

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Pemerintah

1. Pemerintah Daerah

Menurut Undang-Undang Nomer 23 Tahun 2014 Tentang Pemerintahan Daerah, bahwa Pemerintah Daerah adalah penyelenggaraan urusan pemerintah oleh Pemerintah Daerah dan DPRD menurut asas otonomi dan tugas pembantuan dengan prinsip otonomi seluas-luasnya dalam sistem dan prinsip negara Kesatuan Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam UUD RI tahun 1945.

Otonomi daerah dalam Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah adalah hak, wewenang, dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat sesuai dengan sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Dalam menyelenggarakan Otonomi Daerah, Pemerintah menerapkan asas desentralisasi. Desentralisasi merupakan penyerahan kewenangan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah untuk mengurus rumah tangga sendiri berdasarkan prakarsa dan aspirasi dari rakyatnya dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pengertian Desentralisasi berdasarkan Undang-Undang No.32 Tahun 2004 tentang pemerintah daerah adalah penyerahan wewenang pemerintah oleh pemerintah kepada daerah otonom untuk mengatur dan mengurus urusan

pemerintah dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia. Desentralisasi adalah cara atau sistem untuk mewujudkan asas demokrasi yang memberikan kesempatan kepada rakyat untuk ikut serta dalam pemerintahan negara. Desentralisasi merupakan konsep dasar tentang Pemerintah Daerah yang biasanya berkaitan dengan persoalan kekuasaan.

2. Pemerintah Desa

Menurut Peraturan Pemerintah No.72 Tahun 2005 tentang Desa, dijelaskan bahwa Desa adalah kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas-batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat, berdasarkan asal-usul dan adat istiadat setempat yang diakui dan dihormati dalam sistem Pemerintahan Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI). Desa bukanlah bawahan kecamatan, karena kecamatan merupakan bagian dari perangkat daerah kabupaten/kota, dan desa bukan merupakan bagian dari perangkat daerah. Berbeda dengan kelurahan, Desa memiliki hak mengatur wilayah lebih luas. Namun dalam perkembangannya, sebuah desa dapat dirubah statusnya menjadi kelurahan.

Adapun yang menjadi wewenang Desa adalah:

- a) Menyelenggarakan urusan pemerintah yang sudah berdasarkan hak usul desa.
- b) Menyelenggarakan urusan pemerintah yang menjadi kewenangan kabupaten/kota yang diserahkan pengarahannya kepada desa, yakni urusan

pemerintah yang secara langsung dapat meningkatkan pelayanan masyarakatnya.

- c) Tugas pembantu dari Pemerintah, Pemerintah Provinsi, Pemerintah Kabupaten/Kota
- d) Urusan pemerintah lainnya diserahkan kepada Desa.

Desa memiliki pemerintahan sendiri. Pemerintah Desa terdiri atas Pemerintah Desa (yang meliputi Kepala Desa dan Perangkat Desa) dan Badan Permusyawaratan Desa (BPD). Pemerintah Desa merupakan lembaga perpanjangan Pemerintah Pusat yang memiliki peran strategis dalam peraturan masyarakat desa/kelurahan dan keberhasilan pembangunan nasional. Karena perannya yang sangat besar, maka perlu adanya peraturan-peraturan atau Undang-Undang yang berkaitan dengan pemerintahan desa yang mengatur tentang pemerintahan desa, sehingga roda pemerintahan dapat berjalan optimal.

Menurut Widjaja (2003:14), adapun yang menjadi tujuan pemerintah pemerintah desa, adalah:

- a) Penyeragaman pemerintah desa
Belum terlaksananya sepenuhnya, masih berkisar pada sumbangan-sumbangan desa.
- b) Memperkuat pemerintah desa
Dengan diperlemahkannya undang-undang pemerintah desa, berbagai sumber penghasilannya dan hak wilayahnya sebagai sumber penghasilan masyarakat.

- c) Mampu menggerakkan masyarakat dalam partisipasinya dalam pembangunan. Pembangunan digerakkan dari “atas” tidak berasal dari “bawah” sehingga pembangunan dianggap sebagai “proyek pemerintah”. Masyarakat tidak merasa memiliki
- d) Penyelenggaraan administrasi desa yang semakin meluas dan efektif masih jauh dari yang diharapkan khususnya Sumber Daya Manusia (SDM).
- e) Memberikan arah perkembangan dan kemajuan masyarakat (ketahanan masyarakat desa)

B. Administrasi Pembangunan

1. Definisi Pembangunan

Istilah pembangunan tidak asing lagi bagi setiap warga negara. Pembangunan selalu menjadi fokus utama kegiatan negara dan telah menjadi sesuatu yang memotivasi untuk meraih keberhasilan dan kesuksesan dalam setiap aspek kehidupan.

Menurut Bryant dan White dalam Suryono (2004:21) mendefinisikan pembangunan sebagai upaya untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam mempengaruhi masa depan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pembangunan tidak hanya merupakan perubahan-perubahan secara kongkrit saja, tetapi rakyat perlu juga mendapat kemampuan yang besar untuk memberi

tanggapan terhadap perubahan tersebut. sehingga perubahan karena pembangunan harus memperhatikan potensi individu sekaligus kapasitas mereka.

Sedangkan menurut Siagian (1994:4), pembangunan merupakan suatu usaha yang secara sadar dilaksanakan, pembangunan secara berencana dan perencanaanya berorientasi pada pertumbuhan dan perubahan, pembangunan mengarah kepada modernitas, modernitas yang dicapai melalui pembangunan bersifat multidimensional, proses dan kegiatan pembangunannya diajukan kepada usaha untuk membina bangsa dalam rangka pencapaian tujuan bangsa dan negara yang telah ditentukan.

Sebagai upaya pembangunan bangsa, pembangunan meliputi segala aspek kehidupan bangsa, yaitu ekonomi, politik, sosial, budaya, pertahanan keamanan dan hubungan Internasional. Pembangunan bangsa lebih ditujukan kepada pemantapan dan peningkatan persatuan dan kesatuan bangsa (integrasi bangsa), wawasan ideologi, dan pencegahan terhadap berbagai bentuk perpecahan (disintegrasi bangsa), konflik antar suku, antar agama, antar daerah, dan antar kelompok kepentingan.

2. Administrasi Pembangunan

Administrasi pembangunan sebagai disiplin ilmu adalah suatu orientasi baru dalam ilmu administrasi karena administrasi pembangunan masih belum secara universal diakui sebagai suatu cabang ilmu pengetahuan. Sebagaimana dengan ilmu-ilmu yang lain administrasi pembangunan memerlukan suatu usaha yang

cukup intensif agar prinsip-prinsip administrasi pembangunan diterima dan diakui sebagai ilmu pengetahuan dan sejajar dengan ilmu pengetahuan sosial lainnya.

Administrasi pembangunan merupakan cara yang dilakukan pemerintah mengisi peranan dominan didalam proses pembangunan secara keseluruhan. Ini meliputi prosedur-prosedur teknis dan pengaturan organisasi yang dilakukan pemerintah dalam mencapai tujuan pembangunan. Administrasi pembangunan dirasa inovatif setelah menaruh perhatian serius pada perubahan sosial di antara pembangunan yang hendak dicapai. Konsep administrasi pembangunan menurut Siagian (1979:2) bahwa sebagai suatu disiplin ilmiah, administrasi pembangunan merupakan orientasi baru dalam administrasi.

“Administrasi pembangunan sendiri memiliki dua pengertian, yaitu: pertama, tentang administrasi, yang artinya adalah keseluruhan proses pelaksanaan daripada keputusan-keputusan yang diambil dan pelaksanaan itu pada umumnya dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Kedua, tentang pembangunan yang didefinisikan sebagai suatu usaha atau rangkaian usaha pertumbuhan dan perubahan yang berencana dan sadar yang dilakukan oleh suatu Negara dan pemerintah menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa.” (Siagian, 1979:2)

Administrasi Pembangunan mempunyai ciri sebagai suatu orientasi administrasi yang mendukung pembangunan. Administrasi bagi perubahan-perubahan ke arah keadaan yang dianggap lebih baik yang dinyatakan sebagai usaha ke arah modernisasi atau dalam bentuk yang lebih kongkrit. Di dalam administrasi pembangunan diberi uraian tentang saling keterkaitan administrasi dengan aspek-aspek usaha pembaharuan/ pembangunan di bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan lain-lain. Peranan aktif Negara dalam mendorong pembangunan dapat dilakukan melalui perumusan, penetapan, pelaksanaan dan

pengawasan kebijakan dalam pembangunan. Dengan demikian yang dimaksud dengan administrasi pembangunan yaitu seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu individu atau kelompok dalam memperbaiki tata kehidupannya sebagai suatu aspek kehidupan dalam rangka usaha pencapaian tujuan yang ditentukan.

Karakteristik utama administrasi pembangunan adalah memberikan pelayanan dan pengabdian yang sebaik-baiknya kepada masyarakat. Dari sudut praktek, administrasi pembangunan merangkum dua kegiatan besar dalam satu kesatuan pengertian, yakni administrasi dan pembangunan.

Menurut Siagian (2008:4), administrasi adalah keseluruhan proses pelaksana keputusan-keputusan yang telah diambil dan diselenggarakan oleh dua orang atau lebih untuk mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya. Selanjutnya pembangunan diartikan sebagai rangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation building*).

Jadi administrasi pembangunan dapat diartikan seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu negara bangsa untuk bertumbuh, berkembang, dan berubah secara sadar dan terencana dalam semua segi kehidupan dan penghidupan negara bangsa yang bersangkutan dalam rangka pencapaian tujuan akhir.

3. Fungsi Administrasi Pembangunan

Ada dua fungsi administrasi pembangunan menurut Tjokroamidjojo (1988:12) yang meliputi hal-hal sebagai berikut:

a) Pembangunan/penyempurnaan administrasi Negara.

Pembangunan/penyempurnaan administrasi negara tentu saja agar dapat mendukung tugas-tugas pembangunan pemerintah. Hal ini meliputi hal-hal antara lain:

- a) Kepemimpinan administratif. Kepemimpinan inovatif dan administrator pembangunan
- b) Pendayagunaan kelembagaan (organisasi-organisasi pemerintah untuk melaksanakan pembangunan)
- c) Pendayagunaan kepegawaian (pengadaan, pembinaan, pendidikan, dan latihan)
- d) Pemberdayaan ketatalaksanaan. Misalnya tata laksana keuangan negara, tatalaksana peralatan dan perlengkapan pemerintah.

b) Penyempurnaan administrasi bagi penyelenggaraan proses pembangunan.

Fungsi administrasi pembangunan berikut ini juga disebut sebagai administrasi perencanaan dan pelaksanaan pembangunan dan ketatalaksanaan pembangunan, hal ini meliputi hal-hal antara lain:

- a) Administrasi perencanaan dan pemrograman pembangunan. Misalnya: kemampuan dan mekanisme analisis dan pembentukan kebijaksanaan pembangunan. Sistem perencanaan dan penganggaran.
- b) Adminstrasi mobilisasi dana pembangunan. Baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.
- c) Administrasi pembiayaan pembangunan. Penyaluran biaya untuk berbagai macam kegiatan pembangunan yang berbeda-beda sifatnya.

- d) Administrasi/ manajemen program dan proyek pembangunan.
Termasuk berbagai cara koordinasinya.
- e) Administrasi/ sistem pengendalian dan pengawasan.
Pengawasan atau pengendalian manajemen dan pengawasan fungsional.

4. Pariwisata dalam Pembangunan

Pariwisata sebagai suatu industri, dapat mewujudkan dan pemeratakan perekonomian suatu negara karena kegiatan pariwisata merupakan sektor yang bersifat padat karya. Pariwisata dapat menggerakkan sektor-sektor ekonomi dengan jangkauan yang amat luas dengan menyerap tenaga kerja dalam pengembangannya, baik langsung maupun tidak langsung. Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi yang penting. Sektor pariwisata diharapkan akan dapat menjadi penghasil devisa yang strategis.

Pengembangan suatu daerah tujuan wisata akan menyebabkan suatu daerah yang dimiliki potensi wisata mendapatkan penanganan dan perhatian yang lebih. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan pengembangan suatu daerah tujuan wisata dengan meningkatkan pelayanannya.

Industri pariwisata memiliki peranan yang sangat besar terhadap pengembangan ekonomi suatu negara. Adapun beberapa keuntungan dari industri pariwisata seperti yang dikemukakan oleh Spillane (1991:138), sebagai berikut :

1. Membuka kesempatan kerja

Industri pariwisata merupakan kegiatan mata rantai yang sangat panjang, sehingga banyak membuka kesempatan kerja bagi masyarakat sekitarnya

2. Menambah Pendapatan atau Pemasukan Masyarakat Daerah

Di daerah pariwisata tersebut, masyarakat dapat menambah pendapatan dengan menjual barang dan jasa. Misal: restoran, hotel, biro perjalanan, pramuwisata, dan barang-barang souvenir.

3. Menambah Devisa Negara

Dengan makin banyaknya wisatawan asing yang datang, maka akan semakin banyak devisa yang akan diperoleh.

4. Merangsang Pertumbuhan Kebudayaan Asli Suatu Daerah

Kebudayaan suatu daerah dapat lestari dan tumbuh karena adanya pariwisata. Wisatawan asing banyak yang ingin melihat kebudayaan asli yang tidak ada duanya. Dengan demikian, kebudayaan asli dapat lestari dan berkembang dengan suburnya.

5. Menunjang Gerak Pembangunan di Daerah

Di daerah tujuan pariwisata, banyak timbul pembangunan jalan, hotel, dan restoran, sehingga pembangunan di daerah lebih maju.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa pembangunan sektor pariwisata bertujuan untuk memperbesar penerimaan devisa, memperluas dan meratakan kesempatan lapangan pekerjaan, terutama bagi masyarakat setempat,

mendorong pembangunan daerah serta memperkenalkan alam, nilai, dan budaya bangsa.

C. Partisipasi Masyarakat

1. Pengertian Partisipasi Masyarakat

Dalam melaksanakan tugas kehidupan dan pembangunan bangsa, manusia dituntut agar berpartisipasi dalam kegiatan pembangunan. Begitu pula dengan pengembangan pariwisata di suatu daerah diperlukan adanya partisipasi atau keterlibatan masyarakat lokal demi keberhasilan pembangunan.

Menurut Khadianto (2007:31), partisipasi masyarakat adalah keikutsertaan atau pelibatan masyarakat dalam kegiatan pelaksanaan pembangunan dalam merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan serta mampu untuk meningkatkan lemauan langsung maupun tidak langsung sejak dari gagasan, perumusan kebijaksanaan hingga pelaksanaan program.

Jadi partisipasi masyarakat mempunyai fungsi yang sangat penting dalam pembangunan karena tanpa adanya partisipasi masyarakat, maka penyelenggaraan pembangunan tidak akan berjalan secara maksimal. Secara umum, masyarakat diharapkan untuk menjadi warga yang aktif dalam penyelenggaraan urusan publik, memiliki kemampuan untuk berurusan dengan pemerintah dan institusi publik lainnya, tidak apatis, dan tidak mementingkan dirinya sendiri.

Lebih lanjut Conyers dalam Huraerah (2008:105) mengemukakan terdapat tiga alasan utama pentingnya partisipasi masyarakat, yaitu:

1. Partisipasi masyarakat merupakan suatu alat guna memperoleh informasi, kondisi, kebutuhan, dan sikap masyarakat setempat yang tanpa kehadirannya program serta proyek pembangunan gagal.
2. Bahwa masyarakat akan lebih mempercayai program serta proyek pembangunan jika merasa dilibatkan dalam proses persiapan dan perencanaannya, karena mereka merasa akan lebih mengetahui seluk beluk proyek tersebut.
3. Adanya anggapan bahwa merupakan hak demokrasi bila masyarakat dilibatkan dalam pembangunan masyarakat mereka sendiri.

2. Macam-Macam Partisipasi Masyarakat

Menurut Suryono (2001:124), membedakan macam-macam partisipasi masyarakat dalam pembangunan sebagai berikut:

1. Partisipasi dalam menerima dan memberi informasi.
2. Partisipasi dalam memberikan tanggapan dan saran terhadap informasi yang diterima baik yang bermaksud menolak maupun yang bermaksud menerima.
3. Partisipasi masyarakat dalam bentuk perencanaan pembangunan termasuk dalam mengambil keputusan.
4. Partisipasi masyarakat dalam bentuk pelaksanaan operasional pembangunan.
5. Partisipasi masyarakat dalam menilai hasil pembangunan.

Macam-macam partisipasi masyarakat dapat diimplementasikan dalam pengembangan pariwisata oleh *public actors* dan *public social* dengan memperhatikan secara sungguh-sungguh insentif-insentif, materi sekaligus moral yang didapat sebagai hasil dari partisipasi yang telah diberikan.

3. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata

Dalam pariwisata sendiri partisipasi masyarakat memiliki kontribusi yang besar bagi pembangunan pariwisata. Selama ini pengembangan pariwisata berbasis masyarakat menggunakan pendekatan *community based tourism*, dimana masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang

pembangunan pariwisata. Dengan demikian keterlibatan pemerintah dan swasta hanya sebatas memfasilitasi dan memotivasi masyarakat sebagai pelaku utama pengembangan pariwisata untuk lebih memahami tentang fenomena alam dan budayanya, sekaligus menentukan kualitas produk wisata yang ada di daerahnya.

Sebagaimana dalam UU No. 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 5 menyatakan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan memiliki beberapa prinsip, yang salah satunya adalah memberdayakan masyarakat setempat. Yang dimaksud dalam masyarakat setempat adalah masyarakat yang bertempat tinggal di dalam wilayah destinasi pariwisata dan diprioritaskan untuk mendapatkan manfaat dari penyelenggaraan kegiatan pariwisata ditempat tersebut. Dengan adanya pemberdayaan masyarakat akan memunculkan rasa keinginan masyarakat untuk berpartisipasi dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata dan juga berperan dalam proses pengambilan keputusan, penyelenggara program pariwisata, perolehan hasil, evaluasi, dan pengendalian.

Adapun peran masyarakat dalam kepariwisataan, Menurut Harun (2004:14) dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu :

A. Masyarakat Sadar Wisata.

Sadar Wisata merupakan pemahaman akan arti dan hakekatnya dari pengembangan pariwisata, tetapi lebih jauh lagi dapat diartikan sebagai peranan, posisi, dan misi pariwisata dalam pembangunan nasional. Masyarakat Sadar Wisata dimaksudkan adalah untuk menumbuhkan pengertian agar masyarakat lebih mengetahui dan memahami tugas dan fungsi pembangunan pariwisata beserta permasalahan yang dihadapi.

B. Tingkat Kesadaran Wisata

Pengembangan pariwisata secara nyata akan melibatkan semua lapisan masyarakat, semua kalangan atas sampai lapisan yang paling bawah, atau sering kali diistilahkan sebagai *stakeholder* pelaku pariwisata yang meliputi kalangan pemerintahan, pelaku usaha/industri pariwisata dan usaha terkait, serta masyarakat luas. Sehingga seluruh *stakeholder* diharapkan turut membantu dan memberikan dukungan terhadap pengembangan pariwisata. Sikap dan tindakan seluruh *stakeholder* pelaku pariwisata akan berkembang ke arah yang positif apabila dalam diri mereka tumbuh kesadaran dan motivasi untuk aktif berperan dalam kegiatan pengembangan pariwisata.

C. Menggalang Peran Serta Masyarakat

Dalam kepariwisataan pengertian masyarakat dapat didefinisikan sebagai 3 kelompok yaitu : *stakeholder*, pelaku pariwisata yang memiliki : pemerintah, industri/usaha pariwisata dan masyarakat luas.

D. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Sejak adanya peradaban manusia sesungguhnya pariwisata telah dimulai, yang ditandai oleh adanya pergerakan manusia yang melakukan ziarah atau perjalanan agama lainnya. Namun, tonggak-tonggak sejarah dalam pariwisata sebagai fenomena modern dapat ditelusuri dari perjalanan Marcopolo (1254-1324) yang menjelajahi Eropa sampai ke Tiongkok, untuk kemudian kembali ke Valensia , yang kemudian disusul perjalanan Pangeran Henry (1394-14600), Cristopher Columbus (1451-1506), dan Vasco da Gama (akhir Abad XV). Sedangkan sebagai kegiatan ekonomi, pariwisata baru berkembang pada awal abad ke-19 dan sebagai industri internasional, pariwisata dimulai tahun 1869 (Pitana&Diantara, 2009:32)

Bagi Indonesia, jejak pariwisata dapat ditelusuri kembali ke dasawarsa 1910-an, yang ditandai dengan dibentuknya VTV (*Vereeniging Toeristen Verkeer*), sebuah badan pariwisata Belanda, di Batavia. Badan pemerintah ini sekaligus juga bertindak sebagai *tour operator* dan *travel agent* yang secara gencarmempromosikan Indonesia, khususnya Jawa dan Bali. Pada 1926, berdiri sebuah cabang di Jakarta dari Lisind (Lissone Lindeman) yang pada tahun 1928 berubah menjadi Nitour (*Nederlandsche Indische Touriten Bereau*), sebagai anak perusahaan pelayaran Belanda (KMP). KMP secara rutin melayani pelayaran menghubungkan Batavia, Surabaya, Bali, dan Makasar dengan menyangkut wisatawan.

Menurut Suwantoro (2004:3), berpariwisata adalah suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain diluar tempat tinggalnya. Istilah berpariwisata berhubungan dengan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan buka untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah.

Apabila pariwisata dilihat sebagai suatu jenis usaha yang memiliki nilai ekonomi, maka pariwisata asalah sebagai suatu proses yang dapat menciptakan nilai tambah terhadap barang atau jasa sebagai satu kesatuan prosuk, baik yang nampak/nyata (*tangible product*) dan yang tidak tampak/tidak nyata (*intangibile product*). Disamping itu, kata wisata berasal dari bahasa Jawa Kuno. Menurut *Kamus besar bahasa Indonesia*, kata tersebut tergolong kata kerja dan bermakna bepergian bersama-sama (untuk memperluas pengetahuan, bersenang-senang,dsb)

dan bermakna piknik. Pariwisata pun dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata.

Menurut UU No 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 1, Wisata adalah 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, sedangkan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintahan, dan Pemerintah Daerah.

Adapun berbagai komponen pokok secara umum disepakati di dalam batasan pariwisata (Khususnya Pariwisata Internasional), yaitu sebagai berikut :

- a) *Traveller*, yaitu orang yang melakukan perjalanan antar dua atau lebih lokalitas
- b) *Visitor*, yaitu orang yang melakukan perjalanan ke daerah yang bukan merupakan tempat tinggalnya, kurang dari 12 bulan, dan tujuan perjalanannya bukanlah untuk terlibat dalam kegiatan untuk mencari nafkah, pendapatan, dan penghidupan di tempat tujuan.
- c) *Tourist*, yaitu bagian dari visitor yang menghabiskan waktu paling tidak satu malam (24 jam) di daerah kunjungan (WTO, 1995 dalam Pitana dan Diantra, 2009:46)

2. Sumber Daya Pariwisata

Dalam konteks pariwisata, sumber daya diartikan sebagai sebagai segala sesuatu yang mempunyai potensi untuk dikembangkan guna untuk mendukung pariwisata, baik secara langsung maupun tidak langsung. Sumber daya merupakan atribut alam yang bersifat netral hingga terdapat campur tangan manusia dari luar untuk mengubahnya agar dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan manusia tersebut. menurut Pitana dan Diatra (2009:69), sumber daya yang terkait dengan

pengembangan pariwisata umumnya berupa sumber daya alam, sumber daya budaya, sumber daya minat khusus, disamping sumber daya manusia.

a. Sumber Daya Alam

Elemen dari sumber daya, seperti air, pepohonan, udara, hamparan pegunungan, pantai, bentang alam, sebagainya, tidak akan menjadi sumber daya yang berguna bagi pariwisata kecuali suatu elemen tersebut dapat memuaskan dan memenuhi kebutuhan manusia. Oleh karena itu, sumber daya memerlukan intervensi manusia untuk mengubah agar bermanfaat. Unsur-unsur alam sebenarnya bersifat netral sampai manusia mentransformasikannya menjadi sumber daya. Hal ini juga dipengaruhi oleh adanya menentukan siapa yang menggunakan sumber daya dan bagaimana sumber daya tersebut digunakan.

Damanik dan Weber dalam Pitana dan Diantra (2009:70), sumber daya alam yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata alam adalah:

- a) Keajaiban dan keindahan alam (topografi)
- b) Keragaman flora,
- c) Kehidupan satwa liar,
- d) Vegetasi alam,
- e) Ekosistem yang belum terjamah manusia,
- f) Rekreasi perairan (danau, sungai, air terjun, pantai),
- g) Lintas alam (trekking, rafting dan lain-lain),
- h) Objek megalitik,
- i) Suhu dan kelembapan udara yang nyaman,
- j) Curah hujan yang normal, dan lain sebagainya.

b. Sumber daya Manusia

Sumber daya manusia diakui sebagai salah satu sumber vital dalam pembangunan pariwisata. Hampir dalam setiap tahap dan elemen

pariwisata memerlukan sumber daya manusia menggerakkannya. Faktor sumber daya manusia sangat menentukan eksistensi pariwisata. Sebagai salah satu industri jasa, sikap dan kemampuan *staff* akan berpengaruh terhadap pelayanan pariwisata yang diberikan kepada wisatawan yang sevara langsung akan berdampak pada kenyamanan, kepuasan dan kesan atas kegiatan wisata yang dilakukan.

Berhubungan dengan sumber daya manusia dalam pariwisata, McIntosh, et al, dalam Pitana dan Diantra (2009:72), memberikan gambaran atas berbagai peluang karir dalam industri pariwisata yang memanfaatkan dan digerakkan oleh sumber daya manusia, seperti di bidang transportasi, akomodasi, pelayanan makanan dan minuman, shopping, travel, dan sebagainya.

c. Sumber Daya Budaya

Budaya sangat penting perannya dalam pariwisata. Salah satu hal yang ingin menyebabkan orang ingin melakukan perjalanan wisata adalah adanya keinginan untuk melihat cara hidup dan budaya orang lain dibelahan dunia lain serta keinginan untuk mempelajari budaya orang lain tersebut. industri pariwisata mengakui peran budaya sebagai faktor penarik dengan mempromosikan karakteristik budaya dan destinasi.

Pariwisata budaya dapat dilihat sebagai peluang bagi wisatawan untuk mengalami, memahami, dan menghargai karakter dari destinasi, kekayaan dan keragaman budayanya. Pariwisata budaya memberikan kesempatan kontrak pribadi secara langsung dengan masyarakat lokal dan

kepada individu yang memiliki pengetahuan khusus tentang suatu objek budaya.

Sumber daya budaya yang bisa dikembangkan menjadi daya tarik wisata, menurut Pitana dan Diantra (2009:75), diantara adalah sebagai berikut :

- 1) Bangunan bersejarah, situs, monumen, museum, galeri seni, situs budaya kuno dan sebagainya.
- 2) Seni dan patung kontemporer, arsitektur, tekstil, pusat kerajinan tangan dan seni, pusat desain, studio artis, industri film, dan penerbit, dan sebagainya.
- 3) Seni pertunjukan, drama, sendratari, lagu daerah, teater jalanan, pameran foto, festival, even 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, sistem kehidupan setempat.
- 6) Perjalanan (*trekking*) ke tempat bersejarah menggunakan alat transportasi unik (berkuda, dokar, cicar, dan sebagainya).

d. Sumber Daya Pariwisata Minat Khusus

Salah satu penyebab terjadinya segmentasi atau spesialisasi pasar wisata adalah karena adanya kecenderungan wisatawan dengan minat khusus baik dalam jumlah wisatawan maupun area minatnya. Hal ini sangat berbeda dari jenis pariwisata tradisional karena calon wisatawan memilih sebuah destinasi wisata tertentu sehingga mereka dapat mengikuti minat khusus dan spesifikasi yang diminati. Pariwisata dengan minat khusus ini akan diperkirakan menjadi *trend* perkembangan pariwisata ke depan sebab calon wisatawan telah menginginkan jenis pariwisata yang fokus, yang mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan.

3. Objek dan Daya Tarik Pariwisata

Menurut Suwanto (2004:19), Daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

a. Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan ke dalam tiga bagian, yaitu :

- a) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam,
- b) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya,
- c) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus

Dalam kedudukannya yang sangat menentukan itu maka daya tarik wisata harus dirancang dan dibangun/dikelola secara profesional sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Membangun suatu objek wisata harus dirancang sedemikian rupa berdasarkan kriteria tertentu.

b. Umumnya daya tarik suatu objek wisata kriteria pada:

- a) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
- c) Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.
- d) Adanya saran atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e) Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya.

f) Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia masa lampau.

c. Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada kriteria keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan yaitu :

a) Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dari pembangunan objek tersebut. perkiraan untung-rugi sudah harus diperkirakan dari awal. Berapa tenggang waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diramalkan.

b) Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional, dapat menciptakan lapangan kerja atau usaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain. Dalam kaitannya dengan hal ini pertimbangan tidak semata-mata komersial saja tetapi juga memperhatikan dampaknya secara luas.

D. Potensi Pariwisata

Sebelum memberikan pengertian tentang potensi pariwisata, ada baiknya terlebih dahulu mengerti apa yang dimaksud dengan potensi. Potensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (1994:784) adalah kemampuan yang mempunyai kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan, dan daya. Sedangkan menurut Suwanto (1997:95), mengemukakan bahwa potensi adalah kemampuan yang dimiliki yang terpendam atau tenaga yang diam yang sewaktu-waktu dapat dikeluarkan atau diolah untuk digunakan sesuai dengan fungsi yang dimiliki.

Maka yang dimaksud dengan potensi pariwisata adalah segala kemampuan atau daya yang dimiliki yang dapat diolah atau dimanfaatkan sebagai objek wisata yang dapat dinikmati keindahannya. Dimana pengolahan atau pemanfaatan ini juga harus memperhatikan keseimbangan lingkungan sebagai tempat terdapatnya objek wisata.

E. Upaya Pengembangan Pariwisata

Upaya pengembangan pariwisata merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran pengembangan yang telah ditentukan sebelumnya. Upaya-upaya pengembangan pariwisata tersebut diantaranya:

1. Perencanaan Produk Wisata

Menurut Suwanto (1997:47), pada umumnya yang dimaksud dengan dengan produk adalah sesuatu yang dihasilkan melalui suatu proses produksi. Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata. Produk ini

merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat social, spiklogis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar diperngaruhi leh tingkah laku ekonomi. Jadi produk wiasata merupakan berbagai jasa yang saling terkait, yaitu:

- a) Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapn, pelayananmakan minum, jasa tour, dan sebagainya,
- b) Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramah-tamahan, adat istiadada, seni budaya, dan sebagainya, dan,
- c) Jasa yng disedakan alm antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dn sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen, antara lain:

- a. Atraksi suatu daerah tujuan wisata
- b. Fasilitas atau amenities yang tersedia
- c. Aksebilitas ke dan dari daerah tujuan wisata

Sedangkan ciri-ciri suatu produk wisata adalah:

- a. Hasil atau produk wisata tidak dapat dipindahkan. Oleh karena itu, dalam penjualannya tidak mungkin produk itu dibawa kepada konsumen. Sebaliknya, konsumen (wisatawan) yang harus di bawa ke tempat dimana produk itu dihasilkan. Hal ini berlainan dengan industri

barang dimana hasil atau produknya dapat dipindahkan kemana barang tersebut diperlukan konsumen.

- b. Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang sama. Tanpa adanya konsumen yang membeli produk atau jasa tidak akan terjadi produksi.
- c. Produk wisata tidak menggunakan standart ukuran fisik, tetapi menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kreiteria tertentu.
- d. Konsumen tidak dapat mencicipi atau mencoba contoh produk itu sebelumnya, bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya.
- e. Hasil atau produk wisata itu banyak tergantung pada tenaga manusia dan hanya sedikit yang mempergunakan mesin.
- f. Produk wisata merupakan suatu usaha yang mengandung resiko besar.

Jadi pada hakikatnya definisi produk wisata adalah:

“keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan semenjak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang telah dipilihnya dan kembali kerumah dimana ia berangkat semula”. (suwanto, 1997:49)

2. Pemasaran dan Promosi Pariwisata

Sejarah pariwisata telah bersian berabad-abad. Elemen ‘produk pariwisata’ dan kondisi ‘target pasar’ yang berubah dengan cepat dalam beberapa decade terakhir menuntut pemenuhan akan kebutuhan metode bisnis pariwisata yang lebih responsif. Hal itu telah membawa pada pengadobsian dan penerapan

konsep-konsep pemasaran pariwisata (tourism marketing). Setiap orang telah mengenal dan sedikit mengerti mengenai prinsip-prinsip pemasaran dalam derajat dan bidang tertentu. Hal ini menyebabkan setiap orang mempunyai ide yang berbeda apabila dihadapkan pada konsep pemasaran pariwisata.

Definisi pemasaran sendiri adalah pelaksanaan daripada kegiatan usaha dan niaga yang diarahkan kepada yang bersangkutan dengan arus barang-barang dan jasa-jasa dari produsen dan konsumen atau pemakai (Yoeti, 1996:28). Pemasaran dalam pariwisata tidak hanya merupakan suatu cara dan koordinasi yang disesuaikan dengan kebijaksanaan, tetapi lebih ditekankan untuk memberitahukan apa yang dibutuhkan, apa yang diinginkan, apa yang diharapkan oleh wisatawan, agar perencanaan dan pengembangan prasarana dan sarana pariwisata dapat disesuaikan dengan kebijaksanaan yang berorientasi pada wisatawan dengan segala keinginan dan kebutuhannya.

Menurut W. Lazar dan E.J Kelley dalam Yoety (1996:40), terdapat tiga factor pengembangan dalam pemasaran pariwisata, yaitu:

1. *Product instrument*. Untuk memudahkan pelayanan kepada wisatawan maka kepada wisatawan dijual produk dalam bentuk paket untuk mendapatkan pelayanan yang terpadu.
2. *Distribution instrument*. Dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan wisatawan itu, masing-masing wisatawan tidak perlu berhubungan langsung dengan tiap perusahaan yang menghasilkan produk atau jasa, tetapi cukup berhubungan dengan perantara seperti: *Tour Operator, Travel Agent, Representative Office, Reservation Service*, yang merupakan distributor channel mereka.
3. *Promotion instrument*. Agar para wisatawan dapat mengetahui tentang apa saja yang tersedia, objek dan atraksi apa yang perlu dilihat, fasilitas apa saja yang dapat dinikmati, maka wisatawan perlu diberikan informasi melalui bahan-bahan promosi yang dikirim secara *continue*, melalui *Travel Mark* atau pameran, pengiriman tim kesenian, sehingga wisatawan tertarik berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata tertentu.

Suksesnya kegiatan pemasaran yang dilakukan suatu perusahaan tidak hanya tergantung pada kualitas produk yang dihasilkan, kebijakan yang tepat, pelayan serta distribusi yang cepat, tetapi juga banyak tergantung pada pembinaan hubungan yang berkelanjutan yang dapat dilakukan melalui promosi.

Pada dasarnya maksud kata “promosi” memberikan interpretasi dan bahas yang bermacam-macam. Maksud kata promosi adalah untuk memberitahu, membujuk, atau mengingatkan lebih khusus lagi. Tujuannya untuk mempengaruhi potential-customer atau pedagang perantara (*trade intermediaters*) melalui komunikasi agar mereka terfikirkan untuk melakukan sesuatu. Menurut Pitana dan Diatra (2009:177), promosi merupakan kegiatan komunikasi dimana organisasi penyelenggara pariwisata berusaha mempengaruhi khalayak darimana penjualan produknya bergantung.

Berbagai metode promosi dapat dilakukan oleh pemasar produk wisatawan, sehingga menjadi sangat penting untuk menetapkan tujuan promosi yang akan dicapai terlebih dahulu. Menurut Yoety (1996:188), dalam melakukan promosi ada tiga alat yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Advertising.*

Advertising merupakan cara yang tepat untuk memberikan hasil produk kepada konsumen yang sama sekali belum dikenal. *Advertising* dapat dilakukan melalui surat kabar, majalah, tv, radio, dan bioskop.

2. *Sales Support.*

Sales Support dapat diartikan sebagai bantuan pada penjual dengan memberikan semua bentuk promotion material yang direncanakan

untuk diberikan kepada umum atau travel trade yang khusus ditunjuk sebagai perantara. Macam-macam *sales support* misalnya brosur, poster, *leaflets*, *guide book*, *booklets*.

3. *Public Relations*.

Public Relations memiliki tugas untuk memelihara hubungan dengan dunia luar perusahaan, memberi informasi yang diperlukan, mengusahakan agar ada kesan yang baik terhadap perusahaan sehingga mempunyai goodwill dalam masyarakat. Bentuk *Public Relations* yang banyak dipakai dalam promosi pariwisata adalah: *press realese*, *press demonstration*, *press conference*, *familiarizations*, *participationon fairs*, *exhibitions*, *inauguration flight or anniversary*, *travel documentary film for cinema or tv*.

3. Pembangunan Sarana dan Prasarana Pariwisata

Menurut Yoety (1996:8), baik prasarana maupun sarana kepariwisataan sesungguhnya merupakan '*touris supply*' yang perlu dipersiapkan atau disediakan apabila akan mengembangkan pariwisata. Prasarana dalam kepariwisataan sama seoerti prasarana dalam perekonomian pada umumnya, karena kegiatan kepariwistaan pada hakekatnya tidak lain adalah salah satu sketor kegiatan perekonomian juga. Yang dimaksud dengan prasaran adalah semua fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya.

Yang termasuk dalam prasarana kepariwisataan sebagai berikut:

- a. Prasaran Umum (*General Infrastrukture*). Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan umum bagi kelancaran perekonomian. Adapun yang termasuk dalam kelompok ini adalah:

- 1) Sistem penyediaan air bersih

- 2) Pembangkit tenaga listrik
 - 3) Jaringan jalan raya dan jembatan
 - 4) Airpot, pelabuhan laut, terminal dan stasiun
 - 5) Kapal tambang (feery), kereta api, dan lain-lain
 - 6) Telekomunikasi
- b. Kebutuhan masyarakat banyak (*Basic Needs Of Civilized Life*). Yaitu prasarana yang menyangkut kebutuhan masyarakat banyak. Misalnya, rumah sakit, apotik, bank, kantor pos, pompa bensin, *administration offices* (pemerintahan umum, polisi, pengadilan, badan-badan legislatif, dan sebagainya).

Tanpa adanya prasarana kepariwisataan tersebut diatas akan sulit bagi sarana-saran kepariwisataan dapat memenuhi fungsinya untuk memberikan pelayanan bagi wisatawan.

Sarana wisata dapat dibagi menjaditiga unsur pokok, yaitu:

- a. Sarana Pokok Kepariwisataaan (*Main Tourism Superstructure*)

Yang dimaksud dengan sarana pokok kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada lalu litas wisatawan. Fungsinya adalah menyediakan fasilitas pokok yang data memberikan pelayanan bagi kedatangan wisatwan. Pariwisata sebagai suatu industri mutlak memerlukan sarana pokok kepariwisataan semacam ini.

Adapun yang termasuk sarana pokok kepariwisataan adalah:

- 1) Biro perjalanan umum dan agen perjalanan

- 2) Transportasi wisata baik darat, laut, maupun udara
- 3) Restoran (catering trades)
- 4) Objek wisata, antara lain:
 1. Keindahan alam (*natural amenities*), iklim, pemandangan, fauna dan florayang aneh (*uncommon vegetation and animals*), hutan (*the sylvan elements*) dan sumber kesehatan (*health centre*) seperti sumber air panas belerang, mandi lumpur, dan lain-lain.
 2. Ciptaan manusia (*man made supply*) seperti monument-monumen, candi-candi, art gallery, dan lain-lain.
- 5) Atraksi wisata (*tourist attraction*)

Ciptaan manusia seperti kesenian, festival, pesta ritual, upacara perkawinan, khitanan, dan lain-lain.
- b. Sarana Pelengkap Kepariwisataaan (*Suplemanting Tourism Superstructure*)

Yang dimaksudkan dengan sarana pelengkap kepariwisataan adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok sedemikian rupa, sehingga fungsinya dapat membuat wisatawan lebih lama tinggal ditempat atau di daerah yang dikunjunginya. Adapun yang termasuk dalam sarana pelengkap adalah fasilitas untuk berolahraga, baik dimusim dingin atau dimusim panas, seperti *sky, golf course, tennis court, swimming pool, boating facilities, hunting safari* dengan segala perlengkapannya. Oleh karena itu, harus terdapat sesuatu yang dapat

dilakukan ditempat yang dikunjungi, sehingga tidak ada masalah membuat wisatawan cepat merasakan bosan di tempat tersebut.

c. Sarana Penunjang Kepariwisataaan (*Supporting Tourism Superstructure*)

Sarana penunjang kepariwistaan adalah fasilitas yang diperlukan wisatawan (khususnya business tourist), yang berfungsi tidak hanya melengkapi sarana pokok dan sarana pelengkap, tetapi fungsinya yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjunginya tersebut. Yang termasuk dalam sarana penunjang kepariwisataan adalah night club, steambath, casino, souvenir shop, bioskop, dan opera. Sarana ini perlu diadakan untuk wisatawan, tetapi tidak begitu mutlak pengadaannya karena tidak semua wisatawan senang dengan kegiatan tersebut.

4. Peran dan Tanggung Jawab Pemerintah Dalam Kebijakan Pariwisata

Menurut UN-WTO dalam Pinata dan Diatra (2009:113), peran pemerintah dalam menentukan kebijakan pariwisata sangat strategis dan bertanggung jawab terhadap beberapa hal berikut:

1. Membangun kerangka (*framework*) operasional dimana sector public dan swasta terlibat dalam menggerakkan denyut pariwisata.
2. Menyedian dan memfasilitasi kebutuhan legislasi, regulasi, dan control yang diterapkan dalam pariwisata, perlindungan lingkungan, dan pelestarian budaya serta warisan budaya.
3. Menyediakan dan membangun infrastruktur transportasi darat, laut, dan udara dengan kelengkapan prasarana komunikasinya.

4. Membangun dan memfasilitasi peningkatan dan kualitas sumber daya manusia dengan menjamin pendidikan pelatihan yang professional untuk menyuplai kebutuhan tenaga kerja disektor pariwisata.
5. Menerjemahkan kebijakan pariwisata yang disusun kedalam rencana konkret yang mungkin termasuk didalamnya: (a) evaluasi kekayaan aset pariwisata, alam dan budaya serta mekanisme perlindungan serta pelestariannya; (b) identifikasi dan kategorisasi produk pariwisata yang mempunyai keunggulan kempetitif dan komparatif; (c) menentukan persyaratan dan ketentuan penyediaan *infrastruktur* dan *suprastruktur* yang kan dibutuhkan yang akan berdampak pada keragaan (*performance*) pariwisata, dan; (d) mengkolaborasi program untuk pembiayaan dalam aktifitas pariwisata, baik untuk sector public maupun swasta.

Untuk mencapai kesuksesan dalam pembangunan pariwisata diperlukan pemahaman yang baik dari sisi pemerintah selaku regulator dan pengusaha selaku pelaku bisnis. Pemerintah harus memeperhatikan pariwisata akan mampu memberikan keuntungan sekaligus menekan biaya sosial ekonomi serta dampak lingkungan sekecil mungkin. Di sisi lain, pebisnis yang lebih terfokus dan berorientasi keuntungan tentu tidak sebaiknya sendiri melakukan segala sesuatu demi mencapai keuntungan, tetapi harus menyesuaikan dengan kebijakan dan regulasi dari pemerintah. Misalnya melalui peraturan tata ruang, perijinan, lisensi, akreditasi, dan lain-lain.

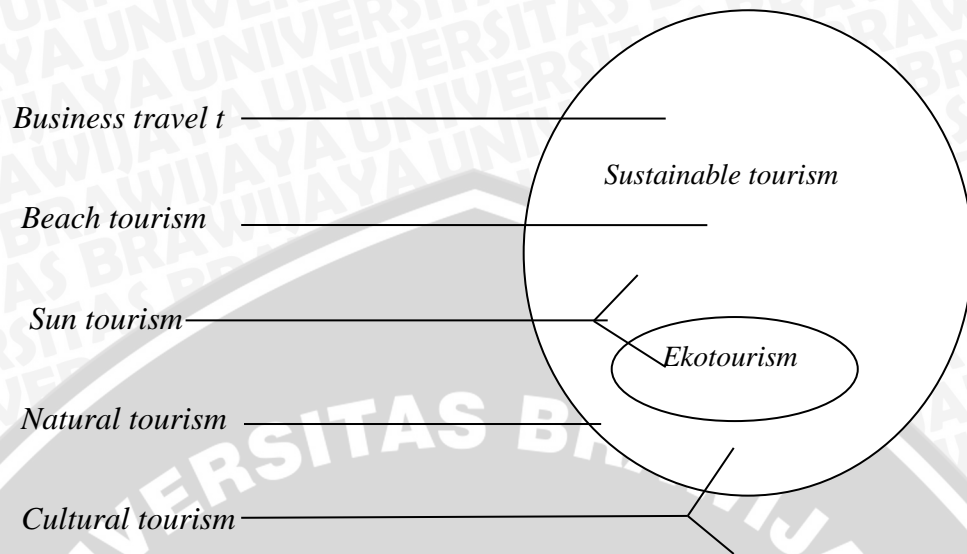
F. Ekowisata

1. Pengertian Ekowisata

Menurut *World Conservatian Union* (WCU) dalam Nugroho (2011:15), ekowisata adalah perjalanan wisata ke wilayah-wilayah yang lingkungan alam-

nya masih asli, dengan menghargai warisan budaya dan alamnya, mendukung upaya-upaya konservasi, tidak menghasilkan dampak negatif, dan memberikan keuntungan sosial ekonomi serta menghargai penduduk lokal. Ekowisata juga sebagian dari *sustainable tourism*. *Sustainable tourism* adalah sektor ekonomi yang lebih luas dari Ekowisata yang mencakup sektor-sektor pendukung kegiatan wisata secara umum (Gambar 1.1), meliputi bahari (*beach and sun tourism*), wisata budaya (*cultural tourism*), atau perjalanan bisnis (*business travel*). Gambar 1.1 memperhatikan bahwa ekowisata berpijak pada tiga kaki sekaligus, yakni wisata pedesaan, wisata alam dan wisata budaya. Menurut deklarasi Quebec (hasil pertemuan dari anggota TIES di Quebec, Canada tahun 2002), Ekowisata adalah *sustainable tourism* yang secara spesifik memuat upaya-upaya:

1. Kontribusi aktif dalam konservasi alam dan budaya.
2. Partisipasi penduduk lokal dalam perencanaan, pembangunan dan operasional kegiatan wisata serta menikmati kesejahteraan.
3. Transfer pengetahuan tentang warisan budaya dan alam kepada pengunjung.
4. Bentuk wisata independen atau kelompok wisata berukuran kecil.



Gambar 1

***Sustainable tourism* dan ekowisata (Wood, 2002)**

Sementara itu United Nations Commission on Sustainable Development (dalam sidang sesi ke 8 tahun 2000) menyatakan bahwa ekowisata adalah sustainable tourism yang :

1. Menjamin partisipasi yang setara, efektif dan aktif dari keseluruhan stakeholder
2. Menjamin partisipasi penduduk lokal menyatakan *yess* atau *no* dalam kegiatan pengembangan masyarakat, lahan dan wilayah
3. Mengangkat mekanisme penduduk lokal dalam hal kontrol dan pemeliharaan sumber daya.

Sementara itu Wood (2002) mendefinisikan ekowisata sebagai bentuk usaha atau sektor ekonomi wisata alam yang dirumuskan sebagai bagian dari pembangunan berkelanjutan. Pemahaman terhadap definisi ekowisata juga

berkembang di kalangan wisatawan. Respon tersebut berhasil ditangkap oleh survey yang dilakukan Western Australia Tour Operator (Finucane, 1993), dengan hasil sebagai berikut: ekowisata adalah aktifitas wisata yang peduli dan menghargai lingkungan.

Ekowisata adalah kegiatan perjalanan wisata yang dikemas secara profesional, terlatih, dan memuat unsur pendidikan, sebagai suatu sektor/usaha ekonomi, yang mempertimbangkan warisan budaya, partisipasi dan kesejahteraan penduduk lokal serta upaya-upaya konservasi sumber daya alam dan lingkungan.

Sebagai suatu sektor usaha, efektifitas operasional jasa ekowisata biasanya sangat efisien dan ramping. Perjalanan wisata terdiri dari kelompok-kelompok kecil berukuran kurang dari 25 orang. Hal ini akan mencegah dampak sosial dan lingkungan yang bersifat masif akibat kehadiran fisik pengunjung. Akomodasi penginapan memuat kurang dari 100 tempat tidur sehingga mencerminkan beroperasinya usaha kecil dan menengah dan partisipasi penduduk lokal. Kegiatan wisata memberikan unsur pendidikan yang sistematis dalam rangka pemahaman lingkungan secara komprehensif. Oleh sebab itu, sektor usaha ekowisata memerlukan *specialist guide* yang terampil, pintar dan berdedikasi.

Pengembangan jasa ekowisata diharuskan memiliki manajemen yang profesional, mencakup:

1. Pemasaran yang spesifik menuju tujuan wisata. Strategi pemasaran menempati posisi penting untuk menjangkau dan menarik pengunjung seluruh dunia. Mereka diharapkan menjadi sumber informasi bagi

- pengunjung lainnya agar dapat membantu konservasi lingkungan dan pengembangan masyarakat lokal.
2. Keterampilan dan layanan kepada pengunjung secara intensif. Layanan ekowisata adalah pengalaman dan pendidikan terhadap lingkungan atau wilayah yang baru. Kepuasan pengunjung akan tercapai melalui ragam layanan yang sabar dan efektif.
 3. Keterlibatan penduduk lokal dalam memandu dan menerjemahkan objek wisata. Penduduk lokal akan memiliki insentif konservasi lingkungan apabila ia dilibatkan dalam jasa-jasa ekowisata, pemberian informasi, dan memperoleh manfaat yang pantas.
 4. Kebijakan pemerintah dalam kerangka melindungi aset lingkungan dan budaya. Kebijakan penataan ruang, pemberdayaan kemasyarakatan atau dikombinasi dengan instrumen ekonomi, akan mencegah mekanisme pasar beroperasi di wilayah tujuan ekowisata.
 5. Pengembangan kemampuan penduduk lokal. Penduduk lokal dan lingkungannya adalah kesatuan utuh wilayah ekowisata. Mereka perlu dikembangkan potensi dan partisipasinya untuk memperoleh benefit agar tercipta insentif dan motifasinya untuk ikut mengkonservasi lingkungannya.

Sebagai mana dikutip oleh Coles dalam Nugroho (2006:19). Konsumen ekowisata adalah mereka yang menginginkan liburan dengan sesi alam yang tinggi. Mereka bersedia meluangkan waktu yang relatif panjang dan cukup uang yang memuaskan keinginannya selama liburannya. Karenannya, pengelola jasa

ekowisata perlu menyediakan akomodasi dan sajian wisata dengan kemasan yang baik, aman dan memuaskan. Terlebih beberapa pengunjung kebanyakan adalah berusia lanjut sehingga perlu memberikan kenyamanan dan kemudahan secara fisik. Sebagai contoh, sajian dalam ekowisata kelautan memerlukan *boat* atau superjet yang bersih, nyaman dan aman untuk menuju tujuan penyelaman. Hal ini dapat dinikmati pengunjung dalam TN Wakatobi, di propinsi Sulawesi Tenggara. Fasilitas penyelamatan juga wajib memenuhi standar keamanan yang tinggi. Kedisiplinan yang standar pelayanan tersebut juga bagian dari upaya-upaya melindungi ekosistem jasa ekowisata.

Deklarasi Quebec secara spesifik menyebutkan bahwa ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang membedakannya dengan bentuk wisata lain. Didalam praktik hal itu terlihat dalam bentuk kegiatan wisata yang : a) secara aktif menyumbangkan kegiatan konservasi alam dan budaya: b) melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan, pengembangan, dan pengelolaan wisata serta memberikan sumbangan positif terhadap kesejahteraan mereka c) dilakukan dalam bentuk wisata independen atau diorganisasi dalam bentuk kelompok kecil. Heher (2013:38).

Sedangkan yang dikutip dalam Ward (1997 :38) ekowisata adalah bentuk industri pariwisata berbasis lingkungan yang memberikan dampak kecil bagi kerusakan alam dan budaya lokal sekaligus menciptakan peluang kerja dan pendapatan serta membantu kegiatan konservasi alam itu sendiri.

2. Prinsip Ekowisata

Menurut TIES (2000) mendefinisikan prinsip-prinsip ekowisata yakni sebagai berikut :

1. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan budaya lokal akibat kegiatan wisata.
2. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan budaya di destinasi wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal maupun pelaku wisata lainnya.
3. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan maupun masyarakat lokal melalui kontak budaya yang lebih intensif dan kerja sama dalam pemeliharaan atau konservasi ODTW.
4. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra wisatawan.
5. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat lokal dengan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal.
6. Meningkatkan kepekaan terhadap situasi sosial, lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata.
7. Menghormati hak asasi manusia dan perjanjian kerja, dalam arti memberikan kebebasan kepada wisatawan dan masyarakat lokal untuk menikmati atraksi wisata sebagai wujud hak azasi, serta tunduk pada aturan main yang adil dan disepakati bersama dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata.

3. Karakteristik ekowisata

Karakteristik ekowisata yang membedakanya dengan wisata massa. Pertama, aktifitas wisata terutama berkaitan dengan konservasi lingkungan. meskipun motif berwisata bukan untuk melestarikan lingkungan namun dalam kegiatan-kegiatan tersebut melekat keinginan untuk serta melestarikan lingkungan. Tingginya kesadaran lingkungan memudahkan wisatawan untuk terlibat dalam berbagai upaya pelestariannya.

Kedua, penyedia jasa wisata tidak hanya menyiapkan sekedar antraksi untuk menarik tamu, tetapi juga menawarkan peluang bagi mereka untuk menghargai lingkungan. Selain itu penyedia jasa wisata perlu menyediakan kegiatan-kegiatan produktif yang langgeng agar masyarakat lokal dapat menikmati hidup yang lebih baik secara berkelanjutan (Barkin,1996:41).

Ketiga, kegiatan wisata berbasis alam. Yang menjadi basis kegiatan wisata adalah alam dan lingkungan yang hijau (kawasan pegunungan, hutan raya dan taman nasional, perkebunan) dan biru (laut yang bening dan bersih). Bagi wisatawan atraksi alam yang masih asli ini memiliki nilai tertinggi dalam kepuasan berwisata.

Keempat, organisasi perjalanan (*tour operator*) menunjukkan tanggung jawab finansial dalam pelestarian lingkungan hijau yang dikunjungi atau dinikmati oleh wisatawan dan wisatawan juga melakukan kegiatan yang terkait dengan konservasi.

Kelima kegiatan wisata dilakukan tidak hanya dengan tujuan untuk menikmati keindahan dan kekayaan alam itu sendiri, tetapi juga secara spesifik untuk mengumpulkan dana yang akan digunakan bagi pelestarian alam. Dalam hal ini terbentuk hubungan yang erat antara masyarakat lokal, pelaku konservasi dan ilmuwan, serta ekowisatawan melalui belajar dan pengalam bersama.

Keenam, pejalan wisata menggunakan alat transportasi dan akomodasi lokal. Dengan artian menunjukkan pada moda angkutan dan fasilitas akomodasi yang dikelola langsung oleh masyarakat di daerah tujuan wisata, terlebih-lebih yang bersifat ramah lingkungan.

Ketujuh, pendapatan dari pariwisata digunakan tidak hanya untuk mendukung kegiatan konservasi lokal tetapi juga membantu pengembangan masyarakat setempat secara berkelanjutan, misalnya saja dengan membentuk program-program pendidikan lingkungan.

Kedelapan, perjalanan pariwisata menggunakan teknologi sederhana yang tersedia di daerah tujuan wisata, terutama yang menghemat energi, menggunakan sumber daya lokal, termasuk melibatkan masyarakat lokal dan pembuatannya.

Kesembilan, Ward dalam Dimanik (2006:42) kegiatan wisata berskala kecil, baik dalam arti jumlah wisatawan maupun usaha jasa yang dikelola, meskipun dengan cara itu keuntungan yang diperoleh cenderung mengecil.

4. Potensi Ekowisata Mangrove

Menurut Dahuri (1996), alternative pemanfaatan ekosistem mangrove yang paling memungkinkan tanpa merusak ekosistem ini yaitu meliputi penelitian ilmiah (*scientific research*), pendidikan (*education*), dan rekreasi terbatas/ ekoturisme (*limited recreation/ecotourism*).

Potensi rekreasi dalam ekosistem mangrove dalam Bahar (2004:180) adalah :

1. Bentuk perakaran yang khas yang umum ditemukan pada beberapa jenis vegetasi mangrove seperti akar tunjang (*Rhizophora* spp.), akar lutu (*Bruguiera* spp.) akar pasak (*Sonneratia* spp., *Avicenia* spp.), akar papan (*Heritiera* spp.)
2. Buah yang bersifat viviparous (buah berkecambah semasa masih menempel pada pohon) yang terlihat oleh beberapa jenis vegetasi mangrove seperti *Rhizophora* spp. Dan *Ceriops* spp.
3. Adanya zonasi yang sering berada mulai dari pinggir pantai sampai pedalaman (transisi zonasi)
4. Berbagai jenis fauna yang berasosiasi dengan ekosistem mangrove seperti beraneka ragam jenis burung, serangga dan primata yang hidup di dasar mangrove seperti beraneka ragam jenis burung, serangga dan primata yang hidup di tajuk pohon serta berbagai jenis fauna yang hidup di dasar mangrove seperti babi, hutan, biawak, buaya, ular, udang, ikan, kerang-kerang, keong, kepiting dan sebagainya.

5. Atraksi adat istiadat masyarakat setempat yang berkaitan dengan sumberdaya mangrove.
6. Hutan-hutan mangrove yang dikelola secara rasional untuk pertambahan tumpang sari dan pembuatan garam, bisa menarik wisatawan. Potensi ini dapat dikembangkan untuk kegiatan lintas alam, memancing, berlayar, berenang, pengamatan jenis burung dan atraksi satwa liar, fotografi, pendidikan, piknik dan perkemahan serta adat istiadat penduduk lokal yang hidupnya tergantung pada keberadaan hutan mangrove.

5. Ekowisata Berbasis Masyarakat

Ekowisata berbasis masyarakat mengambil dimensi sosial ekowisata adalah suatu langkah lebih lanjut dengan mengembangkan bentuk ekowisata dimana masyarakat lokal yang mempunyai kendali penuh, dan keterlibatan di dalamnya baik itu di manajemen dan pengembangannya, dan proporsi yang utama menyangkut sisa manfaat di dalam masyarakat (WWF Internasional, 2001).

Ekowisata berbasis masyarakat dapat membantu memelihara penggunaan sumber daya alam dan penggunaan lahan yang berkelanjutan. Lebih dari itu, memelihara kedua-duanya adalah tanggung jawab kolektif dan inisiatif individu di dalam masyarakat tersebut. selagi definisi dan penggunaan dari bentuk terminologi dan ekowisata berbasis masyarakat bisa berubah-ubah dari suatu negeri atau daerah bagi/kepada yang lain, tidaklah menjadi masalah yang berarti tentang sebuah nama tetapi hanyalah prinsip sosial dan tanggung jawab lingkungan disetiap tindakan (*The Internasional Ekotourism Society*, 2006).

WWF (*World Wide Fund for Nature*) Guideline for Community-Based Ecotourism Development (2001) menyebutkan syarat-syarat untuk memutuskan pengembangan bisnis ekowisata sebagai berikut :

- a) Kerangka ekonomi dan politik yang mendukung perdagangan yang efektif dan investasi yang aman
- b) Perundang-undangan di tingkat nasional yang tidak menghalangi pendapatan dari wisata diperoleh dan berada di tingkat komunitas lokal
- c) Tercukupinya hal-hak kepemilikan yang ada dalam komunitas lokal
- d) Keamanan pengunjung terjamin
- e) Resiko kesehatan yang relatif rendah, akses yang cukup mudah ke pelayanan medis dan persediaan air bersih yang cukup
- f) Tersedianya fasilitas fisik dan telekomunikasi dari dan wilayah tersebut.

Sesuai dengan yang tercantum dalam *Guidelines for Community-Based Ecotourism Development* (2001) aspek dari komunitas untuk terlibat dalam pengembangan ekowisata, adalah:

- a) Kemampuan menjadi tuan rumah penginapan
- b) Keterampilan dari Bahasa Inggris
- c) Keterampilan komputer
- d) Keterampilan pengelolaan keuangan
- e) Keterampilan pemasaran keterbukaan terhadap pengunjung

6. Karakteristik Pengunjung Ekowisata

Menurut Beeton (2000,89) menyebutkan karakteristik ekowisatawan pada umumnya antara lain:

- a. Sebagian besar pelaku ekowisata berusia 20-40 tahun. Pada selang usia, sebagian besar orang cenderung tertarik untuk berpetualang. Sedangkan pada usia 40-54 tahun, sebagian besar orang berkonsentrasi untuk meningkatkan karirnya dan membiayai anak-anaknya. Sedangkan pada usia 55 tahun keatas merupakan usia *midlifers* (pertengahan hidup), orang-orang pada usia ini cenderung menyukai liburan yang santai.
- b. Ekowisatawan cenderung lebih terpelajar daripada wisatawan yang lain. Pelaku ekowisata memperlihatkan ketertarikannya terhadap lingkungan. Mereka sanggup mengeluarkan uang lebih banyak dan pro terhadap konservasi.
- c. Ekowisatawan lebih menyukai tinggal di akomodasi khusus yang diset secara natural
- d. Ekowisatawan kurang memperhatikan musim kunjungan seperti layaknya wisatawan lain yang menunggu saat musim kunjungan ramai.

Kusler (1991), menggolongkan ekowisatawan kedalam 3 grup utama yaitu:

- a. *Do-it-yourself ecotorist*

Tipe ekowisatawan ini melakukan ekowisata dengan keinginannya sendiri tanpa terikat oleh program. Grup ekowisatawan seperti ini

biasanya tinggal/menginap di berbagai macam akomodasi dan melakukan perpindahan di berbagai tempat.

b. *Ecotourist on tours*

Tipe ekowisatawan ini mengikuti program yang terorganisir dalam melakukan perjalanannya.

c. *School groups/scientific groups*

Sekelompok ekowisatawan yang tergabung dalam *research* ilmiah, biasanya tinggal di daerah yang sama dengan satu grupnya selama periode waktu tertentu. Tipe ekowisatawan ini lebih memperhatikan kondisi dan menjaga agar tidak terjadi kerusakan tempat ekowisata.

7. Studi pengembangan Ekowisata di Malaysia dan Vietnam

a. Perkembangan Ekowisata di Malaysia

Malaysia berhasil dalam pengembangan sektor pariwisata, memiliki 20 tujuan ekowisata yang menyebar dalam area yang dilindungi seluas 1.5 juta hektar atau 5 persen luas daratan. Kunjungan wisatawan asing rata-rata 8 juta orang. Dari jumlah itu, 7 hingga 10 persen melaksanakan aktivitas ekowisata, sementara 14 persen tertarik dengan petualangan, pendakian dan penjelajahan. Pengelolaan bisnis ekowisata secara profesional: 2000 biro perjalanan wisata, 3500 pemandu bersertifikat, dan 30 perusahaandengan spesialisasi ekowisata. Hal ini membuktikan bahwa komitmen dan keberpihakan pemerintah Malaysia dalam menunjang bisnis ekowisata di daerah nya terjalin harmonis dengan peningkatan sarana dan prasaran. Selain itu, Kemampuan penduduk local berbahasa Inggris

dan Mandarin menjadi penunjang untuk memudahkan dalam akses bahasa dengan wisata lain.

Pengembangan ekowisata Malaysia diwujudkan dengan Asosiasi jasa wisata terintegrasi semenanjung dan di Sabah atau Serawak. Peningkatan pendapatan Malaysia disumbang dari perolehan devisa jasa wisata sekitar 13.4 miliar ringgit per tahun (setara 35 triliun rupiah). Jumlah kunjungan yang semakin meningkat ini didominasi Wisatawan asing berasal dari (khususnya) Jepang, Cina dan Singapura. Beberapa tahun terakhir, wisatawan asing datang dari negara Timur Tengah, India, Eropa, Amerika Serikat dan Australia. Keberhasilan pengembangan ekowisata di Malaysia karena konsistensi dan afirmasi pemerintah terhadap pariwisata nasional, keberhasilan ini dikarenakan Kebijakan ekowisata di Malaysia yang antara lain:

- a. Mengadopsi definisi dan pemahaman tentang ekowisata
- b. Mengadopsi kebijakan pengembangan ekowisata
- c. Memperkuat kelembagaan implementasi agro dan ekowisata
- d. Mengimplementasikan aspek legal perencanaan ekowisata
- e. Mengembangkan program monitoring dan evaluasi Kebijakan ekowisata Malaysia
- f. Menyusun prosedur perencanaan untuk pengembangan ekowisata
- g. Mengembangkan sistem pengelolaan nasional untuk wilayah ekowisata
- h. Mengembangkan rencana wilayah tujuan ekowisata tingkat lokal
- i. Melaksanakan pilot project ekowisata
- j. Mengembangkan produk-produk dan jasa pada taman nasional

- k. Mengembangkan strategi promosi
- l. Menelaah kebijakan fiskal untuk mendukung pengembangan ekowisata
- m. Menyusun rencana pengembangan SDM ekowisata
- n. Menjamin partisipasi penduduk lokal
- o. Meneliti kelayakan skema akreditasi
- p. Menyempurnakan panduan-panduan ekowisata
- q. Memperbaiki standar mutu kepastakaan ekowisata

b. Perkembangan ekowisata di Vietnam

Vietnam merupakan negara yang kaya akan memiliki sumberdaya alam khas di Asia Tenggara, pegunungan dengan hutan tropika basah, dan mengalirkan sungai-sungai untuk mendukung budidaya padi. Sementara itu Vietnam memiliki 11 taman nasional, 52 wilayah yang dilindungi dan 22 lansekap yang dikonservasi. Bahkan Vietnam juga memiliki ekosistem lahan basah sangat luas dan mendominasidaratannya, terdiri 79 area lahan basah. Vietnam memiliki 13 ribu spesies flora dan 15ribu fauna, atau setara 6.5 persen dari jumlah spesies dunia. Hal ini membuktikan bahwa Kunjungan wisatawan asing naik 7 kali dari tahun 1991 sebanyak 300 ribu orang menjadi 2.14 juta pada tahun 2000, Pada periode yang sama, wisatawan domestiknya naik dari 1.5 menjadi 11.3 juta orang.

Dari jumlah itu, 30 persen turis asing dan 50 turis domestik mengunjungi tujuan ekowisata (Hong, Dao and Thoa, 2002). Pengembangan ekowisata Vietnam terintegrasi di dalam strategi peningkatan produktivitas dan mutu

lingkungan yang berkelanjutan, atau apa yang disebut dengan Green Productivity (GP) (Hong, 2002) . Prinsip-prinsip GP di dalam ekowisata meliputi:

- a. Pemanfaatan sumberdaya alam dan lingkungan secara berkelanjutan
- b. Meminimalkan tingkat konsumsi dan pencemaran
- c. Mengintegrasikan perencanaan pembangunan ekonomi dan pembangunan ekowisata
- d. Mendukung pembangunan ekonomi lokal
- e. Pengembangan sumberdaya jasa ekowisata
- f. Penyediaan informasi pemasaran perihal lansekap dan sejarah wilayah tujuan
- g. ekowisata
- h. Penelitian dan pengembangan untuk identifikasi dan pemecahan masalah, serta
- i. perumusan kebijakan
- j. Pemberdayaan dan peningkatan partisipasi penduduk lokal dalam pengelolaan ekowisata

