

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Zona Pemanfaatan Taman Nasional

Taman nasional memiliki peran penting dalam konteks pembangunan berkelanjutan. Menurut MacKinnon dkk. (1990), peran kawasan konservasi taman nasional sebagai salah satu kawasan yang dilindungi dalam pelestarian sumberdaya alam dan kelangsungan pembangunan, antara lain wahana pengembangan ilmu pengetahuan, wahana pendidikan lingkungan, wahana kegiatan wisata alam, sumber plasma nutfah, dan melestarikan ekosistem hutan sebagai pengatur tata air. Undang-Undang Nomor: 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya menyatakan bahwa taman nasional adalah kawasan pelestarian alam yang mempunyai ekosistem asli, dikelola dengan sistem zonasi yang dimanfaatkan untuk tujuan penelitian, ilmu pengetahuan, pendidikan, menunjang budidaya, pariwisata, dan rekreasi. Suatu kawasan ditunjuk dan ditetapkan sebagai taman nasional harus memiliki kriteria sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 1998 tentang Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam dan Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam, yaitu:

- a. memiliki sumber daya alam hayati dan ekosistem yang khas dan unik yang masih utuh dan alami serta gejala alam yang unik;
- b. memiliki satu atau beberapa ekosistem yang masih utuh;
- c. mempunyai luas yang cukup untuk menjamin kelangsungan proses ekologis secara alami; dan
- d. merupakan wilayah yang dapat dibagi kedalam zona inti, zona pemanfaatan, zona rimba, dan/atau zona lainnya sesuai dengan keperluan.

Sistem zonasi diterapkan pada pengelolaan taman nasional untuk dapat mencapai tujuan, fungsi, dan peranannya. Zona taman nasional berdasarkan Peraturan Menteri Kehutanan Nomor: P.56/Menhut-II/2006 tentang Pedoman

Zonasi Taman Nasional terdiri dari : 1) Zona inti, 2) Zona rimba/ zona perlindungan bahari untuk wilayah perairan, 3) Zona pemanfaatan, 4) Zona lain, antara lain : zona tradisional, zona rehabilitasi, zona religi, budaya dan sejarah serta zona khusus.

Zona pemanfaatan adalah bagian taman nasional yang letak, kondisi, dan potensi alamnya terutama dimanfaatkan untuk kepentingan pariwisata alam dan pemanfaatan jasa lingkungan lainnya. Peruntukan zona pemanfaatan, antara lain pengembangan pariwisata alam dan rekreasi, jasa lingkungan, pendidikan, penelitian dan pengembangan yang menunjang pemanfaatan, serta kegiatan penunjang budidaya. Zona Pemanfaatan Tuk Semuncar TNGMb karena potensi jasa lingkungan yang dimiliki berupa sumber air dan wisata alam, maka dapat dikembangkan kegiatan penunjang budidaya dan wisata alam yang dapat memberikan manfaat kepada masyarakat sekitar untuk peningkatan kesejahteraan. Wilayah yang ditetapkan sebagai zona pemanfaatan pada taman nasional memiliki kriteria sebagai berikut.

- a. Mempunyai daya tarik alam berupa tumbuhan, satwa atau berupa formasi ekosistem tertentu serta formasi geologinya yang indah dan unik.
- b. Mempunyai luasan yang cukup untuk menjamin kelestarian potensi dan daya tarik untuk dimanfaatkan bagi pariwisata dan rekreasi alam.
- c. Kondisi lingkungan yang mendukung pemanfaatan jasa lingkungan, pengembangan pariwisata alam, penelitian dan pendidikan.
- d. Merupakan wilayah yang memungkinkan dibangunnya sarana prasarana bagi kegiatan pemanfaatan jasa lingkungan, pariwisata alam, rekreasi, penelitian dan pendidikan.
- e. Tidak berbatasan langsung dengan zona inti.

Kawasan zona pemanfaatan taman nasional dapat dilaksanakan kegiatan – kegiatan yang mendukung pengelolaan kawasan secara lestari melalui:

- a. perlindungan dan pengamanan;
- b. inventarisasi dan monitoring sumberdaya alam hayati dengan ekosistemnya;
- c. penelitian dan pengembangan pendidikan, dan penunjang budidaya;
- d. pengembangan potensi dan daya tarik wisata alam;

- e. pembinaan habitat dan populasi;
- f. pengusahaan pariwisata alam dan pemanfaatan kondisi/jasa lingkungan; dan
- g. pembangunan sarana dan prasarana pengelolaan, penelitian, pendidikan, wisata alam dan pemanfaatan kondisi/jasa lingkungan.

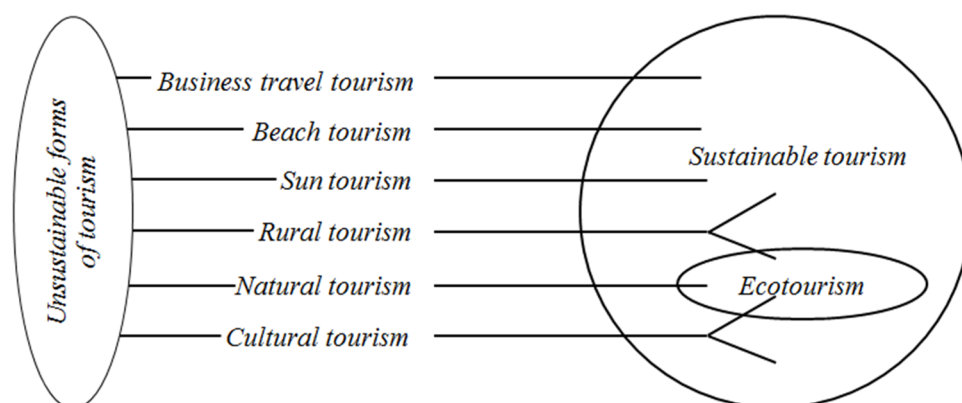
Zona pemanfaatan TNGMb memiliki potensi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata alam, sumber mata air yang dimanfaatkan oleh masyarakat di sekitar kawasan, dan dimanfaatkan sebagai jalur pendakian bagi para pengunjung terutama para pecinta alam. Zona pemanfaatan di kawasan TNGMb ditetapkan seluas $\pm 286,34$ Ha atau 4,92% dari total luas kawasan (Balai TNGMb 2014a). Terdapat 13 lokasi zona pemanfaatan di kawasan TNGMb, yaitu Kopeng, Kali Pasang, Tuk Gedat, Tuk Klanting, Tuk Semuncar, Tuk Sipendok, Selo, Tuk Salam, Sobleman, Lempong Sikendi, Grenjengan Kembar, Jalur Pendakian, dan Jalur Downhill (Balai TNGMb 2014b). Penamaan setiap zona pemanfaatan yang terdapat di TNGMb berdasarkan nama lokasi yang telah disebutkan.

2.2. Pariwisata Alam

Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam, mendefinisikan wisata alam sebagai kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati gejala keunikan dan keindahan alam di kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Adapun, definisi pariwisata alam adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata alam, termasuk pengusahaan obyek dan daya tarik serta usaha yang terkait dengan wisata alam. Tujuan pengusahaan pariwisata alam dalam peraturan pemerintah ini adalah untuk meningkatkan pemanfaatan keunikan, kekhasan, keindahan alam dan/atau keindahan jenis atau keanekaragaman jenis satwa liar dan/atau jenis tumbuhan yang terdapat di kawasan suaka margasatwa, taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam.

2.2.1. Pariwisata Berkelanjutan

Wood (2002) menjelaskan bahwa wisata alam (*natural tourism*) dapat dimasukkan ke dalam golongan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*). Hal tersebut dimungkinkan apabila di dalam kegiatan wisata alam terdapat penerapan prinsip – prinsip keberlanjutan pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial. *World Tourism Organisation* (WTO) mendefinisikan pembangunan pariwisata berkelanjutan sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini dan masyarakat sekitar, sekaligus menjamin dan meningkatkan kesempatan di masa depan dengan pengelolaan semua sumber daya sedemikian rupa, sehingga kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika dapat dipenuhi dengan tetap menjaga integritas budaya, kepentingan ekologi, keanekaragaman hayati, dan sistem penyangga kehidupan.



Gambar 2.1. *Ecotourism sustainable development concept.*

Sumber : Wood (2002)

Fandeli dan Nurdin (2005) menyatakan bahwa pembangunan pariwisata berkelanjutan selain harus menjamin aspek keberlanjutan juga harus terkait dengan aspek pendidikan dan partisipasi lokal. Jaminan keberlanjutan ini tidak hanya *multi sustainable* dari aspek lingkungan tetapi juga sosial, budaya dan ekonomi. Paradigma baru ini mengedepankan keterbukaan, pemberdayaan masyarakat, dan mengembangkan ekonomi kerakyatan disamping pelestarian lingkungan. Adapun, Damanik dan Weber (2006) menyebut konsep pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan sumber daya (atraksi, aksesibilitas, amenities) pariwisata yang bertujuan untuk memberikan keuntungan optimal bagi pemangku

kepentingan (*stakeholder*) dan nilai kepuasan optimal bagi wisatawan dalam jangka panjang. Dimensi ekonomi, ekologi, sosial, dan budaya dalam pariwisata berkelanjutan menurut Damanik dan Weber (2006) dapat dilihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Dimensi ekonomi, ekologi, sosial, dan budaya dalam pariwisata berkelanjutan.

Dimensi	Wisatawan	Penyedia Jasa
Ekonomi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan kepuasan wisata ▪ Peningkatan belanja wisata di daerah destinasi 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Peningkatan dan pemerataan pendapatan semua pelaku wisata ▪ Penciptaan kesempatan kerja terutama bagi masyarakat lokal ▪ Peningkatan kesempatan berusaha/ diversifikasi pekerjaan
Ekologi	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penggunaan produk dan layanan wisata berbasis lingkungan ▪ Kesiediaan membayar lebih mahal untuk produk dan layanan wisata ramah lingkungan 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penentuan dan konsistensi pada daya dukung lingkungan ▪ Pengelolaan limbah dan pengurangan penggunaan bahan baku hemat energi ▪ Prioritas pengembangan produk dan layanan jasa berbasis lingkungan ▪ Peningkatan kesadaran lingkungan dengan kebutuhan konservasi
Sosial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kepedulian sosial yang meningkat ▪ Peningkatan konsumsi produk lokal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pelibatan sebanyak mungkin <i>stakeholder</i> dalam perencanaan, implementasi, dan monitoring ▪ Peningkatan kemampuan masyarakat lokal dalam pengelolaan jasa-jasa wisata ▪ Pemberdayaan lembaga-lembaga lokal dalam pengambilan keputusan pengembangan pariwisata ▪ Menguatnya posisi masyarakat lokal terhadap masyarakat luar ▪ Terjaminnya hak-hak dalam pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya pariwisata ▪ Berjalannya aturan main yang adil dalam pengusaha jasa wisata
Budaya	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penerimaan kontak dan perbedaan budaya ▪ Apresiasi budaya masyarakat lokal 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Intensifikasi komunikasi lintas-budaya ▪ Penonjolan ciri atau produk budaya lokal dalam penyediaan atraksi, aksesibilitas, dan amenitas ▪ Perlindungan warisan budaya, kebiasaan-kebiasaan, dan kearifan lokal

Sumber: Damanik dan Weber (2006)

Kegiatan wisata alam kawasan Zona pemanfaatan Tuk Semuncar TNGMb dapat berkelanjutan apabila para wisatawan dan penyedia jasa wisata memperhatikan kegiatan – kegiatan yang mendukung pada seluruh dimensi pariwisata berkelanjutan, yaitu ekonomi, ekologi, sosial, dan budaya (Tabel 2.1). Kegiatan wisata alam kawasan Zona Pemanfaatan Tuk Semuncar TNGMb harus menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari tujuan pengelolaan kawasan TNGMb.

Ristiyanti (2008) mengutip penjelasan Saparjadi (1999) bahwa dalam setiap upaya pemanfaatan dan pengembangan potensi obyek wisata alam di taman nasional harus selalu memiliki umpan balik pada upaya pengelolaan kawasan sehingga kendala dan evaluasi terhadap misi dari fungsi konservasi harus tetap terpenuhi dalam setiap langkah pemanfaatan dan pengembangan tersebut.

2.2.2. Penawaran Wisata Alam

Pengelolaan pariwisata alam tidak terlepas dari penawaran wisata. Damanik dan Weber (2006) mengategorikan penawaran wisata menjadi produk (*product*) dan jasa (*services*) wisata. Produk wisata adalah semua produk yang dikonsumsi oleh seseorang selama melakukan kegiatan wisata. Adapun, jasa adalah gabungan produk komposit yang terangkum dalam atraksi, transport, akomodasi, dan hiburan. Produk wisata mencakup tiga komponen, yaitu atraksi, amenitas, dan aksesibilitas (Muttaqin dkk. 2011). Atraksi merupakan komponen utama dalam produk wisata yang menjadi fokus dan motivasi wisatawan untuk berkunjung. Dalam wisata alam, atraksi dapat berupa potensi flora, fauna, bentang alam dan atraksi buatan berupa seni dan budaya masyarakat. Amenitas, segala layanan dan fasilitas yang disiapkan untuk memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk tinggal. Adapun, aksesibilitas berkaitan dengan kemudahan untuk mencapai lokasi wisata (World Tourism Organisation 2007).

Salah Wahab menyatakan bahwa bentuk – bentuk penawaran dalam industri pariwisata pada umumnya berasal dari alam maupun dibuat atau disediakan oleh manusia. Bentuk penawaran berasal dari alam (*natural amennities*), yaitu 1) *climate* (sinar matahari, udara segar); 2) *land configuration and lanscape* (pemandangan pegunungan, danau, pantai, bentuk – bentuk yang unik, air terjun, kawasan gunung berapi, gua); 3) *sylvan elemant* (hutan – hutan lebat, pohon – pohon langka); dan 4) *flora – fauna* (tumbuhan serta binatang unik dan langka). Adapun, bentuk – bentuk penawaran yang beraal dari buatan manusia (*man – made supply*), yaitu 1) *historical, cultural, and religious* (peninggalan bersejarah, kesenian tradisional, upacara adat); 2) *infrastructure* (sarana dan prasarana); 3) *means of acces and transport facilities* (bandara,

pelabuhan); 4) *superstructure* (gedung kesenian); dan 5) *peoples's way of life* (adat istiadat) (Yoeti 2016).

Damanik & Weber (2006) membedakan antara produk dan jasa wisata dengan potensi wisata. Produk dan jasa harus sudah siap untuk dikonsumsi oleh para wisatawan, sedangkan potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan. Potensi wisata akan menjadi produk wisata setelah menyatu dengan unsur – unsur aksesibilitas, amenities, dan *hospitality*. Menurut Undang – Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Masyarakat lokal yang bermukim di lokasi wisata menjadi salah satu pemain kunci dalam pariwisata, karena masyarakat lokal yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Sumber daya wisata berupa air, tanah, hutan dan lanskap yang dinikmati oleh wisatawan dan pelaku wisata lainnya berada di tangan masyarakat lokal. Kesenian dan keunikan budaya lainnya yang menjadi salah satu daya tarik wisata juga sepenuhnya berada pada masyarakat lokal. Oleh sebab itu, berbagai perubahan yang terjadi di lokasi wisata akan bersentuhan langsung dengan kepentingan masyarakat lokal (Damanik dan Weber 2006). Penerimaan dan persepsi positif dari masyarakat lokal terhadap kegiatan wisata menjadi salah satu kunci keberhasilan pengelolaan wisata alam Zona Pemanfaatan Tuk Semuncar TNGMb.

2.2.3. Permintaan Wisata Alam

Unsur – unsur penting dalam permintaan wisata alam adalah wisatawan dan penduduk lokal yang menggunakan sumber daya (produk dan jasa) wisata. Wisatawan merupakan konsumen utama yang mengkonsumsi produk dan layanan wisata yang disediakan di daerah tujuan wisata, serta merupakan pihak yang menilai kualitas dan mutu suatu produk wisata yang ditawarkan. Dalam melakukan kunjungan pada objek wisata alam, wisatawan memiliki beragam

motif, minat, dan ekspektasi. Karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang menjadi latar belakang dari wisatawan juga berpengaruh terhadap permintaan wisata alam. Berbagai hal tersebut yang akan membentuk segmentasi permintaan suatu objek wisata alam. Dengan motif dan latar belakang yang berbeda-beda, wisatawan menjadi pihak yang menciptakan permintaan produk dan jasa wisata (Damanik dan Weber 2006).

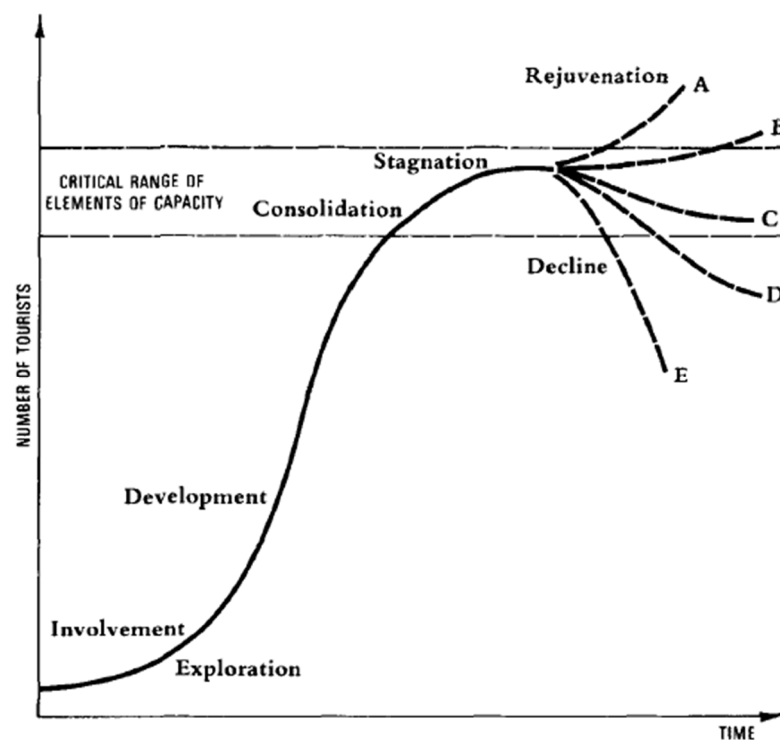
Ketersediaan sumber daya wisata hanya sebagai faktor pemicu seorang wisatawan untuk melakukan perjalanan untuk berwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap perjalanan wisatawan, yaitu pendapatan, pendidikan, jumlah hari libur, iklim, dan lingkungan hidup. Faktor-faktor tersebut saling berpengaruh terhadap suatu rencana perjalanan yang akan dilakukan seorang wisatawan. Selain itu, dikutip dari Freyer (1993) bahwa seseorang memiliki pertimbangan – pertimbangan penting dalam melakukan perjalanan wisata, antara lain biaya, daerah tujuan wisata, bentuk perjalanan, waktu dan lama berwisata, akomodasi yang digunakan, moda transportasi, serta jasa-jasa lainnya (Damanik dan Weber 2006).

Payangan (2017) mengutip penjelasan Mathieson and Wall (1982) bahwa permintaan pariwisata terdiri dari tiga komponen. Pertama, permintaan yang efektif atau aktual, yaitu jumlah pengunjung pariwisata yang benar – benar melakukan perjalanan untuk mengunjungi suatu objek wisata. Hal ini merupakan bagian permintaan yang sangat umum dan mudah diukur dan kebanyakan statistik pariwisata merupakan permintaan yang efektif. Kedua, permintaan tersamar, yaitu masyarakat yang sementara tidak melakukan kunjungan dikarenakan beberapa alasan. Permintaan tersamar dapat dibedakan menjadi dua, yaitu permintaan potensial mengarah pada mereka yang akan bepergian jika keadaan pada diri mereka (internal) memungkinkan, dan permintaan potensial jika terjadi perubahan lingkungan (eksternal), seperti faktor keamanan, cuaca, iklim, dan isu terorisme. Ketiga, tidak ada permintaan, yaitu bagi mereka yang sejak awal tidak berkeinginan bepergian untuk mengunjungi suatu objek wisata.

2.2.4. Siklus Hidup Destinasi Wisata

Sebagai sebuah produk wisata, kawasan (destinasi) wisata alam memiliki siklus hidup. Menurut Butler (1980), siklus hidup destinasi wisata terdiri dari enam tahap, yaitu *exploration*, *involvement*, *development*, *consolidation*, *stagnation*, dan *decline/ rejuvenation* (Gambar 2.2). Model yang diperkenalkan Butler tersebut menjadi dasar dalam pembuatan model TALC (*Tourism Area Life Cycle*). Setiap tahapan siklus destinasi wisata tersebut menggambarkan kondisi dan ciri masing-masing, yaitu

- exploration stage*, tahap ini dicirikan dengan adanya pengunjung mulai berdatangan dalam jumlah yang sedikit, pengunjung biasanya berasal dari wilayah di sekitar lokasi wisata;
- involvement stage*, tahap dimana pengunjung mulai bertambah dan ada keterlibatan penduduk setempat dengan menyediakan fasilitas bagi pengunjung, pengunjung ada yang berasal dari luar kota;



Gambar 2.2. *Hypothetical evolution of a tourist area.*

Sumber : Butler (1980).

- c. *development stage*, tahap dimana keterlibatan dan kontrol pihak lokal terhadap pembangunan wisata akan menurun dengan cepat dan tergantikan oleh investasi swasta terutama pada akomodasi pengunjung, serta atraksi alam dan budaya akan dikembangkan dan dipasarkan secara khusus, pengunjung dapat berasal dari negara yang berbeda;
- d. *consolidation stage*, tahap dimana pengunjung terus meningkat, namun kenaikan jumlah pengunjung menurun, sebagian besar ekonomi daerah akan terkait dengan pariwisata, pemasaran dan periklanan dilakukan secara luas untuk meningkatkan waktu kunjungan wisatawan, dan fasilitas perlu ditingkatkan;
- e. *stagnation stage*, tahap dimana jumlah pengunjung mencapai puncak diikuti dengan masalah lingkungan, sosial, dan ekonomi, dibutuhkan usaha berat untuk mempertahankan tingkat kunjungan, dan atraksi budaya alami dan asli mungkin telah digantikan oleh fasilitas buatan; dan
- f. *decline stage*, tahap dimana terjadi penurunan pengunjung karena tidak mampu bersaing dengan atraksi yang lebih baru. Di sisi lain, peremajaan (*rejuvenation*) mungkin terjadi, meski sudah hampir dipastikan bahwa tahap ini tidak akan pernah tercapai tanpa perubahan yang menyeluruh pada atraksi wisata.

Sesuai dengan tahapan siklus hidup destinasi wisata, kegiatan wisata alam di Zona Pemanfaatan Tuk Semuncar TNGMb berada dalam tahap eksplorasi, dicirikan dengan jumlah kunjungan yang masih terbatas. Penilaian potensi ODTWA dibutuhkan untuk mendapatkan masukan dalam menentukan strategi pengembangan wisata alam sehingga dapat mencapai ke tahap berikutnya, yaitu *involvement* (keterlibatan masyarakat). Keterlibatan penduduk lokal dalam kegiatan wisata alam dapat membentuk persepsi positif terhadap kawasan konservasi TNGMb secara umum. Pengelolaan wisata alam di kawasan konservasi didasarkan pada pilar pemanfaatan lestari yang memperhatikan aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial.

2.3. Stakeholder

Stakeholder (pemangku kepentingan) menurut Freeman (1984) yang dikutip oleh Reed et al. (2009) adalah pihak-pihak yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh keputusan atau tindakan. Menurut Reed et al. (2009), definisi yang dikemukakan Freeman tersebut menjadi dasar dibangunnya definisi tentang *stakeholder*. Bryson (2004) mendefinisikan *stakeholder* sebagai individu atau kelompok yang dapat menimbulkan dampak atau terkena dampak dari keberhasilan tujuan suatu organisasi. Gonsalves et al. (2005) menjelaskan bahwa *stakeholder* adalah siapa saja yang memberi dampak dan/atau terkena dampak kebijakan, program, dan aktivitas pembangunan. Mereka bisa laki-laki atau perempuan, komunitas, kelompok sosial ekonomi, atau lembaga dalam berbagai dimensi pada setiap tingkat golongan masyarakat. Setiap individu/ kelompok tersebut memiliki sumber daya dan kebutuhan masing-masing yang harus terwakili dalam proses pengambilan keputusan dalam kegiatan pembangunan. Adapun, Wakka (2014) mendefinisikan *stakeholder* sebagai pihak-pihak baik secara individu maupun kelompok yang dapat dipengaruhi dan/atau memengaruhi pengambilan keputusan serta pencapaian tujuan suatu kegiatan.

Race & Millar (2008) menyatakan bahwa dalam implementasi program pembangunan, istilah pemangku kepentingan (*stakeholder*) digunakan untuk mendeskripsikan komunitas atau organisasi yang menerima dampak dari aktivitas atau kebijakan, dimana suatu pihak tidak selalu menerima dampak secara adil. Sebagian pihak mungkin menanggung biaya dan sebagian lainnya justru memperoleh manfaat dari suatu kegiatan atau kebijakan.

2.3.1. Klasifikasi Stakeholders

Wakka dkk. (2013) mengutip pendapat Townsley (1998) yang membedakan *stakeholder* menjadi dua berdasarkan keterkaitannya terhadap suatu keputusan atau suatu kegiatan, yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder. *Stakeholder* primer adalah pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap suatu sumberdaya, baik sebagai mata pencaharian ataupun terlibat langsung dalam eksploitasi. *Stakeholder* sekunder adalah pihak yang memiliki minat/kepentingan

secara tidak langsung, atau pihak yang tergantung pada sebagian kekayaan atau bisnis yang dihasilkan oleh sumber daya. Yang et al. (2010) menyebut *stakeholder* primer sebagai *stakeholder* kunci (*key stakeholder*).

Iqbal (2007) mengutip pendapat Benjamin L. Crosby yang mengemukakan bahwa secara garis besar *stakeholder* dibedakan menjadi tiga kelompok, yaitu:

- 1) *Stakeholder* utama, yaitu pihak yang menerima dampak positif atau negatif (diluar kerelaan) dari suatu kegiatan.
- 2) *Stakeholder* penunjang, yaitu pihak yang menjadi perantara dalam membantu proses penyampaian kegiatan. Mereka dapat digolongkan atas pihak penyandang dana, pelaksana, pengawas, dan organisasi advokasi seperti organisasi pemerintahan, LSM, dan pihak swasta. Dalam beberapa kegiatan, pemangku kepentingan penunjang dapat merupakan perorangan atau kelompok kunci yang memiliki kepentingan baik formal maupun informal.
- 3) *Stakeholder* kunci, yaitu pihak yang berpengaruh kuat atau penting terkait dengan masalah, kebutuhan, dan perhatian terhadap kelancaran kegiatan.

2.3.2. Analisis Stakeholder

Analisis *stakeholder* didefinisikan sebagai sebuah proses untuk (1) mendefinisikan aspek fenomena sosial dan alam yang dipengaruhi oleh keputusan atau tindakan; (2) mengidentifikasi individu, kelompok dan organisasi yang dipengaruhi oleh atau dapat mempengaruhi bagian-bagian dari fenomena; dan (3) memprioritaskan suatu individu dan kelompok untuk keterlibatan dalam proses pengambilan keputusan. Adapun, analisis *stakeholder* dilakukan dengan cara : (1) mengidentifikasi *stakeholder*, (2) memetakan dan mengkategorikan *stakeholder*, dan (3) menyelidiki hubungan diantara *stakeholder* (Reed et al. 2009).

Analisis *stakeholder* bermanfaat dalam pengidentifikasian komunitas atau kelompok masyarakat yang paling banyak terkena pengaruh atau dampak dari suatu kegiatan pembangunan (Race and Millar 2008). Analisis tersebut juga bermanfaat dalam menentukan prioritas mengenai komunitas atau kelompok masyarakat yang dibutuhkan dalam implementasi kegiatan dan manfaat

pembangunan bagi mereka. Selain itu, dapat membantu dalam memobilisasi sumberdaya lokal dan membantu dalam memahami konflik penggunaan sumberdaya lahan (Mushove and Vogel 2005).

Sebagian masyarakat terkadang mendapat manfaat dari suatu kegiatan yang dilaksanakan, namun sebagian masyarakat yang lain merasa dirugikan. Oleh karena itu, analisis *stakeholder* biasanya berhubungan dengan beberapa elemen, seperti eksistensi kelompok masyarakat, dampak, dan konsekuensi yang muncul dari pelaksanaan program pembangunan (Iqbal 2007). Race and Millar (2008) menyatakan bahwa analisis *stakeholder* perlu mengakomodasi beberapa komponen sebagai berikut :

- a. komunitas atau kelompok masyarakat yang memiliki kepentingan terhadap suatu kegiatan,
- b. isu utama berdasarkan pengalaman masyarakat,
- c. dampak positif dan negatif kegiatan yang mempengaruhi mata pencaharian masyarakat,
- d. strategi untuk mengurangi atau menghindari dampak negatif kegiatan, dan
- e. implementasi program aksi.

Reed et al. (2009) menyatakan bahwa pemetaan *stakeholder* akan membantu pengelola bagaimana melibatkan *stakeholder* tersebut dalam pencapaian tujuan. Pendapat De Lopez (2001) yang dikutip Reed et al. (2009) menyatakan bahwa salah satu metode populer dalam pemetaan *stakeholder* adalah dengan menggunakan tingkat kepentingan (*interest*) dan pengaruh (*influence*) untuk mengelompokkan pemangku kepentingan sebagai *key player*, *context setter*, *subject*, dan *crowd*.

Analisis *stakeholder* perlu dilakukan dalam pengelolaan wisata alam Zona Pemanfaatan Semuncar TNGMb. Dikarenakan, dalam kawasan tersebut terdapat sumber daya alam yang dimanfaatkan oleh banyak pihak yang berkepentingan. Wakka (2013) mengutip pendapat Grimble and Chan (2005) yang mengemukakan bahwa analisis *stakeholder* dalam pengelolaan sumber daya alam memiliki tujuan utama sebagai berikut :

- a. Meningkatkan efektifitas implementasi kebijakan dengan mempertimbangkan secara eksplisit kepentingan dan tantangan *stakeholder* terkait implementasi suatu kebijakan, mengidentifikasi dan menangani konflik antar*stakeholder* terhadap sumber daya alam, dan memberikan pertimbangan awal bagi cara-cara membangun kebersamaan, saling melengkapi kepentingan, dan peluang-peluang dilakukannya kerjasama dan kompromi.
- b. Menangani dampak sosial yang ditimbulkan dari suatu kebijakan dengan cara memecah analisis untuk menilai secara terpisah kepentingan-kepentingan dan dampak-dampak intervensi pada *stakeholder* yang berbeda-beda.

2.4. Strategi Pengembangan Potensi Wisata Alam

Rangkuti (2014) mengutip pendapat Chandler (1962) yang menyatakan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu organisasi, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi merupakan bagian dari perencanaan suatu organisasi dalam menentukan cara-cara untuk mencapai tujuan. Pitana dan Diarta (2009) berpendapat bahwa perencanaan menyangkut strategi sebagai implementasi kebijakan merupakan prediksi yang memerlukan perkiraan persepsi akan masa depan.

Potensi obyek dan daya tarik wisata alam (ODTWA) membutuhkan strategi untuk dapat berkembang menjadi destinasi wisata alam yang memberikan keuntungan optimal dalam aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial. Syahadat (2006) menyatakan bahwa terdapat sedikitnya 8 (delapan) hal yang harus diperhatikan, disikapi, dan diantisipasi dampaknya dalam merumuskan strategi pengembangan ODTWA, yaitu :

- a. Pengembangan ODTWA berkaitan erat dengan peningkatan produktifitas sumberdaya hutan dalam konteks pembangunan ekonomi regional maupun nasional, sehingga selalu dihadapkan pada kondisi interaksi berbagai kepentingan yang melibatkan aspek kawasan hutan, pemerintah, aspek masyarakat, dan pihak swasta di dalam suatu sistem tata ruang wilayah.

- b. Beberapa kendala dalam pengembangan ODTWA berkaitan erat dengan : 1) instrumen kebijakan terkait pemanfaatan dan pengembangan fungsi kawasan dalam mendukung potensi ODTWA; 2) efektifitas fungsi dan peran ODTWA ditinjau dari aspek koordinasi instansi terkait.; 3) kapasitas institusi dan kemampuan SDM dalam pengelolaan ODTWA di kawasan hutan; dan 4) mekanisme peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata alam.
- c. Strategi pengembangan ODTWA meliputi beberapa aspek pengembangan, yaitu :
 - 1) Aspek perencanaan pembangunan ODTWA, antara lain mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang (tata ruang wilayah), standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi lintas sektoral, pendanaan, dan sistem informasi ODTWA.
 - 2) Aspek kelembagaan, meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas institusi, sebagai mekanisme yang dapat mengatur berbagai kepentingan, secara operasional merupakan organisasi dengan sumberdaya manusia yang sesuai dan memiliki efisiensi tinggi.
 - 3) Aspek sarana dan prasarana, memiliki dua sisi manfaat, yaitu (1) sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan pariwisata alam, dan (2) sebagai pengendalian dalam rangka memelihara keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana dapat meningkatkan daya dukung sehingga upaya pemanfaatan dapat dilakukan secara optimal.
 - 4) Aspek pengelolaan, yaitu dengan mengembangkan profesionalisme dan pola pengelolaan ODTWA yang siap mendukung kegiatan pariwisata alam dan mampu memanfaatkan potensi ODTWA secara lestari.
 - 5) Aspek pengusahaan, yaitu memberi kesempatan dan mengatur pemanfaatan ODTWA untuk tujuan pariwisata yang bersifat komersial kepada pihak ketiga dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat setempat.
 - 6) Aspek pemasaran, yaitu dengan memanfaatkan teknologi serta bekerja sama dengan berbagai pihak baik dalam negeri maupun luar negeri dlam

kegiatan promosi, seperti media masa, internet, brosur, leaflet, dan lain sebagainya.

- 7) Aspek peran serta masyarakat, yaitu melalui pemberian kesempatan usaha bagi masyarakat sehingga berdampak pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.
 - 8) Aspek penelitian dan pengembangan, meliputi aspek fisik lingkungan, dan sosial ekonomi dari ODTWA, sehingga nantinya mampu menyediakan informasi bagi pengembangan dan pembangunan kawasan, kebijaksanaan dan arahan pemanfaatan ODTWA
- d. Inventarisasi terhadap potensi ODTWA perlu dilakukan dengan segera secara bertahap sesuai prioritas dengan memperhatikan nilai keunggulan saing dan keunggulan banding, kekhasan obyek, kebijaksanaan pengembangan serta ketersediaan sumber daya berupa dana dan tenaga dalam rangka pengembangan ODTWA.
 - e. Potensi ODTWA yang sudah teridentifikasi segera diinformasikan dan dipromosikan.
 - f. Perlu diupayakan suatu pengembangan pendidikan konservasi melalui pengembangan sistem interpretasi ODTWA dan kerjasama dengan instansi terkait dalam rangka optimalisasi fungsi ODTWA.
 - g. Sistem kemitraan dengan pihak swasta dan lembaga swadaya masyarakat perlu dikembangkan dalam rangka mendukung optimalisasi pengembangan ODTWA.
 - h. Pengembangan ODTWA menjadi bagian dari sistem pengembangan pariwisata daerah dan pengembangan wilayah, dimana secara langsung maupun tidak langsung berdampak positif bagi masyarakat setempat.