

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

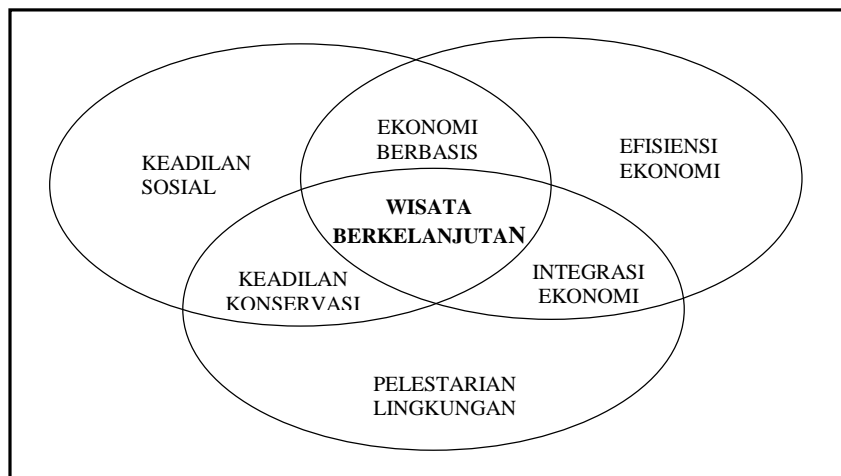
2.1 Pengelolaan Lingkungan

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup menyatakan bahwa lingkungan hidup yang baik dan sehat merupakan hak asasi dan hak konstitusional bagi setiap warga negara Indonesia. Perlindungan dan pengelolaan lingkungan hidup dilaksanakan berdasarkan asas tanggung jawab negara, kelestarian berkelanjutan, keserasian dan keseimbangan, keterpaduan, manfaat, kehati-hatian, keadilan, ekoregion, keanekaragaman hayati, pencemar membayar, partisipatif, kearifan lokal, tata kelola pemerintah yang baik dan otonomi daerah. Prinsip berkelanjutan berdimensi pengelolaan yang berkelanjutan fungsi dan manfaat sumber daya alam dan menjaga kelestarian untuk keseimbangan ekologi bagi kehidupan makhluk hidup karena lingkungan memiliki keterbatasan daya dukung dan daya tampung dalam memenuhi kehidupan manusia.

Pariwisata merupakan sektor ekonomi yang menggunakan sumber daya lingkungan sebagai modal industri. Keindahan sektor pariwisata, kepuasan wisatawan, dan perlindungan ekosistem bekerja sinergis dan merupakan sumber daya utama bagi industri pariwisata. Penentuan kebijakan pariwisata akan berhasil apabila memperhatikan faktor lingkungan yang merupakan manifestasi sektor pariwisata. Rumusan pertama dari pariwisata berkelanjutan dimulai dalam Deklarasi Manila (1980) dan dalam perjanjian antara Organisasi Pariwisata Dunia (WTO) serta Program Lingkungan Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNEP) tentang pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang mengarah pada pengelolaan semua sumber daya secara bertanggung jawab sehingga kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat dipenuhi. Di samping itu, perlu mempertahankan integritas budaya, ekologi, keanekaragaman hayati dan sistem pendukung kehidupan. Produk pariwisata berkelanjutan adalah sebuah proses yang bekerja selaras dengan lingkungan, komunitas, dan budaya setempat. Pariwisata berkelanjutan pun ditegaskan dalam Konferensi Dunia di Lanzarote

pada tahun 1995 yang menghasilkan rumusan bahwa pengembangan pariwisata harus didasarkan pada kriteria keberlanjutan, yang berarti harus dapat ditanggung secara ekologis dalam jangka panjang, serta secara layak ekonomi, dan adil secara etika dan sosial bagi masyarakat lokal. Hal ini menyimpulkan pada kehadiran tiga dimensi yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial.

Pentingnya lingkungan hidup memerlukan adanya pelaksanaan konservasi lingkungan yang terkait baik di tingkat pusat hingga daerah melalui konsep lingkungan berkelanjutan yang menjamin setiap manusia mendapatkan haknya dengan baik di masa sekarang dan yang akan datang. Pembangunan berkelanjutan adalah upaya sadar dan terencana yang memadukan aspek lingkungan hidup, sosial dan ekonomi ke dalam strategi pembangunan untuk menjamin keutuhan lingkungan hidup serta keselamatan, kemampuan, kesejahteraan, dan mutu hidup lintas generasi. Pembangunan pariwisata berkelanjutan pada intinya berkaitan dengan usaha menjamin agar sumber daya alam, sosial dan budaya yang dimanfaatkan untuk pembangunan pariwisata pada generasi ini agar dinikmati generasi yang akan datang. Rogers *et al* (2008) menjelaskan 3 komponen pembangunan berkelanjutan dalam mendukung pariwisata berkelanjutan.



Gambar 5. Model Pembangunan Berkelanjutan Kepariwisatahan
Sumber : Dorobantu (2012) dalam Asmin (2018)

2.2 Pariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menyebutkan bahwa pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, dan pemerintah daerah. McIntosh dan Goldner (1986) menerangkan bahwa pariwisata dikatakan sebagai campuran kegiatan jasa, dan industri yang menjadikan pengalaman perjalanan seperti transportasi, akomodasi, perumahan, makanan dan minuman, toko, fasilitas kegiatan, dan pelayanan jasa yang tersedia bagi perorangan maupun kelompok yang sedang perjalanan di luar tempat tinggalnya (Siahaan, 2008). Ditambahkan pula, terdapat 4 unsur penting guna memberikan batasan yaitu:

1. Wisatawan (*tourist*) yaitu orang yang melakukan perjalanan wisata;
2. Para pemasok (*business suppliers*) yaitu perusahaan yang menyediakan kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*), serta pelayanan (*services*);
3. Pemerintah (*host government*) yaitu lembaga yang memiliki wewenang dalam menetapkan kebijakan, mengarahkan dan mengatur agar wisatawan dapat terlayani dengan baik;
4. Masyarakat (*host community*) yaitu tuan rumah yang memberikan pelayanan kepada wisatawan.

2.1.1 Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009, dijelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan. Daya tarik wisatawan dijelaskan dalam 3 hal yakni :

1. Iklim, fauna, flora, topografi, pemandangan, dan lain-lain termasuk dalam benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta (*natural amenities*);
2. Benda-benda bersejarah, kebudayaan dan sistem religi termasuk dalam hasil ciptaan manusia (*man made supply*);

3. Adat istiadat dan kebiasaan masyarakat termasuk dalam tata cara kehidupan masyarakat (*the way of live*).

Pada *spot* suatu daerah yang menjadi tujuan wisata memiliki citra (*image*) tersendiri yakni *mental maps* seseorang dalam suatu destinasi yang mengandung keyakinan, kesan dan persepsi. Daya tarik destinasi terbagi dalam daya tarik alam, daya tarik dibangun, daya tarik budaya dan daya tarik sosial. Fasilitas dan jasa destinasi sarana akomodasi, rumah makan, bar, kafe, transportasi, kegiatan olah raga, *outlets* dan fasilitas serta jasa-jasa lainnya. Aksesibilitas mencakup infrastruktur, peralatan, faktor-faktor operasional, dan segala aturan pemerintah (Yoety, 1997).

2.1.2 *Tourism Area Life Cycle*

Tourism Area Life Cycle (TALC) yang sering disebut siklus hidup area wisata mulai diperkenalkan oleh Butler pada tahun 1980. Kawasan wisata melewati siklus melalui evolusi serta kurva berbentuk S untuk mengilustrasikan berbagai tahap popularitas (Butler, 1980). Perkembangan dunia wisata mendorong penelitian lebih lanjut dalam tiap destinasi wisata karena setiap daerah memiliki karakteristik yang berbeda-beda, sehingga kedinamisan suatu pengelolaan wilayah wisata sangatlah mungkin terjadi. TALC menjadi pendorong negara-negara berkembang yang memiliki potensi wisata dalam mengambil kebijakan dan strategi karena pariwisata menjadi salah satu faktor penentu majunya ekonomi suatu negara berkembang.

Suatu daerah wisata akan mengalami suatu siklus yang dibagi menjadi 4 bagian besar yakni *Discovery*, *Local control*, *Intitutionalism* dan *Stagnation, Rejuvenation or Decline*. Dengan perjalanan waktu maka suatu daerah wisata akan berada pada bagian tersebut sehingga berdampak pada jumlah kunjungan wisatawan. Empat bagian tersebut akan terbagi dalam 7 tahapan *Tourism Area Life Cycle* beserta ciri-ciri di tiap tahapan yang dapat dilihat dari

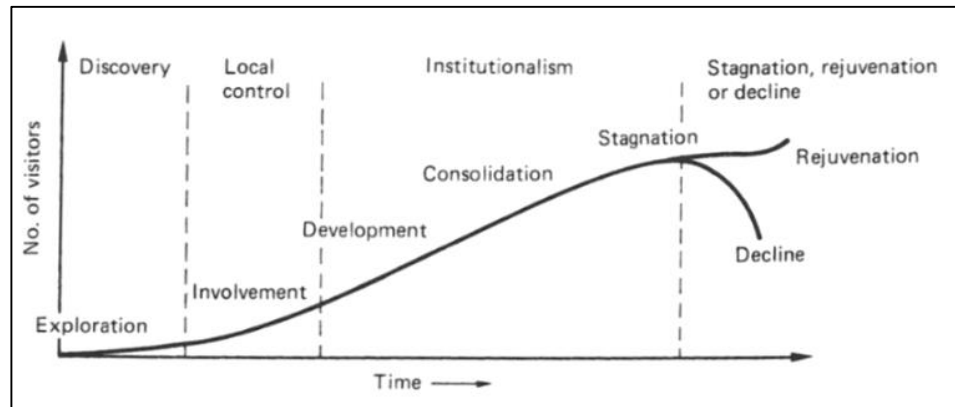
Tabel 2 berikut.

Tabel 2. Tahapan dan ciri-ciri dari TALC

No.	Tahapan	Ciri-Ciri
1.	Eksplorasi (<i>Exploration</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Penemuan area wisata baru oleh penjelajah, wisatawan, pelaku pariwisata, masyarakat lokal, atau pemerintah. b. Kunjungan wisatawan mulai terjadi meski relatif sedikit. c. Karakter daerah wisata umumnya masih alami dan minim fasilitas.
2.	Keterlibatan (<i>Involvement</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Mulai terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan terutama pada hari-hari libur. b. Peran pemerintah dan masyarakat lokal mulai terlihat dengan memberikan kontribusi dalam penyediaan fasilitas dan interaksi dengan wisatawan untuk akses masuk meski dalam skala terbatas. c. Promosi-promosi berskala kecil mulai dilaksanakan.
3.	Pembangunan (<i>Development</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. b. Mulai terjadi penanaman modal oleh investor asing dan lokal c. Tumbuhnya organisasi pariwisata, fasilitas yang lebih memadai, penyedia jasa pelayanan wisata asing dan atraksi wisata buatan. d. Tenaga kerja asing dan barang-barang impor mulai masuk untuk memenuhi permintaan wisatawan.
4.	Konsolidasi (<i>Consolidation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Jumlah kunjungan wisatawan masih tinggi meski tidak signifikan. b. Pengambilalihan kegiatan ekonomi oleh perusahaan jaringan internasional. c. Peningkatan standar pelayanan dan fasilitas wisata. d. Semakin gencar dilakukan promosi.
5.	Stagnasi (<i>Stagnation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Puncak tertinggi jumlah kunjungan wisatawan. b. Atraksi wisata buatan mendominasi sehingga berdampak pada perubahan citra awal wisata.
6.	Penurunan (<i>Decline</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Fasilitas wisata mulai alih fungsi dari fungsi awalnya. b. Wisatawan mulai merasakan bosan dengan atraksi wisata yang ada.
7.	Peremajaan (<i>Rejuvenation</i>)	<ul style="list-style-type: none"> a. Muncul inovasi baru di area wisata. b. Penataan ulang area wisata dan memberikan nuansa baru.

Sumber : (Butler, 1980)

Teori ini juga dipergunakan di daya tarik wisata Gancik Hill Top dalam rangka untuk mengetahui eksistensi dari daya tarik kawasan tersebut. Ditambahkan pula, teori ini diterapkan untuk melihat ciri-ciri infrastruktur yang ada di kawasan tersebut. Siklus hidup wisata dapat dilihat dari gambar berikut.



Gambar 6. Siklus Hidup Wisata (Butler, 1980)

2.3 Ekowisata

Organisasi *The International Ecotourism Society* (1990) memperkenalkan pertama kali tentang definisi ekowisata yaitu suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan bertujuan konservasi lingkungan dan pelestarian kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Pada awalnya, ekowisata dilakukan oleh pecinta alam yang mengharapkan suatu daerah tujuan wisata tetap utuh lestari, selain itu budaya dan kesejahteraan masyarakat tetap terjaga (Fandeli, 2002). Ekowisata diartikan sebagai suatu jenis pariwisata yang kegiatannya hanya untuk menikmati aktifitas yang berhubungan dengan lingkungan alam dengan segala bentuk kehidupan dalam kondisi alami dan cenderung sebagai ajang atau sarana lingkungan bagi wisatawan dengan tetap melibatkan masyarakat setempat (Yoety, 2000).

TIES (2000) menyatakan konsep yang berbeda dengan konsep wisata konvensional, maka ekowisata tersebut merupakan kegiatan wisata yang menempatkan perhatian yang cukup besar terhadap kelestarian sumber daya pariwisata. Masyarakat yang tergabung dalam organisasi ekowisata internasional memberikan arti bahwa ekowisata adalah perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (Damanik, 2006)).

Dari berbagai konsep di atas, ekowisata dapat dipandang dari 3 perspektif, yaitu ekowisata sebagai produk, ekowisata sebagai pasar, dan ekowisata sebagai pendekatan pengembangan. Ekowisata sebagai produk dapat diartikan bahwa semua atraksi yang berbasis sumber daya alam. Ekowisata sebagai pasar diartikan sebagai perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan. Ekowisata sebagai pendekatan pengembangan diartikan sebagai metode pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya pariwisata yang ramah lingkungan. Pengembangan ekowisata diterapkan dengan mencerminkan 2 prinsip lainnya yaitu prinsip edukasi dan prinsip wisata. Prinsip edukasi ini merupakan pengembangan ekowisata dimana semestinya mengandung unsur pendidikan sehingga dapat mengubah sikap dan perilaku seseorang untuk memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen pelestarian lingkungan dan budaya. Lain halnya dengan prinsip wisata dimana prinsip ini menerangkan bahwa pengembangan ekowisata harus dapat memberikan kepuasan dan pengalaman asli kepada wisatawan dan tetap memastikan ekowisata berkelanjutan.

Pemahaman tentang ekowisata di Indonesia dikenal sebagai suatu konsep pengembangan dan penyelenggaraan pariwisata yang berbasis pada :

- a. Pemanfaatan lingkungan untuk perlindungan dan pelestarian;
- b. Berintikan kepada partisipasi aktif yang dilakukan oleh masyarakat;
- c. Penerapan produk yang bermuatan pendidikan, pembelajaran dan rekreasi;
- d. Meminimalisir dampak negatif yang ditimbulkan;
- e. Memberikan kontribusi yang positif terhadap pembangunan ekonomi suatu daerah, yang berlaku untuk kawasan lindung, kawasan terbuka, kawasan alam binaan, dan kawasan budaya (Sekartjajarini, 2009).

Menurut Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi, Pariwisata Departemen Kebudayaan dan Pariwisata, dan WWF-Indonesia (2009), konsep ekowisata memiliki lima prinsip sebagai berikut:

a. *Naturebased*

Nature-based adalah produk dan pasar yang berdasar dari alam. Wisata alam merupakan bagian atau keseluruhan alam itu sendiri. Konsevasi sumber daya alam merupakan hal mendasar dalam pengembangan dan pengelolaan wisata alam.

b. *Ecologically sustainable*

Kestabilan ekologi merupakan perencanaan dan manajemen kawasan berkelanjutan secara ekologi. Semua fungsi lingkungan baik biologi, fisik, maupun sosial tetap berjalan dengan baik.

c. *Environmentally educative*

Pendidikan lingkungan ditujukan bagi pengelola dan pengunjung. Pendidikan adalah inti dari ekowisata yang membedakan dengan wisata alam lainnya. Pendidikan menciptakan suasana yang menyenangkan, bermakna, berkepedulian, dan apresiatif terhadap lingkungan. Kelestarian lingkungan dalam jangka panjang dapat berjalan dengan kegiatan pendidikan.

d. Bermanfaat untuk masyarakat lokal

Manfaat ini dapat secara langsung maupun tidak langsung. Manfaat langsung berupa, antara lain, masyarakat terlibat dalam kegiatan wisatawan, pelayanan terhadap wisatawan, dan penjualan barang-barang kebutuhan wisatawan. Manfaat tidak langsung berupa bertambahnya wawasan dari wisatawan atau pengelola.

e. Kepuasan bagi wisatawan

Kepuasan merupakan pemenuhan harapan wisatawan terhadap segala sesuatu yang ditawarkan (Maharani, 2016).

Aktifitas penting ekowisata berdasarkan pada usaha-usaha kegiatan pelestarian sumber daya alam dan budaya sebagai daerah tujuan wisata yang dapat dijadikan sumber ekonomi yang berkelanjutan, serta dikelola secara adil dan bijaksana. Ekowisata pada akhirnya menjadi filosofi dasar bagi pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan (Soedarto, 1999).

2.4 Potensi

Potensi pariwisata adalah segala hal dalam keadaan baik yang nyata dan dapat diraba maupun yang tidak dapat teraba, yang digarap, diatur dan disediakan sedemikian rupa sehingga dapat bermanfaat untuk diwujudkan sebagai kemampuan yang diperlukan guna menentukan bagi usaha dan pengembangan kepariwisataan, baik itu berupa suasana, kejadian, benda maupun layanan (Damardjati, 2001). Pembagian potensi daya tarik wisata adalah sebagai berikut:

1. *Site Attraction* yakni suatu tempat yang dijadikan daya tarik wisata seperti tempat-tempat tertentu yang menarik dan keadaan alam.
2. *Event Attraction* yakni suatu kejadian yang menarik untuk dijadikan momen kepariwisataan seperti pameran, pesta kesenian, upacara keagamaan, konvensi dan lain-lain (Yoety, 1996).

Potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah menjadikan suatu daerah sebagai daya tarik wisata. Daya tarik wisata umumnya didasarkan pada :

1. Adanya sumberdaya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk mengunjunginya.
3. Adanya ciri khusus atau prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
4. Obyek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam, pegunungan, sungai, dll.
5. Obyek wisata budaya yang mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara adat, bangunan bersejarah (Suwena, 2010).

Potensi pariwisata juga dijelaskan sebagai sumber daya yang terdapat di sebuah daerah tertentu yang dapat dikembangkan menjadi daya tarik wisata (*tourist attraction*) yang dimanfaatkan guna kepentingan ekonomi dengan tetap memperhatikan aspek-aspek lainnya (Pendit, 1999). Cooper *et al.*, (1993) menyebutkan aspek-aspek yang menjadi komponen utama pendukung daerah

tujuan wisata dikenal dengan “4A” adalah atraksi (*attraction*), amenitas, aksesibilitas dan pelayanan tambahan (*ancillary servive*):

a. Atraksi (*attraction*)

Atraksi atau obyek daya tarik wisata (ODTW) adalah komponen yang signifikan dalam menarik kunjungan wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata (Setiawan, 2015). Hal ini dapat didorong menjadi atraksi wisata atau yang dikenal dengan modal atau sumber kepariwisataan. Tiga modal atraksi yang menjadi daya tarik dalam kunjungan wisatawan yakni: (1) *natural resources* (alam) seperti iklim, gunung, danau, pantai, hutan, dan bukit; (2) atraksi budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa, situs arkeologi, benda-benda seni dan kerajinan, ritual atau upacara budaya, festival budaya, kegiatan dan kehidupan masyarakat sehari-hari, keramahtamahan, makanan; (3) atraksi buatan seperti olahraga, belanja, pameran, konferensi, festival. Modal pariwisata tersebut mengandung potensi yang layak untuk dikembangkan. Modal kepariwisataan dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata di tempat modal wisata ditemukan (*in situ*) dan di luar tempatnya yang asli (*ex situ*). Atraksi wisata dibedakan lagi menjadi atraksi penahan dan atraksi penangkap wisatawan.

b. Amenitas

Amenitas merupakan segala macam prasarana dan sarana yang dibutuhkan oleh wisatawan dalam pemenuhan kegiatan di daerah tujuan wisata. Sarana prasarana tersebut diantaranya adalah akomodasi (penginapan), usaha makanan dan minuman, serta transportasi dan infrastruktur. Prasarana yang cukup dibutuhkan untuk pembangunan sarana wisata adalah jalan raya, persediaan air, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah dll (Setiawan, 2015). Pembangunan prasarana pada umumnya dilakukan sebelum pembangunan sarana. Namun ada saatnya sarana dan prasarana dibangun bersama-sama dalam rangka

pembangunan daerah tujuan wisata. Terdapat batasan bahwa amenities bukan merupakan daya tarik bagi wisatawan, namun dengan kurangnya amenities akan menjadikan wisatawan menghindari destinasi tertentu.

c. Aksesibilitas

Aksesibilitas pariwisata dimaksudkan sebagai segenap sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk mencapai suatu destinasi maupun tujuan wisata terkait (Sunaryo, 2013). Faktor-faktor yang memungkinkan terjadinya transferabilitas adalah konektivitas antar daerah yang satu dengan daerah yang lain, tidak adanya penghalang yang merintangi adanya transferabilitas antar daerah, tersedianya sarana angkutan antar daerah.

d. Pelayanan tambahan (*ancillary service*)

Ancillary service lebih ditekankan pada ketersediaan sarana dan fasilitas umum yang digunakan oleh wisatawan yang juga mendukung terselenggaranya kegiatan wisata (Sunaryo, 2013). Selain itu, *ancillary service* mencakup keberadaan berbagai organisasi untuk memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran kepariwisataan daerah tujuan wisata (Sugiyama, 2011). Pemerintah daerah dari suatu daerah tujuan wisata harus memberikan pelayanan tambahan bagi wisatawan ataupun pelaku pariwisata (Suwena, 2010). Pelayanan yang dimaksud antara lain pemasaran, pembangunan fisik serta mengakomodir berbagai macam aktivitas disertai perundang-undangan baik di daerah tujuan wisata ataupun fasilitas lain (Suwena, 2010). Pengembangan daerah tujuan wisata harus dirancang dengan mengacu pada potensi daya tarik yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut dengan berpedoman pada kriteria keberhasilan pembangunan yang meliputi berbagai kelayakan yakni :

1. Kelayakan finansial

Studi kelayakan ini memperhitungkan secara komersial dari pembangunan daerah tujuan wisata tersebut. Sejak awal telah dilakukan perhitungan laba rugi.

2. Kelayakan sosial ekonomi regional

Studi kelayakan ini dilaksanakan untuk memperlihatkan investasi yang menjadi modal pembangunan daerah tujuan wisata yang berdampak sosial ekonomi regional serta menciptakan lapangan pekerjaan dan kesempatan berusaha, peningkatan pendapatan devisa dsb.

3. Kelayakan teknis

Pembangunan daerah tujuan wisata semestinya dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan memperlihatkan daya dukung yang tersedia.

4. Kelayakan lingkungan

Analisis Dampak Lingkungan menjadi salah satu pedoman kegiatan pembangunan suatu daerah tujuan wisata. Pembangunan daerah tujuan wisata bukan sekedar untuk merusak lingkungan namun juga memberikan manfaat sumber daya alam guna kebaikan manusia serta meningkatkan kualitas hidup manusia.

Suatu destinasi pariwisata hendaknya memenuhi beberapa syarat, yaitu (a) ketersediaan sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*); (b) sesuatu yang dapat dilakukan (*something to do*); dan (c) sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*) (Suwena, 2010). Perkembangan spektrum pariwisata yang makin luas, menyebabkan syarat tersebut perlu ditambah, yaitu: (d) sesuatu yang dinikmati, yakni hal-hal yang memenuhi selera dan cita rasa wisatawan; dan (e) sesuatu yang berkesan, sehingga mampu menahan wisatawan dalam waktu yang lebih lama atau merangsang kunjungan ulang.

Di samping 4 komponen daerah tujuan wisata, terdapat satu prinsip yaitu CBT (*Community Based Tourism*). Ada 2 pendekatan yang berkaitan dengan

penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks wisata. Pendekatan pertama dikaitkan dengan sistem perencanaan formal, sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata. Pendekatan kedua, cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan partisipatif yang lebih *concern* dengan ketentuan dan pengaturan yang lebih seimbang antara pembangunan dan perencanaan terkendali. Pendekatan ini lebih menitikberatkan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dan dampak pembangunan wisata (Garrod, 2001).

2.5 Daya Dukung

Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan Dan Pengelolaan Lingkungan Hidup pasal 1 ayat 7 menerangkan bahwa daya dukung lingkungan hidup adalah kemampuan lingkungan hidup untuk mendukung perikehidupan manusia, makhluk hidup lain, dan keseimbangan antar keduanya. Sedangkan daya tampung lingkungan hidup merupakan kemampuan lingkungan hidup untuk menyerap zat, energi, serta komponen lain yang masuk atau dimasukkan ke dalamnya.

Peraturan Menteri Negara Lingkungan Hidup Nomor 17 Tahun 2009 Tentang Pedoman Penentuan Daya Dukung Lingkungan Hidup dalam Penataan Ruang Wilayah menerangkan penentuan daya dukung lingkungan hidup dilakukan melalui perhitungan kapasitas lingkungan alam dan sumber daya guna mendukung kegiatan manusia atau penduduk yang menggunakan ruang bagi kelangsungan hidup. Tingginya kapasitas lingkungan alam dan sumber daya dipengaruhi oleh keadaan dan karakteristik sumber daya yang tersedia di hamparan ruang tersebut. Kapasitas ini akan menjadi faktor pembatas dalam penentuan pemanfaatan ruang yang tepat.

Terdapat 2 aspek dalam pemanfaatan wisata yang secara integral berkaitan dengan daya dukung, antara lain adalah melindungi sumber daya dan kualitas pengalaman berwisata (Sayan dan Atik, 2001). Dalam pemahaman umum, daya dukung berhubungan dengan jumlah dan tipe pemanfaatan yang dapat diterima

oleh kawasan lindung dan areal terkait tanpa berdampak negatif terhadap kawasan dan kualitas berwisata (Manning, 2001).

Bahar (2004) menyatakan bahwa pendugaan nilai daya dukung suatu daerah tujuan wisata ditentukan oleh 3 aspek utama, yakni:

1. Kepekaan sumber daya alam dan *site productivity*, yang terkait dengan karakteristik biofisiknya yang antara lain meliputi kualitas udara, tanah, air, stabilitas ekosistem dan erosi tanah.
2. Bentuk, cara dan laju penggunaan disertai level apresiasi dari pengguna sumber daya alam dan lingkungan.
3. Bentuk pengelolaan baik fisik maupun non fisik yang memiliki tujuan secara jelas dan berjangka panjang. Hal ini erat kaitannya kapasitas sistem infrastruktur serta fasilitas lain yaitu jalan raya, air, pengolahan limbah, pengolahan sampah padat (Purwanto *et al.*, 2014).

Daya dukung juga meliputi daya dukung berupa biogeofisik, sosial budaya dan sosial ekonomi dari suatu daerah tujuan wisata dalam menunjang kegiatan pariwisata tanpa mengurangi kualitas lingkungan dan kepuasan wisatawan. Soemarwoto (2004) menyatakan bahwa faktor geobiofisik di suatu daerah wisata alam memberikan pengaruh terhadap kuat rapuhnya suatu ekosistem terhadap daya dukung wisata alam. Suatu ekosistem yang kuat akan memiliki daya dukung yang kuat pula, hal ini dibuktikan dengan dapat menerima jumlah besaran wisatawan karena akan pulih kembali meski dalam keadaan rusak (Purwanto *et al.*, 2014).

Konsep daya dukung adalah suatu konsep yang tidak sulit namun tidak mudah untuk dapat dilakukan perhitungan sehingga tidak tersedia standar baku untuk menghitungnya. Konsep ini sangat variatif terhadap waktu, iklim dan karakteristik sesuai daerah tujuan wisata seperti daerah pesisir, kawasan lindung, rural, pegunungan, dan kawasan sejarah. Douglas (1979) mengartikan daya dukung lingkungan wisata sebagai jumlah wisatawan yang menggunakan suatu areal untuk berwisata yang masih dapat didukung oleh areal tersebut dengan ditandai tanpa adanya perubahan pada kualitas wisata (Fandeli, 2002).

Daya dukung lingkungan juga menjadi pertimbangan dalam upaya mempertahankan kualitas lingkungan, keselamatan pengunjung dan kualitas pengalaman wisata lokasi (Simón *et al.*, 2004). Ada beberapa komponen untuk dapat menghitung daya dukung wisata, antara lain:

1. Daya dukung fisik.

Daya dukung ini berhubungan dengan kemampuan lingkungan yang tergantung pada kapasitas sumber daya alam, sistem dan kemampuan lingkungan untuk mengasimilasi dampak. Contohnya adalah kemampuan ekologis lahan, iklim seperti pengaruh frekuensi dan curah hujan.

2. Daya dukung biologi.

Daya dukung ini berhubungan dengan ekosistem dan penggunaannya secara ekologi. Contohnya adalah flora fauna, habitat alam dan bentang alam.

3. Daya dukung sosial budaya masyarakat.

Daya dukung ini terutama berkaitan dengan masyarakat penerima wisatawan yang berupa keragaman budaya dan adat istiadat penduduk.

2.6 Strategi Pengembangan

Strategi pengembangan daerah tujuan wisata diharapkan dalam rangka peningkatan produktifitas sumber daya hutan dalam aspek pembangunan ekonomi regional maupun nasional dan dihadapkan pada kondisi interaksi kawasan hutan, pemerintah, masyarakat dan pihak swasta dalam suatu tata ruang wilayah, yang meliputi (Departemen Kehutanan, 2007):

- a. Aspek Perencanaan Pembangunan Daerah Tujuan Wisata

Aspek ini mencakup sistem perencanaan kawasan, penataan ruang, standarisasi, identifikasi potensi, koordinasi antar sektoral, pembiayaan serta sistem informasi.

b. Aspek Kelembagaan

Aspek ini meliputi pemanfaatan dan peningkatan kapasitas lembaga sebagai mekanisme yang mengatur berbagai kebijakan secara operasional.

c. Aspek Sarana Dan Prasarana

Aspek ini memiliki 2 sisi kepentingan, yakni : (1) alat pemenuhan kebutuhan pariwisata alam, (2) alat pengendali keseimbangan lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana.

d. Aspek Pengelolaan

Aspek ini meliputi pengembangan profesionalisme dan pengelolaan daerah tujuan wisata yang mendorong kegiatan wisata alam serta pemanfaatan potensi secara lestari.

e. Aspek Pengusahaan

Aspek ini melalui pemberian kesempatan dan pemanfaatan daerah tujuan wisata demi tujuan komersial wisata kepada pihak ketiga serta membuka lapangan kerja masyarakat setempat.

f. Aspek Pemasaran

Aspek ini memanfaatkan teknologi dan kerjasama dari berbagai pihak dari dalam atau luar negeri.

g. Aspek Peran Serta Masyarakat

Aspek ini meliputi kesempatan usaha serta turut membantu peningkatan kesejahteraan masyarakat.

h. Aspek Penelitian Dan Pengembangan

Aspek ini berupa aspek fisik lingkungan dan sosial ekonomi dari daerah tujuan wisata yang diharapkan akan mampu menyediakan informasi bagi pembangunan dan pengembangan kawasan, kebijakan dan strategi pemanfaatan daerah tujuan wisata.

Perencanaan adalah tahap awal dari pengembangan dalam mencapai tujuan tertentu. Tahap perencanaan diharapkan mampu terpadu dalam pelibatan segala pihak dan tetap mengacu pada rencana pengembangan lokal, regional, nasional.

Kriteria-kriteria yang harus diperhatikan dalam tahap perencanaan adalah sebagai berikut (PKKH, 2001):

- a. Rencana pengembangan ekowisata yang semestinya berpedoman pada rencana pengelolaan kawasan;
- b. Mempertimbangkan kondisi lingkungan atau ekologi;
- c. Mempertimbangan daya tarik, karakteristik alam dan prospek pemasaran daya tarik;
- d. Mempertimbangkan kondisi sosial, ekonomi dan budaya;
- e. Memperhatikan tata ruang;
- f. Melaksanakan analisa potensi dan kendala terhadap potensi sumber daya dan karakter alam, analisa usaha, analisa dampak lingkungan, analisa ekonomi, analisa pemanfaatan ruang, analisa sosial;
- g. Merancang *action plan* dengan berdasarkan analisa yang telah dilakukan sebelumnya;
- h. Melaksanakan *public hearing* terhadap rencana yang akan dikembangkan

Pengelolaan dikatakan berhasil jika suatu daerah tujuan wisata terdapat dukungan dan penghargaan oleh masyarakat setempat. Terdapat 3 alasan utama dalam pelibatan masyarakat untuk pengembangan pariwisata yakni alasan moral, ekonomi dan lingkungan. Pemanfaatan nilai dan jasa lingkungan, keunikan seni dan budaya masyarakat semestinya dapat meningkatkan dampak positif bagi masyarakat di samping turut menunjang pengembangan wilayah dan pelestarian lingkungan. Nilai tambah ekonomi yang didapatkan oleh masyarakat akan memberikan motivasi demi tujuan konservasi sumber daya alam, seni dan budaya (Sulthoni, 2000). Ekowisata dikembangkan harus dipandang sebagai sebuah aktifitas pembangunan biasa saja dalam kerangka pemberdayaan masyarakat lokal. Pada akhirnya ekowisata akan menjadi piranti demokratisasi dalam pengelolaan sumber daya alam sekaligus sebagai bentuk apresiasi terhadap kekayaan yang dimiliki oleh masyarakat lokal. Roda perekonomian di dalam masyarakat dapat meningkatkan *multiplier effect* sehingga berdampak pada

perkembangan perekonomian lokal. Pada jangka panjang, kondisi ini akan memotivasi masyarakat dalam melestarikan aset wisata di kawasan tersebut.

2.7 SWOT

Bryson (1999) menyatakan bahwa strategi adalah pola tujuan, kebijakan program atau lokasi sumber daya yang dapat menentukan apakah sebuah organisasi tersebut, apa yang dikerjakan dan mengapa organisasi melakukan tersebut. Sehingga strategi merupakan perpanjangan dari misi untuk membangun jembatan antara sebuah organisasi dengan lingkungannya (Purwanto *et al.*, 2014). Pentahapan penyusunan strategi merupakan kegiatan yang paling menantang dan menarik dalam proses manajemen strategi. Proses pembuatan strategi terdiri atas 4 elemen yakni :

1. Identifikasi masalah strategis yang akan dihadapi dalam suatu organisasi;
2. Pengembangan dari alternatif strategi yang telah ada;
3. Evaluasi dari alternatif;
4. Penentuan pemilihan strategi yang tepat dari berbagai alternatif yang ada.

Analisis strategi pengembangan ekowisata penelitian kali ini menggunakan metode SWOT. Analisis SWOT adalah analisis untuk mengidentifikasi faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi yang didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*) tetapi secara bersamaan dapat mengurangi kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2014), antara lain:

1. Mampu memberikan gambaran dari 4 dimensi kekuatan (*strengths*), peluang (*opportunities*), kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) sehingga dalam pengambilan keputusan dapat lebih komprehensif.
2. Mampu menjadi rujukan pembuatan rencana jangka panjang.
3. Mampu memberikan pemahaman kepada para *stakeholder* dalam satu ikatan komunikasi dan kerjasama.
4. Mampu menjadi penilaian secara rutin dalam melihat *progress report* dari setiap keputusan yang telah dibuat.

Analisis faktor strategis terdiri dari analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal. Faktor internal memberikan pengaruh terbentuknya kekuatan dan kelemahan, pada konsep ini menyangkut dengan kondisi fisik ekowisata, internal lembaga dan masyarakat setempat yang mempengaruhi kebijakan pengelolaan ekowisata. Sedangkan faktor eksternal memberikan pengaruh terbentuknya peluang dan ancaman, dimana berkaitan dengan kondisi ekonomi-sosial-budaya pengunjung dan *stakeholder* lain yang mempengaruhi kebijakan pengelolaan ekowisata. Analisis faktor internal dilaksanakan dengan menggunakan matrik faktor strategi internal (*Internal Strategic Factors Analysis Summary/ IFAS*), sedangkan analisis faktor eksternal menggunakan matrik faktor strategi eksternal (*Eksternal Strategic Factors Analysis Summary/ EFAS*).

Perencanaan dari suatu strategi memiliki tujuan agar lembaga atau organisasi dapat memandang objektif segala kondisi internal maupun eksternal sehingga mampu mengantisipasi perubahan lingkungan eksternal. Analisis SWOT merupakan suatu metode perencanaan strategis yang dilakukan dalam rangka evaluasi faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang kemungkinan dapat terjadi dalam mencapai tujuan dari kegiatan suatu organisasi dalam skala yang lebih luas. Dalam pemenuhan hal tersebut, dibutuhkan kajian dari aspek lingkungan yang bersumber dari internal maupun eksternal yang dapat mempengaruhi pola strategis organisasi untuk mencapai tujuan (Rangkuti, 2014). Ada beberapa metodologi dalam penyusunan analisa SWOT, yakni :

- a. Mengidentifikasi *existing strategy* yang telah tersedia dalam organisasi sebelumnya. Strategi ini mungkin bukan merupakan strategi yang disusun pada kebutuhan organisasi dalam menghadapi gejala eksternal yang ada namun merupakan strategi turunan yang telah ada sejak alam dipegang oleh organisasi;
- b. Mengidentifikasi perubahan lingkungan yang dihadapi organisasi dan yang akan terjadi akan datang;

- c. Membuat *cross tabulation* antara strategi sekarang dengan lingkungan yang berubah;
- d. Memilih kategori kekuatan dan kelemahan menurut penilaian mengenai kesesuaian strategi saat ini dengan perubahan lingkungan yang akan datang.