

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pengertian Pariwisata

Secara etimologi istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta “*pari*” yang berarti ‘seluruh, semua atau penuh’ dan “*wisata*” yang berarti ‘perjalanan’. Pariwisata dimaknai sebagai perjalanan yang penuh atau lengkap, yaitu bepergian dari suatu tempat tertentu ke satu atau beberapa tempat lain, singgah atau tinggal beberapa saat tanpa bermaksud untuk menetap, dan kemudian kembali ke tempat asal (Gamal, 2001:3; Soebagyo, 2010:70). Pengertian semacam itu adalah rancu apabila dikaitkan dengan pemakaiannya di dalam praktik. Pariwisata telah diterima secara luas sebagai padanan dari kata “*tourim*” dalam bahasa Inggris atau “*toerisme*” dalam bahasa Belanda.

Di dalam bahasa Inggris dibedakan antara *travel*, *tour*, dan *tourism*. Kata *travel* artinya adalah “perjalanan” yang sepadan dengan kata wisata, sedangkan kata *tour* artinya adalah “perjalanan berkeliling” yang sepadan dengan kata pariwisata. Tambahan kata “*ism*” di belakang kata “*tour*” merujuk pada faham atau fenomena yang berkaitan dengan perjalanan yang dilakukan. Salah satu faham yang dimaksudkan adalah: bahwa tujuan dari perjalanan adalah untuk kegiatan rekreasi, dan sama sekali tidak dimaksudkan untuk bekerja atau tinggal menetap di tempat yang dituju (Soebagyo, 2010:70).

Cooper et al. (1993) mendefinisikan pariwisata sebagai “rangkaiannya kegiatan berupa perjalanan sementara ke tempat tujuan tertentu di luar rumah atau tempat kerja, tinggal sementara di tempat tujuan dan menikmati fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan”. Terdapat berbagai definisi pariwisata dengan berbagai perspektif yang seringkali tumpang tindih sehingga menimbulkan kerancuan makna yang membingungkan bagi upaya pengelolaannya.

Definisi operasional diperlukan agar pariwisata dan kepariwisataan dapat diselenggarakan dan dikelola dengan tepat sehingga menghasilkan manfaat yang sebesar-besarnya. Sulit dibayangkan apabila pariwisata diselenggarakan dan dikelola berdasarkan definisi yang berbeda-beda dan saling tumpang tindih. Di era peradaban modern definisi pariwisata ternyata telah berkembang lebih luas dan progresif. Di dalam praktik bermunculan jenis-jenis wisata yang sebelumnya tidak dikenal atau pengertiannya masih tumpang tindih seperti: wisata bisnis, wisata medis, wisata sipiritual/religi, wisata alam, ekowisata, wisata alam liar, wisata petualangan, wisata alternatif, wisata halal, dan sebagainya.

Berkenaan dengan perkembangan itu, *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) merumuskan definisi pariwisata yang terjemahan bebasnya sebagai berikut (UNWTO, 2013):

“pariwisata adalah aktifitas perjalanan dan tinggal seseorang atau kelompok di luar tempat tinggal dan lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan untuk berwisata, bisnis, atau tujuan lain dengan tidak untuk bekerja di tempat yang dikunjungi tersebut”.

Definisi operasional tentang pariwisata dan kepariwisataan yang berlaku di Indonesia adalah definisi menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata. Menurut undang-undang tersebut, segala hal yang berkaitan dengan kepariwisataan didefinisikan sebagai berikut:

**Pasal 1 (ayat (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.

**Pasal 1 ayat (2)**

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

**Pasal 1 ayat (3)**

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

**Pasal 1 ayat (4)**

Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

**Pasal 1 ayat (7)**

Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.

**Pasal 1 ayat (9)**

Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

## **2.2 Infrastruktur Pariwisata**

Pariwisata adalah salah satu industri penting di banyak negara. Hasil studi para peneliti terdahulu menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap beberapa hal seperti: kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, perkembangan budaya, dan pembangunan infrastruktur. Infrastruktur dan fasilitas adalah faktor kunci bagi pengembangan pariwisata di suatu wilayah atau negara (Abdullah et al., 2014). Menurut Grigorescu (2006), peran infrastruktur publik adalah sangat vital bagi pertumbuhan ekonomi

wilayah, dan penyebab utama kegagalan dalam mendatangkan investasi asing adalah buruknya infrastruktur. Lebih lanjut, salah satu faktor kunci yang mampu menarik kunjungan turis domestik maupun asing adalah infrastruktur publik dan/atau infrastruktur pariwisata itu sendiri. Infrastruktur publik pada umumnya diklasifikasikan menjadi lima kategori, yaitu: (1) Air dan sanitasi; (2) Telekomunikasi; (3) Listrik; (4) Jalan; dan (5) Bandar udara dan/atau pelabuhan (Abdullah et al., 2014).

Selain infrastruktur publik, dikenal juga infrastruktur pariwisata. Infrastruktur pariwisata didefinisikan sebagai “elemen-elemen fisik yang dirancang dan dipersiapkan untuk memenuhi kebutuhan turis” (Adebayo, Iweka, 2014). Beberapa pakar membedakan antara infrastruktur dengan suprastruktur. Suprastruktur adalah struktur yang bergantung pada keberadaan dan kesiapan infrastruktur. Jika infrastruktur tidak ada atau belum siap, maka suprastruktur juga tidak ada.

Infrastruktur pariwisata meliputi beberapa item antara lain: (1) Fasilitas penunjang (*ancillary facilities*) dan fasilitas komplementer (*complementary facilities*); (2) Peralengkapan; (3) Sistem, proses, dan sumber daya untuk membuat suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) menjadi berfungsi.

Berdasarkan fungsinya infrastruktur pariwisata dibedakan menjadi tiga kategori, yaitu: (a) Infrastruktur primer; (b) infrastruktur sekunder; dan (c) suprastruktur (Popesku, 2011):

#### **a. Infrastruktur Primer**

Infrastruktur utama yang membuat Daerah Tujuan Wisata (DTW) dapat diakses oleh para turis. Infrastruktur primer terdiri dari: jalan, bandar udara, pelabuhan, rel dan stasiun kereta api, dan sebagainya.

#### **b. Infrastruktur Sekunder**

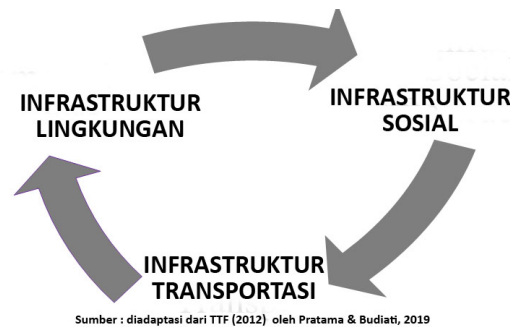
Infrastruktur yang membuat DTW atau tempat wisata dikunjungi dan dinikmati keberadaannya, suasana dan nuansa, keindahan, kenyamanan, dan keunikannya. Termasuk dalam kategori infrastruktur sekunder adalah: objek atau kegiatan wisata yang menjadi alasan kunjungan, layanan umum, layanan wisata, dan layanan kesehatan.

#### **c. Suprastruktur**

Suprastruktur adalah elemen-elemen fisik dan non fisik yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan turis akan akomodasi seperti: hotel/penginapan, rumah makan, cafe/bar, sarana olahraga & permainan (*game*), areal camping, sarana hiburan, dan lain-lain.

Forum Turisme & Transport/TTF (2012), menyatakan bahwa infrastruktur pariwisata adalah rantai pasok (*supply chain*) wisata yang terdiri dari tiga domain/ranah, yaitu: (a) Infrastruktur Transportasi; (b) Infrastruktur Lingkungan; dan (c) Infrastruktur Sosial. yang berkolaborasi pada level regional untuk menciptakan DTW yang atraktif (dapat

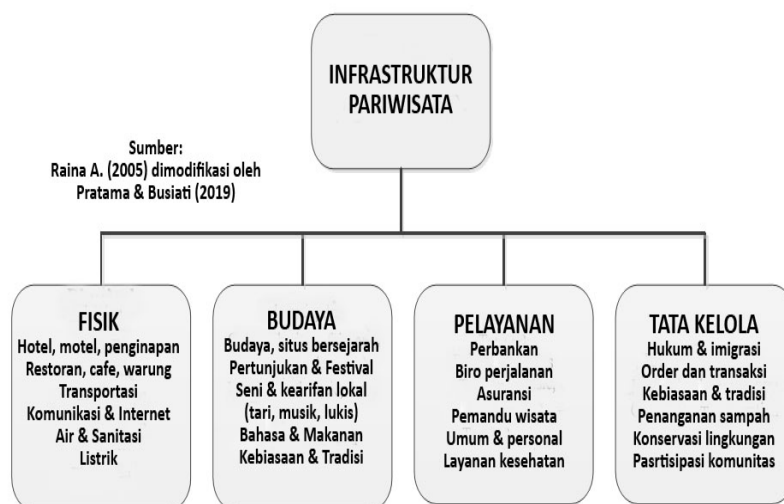
membangkitkan daya tarik & minat). Interaksi rantai pasok diantara tiga domain infrastruktur tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Interaksi Rantai Pasok (Supply Chain) 3 Infrastruktur Pariwisata**

Ketika kepariwisataan berkembang menjadi makin kompleks dan rumit sejalan dengan munculnya fenomena globalisasi akibat penetrasi teknologi komunikasi digital dan internet, maka infrastruktur pariwisata juga ikut berkembang, ditandai dengan munculnya kebutuhan infrastruktur yang sebelumnya tidak ada. DTW yang sebelumnya hanya bisa diakses secara fisik melalui transportasi darat, udara atau laut, sekarang bisa diakses secara maya (*virtual*) melalui komputer/laptop dan telpon berbasis koneksi internet.

Revolusi industri 4.0 menghadirkan fenomena *Internet of Thing* (IoT) dimana semua benda atau urusan dapat saling terhubung melalui internet. Internet dengan segala perlengkapan fisik pendukungnya telah menjadi infrastruktur pariwisata primer melengkapi ketiga infrastruktur konvensional sebelumnya: transportasi, lingkungan, dan sosial. Di sisi lain, kompleksitas problem kepariwisataan juga meningkat sejalan dengan hadirnya IoT. Hal itu memerlukan pengelolaan yang lebih terstruktur dan terintegrasi sehingga penyelenggaraan pariwisata dapat mencapai tujuan dan sasaraannya dengan sesedikit mungkin komplikasi atau faktor penyulit. Konsekuensinya, infrastruktur pariwisata membutuhkan klasifikasi baru yang lebih komprehensif sebagaimana digambarkan pada bagan berikut ini:



**Gambar 2. 2 Infrastruktur Pariwisata Komprehensif**

## **2.3 Objek, Daya Tarik, dan Sumber Daya Pariwisata**

### **2.3.1 Objek Pariwisata**

Objek wisata adalah tempat yang dijadikan sasaran kunjungan turis karena memiliki sumber daya alami maupun buatan. Objek wisata memiliki daya tarik yang dapat membangkitkan “rasa tertarik” dan minat turis untuk datang berkunjung dan merasakan sensasi yang dapat dirasakan dengan hadir di tempat wisata (Itamar, 2016). Contoh sumber daya alami antara lain keindahan panorama alam pegunungan, hutan, atau pantai seperti: (1) Alam Pegunungan Bromo, Dieng, dan Tangkuban Perahu; (2) Alam Taman Hutan Raya (Tahura) Juanda, Taman Hutan Nasional Kerinci; dan (3) Alam pantai Sanur, Pelabuhan Ratu, Pangandaran, atau Carita. Sumber daya buatan antara lain: Taman Ria Ancol, Taman Safari I dan II, Jatim Park I, II, dan III.

Interaksi antara elemen-elemen fisik berupa manusia, objek, tempat, panorama, atau lingkungan dengan elemen non fisik seperti; keindahan, nuansa, dan suasana, seni – budaya, keunikan dan daya tarik dapat membentuk satu kesatuan (entitas) berupa Daerah Tujuan Wisata (DTW).

### **2.3.2 Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata adalah kekuatan inti yang mampu membangkitkan ketertarikan dan minat turis untuk datang berkunjung dan /atau tinggal di DTW. Pasal 1 ayat (5) UU Kepariwisata No. 10/2009 menyebutkan:

“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”.

Daya tarik wisata ini menentukan tingkat kepuasan dan kenyamanan turis atas DTW yang dikunjunginya. Daya tarik harus ada pada semua objek wisata baik alami maupun buatan. Ketertarikan dan minat turis terbangkit lewat keindahan (estetika), keartistikan, keintiman, keunikan dari objek wisata yang dapat dipandang atau dirasakan oleh panca indera. Daya tarik dapat membangun persepsi dan impresi (kesan) visual maupun emosional sehingga timbul sensasi-sensasi seperti: indah, eksotik, romantis, menyenangkan, dan menenteramkan jiwa (Goeldner & Ritchie, 2000).

Daya tarik adalah elemen primer yang menjadi alasan pertama dan utama turis termotivasi berkunjung ke DTW. Terdapat beberapa faktor lain yang menambah kekuatan daya tarik antara lain: iklim (Hu & Ritchie, 1993); fasilitas komunikasi (Falk, 2002); nilai tukar mata uang yang menguntungkan (Dwyer, Forsyth, & Rao, 2000). Menurut Ferrario (1979:18), hakikat dari daya tarik adalah “adanya sesuatu yang menarik, tidak biasa/unik”. Turis juga dapat tertarik karena “terlibat aktif” di dalam aktifitas wisata, misalnya: *rafting*, perburuan safari, dan lain-lain.

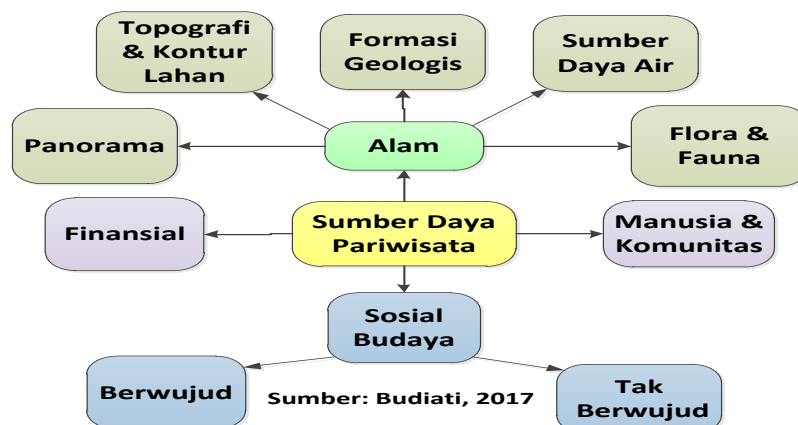
### 2.3.3 Sumber Daya Pariwisata

Sumber daya adalah segala sesuatu yang memiliki potensi atau kekuatan untuk dipergunakan atau dikembangkan guna menghasilkan manfaat tertentu. Pada konteks kepariwisataan, sumber daya pariwisata dimaknai sebagai segala potensi yang dapat dipergunakan untuk menunjang penyelenggaraan pariwisata. Terdapat beberapa sumber daya pariwisata antara lain: (a) sumber daya alam; (b) sumber daya finansial; (c) sumber daya sosial- budaya; dan (d) sumber daya budaya; (e) warisan (*heritage*); dan (f) sumber daya manusia.

Berdasarkan atas sumber daya yang dimiliki oleh suatu DTW, maka dapat dikembangkan suatu jenis wisata yang disebut “Pariwisata Berbasis Sumber Daya (*Resource Based Tourism*). *Resource Based Tourism* didefinisikan sebagai berikut”(WTTC, 1992):

“ ..... aktifitas dan pengalaman wisata yang bergantung pada sejumlah atribut yang dimiliki alam dengan segala tatanan yang menyertainya. Jenis wisata ini biasanya hanya disukai oleh sekelompok kecil turis dengan minat khusus terhadap untuk mempelajari lingkungan dan budaya setempat”

Beberapa contoh pariwisata berbasis sumber daya antara lain: (a) Ekowisata; (b) Wisata petualangan (*Adventure Tourism*); dan (c) Wisata budaya. Sumber daya pariwisata dapat dipetakan sebagai berikut:



Gambar 2. 3 Sumber Daya Pariwisata

### 2.4. Pengembangan Pariwisata

Pengembangan adalah usaha atau cara untuk memajukan serta mengembangkan sesuatu yang sudah ada. Di dalam konteks kepariwisataan, pengembangan pariwisata diartikan sebagai upaya untuk mengembangkan unsur-unsur dan/atau elemen-elemen pariwisata menjadi lebih baik dari kondisi sebelumnya dalam rangka memaksimalkan manfaat. Alasan mengembangkan pariwisata didasarkan pada kenyataan bahwa sektor pariwisata adalah industri jasa terbesar di dunia saat ini (Schumacher, 2007). Pariwisata menjadi isu ekonomi, sosial, dan lingkungan yang menonjol dalam agenda kebijakan berbagai negara.

Pemerintah di banyak negara memandang pariwisata sebagai alat (*tool*) pembangunan yang dapat memberikan perlindungan terhadap lingkungan dan tradisi dengan dampak negatif yang relatif kecil (Liu & Wall, 2006). Pengembangan pariwisata digunakan untuk menciptakan pertumbuhan ekonomi, lapangan kerja untuk memberdayakan masyarakat, serta melestarikan lingkungan melalui ekowisata yang mengandung muatan konservasi dan edukasi. Pariwisata dapat meningkatkan penghasilan per kapita penduduk dan pendapatan regional di Daerah Tujuan Wisata (DTW). (Ahn et al., 2002).

Ditinjau dari arah dan fokusnya, terdapat beberapa model pengembangan wisata antara lain: (a) Wisata alam; (b) Ekowisata; (c) Wisata berbasis komunitas (*Community Based Tourism/CBT*); (d) Desa wisata; (e) Wisata pantai dan bahari (*Coastal & Marine Tourism*); dan lain-lain. Pada prinsipnya, pengembangan pariwisata harus mengacu pada pencapaian tujuan-tujuan pembangunan berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*). Pembangunan berkelanjutan meliputi tiga dimensi, pembangunan, yaitu: Ekonomi, Sosial, dan Lingkungan. Pembangunan di bidang apapun, termasuk sektor pariwisata harus mampu memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Mengamati fakta-fakta bahwa Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari ± 17000 pulau dengan wilayah kelautan luas, maka potensi sumber daya pariwisata alam, pantai dan kelautan, serta keragaman budaya adalah sangat besar. Ditambah dengan iklim tropis dan letak geografis yang strategis di titik persimpangan lintasan kelautan, maka pengembangan sektor pariwisata menjadi “bisnis inti negara” adalah keniscayaan yang harus diwujudkan dengan segala konsekuensi. Tiap tahun terdapat 5000 kapal yacht mondar-mandir masuk dan keluar Indonesia dari lautan Pasifik ke lautan Atlantik (Priyono, 2014).

Merujuk pada potensi sumber daya pariwisata yang dimiliki Indonesia, adalah selayaknya jika fokus pengembangan sektor pariwisata ditujukan pada wisata alam pantai dan bahari. Hal ini sejalan dengan kebijakan pembangunan ekonomi berbasis sumber daya kelautan yang disebut “ekonomi biru”. Konsep ekonomi biru diciptakan untuk menjamin bahwa pembangunan tidak hanya menghasilkan pertumbuhan ekonomi, tetapi juga menjamin keberlanjutan sosial dan ekologis.

Pada dasarnya, ekonomi biru adalah suatu model ekonomi untuk melaksanakan pembangunan dengan mengadopsi cara kerja ekosistem. Prinsip-prinsip ekonomi biru adalah sebagai berikut (Tegar & Guring, 2018):

- a. Efisiensi sumber daya alam
- b. Tidak ada sampah terbuang (*zero waste*) – sampah dari satu spesies menjadi makanan bagi spesies lain. Sampah dari suatu proses menjadi sumber energi bagi proses lain.

- c. Inklusifitas sosial: mengefisienkan diri sendiri bagi semua, keadilan sosial, lebih banyak lapangan kerja, lebih banyak peluang bagi orang miskin.
- d. Sistem siklus produksi: produksi yang berkelanjutan, keseimbangan antara produksi dan konsumsi.
- e. Inovasi dan adaptasi terbuka (*open ended*), penerapan hukum alam dan adaptasi alami berkelanjutan.

Keterkaitan antara ekonomi biru dengan pertumbuhan ekonomi yang dihasilkan melalui aktifitas pariwisata di kawasan pantai dan bahari berkelanjutan, ditegaskan oleh Ebarvina (2016) sebagai berikut:

- a. Ekonomi biru mencakup semua aktifitas ekonomi yang bergantung pada sumber daya pantai dan bahari. Aktifitas ekonomi antara lain, yaitu: 1) Berbasis kelautan (*ocean based*) dan 2) Berkaitan dengan kelautan (*ocean related*). Termasuk dalam aktifitas berbasis kelautan antara lain: perikanan (*fishery*), akuakultur atau budidaya perikanan air payau (tambak), pengeboran minyak lepas pantai, transportasi laut, dan lain-lain, sementara yang termasuk dalam aktifitas berkaitan dengan kelautan antara lain: industri pengolahan ikan, wisata pantai dan bahari, dan sebagainya.
- b. Ekonomi biru mengandung muatan pendidikan dan riset kelautan, termasuk diantaranya aktifitas proteksi lingkungan dan sumber daya kelautan oleh instansi pemerintah dan lembaga independen terkait.
- c. Laut dapat menghasilkan nilai ekonomi tinggi yang bersumber dari potensi sumber daya bahari. Potensi bahari ini biasanya belum dapat dikalkulasikan dengan tepat berdasarkan asas keseimbangan, tetapi sudah dieksploitasi secara berlebihan. Praktik pembuangan sampah ke lautan dapat mempengaruhi iklim dan keanekaragaman hayati.
- d. Aktifitas ekonomi baik yang berbasis atau berkaitan dengan sumber daya bahari , termasuk wisata pantai dan bahari selayaknya menerapkan prinsip-prinsip ekonomi biru dalam rangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan.

Konsep dan prinsip-prinsip ekonomi biru menjadi landasan pijak bagi perpara perumus kebijakan untuk menyusun konsep pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*). Pada konteks penelitian ini, wisata pantai Ngebum apabila dikaitkan dengan konsep dan prinsip-prinsip ekonomi biru termasuk dalam aktifitas yang berkaitan dengan sumber daya bahari (*ocean related*).

Ditinjau dari perspektif ekonomi biru dan pariwisata berkelanjutan, kasus wisata pantai Ngebum sudah mulai menunjukkan pertanda awal ketidakberlanjutan pada dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanda-tanda itu antara lain: (a) berkurangnya jumlah kunjungan wisatawan > mencapai lebih dari 80% pada bulan Januari 2019 => pertumbuhan ekonomi turun; (b) penyerahan kembali pengelolaan wisata pantai Ngebum dari pihak



pengelola (swasta) ke pemerintah Desa Mororejo,. Tidak ada pengelolaan DTW oleh komunitas wisata => pertumbuhan sosial turun; dan (c) tidak ada pertumbuhan atau nilai tambah bagi lingkungan di kawasan wisata pantai Ngebum.

Kondisi itu menjadi alasan kuat bagi pemangku kepentingan pariwisata pantai Ngebum untuk menerapkan konsep ekonomi biru dan pariwisata berkelanjutan dengan fokus pada Pariwisata Berbasis Komunitas atau *Community Based Tourism* (CBT).

#### **2.4.1 Pariwisata Berkelanjutan**

Sektor pariwisata seringkali diasosiasikan dengan tempat-tempat menarik yang berharga dikunjungi, dilihat dan dinikmati guna memperoleh kesenangan rekreasional. Pandangan kaum positivisionis menganggap bahwa pariwisata tidak ada dampak negatifnya. Pariwisata mendatangkan ribuan turis yang siap membelanjakan uangnya, memberikan lapangan kerja baru, dan menyebarkan daya tarik dan keunggulan DTW. DTW menjadi lebih termashur dan makin banyak lagi turis yang berdatangan.

Di sisi lain, lalu lintas kunjungan turis yang tinggi ternyata menyebabkan kerusakan lingkungan yang signifikan. Kualitas dan daya dukung lingkungan serta jasa ekosistem mengalami kemunduran (degradasi) atau berkurang. Kohesi sosial menjadi longgar dan terjadi perubahan nilai-nilai sosial-budaya yang mengarah pada pragmatisme dan permisivisme seperti pergaulan dan seks bebas. Perilaku konsumsi masyarakat lokal juga berubah dengan mengkonsumsi *fast food* atau *junk food* seperti McDonald, atau Coke yang seringkali disalahartikan sebagai simbol kemodernan (modernitas).

Respon atas kerusakan lingkungan dan kemunduran daya dukung serta kualitas jasa ekosistem akibat turisme massal (*mass tourism*) yang massif, adalah munculnya gerakan "pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*)" dari para aktifis lingkungan, peneliti atau ilmuwan, praktisi lingkungan, dan perumus kebijakan. Penekanan gerakan ini tertuju pada pengembangan konsep pariwisata yang dapat memberikan manfaat ekonomi, sosial, tanpa menimbulkan degradasi lingkungan, dan jika bisa bahkan memulihkan kembali (restorasi) kondisi lingkungan yang sudah terdegradasi (Janusz & Bajdor, 2013).

Definisi pariwisata berkelanjutan dideklarasikan oleh UNWTO pada tahun 1996 yang isinya sebagai berikut:

*" tourism which leads to management of all areas, in such a way, that the economic, social and environmental needs are being fulfilled with the cultural integration, ecological processes, biodiversity and supporting the development of societies"*

Terjemahan dari definisi tersebut adalah sebagai berikut:

"pariwisata yang dikelola sedemikian rupa sehingga dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan ekonomi, sosial dan lingkungan melalui integrasi kultural, proses ekologis, keanekaragaman hayati, serta pengembangan masyarakat"

Merujuk pada konsep pembangunan berkelanjutan, maka konsep pariwisata berkelanjutan UNWTO mempertimbangkan pemenuhan kebutuhan turis di masa kini dan

masa yang akan datang (Fennel, 2003). Sama halnya seperti pembangunan berkelanjutan, pariwisata berkelanjutan juga mencakup tiga dimensi yang saling berhubungan dan berinteraksi satu sama lain, yaitu: ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tiap dimensi memiliki tekanan-tekanan yang harus dipenuhi. Pemenuhan atas tekanan pada satu dimensi (misalnya: ekonomi) harus diseimbangkan dengan tekanan yang ada pada dimensi sosial dan lingkungan. Tidak boleh terjadi bahwa pemenuhan tekanan untuk mengejar pertumbuhan ekonomi dicapai dengan mengorbankan tekanan kepentingan pada dimensi sosial dan lingkungan.

Hasil interaksi diantara ketiga dimensi itu dapat dijabarkan sebagai berikut:

**a. Interaksi antara dimensi ekonomi & lingkungan**

Hasil interaksi adalah: “menyeimbangkan antara pemanfaatan sumber daya lingkungan dengan manfaat ekonomi yang diperoleh dari pariwisata”.

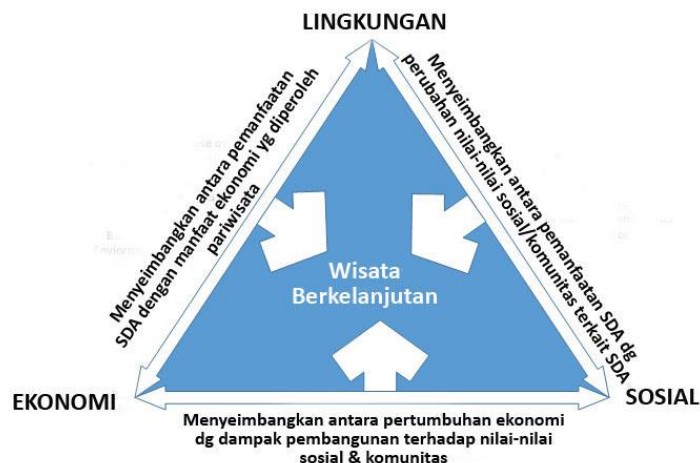
**b. Interaksi dimensi ekonomi & sosial**

Hasil interaksi adalah: “menyeimbangkan antara pertumbuhan ekonomi dan hasil-hasil pembangunan dengan dampak pembangunan terhadap masyarakat dan nilai-nilai sosial”.

**c. Interaksi antara dimensi sosial & lingkungan**

Hasil interaksi adalah: “Menyeimbangkan antara pemanfaatan sumber daya lingkungan dengan perubahan nilai-nilai pada masyarakat lokal”

Interaksi diantara dimensi-dimensi pariwisata berkelanjutan dapat digambarkan sebagai berikut:



Sumber: diadaptasi dari Janusz & Bajdor (2013) oleh Pratama & Budiati (2019)

**Gambar 2. 4 Interaksi Dimensi-Dimensi Pariwisata Berkelanjutan**

Berdasarkan pemahaman atas hasil interaksi diantara ketiga dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan, Buckley (2009) merumuskan prinsip-prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan sebagai berikut:

- a. Memanfaatkan SDA secara optimal, menjalankan upaya manajemen lingkungan yang tepat untuk memelihara keanekaragaman hayati.

- b. Menghormati dan memelihara kearifan, tradisi, kebiasaan, dan budaya lokal; mengembangkan pemahaman dan toleransi antar budaya.
- c. Menjamin pemerataan manfaat ekonomi bagi semua aktor yang terlibat, mengeksplorasi tumbuhnya lapangan kerja dan peluang bisnis.

Selanjutnya, Karas & Ferencova (2012) menjabarkan konsep pariwisata berkelanjutan menjadi Kerangka Kerja (*Framework*) Operasional agar bisa dilaksanakan di dalam praktik. Kerangka Kerja (*Framework*) operasional itu terdiri dari 12 pokok kegiatan sebagai berikut:

**a. Kapasitas Ekonomi:**

Membangun kapasitas ekonomi pelaku/aktor industri wisata lokal agar mempunyai kapasitas, kapabilitas, dan daya saing global tinggi, agar dapat memperoleh manfaat ekonomi signifikan secara berkelanjutan.

**b. Kemakmuran Komunitas Lokal**

Pariwisata dapat menumbuhkan kemakmuran pada komunitas lokal. Kemakmuran timbul sebagai akumulasi keuntungan/profit yang diperoleh dari kunjungan turis ke komunitas lokal.

**c. Lapangan Kerja**

Industri pariwisata membutuhkan tenaga kerja di bidang-bidang: jasa boga, penginapan/ hotel, fashion, perjalanan, pemandu, dan lain-lain. Industri pariwisata harus mampu memberdayakan partisipasi komunitas lokal untuk mengisi lapangan kerja tersebut. Industri pariwisata juga harus mengembangkan ko-kreasi nilai-nilai: kualitas pelayanan, upah kerja, kepuasan, keamanan, dan keselamatan turis tanpa membedakan SARA.

**d. Pemerataan**

Profit atau manfaat finansial yang diperoleh dari industri pariwisata harus dapat didistribusikan secara merata pada komunitas dan/ atau masyarakat lokal. Akumulasi keuntungan dari industri pariwisata dapat dipergunakan untuk menciptakan lapangan kerja baru dalam rangka memberdayakan masyarakat miskin.

**e. Kepuasan Turis/Wisatawan**

Penyelenggaraan industri wisata lokal harus diorientasikan kepada “kepuasan turis/wisatawan) baik domestik maupun mancanegara, tanpa membedakan umur, golongan, asal-usul, atau difabel.

**f. Kontrol atau Pengendalian**

Diperlukan regulasi, pengawasan, kontrol, dan evaluasi oleh pemerintah daerah bersama masyarakat atas penyelenggaraan industri pariwisata. Pemberdayaan masyarakat harus dilakukan oleh pemerintah dengan melibatkan warga atau komunitas lokal di dalam proses pengambilan keputusan, perencanaan, pengelolaan, pelaksanaan dan evaluasi industri pariwisata.

#### **g. Level Kepuasan Komunitas Lokal**

Industri pariwisata berkelanjutan harus dapat meningkatkan kepuasan komunitas lokal yang berkaitan dengan kualitas hidup. Kepuasan di-ukur berdasarkan indikator-indikator: struk-tur sosial, akses ke sumber daya, kemudahan fasilitas umum, tidak adanya diskriminasi atau marjinalisasi sosial.

#### **h. Ketangguhan Budaya (*Cultural Resilience*)**

Industri pariwisata tidak menyebabkan ero-si, kemunduran, dan bahkan pudarnya nilai-nilai sosial dan budaya lokal akibat interaksi dengan budaya modern atau kosmopolitan. Aktor industri pariwisata harus bersinergi dengan komunitas lokal, dan mampu memperkuat ketangguhan dari nilai-nilai kearifan dan budaya lokal.

Ketangguhan mengandung 3 unsur inti: (1) persistensi, yaitu kemampuan suatu budaya untuk berubah; (2) adaptabilitas, yaitu ke-mampuan suatu budaya untuk menyesuaikan diri dengan ketika berinteraksi dengan budaya lain; dan (3) transformabilitas, yaitu ke-mampuan suatu budaya untuk berubah/trans-formasi tanpa kehilangan jati diri dan ka-rakturnya ketika menyesuaikan dengan peru-bahan lingkungan eksternal (Mark Pelling, 2011).

#### **i. Integrasi Infrastruktur Fisik**

Aktor industri pariwisata harus membangun infrastruktur fisik terintegrasi yang dapat membangkitkan daya tarik serta sensasi “tem-pat, orang, dan peristiwa” di kawasan wisata. “*Sense of place*” adalah faktor penting yang dapat mendatangkan turis untuk datang dan tinggal. Penataan spasial infrastruktur wisata juga harus baik dan selaras sehingga dapat mengekspresikan identitas spasial ka-wasan, baik secara visual maupun persepsional.

#### **j. Keanekaragaman Hayati**

Pengembangan industri pariwisata harus diintegrasikan dengan upaya pelestarian dan perlindungan keanekaragaman hayati agar berkelanjutan.

#### **k. Efisiensi Pemanfaatan Sumber Daya Lingkungan**

Pemanfaatan sumber daya alam/lingkungan untuk kepentingan industri pariwisata harus dilakukan secara efisien. Industri pariwisata membutuhkan pasokan air bersih dalam jumlah besar. Ekstraksi air bawah tanah secara berlebihan harus dikontrol agar daya dukung lingkungan tidak menurun. Penyediaan air bersih sedapat mungkin diadakan dari air permukaan. Pencemaran atas tanah, air, dan udara harus dicegah dan dikelola agar kualitas lingkungan dan jasa ekosistem tidak menurun.

#### **l. Lingkungan Bersih dan Hijau**

Menciptakan lingkungan dengan hygiene dan sanitasi yang baik, hijau dengan lansekap yang estetik dan artistik. Kebersihan lingkungan dijaga dengan cara mengendalikan pencemaran tanah, air, udara, serta limbah turisme.

Hubungan dan interaksi dari 12 kegiatan pokok pariwisata berkelanjutan dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 2. 5 Framework Operasional Pariwisata Berkelanjutan**

*Framework* operasional pariwisata berkelanjutan tersebut menjadi platform atau landasan bagi pengembangan berbagai model pariwisata seperti: Wisata Alam, Ekowisata, Wisata Berbasis Komunitas (CBT), dan sebagainya. Model pariwisata apapun yang akan dikembangkan harus mengacu pada konsep dan kerangka kerja operasional pariwisata berkelanjutan.

#### 2.4.2 Ekowisata (*Ecotourism*)

Ekowisata adalah konsep pariwisata yang berorientasi pada konsep pembangunan berkelanjutan dengan penekanan pada konservasi lingkungan. Isu keberlanjutan dalam konteks pembangunan mulai menjadi fokus sejak *Earth Summit* di Rio de Janeiro 1992. Konsep keberlanjutan berusaha mencari keseimbangan antara pemanfaatan sumber daya alam dengan pembangunan di era peradaban modern yang cenderung mengeksploitasi lingkungan. Pengembangan atas pemikiran konseptual tersebut maka diluncurkan konsep ekowisata sebagai instrumen untuk menerapkan pariwisata berkelanjutan pada masyarakat lokal. Indonesia telah mengadopsi dan menerapkan konsep ekowisata baik pada level kebijakan dan praktik selama lebih dari satu dekade (Pradati, 2017).

Terdapat beberapa definisi ekowisata, salah satunya adalah yang dirumuskan oleh Boo (1991: 4) sebagai berikut:

“Ekowisata adalah wisata alam yang menekankan pada upaya konservasi melalui penciptaan pendapatan, lapangan kerja serta memberikan edukasi lingkungan baik kepada turis maupun masyarakat lokal”

Lebih lanjut, Dowling (1997: 100) menyatakan bahwa: “produk dan pasar ekowisata harus berbasis alam, dikelola berdasarkan prinsip-prinsip keberlanjutan, serta memberikan edukasi lingkungan kepada turis dan masyarakat lokal disamping kepuasan dan manfaat ekonomi dan sosial”.

Konsep ekowisata menganut beberapa prinsip sebagai berikut (TIES):

- a. Fokus pada konservasi alam dan lingkungan
- b. Memberikan muatan edukasi lingkungan kepada turis dan komunitas lokal
- c. Memberdayakan perekonomian masyarakat lokal
- d. Meminimalisir kerusakan lingkungan
- e. Memberi ruang publik kepada masyarakat lokal untuk lebih terlibat aktif di dalam pengelolaan sumber daya alam.

Merujuk pada prinsip-prinsip tersebut, terlihat secara eksplisit bahwa masyarakat lokal berperan sebagai aktor dan sekaligus “inang” atau *host* dalam penyelenggaraan ekowisata. Selain fokus pada konservasi dan edukasi lingkungan, partisipasi masyarakat lokal juga menjadi faktor kunci bagi keberhasilan ekowisata. Tantangan utama ekowisata justru muncul dari aspek pengelolaan partisipatorik. Apabila pengelolaannya tidak tepat, justru akan menimbulkan konflik yang dapat menggagalkan tujuan yang akan dicapai. Akibatnya, degradasi lingkungan dapat lebih parah daripada sebelumnya akibat penelantaran oleh warga, dan dalam jangka panjang DTW akan ditinggalkan oleh turis karena daya tariknya sudah memudar.

Diperlukan pemahaman tentang interkoneksi diantara tujuan-tujuan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam konteks partisipasi. Serageldin and Steer (1994) menggambarkan hubungan tersebut dalam bentuk “Segitiga Pembangunan Lingkungan Berkelanjutan” atau *Environmentally Sustainable Development (ESD) Triangle* sebagai berikut:



Sumber: diadaptasi dr. Serageldin and Steer (1994) - Pratama, Budiati (2019)

**Gambar 2. 6 Segitiga Pembangunan Lingkungan Berkelanjutan**

Kerangka kerja (Framework) konseptual ekowisata dirumuskan oleh Ross & Wall (1999) sebagai berikut:



Sumber: Ross & Wall (1999) diadaptasi oleh Pratama & Budiati (2019)  
**Gambar 2. 7 Kerangka Kerja (Framework) Konseptual Ekowisata**

### 2.4.3 Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT)

Konsep pariwisata berkelanjutan atau ekowisata memang mendorong partisipasi, proteksi dan perbaikan kualitas hidup bagi semua (France, 1998; Lea, 1988; Roseland, 2005), tetapi pendekatannya dilakukan secara *top down* dalam mendistribusikan pemberdayaan kepada stakeholders. Ternyata diketahui kemudian bahwa hal ini menjadi kendala bagi terlaksananya partisipasi kolaboratif pada komunitas lokal (Goodwin and Santilli, 2009; Sebele, 2010). Partisipasi masyarakat berjalan dalam format kelembagaan, hukum dan politik yang ditetapkan oleh pemerintah sehingga yang terjadi adalah partisipasi semu (*false participation*) atau bahkan tidak ada partisipasi, (Wang and Wall, 2005).

Menyikapi hal itu, muncul gagasan mengembangkan model pendekatan *bottom up* sebagai upaya untuk mewujudkan partisipasi masyarakat yang sebenarnya di semua level pembangunan, termasuk pada sektor pariwisata. Partisipasi benar-benar diupayakan berawal dari bawah yang diukur dari seberapa jauh masyarakat dilibatkan di dalam proses pengambilan keputusan. Pemikiran tersebut mendorong timbulnya gerakan membuat model pengembangan pariwisata yang disebut: "Pariwisata Berbasis Komunitas" atau *Community Based Tourism* (CBT). CBT mempunyai tujuan yang sama dengan pariwisata berkelanjutan tetapi dengan pendekatan partisipasi yang bersifat *bottom up* (Asker et al, 2010).

Pertumbuhan cepat turisme massal (*mass tourism*) dalam skala besar ternyata berdampak negatif pada daerah yang kurang berkembang karena kelangkaan sumber daya (finansial, pengetahuan, pengalaman, dan sumber daya manusia) dan infrastruktur. Pembangunan menjadi terhambat karena terjadinya kebocoran melalui beberapa cara. Kebocoran finansial terjadi akibat investasi asing besar-besaran tanpa mempertimbangkan

kesiapan DTW. Lebih lanjut, terjadi perubahan cepat pada nilai-nilai sosial dan budaya, polusi serta degradasi lingkungan. Belajar dari pengalaman itu, agar investasi pariwisata pada daerah yang kurang berkembang dapat memberikan manfaat jangka panjang, sebaiknya dilakukan secara pelan dan bertahap sehingga masyarakat lokal sempat belajar, mengembangkan pengetahuan, pengalaman, kapital, dan seluk beluk (*know how*) bagaimana menjalankan pariwisata. Komunitas lokal sempat melakukan penyesuaian yang dibutuhkan dan tumbuh-berkembang seiring dengan pertumbuhan pariwisata. Pariwisata berkelanjutan hanya bisa diwujudkan melalui pertumbuhan dan perkembangan yang sehat dan wajar (Aronsson, 2000).

Sama halnya seperti model pengembangan pariwisata lainnya, selalu terdapat kesenjangan (*gap*) antara definisi konsep akademik dengan definisi operasional yang dipakai oleh para praktisi. Diperlukan definisi operasional agar CBT dapat dilaksanakan pada tataran praktik secara efektif.

Goodwin & Santilli (2009), mendefinisikan CBT sebagai berikut:

“Pariwisata Berkelanjutan (CBT) adalah suatu pariwisata yang direncanakan, dikembangkan, dimiliki dan dikelola oleh komunitas untuk komunitas itu sendiri, yang didasarkan pada proses pengambilan keputusan kolektif untuk memikul tanggung jawab, membuka akses, memiliki serta mengelola sumber daya guna memperoleh manfaat pembangunan secara berkelanjutan”

#### **2.4.3.1 Karakteristik Pariwisata Berkelanjutan**

Pada dasarnya, konsep CBT dirancang khusus untuk diterapkan pada daerah-daerah atau pedesaan (*rural area*) yang kurang berkembang, Target sasaran CBT adalah daerah atau wilayah yang menunjukkan tanda-tanda tidak atau kurang berkembang (*underdeveloped*) tetapi mempunyai potensi dan daya tarik untuk dikembangkan menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW). Tanda-tanda tidak atau kurang berkembang itu antara lain: daerah dengan pendapatan per kapita rendah (miskin), terpencil atau terpinggirkan, infrastruktur buruk sehingga agak terisolasi, pertumbuhan ekonomi tertekan, kelompok etnis minoritas, komunitas adat (*indigenous*), dan sebagainya.

Daerah tujuan Wisata (DTW) harus benar-benar berkultur lokal (tidak berkultur barat atau modern), dimana gaya hidup, kearifan lokal (*local wisdom*), dan pengetahuan dan seni tradisional (*folklore*) masih terpelihara. Semua karakteristik itu akan menentukan produk dan pasar pariwisata berbasis komunitas (CBT).

Berdasarkan karakteristik CBT tersebut, terdapat empat tipe produk berupa atraksi atau kegiatan wisata bagi para turis, yaitu:

- a. Aktifitas personal
- b. Aktifitas kelompok
- c. Wisata outdoor/alamliar



d. Wisata situs-situs eksklusif

Empat tipe produk wisata berbasis komunitas (CBT) dijabarkan pada tabel berikut ini:

**Tabel II. 1 Empat Tipe Produk Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT)**

Wisata Personal	Wisata Kelompok	Wisata Outdoor/ Alam Liar	Wisata Situs Eksklusif
Main Tambur	Tour pedesaan	Melihat burung	Hutan
Seni Tari	Agrowisata	Wisata tanaman obat	Danau
Kepang rambut	Tour sejarah	Membuat atap jerami	Gunung
Seni ukir/pahat	Tour jalan kaki	Memetik daun teh	Air Terjun
Seni membatik	Visitasi sekolah	Perburuan	Sungai
Produksi ukiran	Kelas bahasa	Camping	Situs kuno
Seni memasak	Seafood event	Jelajah hutan	Pegunungan
Berbagi makanan	Kelas memasak	Memancing	Fasilitas produksi
Seni cerita rakyat		Arung Jeram	Pantai & Laut
Pewarnaan alami		Panjat tebing	Goa, Lembah, Ngarai

Sumber: Tasci, et al (2013)

#### 2.4.3.2 Prinsip-Prinsip Penyelenggaraan CBT

CBT seringkali mengalami kegagalan ketika dilaksanakan karena kurang memperhitungkan faktor-faktor kritis pada tahap perencanaannya. Faktor-faktor kritis itu antara lain adalah:

**Pertama**, perencanaan CBT kurang memperhitungkan niat atau aspirasi komunitas untuk mentransformasikan dirinya agar bisa berpartisipasi di dalam pembangunan wisata. Perencanaan CBT ternyata lebih menekankan pada aspek keuntungan jangka panjang yang dapat diperoleh dari kegiatan pariwisata, daripada aspek pemberdayaan komunitas lokal.

**Kedua**, komunitas lokal dipandang sebagai populasi homogen tanpa persaingan kepentingan dan nilai-nilai personal. Padahal kenyataannya selalu terdapat perbedaan dan konflik kepentingan di dalam komunitas. Pengabaian atas kenyataan itu, serta tidak memperhitungkan faktor insentif atau disinsentif yang akan diperoleh individu, akan menghambat partisipasi kolaboratif dengan risiko kegagalan pelaksanaan CBT.

**Ketiga**, perencanaan CBT mengabaikan faktor hambatan eksternal terhadap kontrol lokal. Hambatan eksternal yang dimaksud bersumber dari agenda ekonomi neo-liberal yang dikendalikan oleh mekanisme pasar (*market driven*). Di dalam ekonomi pasar, perekonomian industri pariwisata ditujukan untuk memaksimalkan keuntungan (*profit*) dan penumpukan (*akumulasi*) kapital pada sekelompok kecil pemilik modal atau korporasi bisnis. Ekonomi pasar liberal jelas tidak mengenal konsep distribusi kemakmuran melalui pemberdayaan partisipatif. Sebagian kalangan berpendapat bahwa promosi CBT adalah “penipuan (*imposter*) yang digerakkan oleh motif ekonomi neo-liberal.

Kontradiksi ini seringkali tidak diketahui atau luput dari pertimbangan pengambil keputusan ketika merencanakan CBT (Blackstock K., 2005). Akibatnya, CBT tidak

berkembang dan bahkan gagal sama sekali seperti yang terjadi pada wisata pantai Ngebum di desa Mororejo. Tidak ada satupun model CBT paling tepat yang dapat diterapkan pada berbagai komunitas dengan latar belakang, kondisi, dan karakteristik yang berlainan. Paling tidak terdapat beberapa prinsip pengelolaan yang bisa dipakai agar CBT dapat dijalankan secara berkelanjutan dan memberikan hasil optimal.

Prinsip-prinsip pengembangan dan pengelolaan CBT adalah sebagai berikut:

**Tabel II. 2 Prinsip-Prinsip Pengembangan & Pengelolaan CBT**

No.	Prinsip-Prinsip
1	Perencanaan yang baik dan aktif (bukan reaktif)
2	Sistem produksi dan konsumsi diadaptasikan terhadap kondisi lokal
3	Tingkat kontrol & partisipasi lokal tinggi, melibatkan kelompok marjinal
4	Tanggap terhadap prioritas komunitas lokal
5	Distribusi kekuasaan/kewenangan di dalam masyarakat
6	Edukasi untuk pendidikan & pelatihan komunitas lokal
7	Keadilan dalam mendistribusikan income atau kemakmuran
8	Pasar pariwisata harus memperhitungkan aspek keadilan (ekuitas)
9	Pariwisata hanyalah industri komplementer, dan bukan industri yang sebenarnya

Sumber: Tasci et al., (2013)

#### **2.4.3.3 Faktor-Faktor Kunci Keberhasilan CBT**

Goodwin & Santili (200), merumuskan beberapa faktor kritis kunci keberhasilan penyelenggaraan CBT di satu daerah atau wilayah tujuan wisata (DTW) sebagai berikut:

- a. Modal sosial & pemberdayaan
- b. Pembangunan ekonomi lokal
- c. Matapencaharian masyarakat lokal
- d. Konservasi lingkungan
- e. Komersialitas (kemampuan mengkomersialkan produk-produk wisata)
- f. Edukasi
- g. *Sense of place*
- h. Kepariwisata dan kewirausahaan
- i. Manfaat kolektif

#### **2.4.3.4. Manfaat CBT**

Pengembangan dan pengelolaan CBT yang tepat akan mendatangkan manfaat ekonomi, sosial, dan lingkungan sebagai berikut ( Tasci et all, 2013):

##### **a. Manfaat ekonomi**

- 1) Meningkatkan penghasilan & pertumbuhan ekonomi lokal
- 2) Pengurangan kemiskinan
- 3) Pemulihan ekonomi dari kondisi tertinggal
- 4) Perbaikan infrastruktur ekonomi
- 5) Harmoni dengan kegiatan ekonomi lain secara berkelanjutan

- 6) Terbrntuknya jejaring ekonomi lintas sektor
- 7) Tercipta pangsa pasar bagi produk wisata lokal
- 8) Terciptanya keseimbangan ekonomi antar sektor, menghilangkan ketergantungan ekonomi, dan distribusi kemakmuran
- 9) Meningkatnya arus sumber daya pada level lokal

**b. Manfaat Sosial-Budaya**

- 1) Meningkatkan modal manusia (*human capital*) – pemberian pendidikan & pelatihan kepada komunitas lokal akan memperbaiki ketrampilan dan kapasitas SDM untuk merencanakan, memproduksi, mengembangkan dan mengelola usahabisnis/industri pariwisata
- 2) Meningkatkan modal sosial (*social capital*) – adanya dukungan terhadap kelembagaan komunitas akan meningkatkan akses komunitas lokal terhadap pemerintah (sektor publik), sektor swasta (*private sector*), organisasi non pemerintah atau LSM, media, dan lembaga donor terhadap pengembangan pariwisata lokal.
- 3) Tata kelola yang baik (*good governance*) melalui pelibatan komunitas di semua level.
- 4) Pengembangan komunitas – meningkatkan status dan identitas komunitas, kebangganlokal kohesi sosial, pemberdayaan masyarakat dan keadilan sosial melalui partisipasi aktif komunitas lokal di dalam proses perencanaan, pengembangan dan pengelolaan, mengurangi emigrasi dan mengundang imigrasi.
- 5) Meningkatkan kualitas hidup komunitas lokal – peningkatan kesehatan melalui perbaikan sanitasi, sistem pembuangan sampah, fasilitas umum, dan infrastruktur seperti: jalan dan sumber daya air, jaringan listrik & telekomunikasi
- 6) Memelihara dan promosi budaya lokal, warisan sejarah, dan sumber daya alam yang dapat menggerakkan minat komunitas lokal untuk melakukan konservasi dengan memakai sebagian pendapatan hasil penyelenggaraan CBT.
- 7) Memperbaiki relasi inter dan intra kultural melalui pertukaran budaya antara komunitas lokal dengan turis.

**c. Manfaat Lingkungan**

- 1) Pemanfaatan dan pengelolaan sumber daya alam sensitif (misalnya: air) secara berkelanjutan
- 2) Konservasi sumber daya alam lokal
- 3) Memperluas rentang pemanfaatan sumber daya alam menjadi lebih dari satu sumber daya.

- 4) Mendorong perilaku non konsumtif (tidak berlebihan atau secukupnya) dalam pemanfaatan sumber daya alam.
- 5) Meningkatkan kesadaran lingkungan pada level lokal dan nasional.
- 6) Memperbaiki pemahaman mengenai keterkaitan antara lingkungan dengan pembangunan ekonomi berkelanjutan.

#### 2.4.3.5. Proses Pengembangan Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT)

Langkah-langkah, strategi, dan aktifitas pengembangan CBT bergantung pada kondisi dan karakteristik tempat yang akan dikembangkan menjadi Daerah Tujuan Wisata (DTW). Karakteristik itu termasuk kondisi geografis, konteks budaya, potensi dan daya tarik, disamping faktor kelebihan lainnya. Tidak ada satupun framework atau cetak biru (*blue print*) umum yang dapat diterapkan pada semua kasus CBT, karena tiap CBT adalah spesifik dan unik pada tiap aspeknya, yaitu: karakteristik, destinasi, stakeholder, tahap perkembangan, peran, tanggung jawab, dan aksi.

Distribusi peran dan tanggung jawab pemangku kepentingan (stakeholder) dalam pengembangan dan pengelolaan CBT dapat dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel II. 3 Peran & Tanggung Jawab Stakeholders dalam Pengembangan dan Pengelolaan CBT**

<b>Stakeholder</b>	<b>Uraian</b>
<b>Pemerintah</b>	Pemimpin visioner, pembuat kebijakan, koordinator, fasilitator, pengarah, pemberi anggaran, pengetahuan, pengalaman, pendidikan & pelatihan, pemberdayaan lokal, pengambil keputusan, kepemilikan dan pendistribusian biaya/manfaat
<b>Lembaga Donor atau LSM</b>	Pendukung selaku fasilitator, pendamping, pelatih, pemberi sumber daya finansial, pengetahuan, pengalaman, know how, pendidikan & pelatihan
<b>Swasta (<i>Private</i>)</b>	Pendukung selaku mitra kerja, pengembang, investor, fasilitator, pengarah, penerima manfaat, pemberi anggaran, pengetahuan, pengalaman, know how, pendidikan & pelatihan, pemberi kerja
<b>Komunitas lokal</b>	Bagian dari produk, produsen, pemasok, pekerja, pengguna, pemilik, investor, penerima manfaat – pemberi informasi, pengetahuan, pengalaman dan upaya untuk mengembangkan CBT

Sumber: Tasci et al. (2013)

## 2.5 Metode Analisis

Pada dasarnya studi ini menganalisis proses pengambilan keputusan atas beberapa opsi pengembangan wisata di pantai Ngebom desa Mororejo. Pada bab sebelumnya telah dijelaskan bahwa wisata pantai Ngebom sedang menghadapi persoalan yang dapat mengancam keberlanjutannya. Ditinjau dari sumber daya yang dimilikinya, wisata pantai Ngebom termasuk dalam kategori wisata alam/pantai yang dijalankan dengan konsep turisme

massal (*mass tourism*). Penurunan jumlah kunjungan turis mencapai lebih dari 80% pada bulan Januari 2019 menyebabkan pengelola swasta menyerahkan kembali hak pengelolaannya kepada pemerintah desa Mororejo. Berkenaan dengan hal itu, pemerintah desa Mororejo dihadapkan pada sejumlah opsi pengembangan wisata yang harus diputuskan.

Model opsional pengembangan yang tersedia antara lain: (a) Wisata alam/pantai; (b) Ekowisata; dan (c) Wisata Berbasis Komunitas (CBT). Mengamati kondisi aktual yang ada saat ini, terdapat kecenderungan untuk memilih model pengembangan pariwisata berbasis komunitas (CBT), karena hak pengelolaan akan diserahkan kepada Komunitas/Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Proses pengambilan keputusan atas beberapa opsi pengembangan wisata itulah yang akan dianalisis pada penelitian ini.

Keputusan adalah solusi atas masalah yang dihadapi berikut tindakan-tindakan untuk melaksanakannya. Pengambilan keputusan berkaitan dengan keharusan untuk memilih diantara beberapa opsi atau alternatif yang tersedia. Pemilihan alternatif didasarkan pada kriteria tertentu. (Davis, 2001). Berkenaan dengan alternatif yang tersedia, maka terdapat beberapa dasar pertimbangan sebagai berikut (Stoner, 2003):

- a. Apa pilihan atas dasar pertimbangan logis
- b. Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik.
- c. Ada tujuan yang ingin dicapai

Analisis atas proses pengambilan keputusan pada studi ini menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP). AHP adalah alat bantu (tool) yang termasuk dalam kategori Sistem Pendukung Keputusan (*Decision Support System/DSS*). Pada prinsipnya, proses pengambilan keputusan adalah memilih suatu alternatif. AHP yang bertujuan menyusun prioritas dari berbagai alternatif pilihan yang ada, dimana pilihan-pilihan itu bersifat kompleks atau multi kriteria (Bourgeois, 2005).

Instrumen pokok AHP adalah sebuah jenjang/hirarki fungsional yang input utamanya adalah persepsi atau pendapat manusia akan prioritas antara satu elemen dengan elemen lainnya. Adanya hirarki memungkinkan dipecahnya masalah kompleks atau tidak terstruktur ke dalam sub-sub masalah, lalu menyusunnya menjadi suatu bentuk hirarki.

### **2.5.1 Landasan Aksiomatik AHP**

Terdapat beberapa landasan aksiomatik dari *Analytical Hierarchy Process* (AHP) yang meliputi:

#### **a. Perbandingan timbal balik (*Reciprocal Comparison*)**

Matriks perbandingan berpasangan yang terbentuk harus bersifat timbal balik. Artinya, jika A adalah  $k$  kali lebih penting dari pada B, maka B adalah  $1/k$  kali lebih penting dari A.

**b. Homogenitas (*Homogeneity*)**

Hanya membandingkan unsur-unsur yang memang bisa diperbandingkan karena memiliki kesamaan ukuran atau satuan. Ketika tidak mungkin membandingkan jarak dengan bola tenis dalam hal rasa, maka lebih relevan jika membandingkan berat jeruk dengan bola tenis.

**c. Ketergantungan (*Dependence*)**

Tiap jenjang atau level alternatif saling berhubungan atau tergantung satu sama lain, baik berupa hubungan yang lengkap (*complete hierarchy*) atau tidak lengkap (*incomplete hierarchy*).

**d. Ekspektasi (*Expectation*)**

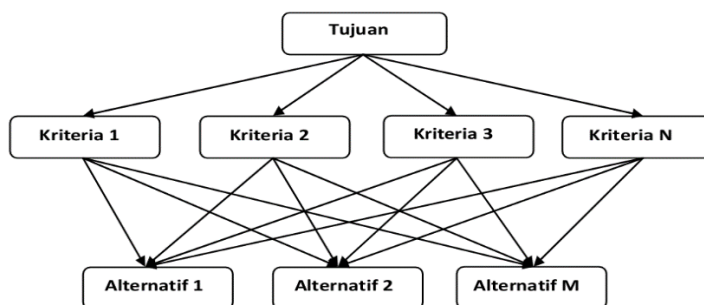
Menggunakan penilaian yang bersifat ekspektasi dan preferensi dari pengambilan keputusan. Pertimbangan tidak hanya didasarkan pada aspek rasionalitas, tetapi juga pertimbangan yang bersifat irasional. Hasil penilaian dapat berupa data kuantitatif atau kualitatif.

**2.5.2 Prinsip-Prinsip AHP**

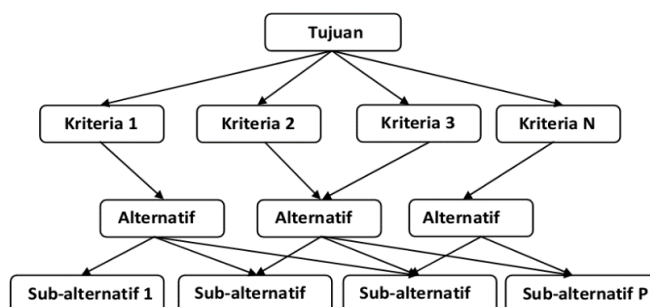
Terdapat beberapa prinsip dasar yang harus dikuasai ketika menggunakan metode AHP. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

**a. Dekomposisi/Penguraian (*Decomposition*)**

Dekomposisi atau penguraian adalah prinsip pokok dalam metode AHP. Persoalan kompleks diuraikan menjadi unsur-unsur pokok, dan kemudian disusun dalam suatu hierarki setelah dibuatkan definisi atau kriteria tertentu. Proses dekomposisi dilakukan terus sampai tidak mungkin lagi dilakukan lebih lanjut. Ada dua jenis hirarki, yaitu lengkap (*complete*) dan tidak lengkap (*incomplete*). Bentuk –bentuk struktur dekomposisi antara lain sebagai berikut:



**Gambar 2. 8 Bentuk Struktur Hirarki Lengkap (Complete)**



**Gambar 2. 9 Bentuk Struktur Hirarki Tidak Lengkap (Incomplete)**

**b. Penilaian Komparatif (*Comparative Judgement*)**

Penilaian komparatif bertujuan untuk menilai kepentingan relatif antara dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkatan di atasnya. Penilaian ini merupakan inti dari AHP karena akan berpengaruh terhadap prioritas elemen-elemen. Hasil dari penilaian ini disajikan dalam bentuk matriks perbandingan berpasangan (*pairwise comparison matrix*).

Matriks perbandingan berpasangan memuat tingkat preferensi beberapa alternatif untuk tiap kriteria dan skala preferensi tersebut bernilai 1- 9. Pertanyaan yang lazim diajukan dalam penyusunan skala kepentingan adalah :

- 1) Elemen mana yang lebih (penting/disukai/mungkin/...)? dan
- 2) Berapa kali lebih (penting/disukai/mungkin/...)?

Skala penilaian yang digunakan dalam AHP adalah sebagai berikut:

**Tabel II. 4 Sjala Penilaian AHP**

Skala	Deskripsi
1	Sama pentingnya (Equal Importance)
3	Sedikit lebih penting (Slightly more Importance)
5	Jelas lebih penting (Materially more Importance)
7	Sangat jelas penting (Significantly more Importance)
9	Mutlak lebih penting (Absolutely more Importance)
2,4,6,8	Nilai di antara dua nilai yang berdekatan (Compromise values)

Sumber : Saaty, TL, 1990

**c. Sintesis Prioritas (*Synthesis of Priority*)**

Proses sintesis prioritas dilakukan dengan metode eigen vector untuk mendapatkan bobot relatif bagi unsur-unsur pengambilan keputusan. Tiap matriks berpasangan memuat atau mengandung prioritas lokal, dan pada tiap level terdapat matriks berpasangan. Cara memperoleh prioritas total/umum dilakukan melalui sintesis. Proses ini juga dinamakan pemeringkatan prioritas.

**d. Konsistensi Logis (*Logical Consistency*)**

Konsistensi memiliki dua makna. **Pertama**, objek-objek sejenis dapat dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansinya. Contohnya, anggur dan kelereng dapat dikelompokkan dalam himpunan yang seragam jika bulat merupakan kriterianya, namun tidak dapat jika yang dipakai sebagai kriteria adalah rasa. **Kedua**, tingkat hubungan diantara objek-objek didasarkan pada kriteria tertentu. Contohnya, jika manis merupakan kriteria dan madu dinilai 5x lebih manis dibanding gula, dan gula 2x lebih manis dibanding sirop maka seharusnya madu 10x lebih manis dibanding sirop.

Jika madu hanya dinilai 4x manisnya dibanding sirop, maka penilaian tak konsisten dan proses harus di ulang jika ingin memperoleh penilaian yang tepat. (Mulyono,1996).

### **2.5.3 Langkah-Langkah AHP**

Proses analisis memakai metode AHP dilaksanakan melalui beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Mendefinikan masalah untuk memperoleh solusi yang dikehendaki
- b. Membuat hierarki yang diawali dengan tujuan utama
- c. Membuat matriks perbandingan berpasangan
- d. Mendefinikan matriks perbandingan berpasangan
- e. Menghitung eigen value dan menguji konsistensinya
- f. Mengulangi langkah 3, 4, 5 untuk seluruh hierarko
- g. Menghitung eigen vektor dari tiap matriks berpasangan
- h. Memeriksa konsistensi hierarki



