelestarian lingkungan. Perencanaan pariwisata kemudian berkembang luas terpengaruh oleh perencanaan regional yang menjelaskan hubungan antarsektor pembangunan dan sistem perwilayahan pariwisata. Di sini, termasuk rencana zonasi dan klaster pariwisata serta hubungan antarkawasan dan destinasi pariwisata. Pola-pola ini masih menjadi sebuah standar perencanaan yang digunakan pula dalam menyusun sebuah rencana kepariwisataan sebagaimana pada penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional.

Pembangunan kepariwisataan Indonesia mulai dirancang secara lebih terencana pada tahun 1960-an, persepsi sebagian masyarakat Indonesia tentang kepariwisataan masih negatif. Kepariwisataan identik dengan kegiatan yang melanggar norma kesusilaan dan adanya anggapan bahwa akan berpotensi merusak budaya asli Indonesia. Padahal pariwisata jika dibawa pada komposisi yang bijak maka akan menjadi sektor yang mampu membawa peradaban bangsa menjadi unggul. Pembangunan pariwisata mengalami dinamika dan adaptasi yang cepat. Pariwisata sebagai katalisator pembangunan.

Pemerintah saat ini perlu fokus pada pengembangan sektor pariwisata, sehingga dapat menjadi ujung tombak

dari keunggulan suatu negara. Sektor itu dianggap mampu menjadi penopang pertumbuhan ekonomi yang strategis bagi negeri seperti halnya pengembangan wisata bahari. Kegiatan perencanaan pengembangan pariwisata bahari bukanlah sesuatu hal yang baru. Umumnya stakeholder yang bertugas dalam merumuskan perencanaan pengembangan pariwisata bahari adalah pemerintah.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS) sebagai turunan dari Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan tertulis empat komponen utama dalam pembangunan kepariwisataan nasional yang salah satunya adalah komponen destinasi pariwisata yang bertujuan untuk menjadikan destinasi pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat yang berdiri di atas lima pilar, yaitu atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas, masyarakat dan investasi.

Hasil penelitian Hidayat (2011). Menunjukkan dalam pengembangan wisata pantai di Pangandaran mengatakan sebelum dilaksanakannya kegiatan pariwisata di daerah tersebut, perlu, dirumuskan terlebih dahulu perencanaan dan strategi pengembangan untuk mengoptimalkan pencapaian tujuan pengembangan wisata bahari di Pangandaran. Begitu juga dengan yang dilakukan di pesisir pantai teluk Lampung, pengembangan wisata baharinya dilakukan dengan mengikuti perencanaan yang telah disusun oleh pemerintah. Hal tersebut bertujuan

untuk membantu tercapainya keefektivan dalam pengembangan pariwisata bahari (Abdilah, 2016).

Perencanaan dalam pariwisata perlu didukung oleh sebuah kebijakan. Kebijakan dibidang kepariwisataan adalah berbagai macam aturan, strategi dan sasaran pembangunan atau promosi pariwisata yang menjadi pedoman bagi pengambilan keputusan dalam jangka pendek dan panjang. Kebijakan ini harus memberikan jaminan bahwa tujuan utamanya adalah membuat masyarakat yang bersangkutan yang tinggal di destinasi pariwisata memperoleh keuntungan optimal dari kontribusi kepariwisataan dibidang sosial dan ekonomi dalam bentuk kemajuan kualitas hidup. Kebijakan pariwisata bisa dalam bidang legislatif, administratif, maupun yudisial yang berpengaruh terhadap kepariwisataan.

Menurut Edgell & Swanson Antariksa (2016), berpendapat bahwa, pada intinya kebijakan dibidang kepariwisataan adalah setiap tindakan pemerintah baik dibidang legislatif, administratif maupun yudisial yang berpengaruh terhadap kepariwisataan. Termasuk di dalamnya aktivitas pemasaran, perencanaan dan keberlanjutan. Menurut mereka, bentuk kebijakan tersebut adalah berbagai pedoman (aturan), prinsip dan prosedur yang disusun secara etis dan sifatnya fokus terhadap suatu persoalan serta mewakili harapan suatu masyarakat atau 25 bangsa dalam hubungannya dengan aspek perencanaan, pembangunan, produk, jasa, pemasaran dan aspek keberlanjutannya.

Pada Pedoman Umum Program Nasional Pemberdayaan Masyarakat (PNPM) Mandiri diketahui

bahwa pariwisata melalui pemberdayaan masyarakat adalah menciptakan/meningkatkan kapasitas masyarakat baik secara individu maupun berkelompok dalam memecahkan berbagai persoalan terkait upaya peningkatan kualitas hidup, kemandirian dan kesejahteraannya. Pemberdayaan masyarakat yang dimaksud dalam PNPM Mandiri meliputi tahap persiapan, perencanaan, pelaksanaan, pengendalian dan pemeliharaan yang melibatkan partisipasi aktif masyarakat. Sehingga masyarakat tidak hanya dilibatkan pada tahap pelaksanaan saja, masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata dalam keseluruhan tahapan mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi.

Dinamika pariwisata yang berkembang begitu pesat, menyebabkan diperlukannya sebuah perencanaan yang tidak saja bersifat komprehensif, tetapi juga harus fleksibel. Perencanaan pariwisata juga tidak dapat hanya dilakukan untuk tujuan jangka pendek, tetapi jangka panjang dengan memperhatikan enam alasan penting berikut, diantaranya: (1) Menjelaskan arah pembangunan ke depan secara jelas sehingga mudah dipahami oleh para pemangku kegiatan; (2) Memberikan perhatian dan penekanan pada pariwisata dalam sebuah destinasi; (3) Adanya visi dan tujuan menjelaskan target yang ingin dicapai dalam kurun waktu tertentu; (4) Mengidentifikasi peluang yang bermanfaat untuk tujuan pengembangan pariwisata; (5) Berbagi kepemilikan karena transparansi perencanaan akan menyebabkan semua pemangku kebijakan merasa

memilikinya; dan (6) Sebagai panduan untuk pelaksanaan dan evaluasi untuk menjamin efektivitas kegiatan.

Perencanaan pada pariwisata tidak hanya dibutuhkan pada tingkat nasional, namun juga sangat dibutuhkan pada tingkat internasional. Hal tersebut berkaitan dengan proses perencanaan pariwisata dengan penanganan secara khusus baik dalam aspek organisasi, marketing, dan promosi. Perencanaan dalam pariwisata sangat dibutuhkan karena untuk mengetahui konsekuensi dari perkembangan yang dapat mempengaruhi aspek-aspek pariwisata. Tujuan dilakukannya perencanaan dalam bidang pariwisata yaitu sebagai: (1) Memaksimalkan manfaat dan meminimalkan dampak negatif pengembangan pariwisata; (2) Mengkoordinasikan kegiatan pariwisata dengan sektor lainnya; (3) Mengawasi terjadinya pengembangan pariwisata secara spontan; (4) Menarik bantuan dana dan teknis dalam rangka pengembangan pariwisata; dan (5) Pariwisata makin kompetitif dan promosi antar destinasi makin gencar.

B. Model Perencanaan Pariwisata

Perencanaan pariwisata dapat dilakukan dengan berbagai model perencanaan. Model perencanaan dasar dalam bidang pariwisata terdiri dari tiga tahapan sebagai berikut :

1. Masukan, merupakan tahap awal perencanaan yang mencakup hal-hal penting yang diperlukan sebagai bahan analisis dan pembuatan rekomendasi. Pada tahap ini, sudah harus ditetapkan tujuan yang

kemudian digunakan sebagai dasar inventarisasi data dan informasi;

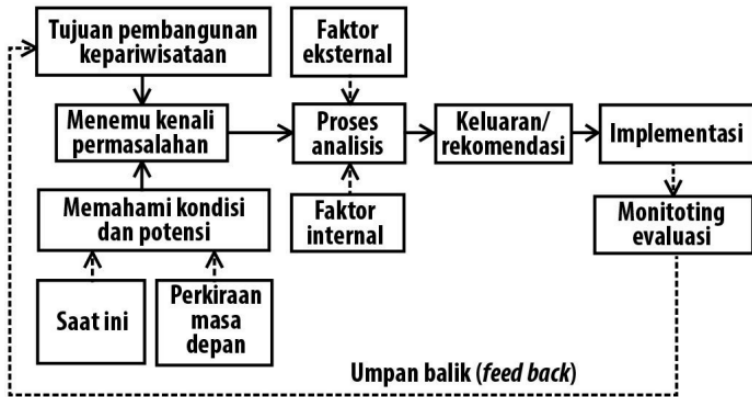
2. Proses analisis menggunakan berbagai metode, tahapan ini bertujuan untuk memperkirakan pemecahan permasalahan guna pencapaian tujuan. Tidak ada satu metode yang tepat untuk semua persoalan sehingga pilihan metode tergantung dari jenis persoalan yang akan diselesaikan;
3. Keluaran, tahapan yang isinya berupa rekomendasi, strategi dan rencana aksi yang dijadikan panduan bagi pelaksanaan pembangunan.

Walaupun prinsip perencanaan menggunakan model dasar sebagaimana yang telah dipaparkan di atas, namun dalam pelaksanaannya tidaklah sesederhana itu. WTO memberikan panduan umum penyusunan perencanaan pariwisata yang mencakup lima tahapan berikut :

1. Tahap persiapan yang memerlukan pernyataan yang jelas dalam Kerangka Acuan Kerja (KAK) yang disiapkan oleh pemberi tugas. Dalam penyusunan KAK, diperlukan pandangan luas dari berbagai disiplin ilmu, seperti perencanaan fisik, pemasaran, ekonomi, lingkungan, sosiologi, dan infrastruktur;
2. Tahap menentukan tujuan dan sasaran memerlukan masukan dari berbagai pihak. Pernyataan yang dibuat haruslah mencerminkan keseimbangan pembangunan menjawab isu ekonomi, lingkungan, dan sosial;
3. Tahap survei dilakukan melalui pengamatan atas pola perjalanan, pasar potensial, fasilitas saat ini, tata

guna lahan, situasi ekonomi, situasi sosial, sumber daya alam dan budaya, kebijakan, serta kemampuan pembiayaannya;

4. Tahap analisis dan sintesis dibuat atas dasar pernyataan tujuan dan sasaran, studi permintaan dan penawaran, serta peluang dan kendala. Tahap ini nantinya menghasilkan kesimpulan atas kebutuhan atraksi dan jasa serta menyampaikan pula isu mengenai kapasitas wilayah;
5. Tahap formulasi dan rencana merupakan tahap akhir dan menghasilkan sejumlah rekomendasi yang diperlukan. Di sini, diperlukan pula integrasi dengan perencanaan lain, seperti perencanaan tata ruang dan sektoral.



Gambar 9.1 Model Perencanaan Pariwisata (Hermantoro, 2020)

Penjelasan terkait dengan gambar model perencanaan pariwisata yang diadopsi dari tersebut sebagai berikut :

1. Hal awal yang paling penting adalah keputusan untuk menyusun rencana karena menjelaskan komitmen pembuat keputusan untuk meyakinkan dirinya bahwa ia memang butuh sebuah rencana. Komitmen akan tinggi apabila pembuat keputusan memahami bahwa ia membutuhkan rencana karena menyadari permasalahan dan tujuan yang ingin dicapai. Sebaliknya, komitmen akan rendah jika pembuat keputusan hanya merasa sekadar melaksanakan kewajiban sebagaimana diatur dalam peraturan yang berlaku. Apabila hal terakhir ini yang dilakukan, hasil rencana akan tidak bermanfaat;
2. Tujuan pembangunan pariwisata ditetapkan dalam sebuah kesepakatan. Kesepakatan tersebut berisi visi, misi dan tujuan pembangunan yang selanjutnya menjadi acuan bagi tujuan perencanaan. Sedangkan sasaran mengarah pada rencana kuantitatif yang ingin dicapai;
3. Tahap berikutnya berupa menemukenali permasalahan yang dihadapi, baik permasalahan saat ini ataupun permasalahan yang diperkirakan terjadi di masa depan. Permasalahan ini secara sederhana ditunjukkan dalam bentuk jarak atau kesenjangan (gap) antara tujuan dengan kondisi yang ada;
4. Proses analisis merupakan proses yang memerlukan penggunaan metode teknis untuk memperkirakan berbagai hal bagi cara pemecahan masalah guna pencapaian tujuan. Metode yang sering digunakan

adalah metode analisis SWOT (strengths, weaknesses, opportunities, threats). S dan W menjelaskan faktor internal, sedangkan O dan T menjelaskan faktor eksternal yang menyangkut meningkatnya kompetisi antardestinas dan perhatian pada lingkungan;

5. Tahap rekomendasi memberikan arahan bagi strategi dan kebijakan yang dikeluarkan. Tahap ini disiapkan melalui berbagai alternatif dan kemudian melakukan pilihan yang terbaik dari alternatif yang ada. Rekomendasi tidak hanya pada pilihan bentuk kegiatan yang diperlukan, tetapi juga menyangkut jawaban atas siapa yang melakukan, kapan, dan di mana kegiatan tersebut dilakukan;
6. Tahap monitoring dan evaluasi diperlukan sebagai sebuah umpan balik (feed back) untuk dapat menilai apakah implementasi yang dilakukan akan benar-benar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Tahap evaluasi dapat dilakukan oleh organisasi sendiri atau dikerjakan oleh pihak lain, yang terpenting pelaksanaannya harus dilakukan secara profesional. Tahap ini sangat penting guna memahami hal-hal penting yang perlu diperbaiki. Hal-hal tersebut, baik berupa unsur internal organisasi, misalnya ketidakmampuan sumber daya manusia atau ketidaktersediaan anggaran, maupun karena unsur eksternal, misalnya pengaruh politik, ekonomi global, dan nasional.

C. Strategi Promosi Wisata

Secara umum bentuk-bentuk promosi memiliki fungsi yang sama, tetapi bentuk-bentuk tersebut dapat dibedakan berdasarkan tugas-tugas khususnya. Beberapa tugas khusus itu sering disebut bauran promosi. Menurut Tjiptono (2008), mengatakan bauran promosi yaitu Penjualan Personal, Penjualan Massal, Promosi Penjualan, Hubungan Masyarakat, dan pemasaran langsung. Oleh karena itu keberadaan kegiatan promosi destinasi wisata sangat penting dilakukan untuk memperkenalkan destinasi wisata yang dimiliki serta meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu destinasi wisata.

Potensi wisata yang luar biasa yang dimiliki Indonesia seharusnya bisa menjadi andalan untuk mengangkat taraf hidup masyarakatnya. Sektor pariwisata bisa menjadi sektor penopang pemasukan negara di bidang non migas. Di era yang semakin maju semakin pula banyak cara dan strategi untuk mengangkat potensi wisata di suatu daerah. Masing-masing daerah memiliki kekhasan atau penonjolan karakteristik alam maupun sosio kultural dan aspek lainnya. Promosi pada hakekatnya adalah merupakan kegiatan yang ditunjukkan untuk mempengaruhi konsumen agar mereka dapat menjadi kenal akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan pada mereka dan kemudian mereka menjadi senang lalu membeli produk tersebut (Ri'aeni, 2015).

Menurut Hania et al. (2016), mengutarakan bahwa "Keputusan seseorang untuk berkunjung ke objek wisata dipengaruhi oleh bauran promosi dan citra destinasi. Pengunjung dapat mengetahui objek wisata yang ada melalui promosi yang dilakukan oleh pihak pengelola dan

pemerintah dalam hal ini adalah dinas pariwisata daerah tersebut.” Bentuk-bentuk promosi yang dapat dilakukan oleh pengelola wisata antara lain periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung (Armstrong et al., 2017).

Menurut Syahputra (2017), strategi yang dapat dilakukan dalam promosi destinasi wisata adalah sebagai berikut ;

1. Pemerintah sebaiknya menggunakan media iklan lainnya, seperti internet, channel youtube, dan papan reklame;
2. Penyebaran browsure dan media cetak promosi destinasi wisata diperluas lagi, dan jika perlu dibagikan langsung ke wisatawan yang berkunjung di objek wisata, agar bisa memberikan pilihan lain untuk mengunjungi destinasi wisata;
3. Ketika melakukan suatu kegiatan dalam hal promosi destinasi wisata, sebaiknya Dinas Pariwisata melakukan publikasi atau dokumentasi agar masyarakat bisa tahu kinerja instansi pemerintahan bidang pariwisata;
4. Perbanyak kegiatan promosi bisnis dan perdagangan melalui kegiatan expo mengenai produk usaha di Sumatera Barat dari beberapa subsektor ekonomi kreatif agar masyarakat bisa mengenal dan membantu usaha agar mempunyai pelanggan;
5. Setiap periode, diharapkan destinasi wisata yang ditawarkan itu diperbaharui, agar wisatawan bisa mempunyai pilihan untuk mengunjungi beberapa

pilihan yang ada dan tidak membuat bosan pengunjung.



Gambar 9.2 Promosi Wisata Melalui Sosial Media dan Media Massa

Upaya yang dapat dilakukan untuk memperkenalkan pariwisata alam dan rekreasi ialah melalui komunikasi pemasaran. Komunikasi pemasaran sangat dibutuhkan untuk menyampaikan pesan kepada publik, terutama wisatawan sasaran, mengenai keberadaan suatu objek wisata. Salah satu pemasaran yang digunakan adalah dengan melakukan kegiatan promosi. Tujuan dari kegiatan promosi itu sendiri adalah memengaruhi calon wisatawan untuk mau berkunjung serta menjaga agar wisatawan selalu ingat dan berkeinginan untuk melakukan kunjungan kembali (Sukmawati, 2013).

Media sosial saat ini menjadi salah satu alternatif yang paling tepat dalam memasarkan suatu produk termasuk destinasi wisata. Media sosial merupakan teknologi digital yang memungkinkan orang untuk berinteraksi, dan berbagi isi pesan. Media sosial merupakan istilah yang banyak digunakan setiap penggunanya untuk

saling mengikat dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Menerapkan strategi pemasaran dengan menggunakan media sosial berbasis jejaring sosial dan website sangat efisien karena mendapatkan peluang konsumen potensial yang lebih tinggi daripada menggunakan strategi pemasaran konvensional.

Secara finansial lebih efisien dan praktis apabila strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh seseorang dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan media sosial. Mempromosikan pariwisata menggunakan media sosial selain hanya berbayar dengan menggunakan paket data/wifi, juga dapat menjaring pelanggan baru pengguna media sosial.

Setelah melakukan promosi dengan menggunakan media sosial, pelayanan juga menjadi salah satu kunci utama dalam menjalankan suatu usaha. Menurut Kotler (2002), definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh sesuatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada produk fisik. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri.

Perencanaan adalah sebuah proses untuk mencapai tujuan melalui upaya memecahkan masalah saat ini dan kemungkinan masalah yang akan datang dengan mengoptimalkan seluruh sumber daya yang ada. Hasilnya adalah sebuah dokumen rencana yang berisi rencana tindak

untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Rencana dapat diartikan juga sebagai sebuah rancangan, keputusan untuk mengerjakan suatu hal pada masa depan atau metode untuk mencapai satu tujuan. Perencanaan pariwisata mengaplikasikan konsep-konsep dasar perencanaan pada umumnya dengan penyesuaian terhadap karakteristik sistem pariwisata, untuk mencapai tujuan pembangunan pariwisata.

BAB X

PEMBANGUNAN PARIWISATA YANG BERKELANJUTAN

A. Pembangunan Pariwisata

Sustainable Development Goals adalah agenda global yang disepakati para pemimpin dunia untuk mewujudkan kesejahteraan melalui pembangunan berkelanjutan dengan 17 tujuan global (Ishartono & Raharjo, 2016). Adapun 17 tujuan tersebut meliputi pengentasan kemiskinan dan kelaparan, perbaikan kesehatan, pendidikan berkualitas, kesetaraan gender, air bersih dan sanitasi yang layak, energi bersih dan terjangkau, pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi, industri inovatif dan infrastruktur, berkurangnya kesenjangan, kota dan komunitas berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab, penanganan perubahan iklim, ekosistem laut, ekosistem daratan, perdamaian, keadilan dan kelembagaan yang tangguh, serta kemitraan untuk mencapai tujuan. Salah satu sektor yang dapat mewujudkan SDG's secara komprehensif adalah sektor pariwisata dengan berkolaborasi untuk mewujudkan tujuan ke-8 (pertumbuhan ekonomi) dan tujuan ke-17 (kemitraan untuk mencapai tujuan). Pariwisata adalah sektor industri yang berpeluang dan berpengaruh mendukung perekonomian Indonesia dapat menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan devisa negara.

Kondisi pariwisata di Indonesia dibandingkan negara di ASEAN pada tahun berada pada peringkat enam jika melihat indikator kontribusi pariwisata bagi lapangan

kerja dan pendapatan nasional. The Perfect Media, merilis data perkembangan pariwisata domestik di ASEAN sebagai berikut :



Gambar 10.1 Perkembangan Pariwisata Domestik di ASEAN Tahun 2020

Pembangunan sebagai sarana untuk mewujudkan kesejahteraan memiliki tantangan. Diantara tantangannya adalah, keberlanjutan (sustainability) pembangunan dan kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan pembangunan. Pembangunan berbasis ekstraksi sumber daya alam menghadapi persoalan ini. Salah satu alternatif pembangunan yang mampu menjawab ke-berlanjutan dan kelestarian lingkungan, sekaligus mampu mewujudkan kesejahteraan adalah pembangunan di sektor pariwisata. Banyak negara di dunia yang berhasil membangun ekonominya berbasis pada pariwisata, Arab Saudi dengan wisata religi, dan Singapura dengan wisata belanja. Beberapa daerah di Indonesia juga mampu membangun perekonomian dengan pembangunan sektor pariwisata

seperti Kota Batu, Jawa Timur dan Bali. Keberhasilan pembangunan pariwisata di beberapa daerah tersebut dengan keberadaan aspek business.

Wujud konkret kontribusi pemerintah pusat mewujudkan agenda global Sustainable Development Goals (SDG's) diperjelas dengan adanya Peraturan Presiden Nomor 59 Tahun 2017 tentang Pelaksanaan Pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan yang menjabarkan tentang agenda pembangunan dan program Aksi Nasional Tahun 2020 - 2024. Pemerintah menjelaskan implementasi kebijakan ini dengan mengedepankan prinsip inklusif yang melibatkan empat platform partisipasi meliputi pemerintah, akademisi dan pakar, filantropi dan pelaku usaha, organisasi kemasyarakatan dan media.

Pembangunan sektor pariwisata dilaksanakan dengan mengembangkan pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat. Pembangunan yang berorientasi pada pengembangan wilayah, bertumpu kepada masyarakat dan bersifat memberdayakan masyarakat yang mencakup berbagai aspek; seperti sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi. Begitu pula keterkaitan lintas sektor, kerja sama antar negara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam pemanfaatan sumber kekayaan alam dan budaya (Hasan & Hermawan, 2018).

Pada pengembangan pembangunan sektor pariwisata, pemerintah memiliki beberapa peran berikut. Pertama, sebagai regulator. yaitu pemerintah harus membuat berbagai kebijakan dan aturan yang berkaitan dengan sektor pariwisata. Regulasi yang dibuat harus bisa

memas-tikan semua pihak yang terlibat di dalam kegiatan pariwisata bisa diatur dengan baik. Tidak ada pihak yang dirugikan dan dikurangi hak-haknya. Lebih dari itu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah, dapat membuat kegiatan pariwisata bisa berjalan dengan lancar dan baik, tidak ada hambatan yang terjadi. Kebijakan yang mempermudah, tidak mempersulit, tidak berbelit-belit. Regulasi yang dibuat tidak harus banyak, yang penting bisa memas-tikan bahwa kegiatan usaha dan industri wisata tidak merugikan para pihak yang juga ada di sekitar kegiatan pariwisata.

Kedua, peran pemerintah sebagai fasilitator. Sebagai fasilitator, pemerintah perlu memberi pelayanan dan arahan kepada para pihak yang terlibat di dalam kegiatan usaha dan industri pariwisata. Fasilitator bisa dalam bentuk memberi fasilitas kepada para pihak yang berada di dalam sektor pariwisata. Pemerintah juga perlu memberi pelayanan dan pendampingan kepada usaha dan industri pariwisata yang baru tumbuh dan berkembang. Memberi pelayanan prima bagi para pihak (stakeholders) yang bergerak pada usaha dan industri pariwisata. Sebagai fasilitator, pemerintah mengambil peran sebagai wasit jika terjadi sengketa atau konflik para pihak yang bekerja dan berusaha di sektor pariwisata.

B. Konsep Pariwisata Berkelanjutan

Pembangunan berkelanjutan adalah pembangunan yang memenuhi kebutuhan hidup masa sekarang dengan

mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan hidup generasi mendatang. Prinsip utama pembangunan berkelanjutan ialah mempertahankan kualitas hidup bagi seluruh manusia pada masa sekarang dan pada masa depan secara berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan dilaksanakan dengan prinsip kesejahteraan ekonomi, keadilan sosial, dan pelestarian lingkungan. Pendekatan yang digunakan dalam pembangunan berkelanjutan merupakan pendekatan yang menyeluruh. Pembangunan berkelanjutan sangat memperhatikan dampak dari setiap tindakan sosial dan ekonomi terhadap lingkungan hidup. Dampak buruk terhadap lingkungan hidup harus dihindari dari setiap kegiatan sosial dan ekonomi sehingga kelestarian lingkungan tetap terjaga pada masa sekarang dan pada masa mendatang.

Sesuai dengan Undang-Undang No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup, Pembangunan berkelanjutan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial, dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup generasi masa kini dan generasi masa depan. Konsep pariwisata berkelanjutan (sustainable tourism) diadopsi dari konsep pembangunan berkelanjutan (sustainable development) yang pertama diperkenalkan oleh World Commission on Environment and Development (WCED) di Brundtland Report tahun 1987. The World Tourism Organization (UNWTO) dengan mengadopsi konsep tersebut mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai “Bentuk

pariwisata yang selaras dengan alam dan nilai-nilai sosial budaya masyarakat, di mana antara kedua belah pihak yaitu tuan rumah dan tamu saling menikmati dan saling berbagi pengalaman baru di antara mereka. (Edington & Smith sebagaimana dikutip Suwena, 2010).

Secara umum, konsep pembangunan mencakup usaha untuk mempertahankan integritas dan diversifikasi ekologis, memenuhi kebutuhan dasar manusia, terbukanya pilihan bagi generasi yang akan datang, pengurangan ketidakadilan, dan peningkatan penentuan nasib sendiri bagi masyarakat setempat. Menurut Djajadiningrat dalam (Ardika, 2007) menyebutkan bahwa pembangunan berkelanjutan mengimplikasikan batas yang ditentukan oleh teknologi dan organisasi masyarakat serta oleh kemampuan kehidupan bumi menyerap dampak kegiatan manusia.

Ada tiga komponen yang harus dipenuhi dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Heillbronn (dalam Tamaratika & Rozyidie, 2017), yaitu berkelanjutan secara lingkungan, berkelanjutan secara ekonomi, dan berkelanjutan secara sosial budaya. Berkelanjutan secara lingkungan dilakukan melalui pemanfaatan sumber daya lingkungan secara optimal melalui pembatasan sumber daya, mempertahankan proses ekologi, dan menjaga kelestarian serta keberadaan warisan alam dan keanekaragaman hayati pada destinasi wisata.

Pembangunan pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan yang mengacu pada pertumbuhan kualitatif dimana bahwa pembangunan dapat didukung secara ekologis dalam jangka panjang sekaligus layak secara

ekonomi, adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat (Piagam Pariwisata Berkelanjutan dalam Pitana 2002). Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa pembangunan berkelanjutan adalah upaya terpadu dan terorganisasi untuk mengembangkan kualitas hidup dengan cara mengatur penyediaan, pengembangan, pemanfaatan dan pemeliharaan sumber daya secara berkelanjutan. Hal tersebut hanya dapat terlaksana dengan sistem penyelenggaraan pemerintahan yang baik (good governance) yang melibatkan partisipasi aktif dan seimbang antara pemerintah, swasta, dan masyarakat. Pembangunan pariwisata berkelanjutan haruslah memanfaatkan sumber daya alam secara optimal sesuai daya dukung sehingga tidak menimbulkan kerusakan, menghormati sosial budaya masyarakat setempat, memastikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan serta terdistribusi secara adil pada seluruh stakeholders.

Adapun prinsip-prinsip dari pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah: (1) menjaga kualitas lingkungan; (2) memberikan keuntungan bagi masyarakat lokal dan wisatawan; (3) menjaga hubungan antara pariwisata dengan lingkungan; (4) menjaga keharmonisan antara masyarakat lokal, kebutuhan wisatawan dan lingkungan; (5) menciptakan kondisi yang dinamis yang disesuaikan dengan carrying capacity; dan (6) semua stakeholders harus bekerja sama didasari oleh misi yang sama untuk merealisasikan pembangunan berkelanjutan.



Gambar 10.2 Lembah Pentago Kabupaten Bener Meriah
Sebagai Salah Satu Objek Wisata Berkelanjutan

Pembangunan pariwisata berkelanjutan harus memanfaatkan sumber daya alam secara optimal sesuai daya dukung sehingga tidak menimbulkan kerusakan, menghormati sosial budaya masyarakat, memastikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan serta terdistribusi secara adil pada seluruh stakeholders. Pengelola objek wisata tidak boleh hanya memikirkan bagaimana meningkatkan jumlah pengunjung tetapi tidak menghiraukan kesesuaian yang sebenarnya menjadi acuan suatu kawasan wisata sehingga tetap lestari dan berkelanjutan. Kesesuaian wisata untuk kegiatan rekreasi pantai harus memperhatikan karakteristik lingkungan pantai tersebut. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kesesuaian wisata dan merumuskan strategi pengelolaan kawasan ekowisata pantai (Insani dkk, 2019).

Ada tiga bidang pokok yang mempengaruhi perkembangan pariwisata, yaitu kondisi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan hidup dari kawasan wisata. Harapannya pengembangan pariwisata akan berdampak positif tidak hanya terhadap pembangunan ekonomi (peningkatan pendapatan), tetapi juga terhadap kondisi

sosial budaya (kesejahteraan masyarakat meningkat dengan kelestarian budaya tetap terjaga) dan kondisi lingkungan (kelestarian lingkungan terjaga). Untuk itulah pengembangan pariwisata yang berkelanjutan diperlukan. Berkelanjutan secara ekonomi dilakukan dengan mengurangi tingkat kemiskinan, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan penciptaan lapangan kerja. Sedangkan berkelanjutan secara sosial budaya dilakukan melalui menjaga keaslian sosial budaya masyarakat setempat dengan aturan dan ketentuan yang disepakati bersama, pelestarian nilai warisan budaya dan adat setempat, serta meningkatkan toleransi dan pemahaman antarbudaya.

Hasil penelitian Wijayanti (2022), menunjukkan wisata jalan kaki sangat potensial dalam mendukung konsep wisata ramah lingkungan untuk dikembangkan di Kota Yogyakarta, diantaranya kawasan wisata Malioboro dan Kampung Bule Prawirotaman. Kedua wisata malam tersebut dapat optimalkan sebagai wisata jalan kaki atau walking tour yang saat ini sudah mulai populer. Konsep wisata sambil berjalan kaki (walking tour) mendorong wisatawan untuk lebih dekat dengan penduduk lokal dan kearifan lokal, menjaga kelestarian lingkungan dan membantu proses pengembangan destinasi wisata malam itu sendiri.

Tingginya angka kunjungan pariwisata sebaiknya perlu memperhatikan aspek- aspek lain selain pendapatan yang tinggi juga perlu memperhatikan aspek keberlanjutan. Aspek non materi menjadi hal yang perlu dipertimbangkan yaitu sosial budaya, lingkungan dan pendidikan. Namun demikian, tidak jarang pariwisata yang hanya diperlakukan

sebagai sebuah industri, hal ini tentunya berimplikasi pada pengembangan pendidikan pariwisata yang menekankan pembelajaran pada aspek teknik yang masih relatif tertinggal dan kurang berkembang.

C. Keterlibatan Masyarakat dalam Mendukung Pariwisata Berkelanjutan

Paradigma pembangunan pariwisata dewasa ini berbeda dengan sebelumnya dimana pembangunan pariwisata harus mengedepankan partisipasi dan pemberdayaan masyarakat guna peningkatan kesejahteraan, dikenal dengan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Pitana (2005), menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang secara langsung menyentuh dan melibatkan masyarakat sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat. Oleh karenanya, masyarakat di sekitar obyek wisata perlu mengetahui perkembangan pengembangan pariwisata di daerahnya dan segala unsurnya termasuk pelayanan.

Sektor pariwisata telah menjadi salah satu pilar perekonomian Indonesia. Berkembangnya sektor pariwisata di Indonesia mampu mendatangkan devisa negara, meningkatkan pendapatan daerah serta penyerapan investasi serta mengurangi pengangguran dengan membuka banyak lapangan pekerjaan baru. Namun demikian, pengembangan sektor pariwisata tidak dapat hanya bergantung pada unsur pemerintah saja, mengingat banyak stakeholder yang terlibat dan berkepentingan. Oleh sebab itu, diperlukan adanya sinergitas dalam pengelolaan sektor pariwisata.

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, terdapat beberapa asas pembangunan kepariwisataan, yaitu sebagai berikut :

1. Manfaat yang seluas-luasnya bagi masyarakat, terutama masyarakat setempat, manfaat bagi daerah, maupun secara nasional;
2. Kekeluargaan, dalam arti hubungan yang harmonis antara pemerintah dan swasta, antara pengusaha besar dan kecil, antara pengusaha dan masyarakat;
3. Adil dan merata, dalam arti setiap warga mempunyai hak yang sama untuk mendapat perlakuan yang sama (nondiskriminatif) dalam mengembangkan usaha di bidang kepariwisataan, memanfaatkan peluang kerja atau melakukan kegiatan wisata; kepentingan masyarakat luas tidak dikorbankan demi kepentingan wisatawan atau kepentingan sekelompok pengusaha;
4. Keseimbangan antara daya dukung dan daya tampung, antara permintaan dan penawaran; antara usaha besar dan kecil; serta keseimbangan antara aspek-aspek konservasi-edukasi-partisipasi dan ekonomi;
5. Kemandirian, pembangunan yang tidak didikte oleh pihak lain tetapi dirancang untuk kepentingan nasional dan bangsa, serta masyarakat Indonesia;
6. Kelestarian, dalam bentuk perlindungan, pemanfaatan dan pengembangan pusaka alam dan budaya;
7. Partisipasi, membuka peluang seluas-luasnya bagi keikutsertaan masyarakat;

8. Berkelanjutan, dalam bentuk tanggung jawab kepada generasi masa kini dan yang akan datang;
9. Demokratis, mendengarkan aspirasi masyarakat dan para pemangku kepentingan;
10. Kesetaraan, antara masyarakat tuan rumah dengan wisatawan;
11. Kesatuan, langkah dan visi serta tujuan pembangunan untuk kesatuan bangsa Indonesia serta integritas para pelaku; wisatawan, pengusaha, masyarakat dan pemerintah pusat serta pemerintah daerah dalam penyelenggaraan pariwisata.

Partisipasi masyarakat sangat menentukan pengembangan pariwisata agar tidak terlepas dari nilai budaya masyarakat. Masyarakat lokal adalah komponen utama pembangunan karena pengembangannya ditujukan untuk kesejahteraan masyarakat itu sendiri Rendahnya partisipasi berpengaruh positif kepada peran stakeholders, semakin tinggi partisipasi semakin tinggi pula perannya (Oktavia, 2013). Pada penelitian Putri (2019), menjelaskan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan Desa Wisata Wonolopo yang terjaring dalam Kampung Edukasi Omah Ampiran menunjukkan bentuk partisipasi yang terjalin adalah partisipasi semu. Hal ini berarti partisipasi masyarakat merupakan partisipasi palsu, pemimpin seolah-olah memberikan kebebasan pada bawahan dalam penganggaran tetapi partisipasi tersebut diabaikan dalam pengambilan keputusan. United Nations World Tourism Organization (UNWT) juga menyebutkan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan didasarkan pada beberapa prinsip antara lain sebagai berikut :

1. Semua pemangku kepentingan pembangunan kepariwisataan siapapun itu harus menjaga lingkungan hidup;
2. Pemerintah mendorong semua bentuk pembangunan kepariwisataan yang dapat mengurangi penggunaan sumber daya yang langka;
3. Pengaturan perjalanan wisatawan dan pengunjung dari sisi waktu maupun ruang untuk pemeratakan pembagian waktu liburan guna mengurangi tekanan terhadap lingkungan hidup;
4. Infrastruktur kepariwisataan harus dirancang dan kegiatan kepariwisataan harus diprogramkan sedemikian rupa untuk melindungi warisan alam;
5. Wisata alam atau wisata ekologi untuk menjaga warisan alam dan menghormati penduduk setempat serta tetap memperhatikan daya dukung tempat (UNWTO dalam Robert, 2008).

Menurut Purmada & Luchman (2016), menyebutkan bahwa Community Based Tourism (CBT) merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan, atau dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. CBT merupakan salah satu pendekatan partisipatif masyarakat dalam pembangunan pariwisata. Salah satu kunci utama dalam keberhasilan pembangunan pariwisata berbasis masyarakat. Dengan kata lain, dalam konteks menjalin kerjasama yang baik kemitraan perlu menjadi bagian penting dalam pembangunan pariwisata oleh masyarakat.

Adapun peran unsur masyarakat dalam pengembangan pariwisata menurut Herdiana (2019), dapat dibagi menjadi beberapa peran yaitu :

1. Peran masyarakat sebagai pemrakarsa yaitu masyarakat menjadi pihak pertama yang menemuknenali dan menggali potensi pariwisata;
2. Kedua, peran masyarakat sebagai pelaksana yaitu masyarakat menjadi pihak yang menginisiasi pelaksanaan dan pengembangan pariwisata sampai dengan terwujudnya objek wisata;
3. Ketiga, peran masyarakat sebagai penyerta yaitu masyarakat turut serta dalam proses pengembangan pariwisata, namun bukan sebagai pihak yang memiliki kewenangan dalam pengembangan pariwisata, melainkan turut berpartisipasi sebagai salah satu aktor atau pelaku pengembangan wisata;
4. Keempat, peran masyarakat sebagai peninjau yaitu masyarakat bukan pihak yang mengembangkan pariwisata, namun melakukan pengawasan mengenai proses maupun dampak dari adanya pengembangan pariwisata;
5. Kelima, masyarakat berperan sebagai penerima manfaat yaitu masyarakat tidak terlibat dalam pengembangan pariwisata, namun menerima manfaat dari adanya pengembangan pariwisata.

Berbagai peran masyarakat tersebut pada hakikatnya ditujukan untuk mendukung pengembangan pariwisata, namun dengan intensitas dan kepentingan yang berbedabeda. Kesadaran masyarakat terhadap sektor pariwisata akan mempercepat pengembangan

pembangunan sektor pariwisata (Rusyidi & Fedryansah, 2018). Masyarakat yang sadar terhadap sektor pariwisata, tidak pasif, tetapi aktif di dalam mendorong tumbuh kembangnya sektor pariwisata. Tidak hanya ikut mendorong tetapi turut serta ambil bagian di dalam kegiatan sektor pariwisata, dalam bentuk kegiatan sekecil dan sebesar apapun. Masyarakat yang sadar terhadap sektor pariwisata tidak akan menghalangi kegiatan usaha dan industri pariwisata di sekitarnya. Sebab dengan menghalangi kegiatan usaha dan industri pariwisata, justru akan menghambat pertumbuhan perekonomian masyarakat setempat.

Peran masyarakat sangat penting di dalam pengembangan pembangunan sektor pariwisata. Masyarakat dapat mengambil peran yang lebih luas di dalam kegiatan pariwisata di suatu daerah. Masyarakat dapat menginisiasi pembukaan lokasi pariwisata, terutama berbasis alam yang saat ini semakin banyak digandrungi oleh wisatawan. Tentu saja dengan sedikit sentuhan dan penataan. Sehingga tidak perlu membutuhkan biaya yang besar dan mahal. Untuk selanjutnya, dari pemasukan yang diperoleh dari wisatawan, baru dikembangkan berbagai fasilitas pendukung yang membuat wisatawan yang datang semakin nyaman dan ingin datang kembali.

Keberlanjutan dalam kegiatan pariwisata menjadi agenda yang penting untuk dapat diimplementasikan mengingat sekarang ini industri pariwisata sangat menjanjikan. Secara konseptual pariwisata berkelanjutan didefinisikan sebagai pengembangan kegiatan pariwisata dengan keseimbangan yang sesuai antara ini dimensi

lingkungan, ekonomi dan sosial budaya serta aspek untuk menjamin keberlanjutan jangka panjangnya sambil memberikan peluang untuk pengembangan lebih lanjut di masa depan, serta pemeliharaan integritas warisan, integritas ekologi, keanekaragaman hayati, dan dukungan kehidupan sistem.

Pariwisata tidak hanya sekedar mampu mendatangkan pundi-pundi uang akan tetapi harus memberikan kenyamanan bagi penikmat wisata dan memberikan ruang untuk masyarakat lokal menjadi lebih berdaya. Manfaat ekonomi sektor pariwisata pada kenyataannya menimbulkan masalah pada berkurangnya sumber daya alam, masalah sosial budaya dan lingkungan, akibat daripada konsep pariwisata yang mengarah kepada pariwisata massal (mass tourism). Semakin parahnya kerusakan lingkungan, menuai banyak kritikan, sehingga pembangunan pariwisata sekarang ini, diarahkan pada pariwisata alternatif yang lebih peduli dengan kelestarian lingkungan, dengan menerapkan pariwisata berkelanjutan seperti pengembangan agrowisata.

BAB XI

PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT LOKAL

A. Pariwisata dan Masyarakat Lokal

Destinasi pariwisata merupakan lokasi produksi, konsumsi dan pola-pola pergerakan wisata. Destinasi pariwisata juga sebagai tempat hidup masyarakat untuk bekerja serta melakukan kegiatan sosial dan budaya. Hal tersebut juga secara tegas diatur dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, yang menyatakan bahwa destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian masyarakat merupakan bagian tidak terpisahkan dari suatu destinasi pariwisata, sehingga dalam pengembangan destinasi pariwisata wajib mempertimbangkan berbagai elemen masyarakat.

Masyarakat lokal merupakan bagian tidak terpisahkan dari destinasi pariwisata. Integrasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata dimaksudkan untuk memastikan masyarakat lokal mendapat ruang dan kesempatan untuk berpartisipasi dalam proses perencanaan pariwisata. Kerangka pemikiran integrasi dimulai dari pemahaman mendasar tentang destinasi pariwisata. Di dalam destinasi pariwisata, tidak hanya terdapat industri pariwisata (produk, pasar, dan akses), melainkan juga ada keterkaitan dengan industri lain

termasuk masyarakat lokal. Sehingga dapat dikatakan masyarakat lokal posisinya sangat strategis dan setara dengan pengambil keputusan lainnya (stakeholders) dalam pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 dapat diketahui bahwa kepariwisataan mencakup interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat selain sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha. Masyarakat setempat memiliki peranan yang besar dalam pengembangan industri pariwisata. Dalam ketentuan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata dapat diketahui bahwa kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas partisipatif selain didasarkan pula pada asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, berkelanjutan, demokratis, kesetaraan dan kesatuan. Dalam ketentuan Pasal 5 dapat diketahui prinsip dalam penyelenggaraan kepariwisataan salah satunya ialah memberdayakan masyarakat setempat.

Penjelasan lanjutan atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata khususnya dalam ketentuan Pasal 5 dapat diketahui bahwa yang dimaksud dengan masyarakat setempat adalah masyarakat yang bertempat tinggal di dalam wilayah destinasi pariwisata dan diprioritaskan untuk mendapatkan manfaat dari penyelenggaraan kegiatan pariwisata di tempat tersebut. Berdasarkan hal yang telah dijelaskan sebelumnya dapat diketahui bahwa memberdayakan masyarakat setempat dan keterlibatan masyarakat secara aktif memang sangat diperlukan dalam pengembangan pariwisata.

B. Keterlibatan Masyarakat Lokal Dalam Pariwisata

Konsep pariwisata yang melibatkan masyarakat dapat didefinisikan sebagai sebuah jenis pariwisata yang mengutamakan kontrol masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pengembangan sebuah destinasi wisata. Masyarakat lokal dalam konsep pariwisata berbasis masyarakat memiliki kesadaran untuk berpartisipasi secara aktif dalam pembangunan kepariwisataan di wilayahnya melalui kelangsungan budaya, sosial dan lingkungan (Prabawati, 2013). Masyarakat hendaknya ikut serta dalam mengawasi ataupun mengontrol setiap pembangunan kepariwisataan yang ada dengan ikut terlibat dalam penentuan visi, misi dan tujuan pembangunan kepariwisataan, mengidentifikasi sumber-sumber daya yang akan dilindungi, dikembangkan dalam daya tarik wisata guna untuk pengelolaan dan pengembangannya, serta berpartisipasi dalam mengimplementasikan rencana dan program yang telah disusun sebelumnya.

Pada umumnya masyarakat lokal tidak ikut merasakan manfaat dari pengembangan pariwisata di sekitar mereka. Jikapun terlibat maka peran yang mereka jalankan sangat minimal sehingga tidak berdampak signifikan terhadap kesejahteraan masyarakat lokal. Pada beberapa kasus, masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata hanya menjadi penonton sementara pada saat yang sama mereka terkena berbagai dampak sosial, ekonomi, dan lingkungan yang negatif akibat dari pengembangan wisata di daerah mereka (Anuar & Sood, 2017). Seperti halnya yang terjadi di daerah pariwisata yang ada di sekitar Danau Laut

Tawar kabupaten Aceh Tengah. Hasil observasi yang dilakukan oleh penulis, menunjukkan pemilik objek wisata di kawasan tersebut berasal dari luar daerah. Masyarakat lokal sama sekali tidak diberikan akses untuk berdagang di area dari objek wisata tersebut.



Gambar 11.1 Destinasi Wisata Pantai Geumasih Danau Laut Tawar Kabupaten Aceh Tengah

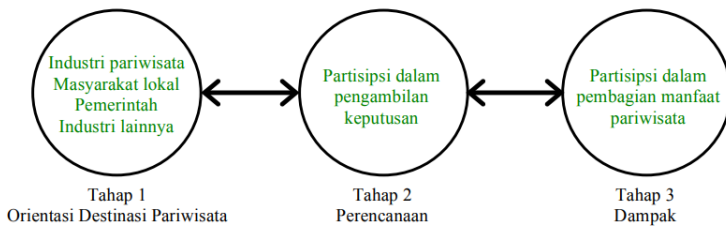
Masyarakat dalam destinasi pariwisata yang kemudian disebut dengan komunitas atau masyarakat lokal mempunyai potensi berupa beragam aktivitas yang dapat dikreasikan menjadi produk pariwisata. Budaya lokal, berbagai peninggalan masyarakat dan festival menyediakan keunikan dan sesuatu yang baru dari perspektif wisatawan. Hasil penelitian Pike (2004), menunjukkan bahwa masyarakat lokal dengan pengetahuan dan kebijakan lokal akan lebih memahami produk pariwisata yang dikembangkan serta dampak yang ditimbulkan, dibandingkan dengan masyarakat dari luar destinasi pariwisata. Masyarakat lokal juga mempunyai peran dalam upaya mempromosikan produk destinasi pariwisata, karena masyarakat lokal adalah komponen utama pembentuk citra atau image destinasi pariwisata.

Masyarakat lokal merupakan bagian tidak terpisahkan dari produk atau destinasi pariwisata.

Pengintegrasian masyarakat lokal dalam perencanaan dan pembangunan destinasi pariwisata dimaksudkan untuk memastikan masyarakat lokal mendapat ruang dan kesempatan untuk berpartisipasi, baik dalam pengambilan keputusan dan pembagian manfaat pariwisata. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan dan pembangunan pariwisata dikenal dengan istilah pariwisata berbasis masyarakat. Dogra dan Gupta (2012), menyebutkan bahwa masyarakat memiliki posisi strategis dalam suatu destinasi pariwisata. Maka dari itu, keberlanjutan pembangunan destinasi pariwisata sangat tergantung dari pelibatan dan partisipasi masyarakatnya.

Masyarakat akan tertarik untuk ikut menunjang pembangunan pariwisata apabila masyarakat telah memahami bahwa akan memperoleh manfaat yang positif. Jika masyarakat sudah beranggapan pariwisata akan bermanfaat baginya, maka dengan sendirinya akan berpartisipasi mengembangkan pariwisata di daerahnya yang sesuai dengan kondisi daerah dan kultur masyarakat setempat. Untuk menjamin supaya pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan, mendatangkan manfaat bagi masyarakat, serta meningkatkan peranserta masyarakat dan meminimalisasi dampak negatif yang mungkin timbul maka pengembangan pariwisata diupayakan melalui pendekatan model pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Menurut Rusyidi (2018), menjelaskan tanpa adanya dukungan dari pemerintah maupun masyarakat, maka pengembangan bisnis pariwisata yang dijalankan oleh pihak swasta tidak dapat berjalan lancar.

Masyarakat lokal berperan penting dalam pengembangan destinasi wisata. Pariwisata yang berkelanjutan telah mendorong munculnya tren baru berupa pengembangan pariwisata yang berbasis masyarakat. Menurut Tosun dan Timothy (2003), menegaskan bahwa aspek penting dalam pariwisata berkelanjutan adalah penekanan kepada pariwisata berbasis masyarakat. Pendekatan ini lebih fokus terhadap partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan destinasi pariwisata. Melalui partisipasi masyarakat, pariwisata secara langsung dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.



Gambar 11.2 Integrasi Masyarakat Lokal dalam Destinasi Pariwisata

Menurut Scheyvens (2002), menyebutkan ada dua tantangan terbesar dalam pariwisata berbasis masyarakat. Pertama, masyarakat lokal dalam suatu destinasi pariwisata terbagi ke dalam berbagai faksi atau golongan yang saling mempengaruhi berdasarkan kelas masyarakat (kasta), gender dan kesukuan. Antar faksi biasanya saling menyatakan paling memiliki atau mempunyai hak istimewa (privilege) keberadaan sumber daya pariwisata. Golongan elit masyarakat tertentu sering berada dalam posisi mendominasi pelaksanaan pariwisata berbasis masyarakat,

lalu memonopoli pembagian atau penerimaan manfaat pariwisata. Kedua adalah permasalahan dalam masyarakat untuk mengidentifikasi pariwisata sebagai strategi pengembangan masyarakat lokal. Masyarakat lokal pada umumnya tidak cukup punya informasi, sumber daya, dan kekuatan dalam hubungannya dengan berbagai pengambil keputusan lainnya dalam pembangunan pariwisata, sehingga masyarakat lokal hanya menjadi objek dan sangat rentan dieksploitasi.

Menurut Tosun (2000), mengidentifikasi tiga hambatan dalam pembangunan pariwisata berbasis masyarakat terutama di negara berkembang. Adapun hambatan-hambatan tersebut berupa :

1. Keterbatasan operasional, termasuk dalam hambatan ini adalah sentralisasi administrasi publik, lemahnya koordinasi, dan minim informasi pariwisata;
2. Keterbatasan struktural, berupa sikap pelaku pariwisata, terbatasnya tenaga ahli, dominasi elit masyarakat, aturan hukum yang belum tepat, sedikitnya jumlah sumberdaya manusia terlatih, dan minim akses ke modal/financial;
3. Keterbatasan kultural, yaitu terbatasnya kapasitas terutama pada masyarakat miskin dan apatis atau rendahnya kesadaran pariwisata masyarakat lokal.

C. Masyarakat Sebagai Modal Pengembangan Pariwisata Lokal

Berbicara mengenai pembangunan kepariwisataan berbasis masyarakat, tentu kita perlu mempelajari komponen-komponen sebagai penyusun pembangunan kepariwisataan salah satunya adalah modal sosial. Konsep modal sosial sudah cukup lama diperkenalkan lewat tulisan Jane Jacobs (1961) dan James S. Coleman (1988). Modal sosial merupakan sebuah unsur hubungan sosial yang terdiri dari beberapa aspek misalnya: hubungan sosial (pengetahuan lokal, tingkah laku, kearifan, kerjasama, dan kesetiaan), institusi sosial (jaringan, perkumpulan, dan kepemimpinan sosial), dan nilai-nilai yang universal (norma simpati, norma kejujuran, norma toleransi, dan norma kepercayaan) yang diterapkan dalam kehidupan sehari-hari secara tepat guna melahirkan kontrak sosial, peran serta masyarakat, tanggung jawab sosial, dan kemandirian.

Menurut Theresia (2014), mengungkapkan bahwa modal sosial adalah masyarakat yang ada di dalamnya. Masyarakat yang dimaksud adalah masyarakat yang berada dalam kawasan destinasi wisata tersebut. Pada dasarnya, masyarakat memiliki keinginan yang baik untuk berubah. Masyarakat memiliki kekuatan untuk berubah melalui wujud pembangunan dan perubahan kearah yang lebih baik. Masyarakat yang berkeinginan kuat ini adalah modal dasar bagi pembangunan sebuah negara. Hal ini dikarenakan masyarakat memiliki pandangan dan pola pikir yang terbuka sehingga mampu bekerjasama sekaligus menerapkan ilmu-ilmu baru yang mendukung perkembangan suatu destinasi wisata. Peran masyarakat dalam pembangunan tidak hanya untuk menerapkan pandangan dan pola pikir yang terbuka, namun juga untuk

memelihara hasil dari pembangunan yang telah dilakukan dalam konteks pengembangan kepariwisataan. Sehingga terlihat bahwa kesadaran masyarakat dalam proses perencanaan dan pembangunan akan berhasil dan terpelihara jika masyarakat memiliki budaya tersebut, sebagai modal sosial pembangunan.

Terdapat enam hal yang membuat modal sosial itu penting menurut (Mawarni, 2000). Pertama, memudahkan anggota komunitas dengan memberi akses informasi yang dibutuhkan. Kedua, modal sosial merupakan media pendukung kekuasaan dalam komunitas. Ketiga, membangkitkan solidaritas antar sesama anggota dalam sistem masyarakat. Keempat, mempermudah mobilisasi sumber daya yang dimiliki oleh masyarakat lokal. Kelima, memiliki tujuan bersama yang jelas sehingga peluang tujuan tercapai terbuka lebar. Keenam, membentuk perilaku kebersamaan dan kebiasaan berorganisasi bagi masyarakat lokal.

Perencanaan pariwisata berbasis masyarakat merupakan tahapan awal perubahan masyarakat dalam mengelola kawasan destinasi wisata sesuai dengan kekuatan modal sosial yang dimiliki. Tujuan utama dari perencanaan pariwisata berbasis masyarakat melalui modal sosial adalah terciptanya percepatan pembangunan terutama dalam bidang kepariwisataan di Indonesia. Modal sosial dalam perencanaan pariwisata berbasis masyarakat memiliki unsur-unsur pokok. Hal-hal berikut melatarbelakangi munculnya istilah modal sosial dalam perencanaan pariwisata berbasis masyarakat. Menurut

(Hasbullah, 2006), terdapat enam hal unsur pokok modal sosial yaitu ;

1. Partisipasi dalam suatu jaringan. Yaitu partisipasi dalam kepariwisataan adalah kemampuan masyarakat lokal melibatkan diri dalam jaringan hubungan sosial misalnya dalam perencanaan pariwisata setempat. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan pariwisata akan membuat sinergi kekuatan baik langsung maupun tidak langsung, dampaknya jaringan sosial akan semakin kuat dan tujuan pembangunan akan lebih cepat tercapai;
2. Kedua, yaitu adanya hubungan timbal balik (reciprocity), adanya keikutsertaan individu atau masyarakat dalam jaringan hubungan sosial akan menimbulkan suatu pertukaran diantara individu yang saling berinteraksi. Pertukaran yang tercipta dari hasil interaksi merupakan hubungan timbal balik. Hubungan timbal balik antar anggota masyarakat lokal diasumsikan sebagai hubungan timbal balik yang saling melengkapi dan saling mendukung. Sehingga, pada saat terdapat anggota kelompok yang sedang mengalami masalah, hubungan timbal balik ini menjadi modal yang kuat untuk masyarakat lokal untuk dapat melanjutkan hidup dan perencanaan Bersama masyarakat;
3. Ketiga, yaitu rasa percaya (trust) yang berarti bahwa individu dalam masyarakat lokal meyakini bahwa individu lain akan bertindak sesuatu seperti yang diharapkan dalam suatu pola jaringan hubungan sosial. Rasa percaya tidak muncul secara tiba-tiba,

keyakinan ini harus dipupuk terus menerus dan berlangsung alamiah.

4. Keempat, yaitu norma sosial yang berarti seperangkat aturan yang tertulis maupun tidak tertulis dan telah disepakati oleh setiap anggota dalam sebuah komunitas masyarakat lokal yang bertujuan untuk memberikan batasan berperilaku bagi setiap anggota dalam komunitas. Norma sosial itu bersifat kolektif, artinya bahwa norma sosial yang dipatuhi dalam suatu komunitas lokal bisa jadi diakui sebagai hal yang sama dengan norma sosial yang berlaku di komunitas masyarakat lainnya tetapi tidak semua bentuk penerapan atau tindakannya bisa digeneralisir. Norma sosial memiliki konsekuensi yang ditaati bersama masyarakat lokal. Suatu pelanggaran atau ketidaktaatan terhadap norma sosial mengakibatkan individu dikenai sanksi sesuai kesepakatan masyarakat lokal. Bentuknya bisa berupa sanksi sosial dalam bentuk sikap yang ditunjukkan sehari-hari, penolakan terhadap yang melanggar, dan tindakan tidak melibatkan yang melanggar dalam kegiatan perencanaan pariwisata;
5. Kelima, yaitu nilai-nilai yaitu suatu ide yang dianggap benar oleh anggota masyarakat lokal dan diwariskan secara turun temurun. Contoh nilai-nilai yang dianggap benar misalnya: nilai prestatif, nilai harmoni dan keselarasan, nilai kompetisi, dan nilai etos kerja (kerja keras). Nilai-nilai yang dipatuhi bersama ini berperan sebagai sebuah moto

penggerak bagi anggota komunitas dalam sebuah masyarakat lokal.

6. Keenam, yaitu tindakan proaktif, keinginan kuat dari anggota masyarakat lokal untuk terlibat dalam melakukan tindakan perubahan bagi kelompoknya. Tindakan proaktif tidak terbatas pada partisipasi dalam arti kehadiran dan menjadi bagian dalam kelompok masyarakat lokal. Lebih dari itu, tindakan proaktif dalam modal sosial ditunjukkan berupa kontribusi nyata dalam berbagai bentuk aksi kegiatan. Tindakan proaktif lebih lanjut dilakukan untuk meningkatkan hubungan kekerabatan, meningkatkan intensitas interaksi antar masyarakat lokal dan membagi hal-hal yang positif di antara anggota masyarakat lokal.

Modal sosial juga memiliki kelemahan, salah satu kelemahan utama dalam konsep modal sosial adalah kurangnya metode untuk mengukur sejauh mana penerapan modal sosial pada masyarakat lokal. Sehingga hal ini membuat modal sosial sulit diukur terutama dikaitkan dengan pengukuran faktor dampak terhadap beberapa variabel lainnya. Partisipasi masyarakat dalam sebuah kegiatan pariwisata dapat ditunjukkan dengan dua cara, yaitu keterlibatan masyarakat dalam mengambil keputusan dan keadilan dalam pembagian manfaat pariwisata.

Partisipasi dalam mengambil keputusan memiliki arti bahwa masyarakat mempunyai kesempatan untuk menyampaikan pendapat, harapan, bahkan kekhawatiran atau rasa tidak setuju dalam suatu pembangunan

kepariwisataan. Partisipasi masyarakat ini bermanfaat untuk menghasilkan keputusan dan input dalam proses perencanaan pariwisata. Keadilan dalam pembagian manfaat pariwisata, yaitu terkait dengan hak masyarakat yang semestinya memiliki kesempatan yang sama untuk memperoleh keuntungan dalam pembangunan pariwisata yang telah dilakukan di wilayahnya. Manfaat ini bisa berupa finansial secara langsung, peluang pekerjaan, 3 kesempatan berusaha, mendapatkan pelatihan kepariwisataan, dan mendapatkan pendidikan agar sadar wisata.

Pariwisata berbasis masyarakat merupakan salah satu jenis pariwisata yang memasukkan partisipasi masyarakat sebagai unsur utama dalam pariwisata guna mencapai tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang menyatakan bahwa destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Dengan demikian masyarakat merupakan bagian tidak terpisahkan dari suatu destinasi pariwisata, sehingga dalam pengembangan destinasi pariwisata wajib mempertimbangkan berbagai elemen masyarakat.

Masyarakat di dalam destinasi pariwisata yang kemudian disebut dengan masyarakat lokal mempunyai potensi berupa beragam aktivitas yang dapat dikreasikan menjadi produk pariwisata. Budaya lokal, tinggalan

masyarakat, serta festival menyediakan keunikan dan sesuatu yang baru dari perspektif wisatawan. Masyarakat dengan pengetahuan dan kebijakan lokal akan lebih memahami produk pariwisata yang dikembangkan serta dampak yang ditimbulkan, dibandingkan dengan masyarakat dari luar destinasi pariwisata. Dengan adanya partisipasi masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, diharapkan masyarakat mampu mengidentifikasi berbagai dampak pariwisata dan kemudian dapat merumuskan strategi guna mengoptimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh pembangunan destinasi pariwisata.

BAB XII

DAMPAK INDUSTRI PARIWISATA BAGI PEMBANGUNAN

A. **Industri Pariwisata**

Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata (Undang-Undang Pariwisata No 10 tahun 2009). Beberapa kalangan pakar masih banyak yang memperdebatkan apakah pariwisata merupakan suatu industri. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Robert Christie Mill and Alastair M. Morrison (1984) dalam buku "The Tourism System: An Introduction Text, menyatakan "Pariwisata merupakan suatu gejala atau fenomena yang sukar dijelaskan. Kita dapat salah mengartikan pariwisata sebagai suatu industri. Ide sebenarnya untuk memberikan satu kesatuan ide tentang pariwisata, sehingga dengan demikian kesannya dilihat dari sudut pandang politis dan ekonomis akan lebih menarik dan mendapat dukungan orang banyak." (Yoeti, 2008).

Industri pariwisata saat ini menjadi salah satu industri yang mempunyai peran cukup penting dalam pembangunan nasional berbagai negara. Di tahun 2017, secara global industri pariwisata telah mengubah kehidupan jutaan orang melalui mendorong pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, mengurangi kemiskinan, dan mempercepat pembangunan serta penguatan toleransi (Crotti & Misrahi). Jasa merupakan

produk dari sebuah industri pariwisata, oleh karena itu penekanannya harus pada segi pelayanan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan. Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan merupakan indikator utama yang menunjukkan tingkat profesionalnya. Pengembangan pengetahuan tenaga kerja ditekankan pada tiga hal pokok diantaranya: (1) Pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan bervariasinya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan di hotel, berbeda dengan pelayanan ditempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata; (2) Pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam bidang pelayanan; dan (3) Pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya.

Industri pariwisata terus mengalami perkembangan baik dari segi teknologi, transportasi, dan informasi yang ditandai dengan terus bertambahnya jumlah destinasi wisata yang ada di Indonesia maupun negara lainnya. Menurut Ghani, 2017 memaparkan bahwa meningkatnya jumlah destinasi dan investasi di sektor pariwisata telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang paling pesat pertumbuhannya di dunia. Sektor pariwisata merupakan kunci dalam pendapatan ekspor, penciptaan lapangan kerja dan pengembangan usaha dan infrastruktur.

Tidak hanya industri pariwisata, ekonomi kreatif saat ini cukup mendapat perhatian khusus, karena dianggap mampu berkontribusi secara pendapatan nasional maupun daerah dan cukup mampu menyerap tenaga kerja. Setidaknya ada 14 subsektor industri kreatif yakni fesyen,

pasar seni dan barang antik; permainan interaktif; film, video dan fotografi; kerajinan; musik; desain; periklanan; televisi dan radio; seni pertunjukan; riset dan pengembangan; layanan komputer dan piranti lunak; penerbitan dan percetakan, serta arsitektur. Ke depan direncanakan subsektor kuliner akan masuk ke dalam subsectorindustri kreatif.

Seiring dengan perkembangannya, industri pariwisata berdampak positif terhadap perekonomian. Dimana 14 subsektor industri kreatif sangat berkaitan erat dan menjadi bagian yang beririsan dengan produk industri pariwisata.



Gambar 12.1 Empat Belas Subsektor Ekonomi Kreatif (Kemendag, 2012)

Salah satu faktor penting dari sektor pariwisata adalah kunjungan wisatawan, baik wisatawan asing maupun wisatawan nusantara. Pengembangan pariwisata

mulai menjadi salah satu program unggulan dalam pembangunan daerah. Pembangunan pariwisata yang direncanakan dan dikelola secara berkelanjutan dengan berbasis pada masyarakat akan mampu memberikan kontribusi terhadap penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dan menciptakan lapangan kerja. Di samping itu, pembangunan pariwisata juga dapat menciptakan pendapatan yang dapat digunakan untuk melindungi dan melestarikan budaya dan lingkungan dan secara langsung menyentuh masyarakat setempat.

B. Jenis-Jenis Industri Pariwisata

Saat ini kegiatan pariwisata sudah masuk ke dalam kategori industri. Menurut Wahab (2003), menjelaskan pariwisata sebagai salah satu jenis industri baru yang mampu menghasilkan pertumbuhan ekonomi, yang cepat dalam penyediaan lapangan kerja, yang mampu meningkatkan standar hidup serta memiliki potensi menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya sebagai sektor yang kompleks, Industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga dipandang sebagai bagian dari sektor pariwisata. Hal ini memberikan gambaran bahwa pariwisata merupakan industri yang memberikan dampak atas perekonomian, memberikan stimulus atas peningkatan pertumbuhan ekonomi melalui berbagai sektor yang terkait .

Menurut Kemenperin (2012), Saat ini telah tersusun 35 Roadmap Pengembangan Klaster Industri Prioritas, yakni :

1. industri agro, seperti industri pengolahan kelapa sawit, industri karet dan barang karet, industri kakao, industri pengolahan kelapa, industri pengolahan kopi, industri gula, industri hasil tembakau, industri pengolahan buah, Industri furniture; industri pengolahan ikan, industri kertas, industri pengolahan susu;
2. Industri alat angkut, meliputi industri kendaraan bermotor, industri perkapalan, industri kedirgantaraan, industri perkeretaapian;
3. Industri elektronika dan telematika, seperti industri elektronika, industri telekomunikasi, industri komputer dan peralatannya;
4. Basis industri manufaktur, mencakup: industri material dasar: industri besi dan baja, industri semen, industri petrokimia,, industri keramik, industri permesinan, industri peralatan listrik dan mesin listrik, industri mesin dan peralatan umum;
5. Industri manufaktur padat tenaga kerja, industri tekstil dan produk tekstil, industri alas kaki, industri penunjang industri kreatif dan kreatif tertentu, industri perangkat lunak dan konten multimedia, industri fashion, industri kerajinan dan barang seni.
6. Industri kecil dan menengah tertentu, seperti industri batu mulia dan perhiasan, industri garam rakyat, industri gerabah dan keramik hias, industri minyak atsiri, dan industri makanan ringan.

Industri pariwisata tidak dapat berdiri sendiri seperti industri baja dan tekstile, dimana industri pariwisata merupakan industri yang bersifat tidak berwujud

(intangible). Secara spesifik industri pariwisata harus terdiri dari unsure-unsur yang mendukung keberhasilan pariwisata sebagai sebuah industri, dimana unsureunsur tersebut meliputi: akomodasi perhotelan, restoran, rumah makan dan lainnya, air line, bus, penyewaan mobil, taksi, biro perjalanan wisata, daya tarik wisata (touristattraction), unsure-unsur seni dan budaya, pusat-pusat rekreasi, taman nasional, shopping center dan souvenir shop, organisasi pariwisata (pemerintah dan swasta), yang dibangun sesuai dengan permintaan dan penawaran yang terjadi di pasar. Seiring berkembangnya zaman, industri pariwisata terus mengalami peningkatan kualitas maupun kuantitas. Jenis-jenis industri pariwisata di antaranya sebagai berikut :

1. Penginapan, merupakan salah satu jenis industri pariwisata yang banyak dibutuhkan oleh para wisatawan. Beberapa contoh penginapan, yaitu hotel, villa, wisma, motel, glamping, dan resort. Umumnya, jasa penginapan bisa diakses dengan mudah di kawasan tempat wisata.
2. Restoran, juga termasuk salah satu industri pariwisata yang cukup masif perkembangannya. Bisnis ini berfokus pada penyuguhan makanan untuk tamu atau wisatawan. Selain memperhatikan cita rasa, restoran juga perlu memperhitungkan kandungan gizi, higienitas makanan, kebersihan lingkungan, dan berbagai faktor pentingnya.
3. Pelayanan perjalanan, bisnis layanan perjalanan tumbuh subur di Indonesia seiring dengan perkembangan teknologi. Beberapa contoh usaha

layanan perjalanan mencakup agen travel, tour guide, dan lain-lain.

4. Fasilitas rekreasi, Jenis industri pariwisata yang berikutnya adalah fasilitas rekreasi. Contoh dari bisnis pariwisata jenis ini mencakup taman negara, tempat berkemah ruang konser, dan lain-lain.
5. Transportasi, ada banyak bisnis yang bergerak di bidang transportasi dan mendukung pertumbuhan industri pariwisata. Contoh bisnis yang bergerak di bidang transportasi, yaitu kendaraan pribadi, kereta api, pesawat, kapal, dan lainnya.
6. Atraksi Wisata, merupakan destinasi liburan yang banyak dikunjungi karena menyuguhkan fasilitas-fasilitas hiburan. Contoh bisnis ini yang bergerak di bidang ini, yaitu museum, agrowisata, taman bertema, kegiatan seni budaya, dan lainnya.

Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 Pasal 14 menyebutkan bahwa sektor pariwisata meliputi beberapa usaha pariwisata yaitu: daya tarik wisata; kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata; jasa perjalanan wisata; jasa makanan dan minuman; penyediaan akomodasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; jasa informasi pariwisata; jasa konsultan pariwisata; jasa pramuwisata; wisata tirta dan spa. Pariwisata merupakan industri jasa yang memiliki mekanisme pengaturan yang kompleks karena mencakup pengaturan pergerakan wisatawan dari daerah atau negara asal ke daerah tujuan wisata, hingga kembali ke negara asalnya yang melibatkan berbagai komponen seperti biro perjalanan, pemandu wisata (guide), tour operator,

akomodasi, restoran, artshop, moneychanger, transportasi dan yang lainnya.

C. Peluang Industri Pariwisata di Indonesia

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah, karena pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting. Selain sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata dianggap mampu mengurangi angka pengangguran. Dalam perekonomian nasional, pariwisata merupakan sektor yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa.

Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara (Prastiyanti & Yulianto, 2019). Banyak negara kini berlomba-lomba mengembangkan pariwisata untuk mewujudkan pembangunan wilayah, membangun infrastruktur, membuka lapangan kerja, mewujudkan kesejahteraan masyarakat, bahkan keinginan untuk melestarikan lingkungan. Melalui kegiatan pariwisata

pemerintah berupaya menggerakkan segenap pelaku usaha dan mengembangkan tata kelola sumberdaya alam dan budaya yang ada di daerah tujuan wisata.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah merilis target kinerja sektor pariwisata Indonesia 2024. Direktur Kajian Strategis Kemenparekraf, Agustini Rahayu, mengatakan bahwa seluruh indikator, seperti nilai devisa, jumlah wisatawan mancanegara (wisman) dan wisatawan nusantara (wisnus), hingga kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB), mengalami peningkatan target pada 2024 (CNBC Indonesia, 2024). Kegiatan pariwisata telah menjadi sektor yang cukup strategis di dalam pembangunan nasional yang berkelanjutan karena berkontribusi besar dalam meningkatkan devisa dan pendapatan negara. Nilai manfaat yang dihasilkan dari kegiatan wisata mampu mendongkrak sistem perekonomian di suatu wilayah karena kegiatan wisata dapat berkembang menjadi kegiatan industri yang nantinya akan menggerakkan sektor perekonomian di suatu wilayah tersebut. Nilai manfaat itu nantinya akan teraplikasikan seperti penyerapan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja dan berkembangnya sarana-sarana penunjang pariwisata seperti penginapan, rumah makan, transportasi, jasa dan lain-lain.

Pembangunan di bidang kepariwisataan merupakan salah satu terobosan untuk meningkatkan pendapatan daerah dan negara, jika bidang atau sektor kepariwisataan akan disejajarkan kedudukannya dengan sektor-sektor lain dalam meningkatkan pendapatan negara, maka kepariwisataan pantas kalau diangkat menjadi sebuah

industri, sehingga disebut industri pariwisata. Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya adalah menyediakan infrastruktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), memperluas berbagai bentuk fasilitas, kegiatan koordinasi antara aparat pemerintah dengan pihak swasta, pengaturan dan promosi umum ke luar negeri.

Menurut Bahiyah et al. (2018), dalam penelitiannya tentang strategi pengembangan potensi pariwisata di Pantai Duta di wilayah Kabupaten Probolinggo, bahwa pemerintah harus bisa mengoptimalkan agar pengeluaran (belanja) yang dilakukannya tidak melebihi pendapatan yang diperoleh. Hal ini berarti pemerintah haruslah melakukan berbagai kebijakan untuk membiayai pengembangan sektor pariwisata, karena aspek terpenting dari kebijakan pariwisata akan menjadi kuantum insentif bagi pembangunan sektor pariwisata.

D. Pengaruh Industri Pariwisata Terhadap Pembangunan

Industri pariwisata salah satu industri yang dapat memajukan pertumbuhan ekonomi suatu negara. Hal ini terlihat dari perannya mampu meningkatkan lapangan pekerjaan, pendapatan dan standar hidup serta memberi stimulus bagi pengembangan sektor lainnya. Wisata bahari dan pesisir merupakan wisata dengan perkembangan yang sangat cepat. Banyaknya potensi yang bisa dikembangkan, membuat objek wisata ini dapat dimunculkan sebagai produk unggulan daerah.

Pariwisata sebagai sektor pembangunan yang meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah menjadikan industri ini sebagai aset strategis dalam meningkatkan dan mengakselerasi pembangunan suatu wilayah baik memiliki potensi objek wisata maupun tidak memiliki potensi objek wisata. Adanya kegiatan pariwisata akan meningkatkan Product Domestic Brutto (PDB) suatu Negara. Penelitian Adhikrisna, dkk (2017) juga menunjukkan jumlah wisatawan, jumlah hotel dan jumlah restoran berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap produk domestik regional bruto di Kabupaten/Kota di Provinsi Jawa Timur.

Menurut Yajup (2019), menjelaskan ada beberapa hal menyebabkan industri pariwisata berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi. Pertama, industri pariwisata merupakan sumber devisa dalam memperoleh barang modal yang dapat digunakan dalam proses produksi. Kedua, pariwisata mendorong investasi di bidang infrastruktur. Ketiga, pariwisata mengakselerasi pengembangan sektor ekonomi lain. Keempat, pariwisata berkontribusi dalam mengurangi pengangguran, penciptaan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Kelima, pariwisata menciptakan skala ekonomi positif (positive economies of scale). Keenam, mendorong penyebaran pengetahuan teknis. Ketujuh, mendorong akumulasi modal manusia. Penelitian Siswahto (2017), menyatakan bahwa pertumbuhan wisatawan akan mendorong tingkat pengeluaran wisatawan yang akan berdampak terhadap perekonomian.

Perkembangan bisnis industri pariwisata sendiri semakin berkembang sebagai akibat dari respon terhadap isu lingkungan yang semakin berkembang. Kawasan industri pariwisata ini dimajukan dengan tujuan jangka panjang, untuk ikut mendorong pelestarian lingkungan dan sumber daya alam dalam kerangka pembangunan berkelanjutan. Pembangunan berkelanjutan sendiri adalah memenuhi kebutuhan populasi manusia saat ini dalam suatu pembangunan, tanpa harus mengurangi hak generasi yang akan datang untuk memenuhinya. Dengan semakin maraknya kegiatan pariwisata di suatu daerah, maka akan semakin meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari daerah tersebut. Berdasarkan hasil penelitian dan Karisma & Lating (2012), disimpulkan bahwa industri pariwisata yang terdiri dari retribusi obyek wisata, jumlah kunjungan wisatawan domestik dan jumlah wisatawan manca negara berpengaruh terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Wonosobo.

Tujuan perekonomian suatu negara adalah untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang ditandai oleh adanya pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi merupakan salah satu parameter dari keberhasilan suatu negara dalam proses pembangunan. Untuk mencapai pertumbuhan ekonomi tidak lepas dari peran pemerintah sebagai pemberi kebijakan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pembangunan industri pariwisata harus memberikan sumbangan sebagai berikut:

1. Mampu memberikan sumbangan nyata dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat;

2. Membangun karakter budaya bangsa yang kondusif terhadap proses industrialisasi menuju terwujudnya masyarakat modern, dengan tetap berpegang pada nilai-nilai luhur bangsa;
3. Menjadi wahana peningkatan kemampuan inovasi dan wirausaha bangsa di bidang teknologi industry manajemen, sebagai ujung tombak pembentukan daya saing industry nasional menghadapi era globalisasi/liberalisasi ekonomi dunia;
4. Mampu ikut menunjang pembentukan kemampuan bangsa dalam pertahanan diri dalam menjaga eksistensi dan keselamatan bangsa, serta ikut menunjang penciptaan rasa aman dan tentram bagi masyarakat

Industri pariwisata yang berkembang sebagai akibat dari pertumbuhan populasi manusia dan kebutuhan hidup yang menyertainya tidak dapat dihindari. Seringkali pertumbuhan bisnis industri pariwisata, yang diikuti oleh pembangunan fisik, perubahan penggunaan lahan, dan perubahan lanskap, mengancam bentuk keanekaragaman hayati. Konflik ini semakin tajam dan menjadi isu penting dunia. Negara berkembang dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi merupakan wilayah yang paling banyak mengalami kehilangan keanekaragaman hayati. Sebuah konsep untuk menjembatani pembangunan daerah tanpa mengorbankan keanekaragaman hayati di sekitarnya.

Kegiatan memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar, yaitu dapat bermanfaat dalam hal pertumbuhan ekonomi masyarakat, mengurangi

pengangguran, membuka lapangan usaha besar dan kecil, memproduksi cinderamata daerah baik kerajinan lama/maupun modern. Pariwisata sebagai industri dipandang memiliki peluang untuk berperan aktif dalam konservasi dan pembangunan berkelanjutan dengan merancang konsep pariwisata berbasis konservasi. Jika dikelola dengan baik, industri pariwisata akan berdampak pada memungkinkan mengalirnya dana untuk membiayai program-program pemberdayaan dan penguatan masyarakat lokal, serta pelestarian sumber daya alam dan lingkungan. Karakteristik pelayanan dalam industri perhotelan merupakan bagian dari industri jasa yang menawarkan pengalaman kepada konsumen.

Industri pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dari usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya. Konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan berawal dari konsep pembangunan berkelanjutan. Secara umum, konsep pembangunan mencakup usaha untuk mempertahankan integritas dan diversifikasi ekologis, memenuhi kebutuhan dasar manusia, terbukanya pilihan bagi generasi yang akan datang, pengurangan ketidakadilan, dan peningkatan penentuan nasib sendiri bagi masyarakat setempat. Pariwisata dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, dan kebutuhan masyarakat lokal saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri.

Pembangunan pariwisata tidak dapat dilakukan hanya dengan pendekatan ekonomi, dimana pariwisata dipersepsikan sebagai instrumen untuk meningkatkan pendapatan terutama pada sektor pemerintah, swasta dan masyarakat. Di era globalisasi ini, persaingan semakin ketat menyebabkan pembangunan dan pengembangan pariwisata menjadi sangat eksploitatif terhadap sumber daya manusia dan sumber daya alam sehingga tidak hanya memperhatikan pendekatan ekonomi tapi juga ada tuntutan untuk mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, melalui peningkatan kualitas pelayanan dari produk atraksi, fasilitas, aksesibilitas dan hospitalitas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdilah. 2016. Marine Tourism Development In Lampung Coastal Bay. *Jurnal Destinasi Kepariwisata Indonesia*, Vol. 1 No. 1.
- Adib Munawar, Nawir. 2019. Potensi Wisata Alam dalam Kawasan Hutan, Pemanfaatan dan Pengembangan. Makassar: Inti Mediatama.
- Airey, David. 2015. Developments in Understanding Tourism Policy. *Tourism Review Journal* Vol. 70, No. 4. 2015.
- Alexander, Johannes. 2011. Pariwisata Bagi Masyarakat Lokal. Salatiga: Disertasi Program Pasca sarjana Studi Pembangunan UKSW.
- Amnar, S., Muhammad, S., & Syechalad, M. N. 2017. Pengaruh Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Kota Sabang. *Jurnal Ekonomi dan Kebijakan Publik Indonesia*, Vol. 4 No. 1.
- Anuar, A.N.A. & Sood, N.A.A. 2017. Community based tourism: Understanding, benefits and challenges. *Journal of Tourism and Hospitality*, Vol. 6 NO. 1.
- Adhikrisna, Yhoga Bagus. dkk. 2016. Analisis Pengaruh Pariwisata Terhadap Produk Domestik Regional Bruto Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Timur 2011- 2014. *Jurnal Ekonomi Pembangunan*, Volume 14 NO. 1.
- Ardika, I.W. 2007. Pustaka Budaya dan Pariwisata. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Armstrong, G., Kotler, P., & Opresnik, M. O. 2017. Marketing: An Introduction. Thirteenth Global Edition. London. Pearson Education.
- Andrasmoro, Doni., Dkk. 2015. Pengembangan Potensi Pariwisata Pendidikan Geografi Analisis Kurikulum Geografi SMA Untuk Meningkatkan Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Karanganyar Tahun 2013. *Jurnal: Geoeco* Vol. 1 No. 2.
- Antariksa, Basuki. 2016. Kebijakan Pembangunan Kepariwisata. Malang: Intrans Publishing.
- Aprilia, T. et al. 2014. Pembangunan Berbasis Masyarakat: Acuan bagi pratisi, akademis, dan pemerhati pengembangan masyarakat. Alfabeta. Bandung.

- Ardana, A.K. 2017. Pengaruh Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi Negara Asia Pacific Economic Cooperation (APEC) Periode 2010-2015, Skripsi, Departemen Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor.
- Azhari, Burhan. 2019. Tinjauan Geografi Pariwisata Dalam Pengembangan Desa Wisata Serang Di Kecamatan Karangreja Kabupaten Purbalingga. Universitas Negeri Semarang.
- Bahiyah, C., Riyanto, W. H., & Sudarti, S. 2018. Strategi Pengembangan Potensi Pariwisata di Pantai Duta Kabupaten Probolinggo. *Jurnal Ilmu Ekonomi*, Vol. 2 No. 1.
- Barreto, M., Giantari, I.G.A. 2015. "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Bobonaro, Timor Leste". *E-jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 4 No 11.
- Boediono, 1992. *Teori Pertumbuhan Ekonomi*. Yogyakarta: PBF.
- Bojanic, D.C & Lo, M. 2016. A Comparison of the Moderating Effect of Tourism Reliance on the Economic Development for Islands and Other Countries. *Tourism Management*, Vol.53, Hal.207-214.
- Boniface, B. G., & Cooper, C. 2005. *Worldwide destinations: The geography of travel and tourism (4 th ed.)*. Oxford: Elsevier Ltd.
- Bramantyo. 2012. Identifikasi Arsitektur Rumah Tradisional Nias Selatan Dan Perubahannya. *Loka Teknologi Permukiman Medan - Pusat Litbang Permukiman*, Badan Litbang, Kementerian Pekerjaan Umum.
- Bozkurt, K., Ergün, Z. C. & Armutcuoğlu, H., 2021. An Investigation of Demand and Exchange Rate Shocks in the Tourism Sector. *Applied Economic Analysis*.
- Bunruamkaew, K., & Murayama, Y. 2011. Site Suitability Evaluation for Ecotourism Using GIS & AHP: A Case Study of Surat Thani Province, Thailand. *Journal of Procedia Social and Behavioral Science* 21, 269-278.
- Crotti, R. & Mirashi, T. 2017. *The Travel and Tourism Competitiveness Report*. Geneva: World Economic Forum.

- Damadi ARI. 2001. *Istilah-Istilah Dunia Pariwisata*, Jakarta: PT. Pradnya.
- Damanik. 2013. *Pariwisata Indonesia (Antara Peluang dan Tantangan)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dogra, Ravinder and Gupta, Anil, 2012. *Barriers to Community Participation in Tourism Development: Empirical Evidence from a Rural Destination*, *South Asian Journal of Tourism and Heritage*.
- Estevao, C., & Ferreira, J. 2009. *Regional Competitiveness of Tourism Cluster: A Conceptual Model Proposal*. Munich Personal RePEc Archive, Vol. 1 No. 20.
- Fairuza, M. 2017. *Kebijakan dan Manajemen Publik Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi)*. www.kabarbanyuwangi.com.
- Fajriah, S. D. 2014. *Pengembangan Sarana dan Prasarana untuk Mendukung Pariwisata Pantai yang Berkelanjutan (Studi Kasus: Kawasan Pesisir Pantai Wonokerto Kabupaten Pekalongan)*.
- Faisal AL Faisal. 2017. *Mengenal Rancang Bangun Rumah Adat di Indonesia*. Jakarta: Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa.
- Fennel, D. A. 1999. *Ecotourism, An Introduction*, New York: Routledge.
- Fitriana, Widya. 2017. *The Role of Triple Helic Actorsfor Agro Torism Development*. In *West Sumatera*. *Jurnal Mimbar*. Vol. 33. No. 2. Tahun 2017.
- Ghani, Y. A. 2017. *Pengembangan Sarana Prasarana Destinasi Pariwisata Berbasis Budaya di Jawa Barat*. *Jurnal Pariwisata*, Vol. IV No. 1.
- Greenland Tourism Booklet. 2015. *Market Segmentation in Greenland*, Greenland Tourism.
- Gretzel, Ulrike. 2022. *The Smart Dmo: A New Step in the Digital Transformation of Destination Management Organizations*. *European Journal of Tourism Research* 30 (March): 1-12.

- Hall, C. Michael and Page. Stephen J., 2006. *The Geography of Tourism And Recreation. Environment, Place and Space* Routledge, New York USA Third edition.
- Hamzah, F. & Utomo, E. T. 2016. Implementasi sapta pesona pada Museum Mandala Wangsit Siliwangi Kota Bandung. *Jurnal Pariwisata*, 3(2), 118-128.
- Hania, A., Sunarti, S., & Pangestuti, E. 2016. Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Berkunjung Dengan Citra Destinasi Sebagai Variabel Mediasi (Survei pada Wisatawan Jawa Timur Park 1 Kota Batu). Program Studi Adm. Bisnis Universitas Brawijaya.
- Herdiana. 2019. Peran Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 63-68.
- Hasan, A., & Hermawan, B. 2018. Model pengembangan ekonomi pariwisata. *Jurnal Media Wisata*. Vol. 16 No. 1
- Hasbullah, J. 2006. *Social Capital: Menuju Keunggulan Budaya Manusia Indonesia*. MR-United Press.
- Hermantoro, Henky. 2020. Modul Perencanaan Pariwisata. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Hermawan. 2015. Lima Kriteria Menuju Kota Wisata. Berita Online, <http://humas.kutaikartanegarakab.go.id/read/news.com>.
- Hidayah, N. 2021. Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing. Jakarta: Kreasi Cendekia Pustaka
- Hidayat, M. 2011. Strategi Perencanaan Dan Pengembangan Objek Wisata (Studi Kasus Pantai Pangandaran Kabupaten Ciamis Jawa Barat). Politeknik Negeri Bandung.
- Insani, Nailul., Ramadhoan A'rachman, Fauzi., Kusuma Sanjiwani, Putri., & Imanuddin, Frisco. 2019. Studi Kesesuaian Dan Strategi Pengelolaan Ekowisata Pantai Ungapan, Kabupaten Malang Untuk Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan. *Jurnal Teori dan Praksis Pembelajaran IPS Volume 4, No.1*, 2019.

- Ishartono & Raharjo, S. T. 2016. Sustainable Development Goals (SDGs) dan Pengentasan Kemiskinan. *Social Work Journal*, Vol. 6 No. 2.
- Ismayanti. 2010. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Grasindo.
- Karisma, Widya & Lating, Abidin. 2012. Analisis Peran Industri Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Bariwijaya*. Vol 1, No. 2.
- Kartodihardjo, H., Murtilaksono, K., dan Sudadi, U., 2004. *Institusi Pengelolaan Daerah Aliran Sungai. Konsep dan Pengantar Analisis Kebijakan*. Fakultas Kehutanan Institut Pertanian Bogor.
- Kemendag, 2012, 14 Sektor Industri Kreatif. Jakarta. Departemen Perdagangan Republik Indonesia.
- Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor: KM.5/UM.209/ MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan Sapta Pesona.
- Kettler, Peter. 2015. *Tourism Policy in Advanced Economies: How Can It Be Effective and Efficiency*. *Journal Tourism Review: Volume 70. No. 4. 2015. Emerald Group Publishing Limited*.
- Kiswanto. Amin & Rudi Susanto, Dwiyono. 2019. Pengaruh Sarana Dan Prasarana Pendukung Wisata Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Umbul Ponggok, Klaten. *Jurnal Khasanah Ilmu Vol.10 No.2 September 2019*.
- Kotler. 2002. *Marketing Managemen. The Muluenum Edition, 10 th Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Keller K Lane. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Ghalia. Indonesia
- Kotler dan Keller. 2014. *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran*. By Philip Kotler Gary Armstrong. Edisi 12 Jilid I & 2. Edisi Ke 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Koyongian, Yeane., Katuuk, Deitje Adolfien., Lengkong, Jeffry Sony Junus., dan Rotty, Viktory Nicodemus Joufree. 2021. Segmentasi Wisatawan Asing Sulawesi Utara: Analisis pada Faktor Demografis dan lifestyle Typology. *Jurnal Bahana Manajemen Pendidikan*, Vol. 10 No. 1.

- Kreatif, D. J. 2012. Pedoman Kelompok Sadar Wisata Direktorat Jendral Pengembangan Destinasi Pariwisata Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Jakarta: Persada.
- Kuniasanti, andryas Alief. 2019. Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata (Studi Kasus Kampung Petani Buah Jeruk Siam di Kecamatan Bangorejo-Banyuwangi. *Journal of Tourism and Creativity*. Vol. 3 No. 1.
- Lahay, R. J., Hasriyanti, H., Gorontalo, U. N., Geografi, P., & Makassar, U. N. 2021. Rancangan Konten Pembelajaran Geografi Pariwisata. <https://media.neliti.com/media/publications/246555-studi-menurunnya-jumlah-wisatawan-yang-b-2c8dbaa8.pdf>.
- Lau Gigi, Bob Mc Kercher. 2006. Understanding Tourist Movement Patterns in A Destination: A GIS Approach. Hongkong.
- Lewaherilla, N. E. 2002. Pariwisata Bahari Pemanfaatan Potensi Wilayah Pesisir dan Lautan. Makalah Falafah Sain Program Pascasarjana S3. IPB. Bogor.
- Lnskeep, Edward. 1991. Tourism Planning. An Integrated and Sustainable. Development Approach. New York. US.
- Mardianis dan Syartika, Hanibal. 2018. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Di Kabupaten Kerinci. Badan Penelitian dan Pengembangan Daerah Provinsi Jambi.
- Maryani, E. 2000. Pengantar pariwisata. Bandung: Angkasa.
- Matthews, D. & Herbert, J., 2008. Geography : A very short introduction. Oxford: Oxford Press.
- Mawarni, A. 2010. Pentingnya Modal Sosial Dalam Pembangunan Pasca Bencana. Yogyakarta: Pusat Studi Pedesaan dan Kawasan Universitas Gadjah Mada.
- McIntosh, R. W. 1995. Tourism: Principles, Practices, Philosophies. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Meiriza, Mica Siar. 2005. Analisis Segmentasi Pasar Wisatawan Mancanegara terhadap Daerah Tujuan Wisata Sumatera Utara. Medan: Tesis Universitas Sumatera Utara.
- Muljadi. 2012. Kepariwisataaan Dan Perjalanan. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Munandar, Anis., dkk. 2020. Studi Literatur Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat. *Jurnal Menara Ilmu*. Vol. XIV. No. 01 2020.
- Nawawi, Ahmad. 2013. Partisipasi Masyarakat dalam Pengelolaan Wisata Pantai Depok di Desa Kretek Parangtritis. Tesis Sekolah Pascasarjana Universitas Gadjah Mada.
- Page, S. 2009. *Tourism Management : Managing for Change*. Burlington, MA: Elsevier Ltd.
- Peraturan Pemerintah No. 37 Tahun 2012. Tentang Pengelolaan Daerah Aliran Sungai (DAS).
- Peraturan Pemerintah No. 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi, dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota
- Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional (RIPPARNAS).
- Permenbudpar. 2004. Tentang Pedoman Umum Pengembangan Pariwisata di Pulau-Pulau Kecil.
- Pike, S., 2004, *Destination Marketing Organisations*, Elsevier, UK.
- Pitana, I.G. dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Plog, S., C. 2001. Why Destination Areas Rise and Fall in Popularity: An Update of a Cornell Quarterly Classic, *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol. 42 No.3
- Pitana, I Gede dan Diarta, I Ketut Surya. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Prabawati, H. J. K. 2013. Faktor-Faktor Keberhasilan Community Based Tourism Dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi Kasus: PNPM Mandiri Pariwisata Di Dataran Tinggi Dieng). Tugas Akhir Tidak Diterbitkan, Jurusan Perencanaan Wilayah dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Diponegoro, Semarang.
- Prakoso, A. A. 2016. *Environment Impact Assesment*. Modul Perkuliahan. Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo, Yogyakarta.
- Prasetya, Putu Wibby., Dinanti, Dian dan Sari, Nindya. 2021. *Kajian Pola Rangkaian Pergerakan Wisatawan Di*

- Kabupaten Bangli. Planning for Urban Region and Environment Vol. 10, No. 4.
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. 2019. Media Promosi Pada Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 2 No. 2.
- Purmada, D. K., Wilopo, & Luchman Hakim. 2016. Pengelolaan Desa Wisata Dalam Perspektif Community Based Tourism (Studi Kasus Pada Desa Gubugklakah Kecamatan Poncokusumo, Kabupaten Malang). *Jurnal Adminitrasi Bisnis*, Vol. 32 No.
- Purwaningsih, Okti C., Kusumastuti. Tri., Darsono, Triwahana. Desain Pengelolaan Wilayah Pesisir Pantai Berbasis Masyarakat. Universitas PGRI Yogyakarta.
- Rahayu, Ida & Ozali, Imam. 2024. Model Pengelolaan Wisata Bahari Berkelanjutan Di Kabupatenbintan, Kepulauan Riau. *Jurnal Intelektiva*. Vol. 6 No. 1.
- Reza, R. R. H., Almas, A. R. D., Widya, W. U., Nisa, A. N. K., & Diky, D. F. M. 2022. Pengembangan Niche Marketing Online Desa Pariwisata Berbasis Konten Lokal dan Pelatihan Pembukuan Keuangan Sedarhana. *Jurnal Mandala Pengabdian Masyarakat*. Vol. 3 No. 2.
- Ri'aeni, ida, 2015. Penggunaan New Media dalam Promosi Pariwisata Daerah Situs Cagar Budaya di Indonesia *Jurnal Komunikasi*, Vol. 9, No. 2.
- Rizal, Muhammad., Afrijal., Azmi, Dasril. 2020. Aplikasi Pemandu Wisata Kabupaten Bireuen Berbasis Android. *Jurnal Tika Fakultas Ilmu Komputer Universitas Almuslim Bireuen-Aceh* Vol. 5 No. 2.
- Rizki, A. M. 2022. Sektor Pariwisata, Pengangguran dan Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Al Iqtishad*, Vol. 1 No. 18.
- Robert, Christie Mill and Alastair, M. Morrison. 1984. The tourism system : an introductory text. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

- Roisah, R., Maulana, I., & Aisyah, I. 2020. Experiential Marketing dalam Upaya Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Jasa Wisata. *Altasia: Jurnal Pariwisata Indonesia*, Vol. 2 No. 2.
- Rosa, Y.D., Sovita, I., & Idwar. 2016. Analisis Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) Kabupaten Pesisir Selatan Tahun 2000-2014. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas*, Vol. 18 No. 1.
- Rukmiyanti. N. M. S., & Suastini, N. M. 2016. Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Wisatawan. *Jurnal Proceeding of Conference on Management and Behavioral Studies*, Jakarta: Universitas Tarumanegara.
- Rusyidi, Binahayati & Fedryansah, M. 2018. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Vol. 1 No. 3.
- Salsabila, Nadya. 2021. Analisis Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (Studi Kasus Pada Negara Asia Tenggara Maritim). *Jurnal Ilmiah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Samimi, A. J., Sadeghi, S., & Sadeghi, S. 2011. Tourism And Economic Growth In Developing Countries: P-VAR Approach. *Middle-East Journal Of Scientific Research*, Vol. 10 No. 1.
- Saputra. Agung & Khaidir Ali. 2020. Analisis Kebijakan Pariwisata Terhadap Pengelolaan Objek Wisata di Kabupaten Samosir. Program Studi Ilmu Administrasi Publik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sari, C.P., Rahayu, S. 2018. Carrying capacity of Gancik Hill Top for Ecotourism Development in Boyolali District. *E3S Web of Conferences*, 73:1-5.
- Sari, Ratih S. 2021. Buku Monograf Desa Wisata Berbasis Eko-Humanis. Semarang: CV Tigamedia Pratama.
- Scheyvens, R., 2002, *Tourism for Development; empowering communities*. Prentice Hall, England.
- Sciffman dan Kanuk 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks. Gramedia.

- Sero, A. 2012. Model Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat di Kabupaten Halmahera Utara. *Jurnal Nasional Pariwisata*, Volume 4, Nomor 1.
- Siringoringo, Mangatas. 2017. *Kepariwisataan*. Jakarta: Grasindo.
- Soemarwoto, Otto. 2004. *Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan Edisi ke 10*. Jakarta: Penerbit Djambatan.
- Sofi, Cholida dan Susilowati, Dewi M.H. 2017. Faktor Pengaruh Pola Pergerakan Wisatawan di Kota dan Kabupaten Tegal. *Industrial Research Workshop and National Seminar Politeknik Negeri Bandung Juli 26-27, 2017*.
- Spillane, James, J. S. J. 1994. *Pariwisata Indonesia, Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Statista. 2022. *Travel & Tourism*. <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/worldwide>.
- Suganda, dkk. 2009. Pengelolaan Lingkungan dan Kondisi Masyarakat Pada Wilayah Hilir Sungai. *Jurnal Makara, Sosial Humaniora*, Vol. 13, No. 2.
- Sujali, 1989. *Geografi Pariwisata dan Kepariwisataan*. Yogyakarta: Fakultas Geografi UGM.
- Sunarto. 2000. *Perencanaan dan Pengembangan Wisata Sungai, Danau dan Pantai*, Makalah. Yogyakarta: Laboratorium Geomorfologi Terapan, Jurusan Geografi Fisik Fakultas Geografi Universitas Gadjah Mada.
- Sunaryo, Bambang. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Parawisata: Konsep dan aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta. Gava Media.
- Suwantoro, Gamal. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta Penerbit Andi.
- Syahputra, Rahmadani. 2017. *Strategi Promosi Destinasi Wisata Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat*. Program Studi Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
- Tamaratika, Fenilia., Arief Rosyidie. 2017. Inkorporasi Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata di Lingkungan Pantai. *Jurnal Sioteknologi*. Vol. 16 No. 1. 2017.
- Theresia, A., Andini, K. S., Nugraha, P. G., & Mardikanto, T. (2014). *Pembangunan Berbasis Masyarakat: Acuan Bagi*

- Praktisi, Akademisi, dan Pemerhati Pengembangan Masyarakat. Jakarta: Alfabeta.
- Tosun, Cevat & Timothy, Dallen J., 2003. Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process, *Journal Of Tourism Studies*, Vol. 14 No. 1.
- Tussyadiah, I. P., & Zach, F. J. 2012. The Role of Geo-based Technology in Place Experiences. *Annals of Tourism Research*, Vol. 39 No. 2.
- Undang-undang No. 5 Tahun 1990 Tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya.
- Undang Undang Nomor 9 tahun 1990 Bab 1 Pasal 1 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.
- Undang-undang Nomor 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya dan Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta dalam Pelindungan Arsitektural Bangunan Cagar Budaya.
- Undang-Undang No. 32 tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup.
- Van Nuenen, Tom, and Caroline Scarles. 2021. Advancements in Technology and Digital Media in Tourism. *Tourist Studies*. Vol. 21 No. 1.
- Vani, Vio Resa. Priscilia, Sania Octa., Adianto. 2020. Model Pentahelix Dalam Mengembangkan Potensi Wisata di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*. Vol. 8. No. 1.
- Venkatesh, J. Y. Thong, & X. Xu. 2012. Consumer Acceptance and Use of Information Technology: Extending the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," *MIS Q.*, Vol. 36 No. 1.
- Wardhana, A., Kharisma, B. & Stevani, M., 2019. Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi (TLG Hipotesis, Studi Kasus: 8 Negara ASEAN). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, Vol. 8 No. 10.
- Wati, Widiya., Haryono, Edy., Zulkarnain. 2011. Studi Menurunnya Jumlah Wisatawan yang Berkunjung di Taman Bumi Kedaton Bandar Lampung.

- Yakup, A.P. 2019. Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. Tesis, Universitas Airlangga.
- Yoeti, O. A., 1996. Pengantar Ilmu Pariwisata. Bandung: Angakasa.
- Yoeti, Oka. A. 2008. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Wijayanti, Ani. 2022. Strategi Pengembangan Wisata Malam Berbasis Perkotaan Di Kota Yogyakarta. *Journal of Innovation Research and Knowledge*. Vol. 1 No. 8.
- Zacarias, D. A, Williams A. T, & Newton A. 2011. Recreation Carrying Capacity Estimations to Support Beach Management at Praia de Faro, Portugal. *Applied Geography*, 31: 1075-1081.

Profil Penulis 1

Iskandar, M.Pd



Iskandar, M.Pd, lahir di Banda Aceh Provinsi Aceh pada tanggal 16 Juni 1987, merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Menyelesaikan Program Sarjana pada Program Studi Pendidikan Geografi di Universitas Almuslim. Kemudian melanjutkan Program Magister di Program Studi Pendidikan Geografi di Universitas Negeri Malang. Saat ini tercatat sebagai mahasiswa aktif pada Program Studi S3 (Doktor0 Pendidikan Geografi di Universitas Negeri Malang. Telah mengajar di beberapa sekolah dan pernah menjadi guru SM-3T di Kepulauan Anambas Kepulauan Riau. Saat ini aktif sebagai seorang dosen tetap di Universitas Islam Kebangsaan Indonesia (UNIKI).

Profil Penulis 2

Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd



Prof. Dr. Sumarmi, M.Pd, lahir di Jombang (Jawa Timur) pada tanggal 17 Juli 1962. Menyelesaikan Program Sarjana di Program Studi Pendidikan Geografi IKIP Malang pada tahun 1986. Kemudian menyelesaikan Program Magister di Program Studi IKIP Malang pada tahun 1993. Program Doktor diselesaikan pada tahun 2006 di Program Studi Pertanian Universitas Brawijaya. Dikukuhkan sebagai Guru Besar dalam bidang Ilmu Geografi Lingkungan di Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Universitas Negeri Malang (UM) 6 Juni 2010 Saat ini merupakan Dosen aktif yang mengajar di Program Sarjana dan Pascasarjana Fakultas Ilmu Sosial (FIS) Universitas Negeri Malang (UM) sekaligus terlibat sebagai Majelis Wali Amanat (MWA) dan sekaligus sebagai ketua UM *Green Campus*.

Biodata Editor

Dr. Mai Simahatie. S.E., M.M.



Dr. Mai Simahatie. S.E., M.M., Lahir di Bireuen, 02 Mei 1986, Anak dari Bapak Karmustafa S.H., dan Ibu Suarni M. Amin. Saat ini berdomisili di Desa Meurak Utara desa Juli Cot Meurak Kecamatan Juli Kabupaten Bireuen Propinsi Aceh. Lulusan Doktor Ekonomi Syariah Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tahun

2024, Saat ini menjabat sebagai Wakil Dekan 1 Bidang Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Kebangsaan Indonesia. Penulis juga aktif menjadi penulis utama dan penulis pendamping untuk beberapa artikel terakreditasi Dikti dan jurnal Internasional, memenangkan beberapa Hibah Penelitian dan Pengabdian Masyarakat yang diselenggarakan oleh Kemendikbudristek.

.

GEOGRAFI PARIWISATA BERBASIS RISET

Pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan yang saat ini sedang dikembangkan oleh pemerintah, karena pariwisata dianggap mempunyai peran yang sangat penting dalam pembangunan Indonesia khususnya sebagai salah satu sektor pendapatan daerah maupun negara. Pariwisata di Indonesia merupakan salah satu sektor ekonomi penting. Selain sebagai mesin penggerak ekonomi, pariwisata dianggap mampu mengurangi angka pengangguran. Dalam perekonomian nasional, pariwisata merupakan sektor yang diharapkan mampu meningkatkan pendapatan melalui penerimaan devisa. Sektor pariwisata saat ini telah menjadi aspek penting dalam kemajuan ekonomi suatu negara. Pariwisata menjadi pilihan utama dalam pengembangan wilayah. Perkembangan pariwisata telah mengalami banyak perubahan baik perubahan pola, bentuk dan sifat kegiatan perjalanan destinasi wisata. Pembangunan suatu daerah dapat membuka daya tarik wisata baru bagi para wisatawan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan mancanegara.



YAYASAN
PENELITI PRIMA
INDONESIA



DIREKTORAT JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL
KEMENTERIAN HUKUM & HAK ASASI MANUSIA RI



Penerbit
PT. Radja Intercontinental Publishing
Jl. Cempaka Putih, Sp, Tiga Blang Rayeuk,
Dsn. Angsana, Kota Lhokseumawe

www.radjapublika.org
<http://radjapustaka.com>

ISBN 978-623-89445-8-3 (PDF)



9 786238 944583