

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor yang diharapkan mampu memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian, baik perekonomian negara maupun perekonomian daerah. Usaha dalam mengembangkan sektor pariwisata ini didukung dengan adanya UU. Nomor 10 Tahun 2009 yang menyebutkan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Keberadaan objek wisata pada suatu daerah akan sangat menguntungkan, dengan tujuan diantaranya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, memperluas kesempatan kerja, meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), kemudian meningkatkan rasa cinta lingkungan serta melestarikan alam dan budaya setempat.

Sektor pariwisata banyak mendorong pertumbuhan dalam rangka mendukung pencapaian sasaran pembangunan, sehingga perlu diberlakukan upaya mengembangkan produk-produk yang mempunyai keterkaitan dengan sektor pariwisata. Pembangunan pada bidang kepariwisataan diharapkan mampu memberikan manfaat bagi masyarakat, hal ini disebabkan sektor pariwisata adalah satu dari sekian banyak pendukung sektor pembangunan dalam bidang ekonomi. Berkembangnya pariwisata pada suatu daerah akan mendatangkan banyak manfaat bagi masyarakat secara ekonomis, sosial, dan budaya.

Namun, jika pengembangannya tidak dipersiapkan dan dikelola dengan baik, justru akan menimbulkan berbagai permasalahan yang merugikan masyarakat. Pariwisata dapat berkembang secara baik dan berkelanjutan serta mendatangkan manfaat bagi manusia, dan meminimalisasir dampak negatif yang mungkin timbul. Maka pengembangan pariwisata perlu didahului dengan kajian yang mendalam, yaitu

aspek pendukungnya. Aspek yang dimaksud terdiri dari sumber daya alam, sumber daya budaya, dan sumber daya manusia.

Pariwisata sebagai aktivitas ekonomi yang harus dilihat dari dua sisi yaitu sisi permintaan (*demand side*) dan sisi pasokan (*supply side*), suatu perencanaan pengembangan pariwisata suatu daerah sangat tergantung pada kemampuan seseorang dalam merencanakan serta mengimplementasikan rencananya dalam kedua sisi tersebut secara berimbang (Gunn dalam Suchaina, 2014). Kemajuan pariwisata dan pembangunan suatu daerah memiliki hubungan saling ketergantungan, yang artinya semakin maju sektor pariwisata, maka akan semakin besar pula kontribusi yang akan diberikan sektor pariwisata kepada pemerintah daerah tersebut, dan begitupun sebaliknya semakin maju pembangunan suatu daerah maka sudah barang tentu tersedia sarana dan prasarana yang menunjang kemajuan pariwisata. Daerah yang memiliki potensi pariwisata yang bagus perlu melakukan usaha-usaha yang mengatur sistem pariwisata yang memadai yang berupa promosi dan pengembangan potensi pariwisata, hal ini dilakukan untuk mencapai keberhasilan target pariwisata di suatu daerah tersebut.

Indonesia sebagai negara berkembang memiliki banyak destinasi pariwisata yang belum memiliki infrastruktur wisata yang memadai. Selain itu, masih banyak objek wisata di Indonesia masih merupakan daerah yang belum dikembangkan dan dikelola dengan baik. Sehingga pengembangan pariwisata di Indonesia seharusnya memiliki arah, konsep yang jelas dan sesuai dengan keunikan masing-masing daerah. Indonesia memiliki ekosistem mangrove terluas dan keanekaragaman hayati tertinggi di dunia. Pada tahun 2015, luas mangrove Indonesia sebesar 3.489.140,68 ha atau setara dengan 23% ekosistem mangrove dunia dari total luas 16.530.000 ha (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2017).

Pemanfaatan mangrove untuk ekowisata sejalan dengan pergeseran minat wisatawan dari *old tourism* menjadi *new tourism* yang mengelola dan mencari daerah tujuan ekowisata yang spesifik, alami, dan memiliki keanekaragaman hayati. Hutan

mangrove sebagai suatu ekosistem mempunyai potensi keindahan alam dan lingkungan berupa komponen penyusun ekosistem yang terdiri dari vegetasi, biota atau organisme asosiasi, satwa liar, dan lingkungan sekitarnya. Dari keseluruhan definisi ekowisata, terdapat tiga elemen yaitu: pengelolaan berbasis alam, pendidikan dan aspek berkelanjutan yang mencakup masalah ekonomi dan sosiokultural. Secara umum, dampak dari ekowisata terhadap alam sangat beragam, dan mencerminkan aktivitas dan perilaku pengunjung.

Melirik pentingnya pariwisata sebagai sarana untuk mendukung konservasi lingkungan yang sesuai dengan kondisi dimana wisatawan saat ini cukup peka terhadap masalah lingkungan, maka konsep-konsep pariwisata dikembangkan sehingga timbul inovasi-inovasi baru dalam kepariwisataan. Salah satu konsep pariwisata yang sedang marak adalah ekowisata, dengan berbagai teknik pengelolaan seperti pengelolaan sumber daya pesisir yang berbasis masyarakat yang dilaksanakan secara terpadu, dimana dalam konsep pengelolaan ini melibatkan seluruh *stakeholder* yang kemudian menetapkan prioritas-prioritas. Dengan berpedoman tujuan utama, yaitu tercapainya pembangunan yang berkelanjutan yang berwawasan lingkungan. Sesuai dengan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah yang menyebutkan bahwa pengembangan ekowisata wajib memberdayakan masyarakat setempat, dalam hal ini sesuai dengan prinsip ekowisata yaitu peran aktif masyarakat sekitar dalam kegiatan perencanaan, pemanfaatan, dan pengendalian ekowisata dengan menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan keagamaan masyarakat di sekitar kawasan wisata. Dengan adanya pengembangan ekowisata ini masyarakat diberdayakan melalui kegiatan pariwisata.

Salah satu jenis wisata minat khusus yang potensial untuk dikembangkan di daerah Jakarta adalah ekowisata, terutama ekowisata yang dikembangkan di kawasan hutan. Kemunculan tren ekowisata ini telah berkembang di wilayah DKI Jakarta, terutama daerah pesisir utara Jakarta. Di daerah pesisir tersebut terdapat populasi

vegetasi hutan bakau atau mangrove. Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) dan Kementerian Pariwisata memiliki kesepakatan dalam mengembangkan pariwisata alam di kawasan hutan tersebut. Direktur Jenderal Konservasi Sumber Daya Alam dan Ekosistem menyatakan bahwa pemerintah akan meningkatkan wisatawan ke kawasan konservasi, mengingat banyaknya jumlah wisatawan domestik yang berkunjung ke objek wisata konservasi per tahunnya yang mencapai 4 juta wisatawan, termasuk 300.000 wisatawan mancanegara (Ganida, 2016).

Hutan mangrove di Provinsi DKI Jakarta tersebar di kawasan hutan mangrove Tegal Alur-Angke Kapuk dan di sekitar Kepulauan Seribu. Berdasarkan SK Menteri Pertanian Nomor 16/UM/6/1977 tanggal 10 Juni 1977, peruntukan kawasan Angke Kapuk ditetapkan sebagai hutan lindung, cagar alam, hutan wisata dan lapangan dengan tujuan istimewa. Pada tahun 1994 berdasarkan hasil tata batas di lapangan dan Berita Acara Tata Batas yang ditandatangani tanggal 25 Juli 1994, yang diangkat dengan keputusan Gubernur Kepala Daerah DKI Jakarta diketahui bahwa hutan yang dipertahankan seluas 327,70 ha. Mangrove di daerah Jakarta pada bagian utara berperan besar dalam upaya pencegahan abrasi pantai, penyeimbang kualitas air dan udara, dan mencegah intrusi air laut. Tidak hanya dari segi ekologi, secara ekonomi, mangrove memberikan kontribusi langsung terhadap pendapatan masyarakat seperti penyerapan tenaga kerja dan tambak hewan laut di daerah pesisir. Jakarta memiliki tiga destinasi ekowisata mangrove yang dibuka untuk umum, yaitu Suaka Margasatwa Muara Angke, Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk, dan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk yang telah menjadi objek wisata favorit di Jakarta.

Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk, Muara Angke yang memiliki luas sebesar 95,50 Ha merupakan kawasan ekosistem mangrove yang paling dekat dengan pusat pemukiman dan Ibukota Negara Republik Indonesia, memiliki aksesibilitas baik, masih mencerminkan ekosistem mangrove yaitu: air payau, terpengaruh pasang surut, keanekaragaman jenis burung cukup tinggi (burung air, burung dari daratan, burung endemik pesisir), terdapat populasi monyet ekor panjang

(*Makaka fascicularis*) yang merupakan sisa-sisa populasi monyet asli Jakarta. Upaya pengelolaan terhadap Kawasan Mangrove Pantai Indah Kapuk, Muara Angke masih terbatas (dana, sumber daya manusia, sarana prasarana, ketersediaan informasi), sehingga tidak mampu meningkatkan kualitas lingkungan hutan mangrove dan meningkatkan keberlanjutan fungsi dan manfaat kawasan. Bahkan timbul kesan dan persepsi masyarakat bahwa kawasan konservasi tersebut tidak terawat, sehingga kondisinya semakin menurun. Perubahan kebijakan pemerintah (pusat dan daerah) turut pula mempengaruhi kondisi hutan mangrove di Pantai Indah Kapuk, Muara Angke. Sejak perubahan tata ruang DKI Jakarta, dengan diterbitkannya izin pembangunan perumahan dan rekreasi Pantai Indah Kapuk oleh Pemda DKI Jakarta, serta dikonversinya hutan mangrove (tukar kawasan hutan dari hutan mangrove menjadi hutan darat) seluas lebih kurang 831,63 ha menjadi kawasan pemukiman dan rekreasi, terjadi perubahan bentang alam secara besar-besaran, sehingga hal tersebut ikut pula mempengaruhi kualitas lingkungan hutan mangrove di Muara Angke (Nyoto Santoso, 2012).

Wisata yang ditawarkan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk diantaranya adalah pemotretan, *prewedding*, *shooting*, wisata keluarga, pendidikan dan penelitian, serta kegiatan konservasi yaitu penanaman mangrove. Disini, pengelola juga menyewakan lapak tanaman hias namun sayang sekali masyarakat maupun penjual tanaman hias belum ada yang memanfaatkan hal tersebut. Sarana dan prasarana yang belum memadai, seperti tempat sampah yang tidak terawat, jembatan penyangga banyak yang rusak, papan penunjuk banyak yang usang, ruang pertemuan atau ruang serbaguna dengan keadaan seadanya, terbatasnya WC umum, mushola masih belum dapat digunakan, dan tidak terawatnya serta vandalisme di shelter-shelter yang ada.

Tidak adanya atraksi wisata atau hiburan yang ditawarkan seperti menara untuk melihat ekosistem kawasan mangrove, perahu untuk menelusuri mangrove, balai ajar, dan *camping ground*. Belum adanya rumah makan, restoran atau kafe, serta belum

adanya penginapan di objek wisata. Selain itu, belum adanya toko yang menjual cinderamata, parkir kendaraan yang belum tertata dengan baik, serta tidak adanya angkutan umum yang menuju lokasi, membuat objek wisata ini kurang diminati, selain pengunjung yang memanfaatkan waktu dengan memancing di objek wisata tersebut.

Kegiatan promosi yang belum maksimal juga menjadi kendala pengenalan objek wisata tersebut sehingga belum dikenal masyarakat luas dan masih belum bisa bersaing dengan industri pariwisata di Jakarta. Selain itu, masih banyak masyarakat khususnya masyarakat Ibukota DKI Jakarta yang masih belum bisa membedakan Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk dengan Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk. Sosialisasi dan pengenalan ekowisata kepada masyarakat juga diperlukan agar menarik minat wisatawan untuk berpartisipasi dalam pariwisata berkelanjutan. Berikut adalah data pengunjung yang diperoleh dari Dinas Kehutanan DKI Jakarta selaku pengelola Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk.

Tabel 1. Retribusi Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk Tahun 2018

No	Jenis jasa	Nilai nominal (Rp)	Jumlah tiket (Lembar)	Jumlah retribusi (Rp)
1	Tiket masuk kawasan ekowisata			
	Orang	2.000	29.570	59.140.000
	Motor	2.000	19.607	39.214.000
	Mobil	4.000	2.598	10.392.000
2	Pemanfaatan jasa langsung			
	<i>Prewedding</i>	250.000	43	10.750.000
	<i>Shooting</i>	750.000	3	2.250.000
	Sewa lapak tanaman hias	1.000/m (bulan)	0	0
	Jumlah		51.821	121.746.000

(Sumber: Dinas Kehutanan DKI Jakarta Tahun 2018)

Tabel 2. Retribusi Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk sampai Maret Tahun 2019

No	Jenis jasa	Nilai nominal (Rp)	Jumlah tiket (Lembar)	Jumlah retribusi (Rp)
1	Tiket masuk kawasan ekowisata			
	Orang	2.000	9.700	19.400.000
	Motor	2.000	5.245	10.490.000
	Mobil	4.000	440	1.760.000

2	Pemanfaatan jasa langsung			
	<i>Prewedding</i>	250.000	8	2.000.000
	<i>Shooting</i>	750.000	0	0
	Sewa lapak tanaman hias	1.000/m (bulan)	0	0
	Jumlah		15.393	33.650.000

(Sumber: Dinas Kehutanan DKI Jakarta Tahun 2019)

Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk masih dapat dioptimalkan, mengingat potensi wisata yang sangat baik dan jika dilihat dari data retribusi di atas, minat para pengunjung cukup tinggi. Akan tetapi faktor-faktor pengembangan pariwisata seperti destinasi, promosi dan sumber daya manusia yang masih jauh dari kata baik dan memadai menjadi kendala dalam mengoptimalkan potensi wisata tersebut. Agar berjalan dengan baik, kegiatan pemanfaatan di kawasan ekosistem mangrove yang berlangsung optimal dan berkelanjutan memerlukan suatu perencanaan dan pengelolaan. Dalam hal ini pemanfaatan jasa lingkungan berupa ekowisata yang menitikberatkan pada pengembangan berupa destinasi, promosi dan sumber daya manusia di kawasan tersebut. Pengembangan ekowisata yang sesuai diharapkan tidak bertentangan dengan fungsi utama Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk sebagai kawasan konservasi. Terkait dengan rencana tersebut maka diperlukan suatu penelitian untuk mengetahui berbagai aspek yang dimiliki kawasan ekosistem mangrove sehingga dapat dirancang pengembangan ekowisata mangrove dengan mempertimbangkan preferensi pengunjung, kesiapan masyarakat sekitar serta kemampuan pengelola.

1.2. Masalah Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka masalah penelitian yang dirumuskan adalah bagaimana strategi pengembangan yang tepat di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk?

1.3. Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulisan penelitian ini dan agar lebih terarah dan berjalan dengan baik, maka diperlukan suatu fokus penelitian. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penulisan penelitian, yaitu menganalisis strategi yang tepat untuk diadaptasi dalam pengembangan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk yang berkelanjutan dengan penekanan pada pengembangan di sektor yang belum optimal.

1.4. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang telah teridentifikasi, serta perlunya tujuan penelitian, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi yang diterapkan dalam pengembangan di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk secara berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kontribusi teoritis dan praktis. Manfaat yang diharapkan dapat diberikan melalui penelitian ini yaitu:

a. Manfaat Teoritis

Dapat menyumbangkan pemikiran terkait dengan realita pengembangan pariwisata ekowisata yang terjadi di Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi penulis sebagai sarana mengembangkan pengetahuan dan wujud ketertarikan serta bakti peneliti untuk mengembangkan potensi DKI Jakarta, khususnya di bidang pariwisata.
- 2) Bagi pembaca diharapkan memberikan gambaran kepada pembaca terkait penerapan ekowisata yang dapat menjadi jawaban atas pengembangan pariwisata di Indonesia, serta dalam mencari teori guna membahas permasalahan terkait.

- 3) Bagi objek yang diteliti, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi terkait terkait pengembangan wisata yang selama ini telah dijalankan.

1.5. Kerangka Konseptual

1.5.1. Hakikat Strategi

1.5.1.1. Definisi Strategi

Strategi adalah sebuah rencana yang disatukan, luas, dan terintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama perusahaan itu dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (William F. Glueck dalam Amirullah, 2015). Strategi adalah perencanaan induk yang komprehensif, yang menjelaskan bagaimana perusahaan akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditetapkan sebelumnya (Rangkuti, 2013).



Gambar 1. Strategi sebagai Upaya Pencapaian Tujuan Organisasi (Amirullah, 2015)

Gambar di atas menjelaskan bahwa strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Melalui strategi, manajemen mengartikan rencana berskala dasar dan berorientasi ke masa yang akan datang mereka untuk berinteraksi dengan lingkungan yang kompetitif untuk mencapai tujuan yang merefleksikan kesadaran suatu organisasi mengenai bagaimana, kapan, dan di mana organisasi akan bersaing; terhadap siapa organisasi harus bersaing; dan apa maksud organisasi bersaing.

1.5.1.2. Perumusan Strategi

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun pengembangan visi dan misi, identifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan internal organisasi (kekuatan dan kelemahan), menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk dijalankan. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu (Hariadi, 2005):

- a. Mengidentifikasi lingkungan yang akan ditembus oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
- b. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
- c. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
- d. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.
- e. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang.

1.5.2. Hakikat Kawasan

Kawasan adalah suatu area di permukaan bumi yang relatif homogen dan berbeda dengan sekelilingnya berdasarkan pada kriteria tertentu. Pengertian kawasan menurut Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2008 adalah kawasan wilayah yang memiliki fungsi utama lindung atau budidaya. Dapat disimpulkan kawasan adalah sebuah tempat yang mempunyai ciri-ciri serta mempunyai kekhususan untuk menampung kegiatan manusia berdasarkan kebutuhannya dan setiap tempat yang mempunyai ciri dan

identitas itu akan lebih mudah dicari ataupun ditempati untuk melancarkan segala hal yang berkaitan dengan kegiatannya. Kawasan pariwisata dibagi atas dua bentuk yaitu:

- a. Kawasan pariwisata murni yaitu suatu areal yang secara khusus disediakan untuk menampung berbagai kegiatan pariwisata, dilengkapi dengan berbagai sarana penunjang untuk memudahkan bagi kegiatan pariwisata, dimana pengelolaannya ditangani oleh suatu badan baik pemerintah maupun swasta atau kerja sama pemerintah dengan swasta.
- b. Kawasan pariwisata terbuka yaitu kawasan yang bobotnya dipergunakan untuk pengembangan pariwisata di kawasan pariwisata tersebut, kegiatan lainnya dari masyarakat umum seperti pertanian, perkebunan, dan lain sebagainya masih terbuka, yang diatur dan ditata agar mendukung pengembangan pariwisata.

Kawasan pariwisata yaitu kawasan yang dikembangkan untuk kegiatan pariwisata dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Keindahan alam dan panorama alam yang indah dan diminati wisatawan.
- b. Masyarakat dengan nilai kebudayaan tinggi.
- c. Bangunan peninggalan sejarah atau budaya yang memiliki nilai sejarah atau nilai budaya yang tinggi.

1.5.3. Hakikat Ekowisata

1.5.3.1. Definisi Ekowisata

Kantor Menteri Negara Lingkungan Hidup Republik Indonesia mendefinisikan ekowisata sebagai wisata dalam bentuk perjalanan ke tempat-tempat di alam terbuka yang relatif belum terjamah atau tercemar dengan tujuan khusus untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan dengan tumbuh-tumbuhan serta satwa liarnya (termasuk potensi kawasan berupa ekosistem, keadaan iklim, fenomena alam, kekhasan jenis tumbuhan dan satwa liar) juga semua manifestasi kebudayaan yang ada (termasuk tatanan lingkungan sosial budaya), baik dari masa lampau maupun masa kini di tempat-tempat tersebut dengan tujuan untuk melestarikan lingkungan dan

meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Ekowisata adalah segmen pariwisata berkelanjutan yang menawarkan pengalaman sehingga memungkinkan pengunjung menemukan sesuatu yang alami sambil menjaga integritas dan memahaminya melalui interpretasi dan pendidikan, rasa hormat terhadap lingkungan, bisnis berkelanjutan, manfaat sosial ekonomi, menghargai budaya dan adat istiadat. Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan baik alam yang alami maupun buatan, serta budaya yang ada dan bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjamin kelestarian alam dan sosial budaya. Ekowisata menitikberatkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi dan secara psikologi dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat.

Kegiatan ekowisata secara langsung memberikan akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui dan menikmati pengalaman alam, intelektual dan budaya, untuk mempelajari lebih jauh tentang pentingnya berbagai ragam makhluk hidup dan budaya lokal yang berkembang di kawasan tersebut. Kegiatan ekowisata dapat meningkatkan pendapatan untuk pelestarian alam yang dijadikan sebagai tujuan ekowisata dan menghasilkan keuntungan ekonomi bagi kehidupan masyarakat yang berada di daerah tersebut (I Nengah Subadra, 2008). Perkembangan dalam sektor kepariwisataan pada saat ini melahirkan suatu konsep pengembangan pariwisata alternatif yang tepat.

Konsep ini aktif membantu menjaga keberlangsungan pemanfaatan budaya dan alam secara berkelanjutan dengan segala aspek dari pariwisata berkelanjutan. Aspek tersebut yaitu; ekonomi masyarakat, lingkungan, dan sosial-budaya. Pengembangan pariwisata berkelanjutan merupakan alternatif membangun dan mendukung pelestarian ekologi yang memberikan manfaat yang layak secara ekonomi dan adil secara etika dan sosial terhadap masyarakat (I Nengah Subadra, 2008). Ekowisata saat ini menjadi salah satu pilihan dalam mempromosikan lingkungan yang khas dan terjaga keasliannya, sekaligus menjadi suatu kawasan kunjungan wisata. Potensi

ekowisata adalah suatu konsep pengembangan lingkungan yang berbasis pada pendekatan pemeliharaan dan konservasi alam.

1.5.3.2. Elemen Ekowisata

Pada dasarnya ada beberapa elemen ekowisata yang harus dipenuhi agar pengembangan sektor ekowisata di suatu daerah dapat berjalan dengan baik, elemen ekowisata berupa (Departemen Kebudayaan & Pariwisata, 2009):

- a. Memberikan pengalaman dan pendidikan kepada wisatawan guna meningkatkan apresiasi wisatawan atas objek yang dikunjungi.
- b. Memperkecil dampak negatif yang bisa merusak karakter lingkungan dan budaya setempat.
- c. Melibatkan masyarakat dalam pengelolaan dan pelaksanaannya.
- d. Memberikan keuntungan ekonomi bagi masyarakat lokal.
- e. Dapat terus bertahan dan berkelanjutan.

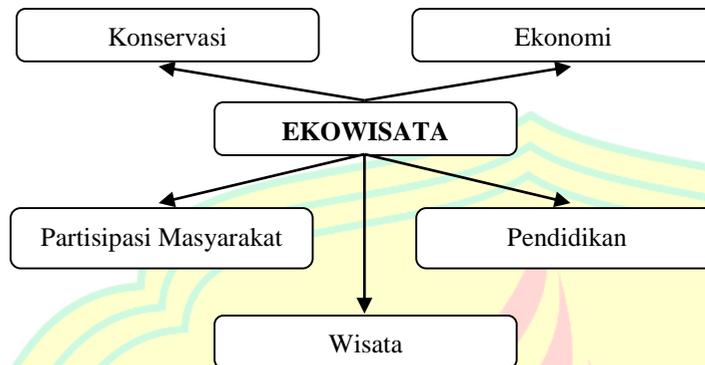
1.5.3.3. Prinsip Ekowisata

Prinsip ekowisata merupakan berbagai prinsip yang mengatur untuk menyatukan konservasi lingkungan hidup, pengembangan masyarakat dan wisata yang berkelanjutan dapat berjalan seiringan. Hal ini berarti bahwa para pihak yang melaksanakan dapat berpartisipasi dalam ekoturisme, harus menjalankan kriteria dan prinsip tersebut, beberapa prinsip dari ekowisata (Departemen Kebudayaan & Pariwisata, 2009):

- a. Mencegah dan menanggulangi dampak dari aktivitas wisatawan terhadap alam dan budaya, pencegahan dan penanggulangan disesuaikan dengan sifat, karakter alam dan budaya setempat.
- b. Pendidikan konservasi lingkungan.
- c. Pendapatan langsung untuk kawasan.
- d. Partisipasi masyarakat dalam perencanaan.

- e. Penghasilan masyarakat.
- f. Menjaga keharmonisan alam.
- g. Daya dukung lingkungan.
- h. Peluang penghasilan pada porsi yang besar terhadap negara.





(Sumber: Yayasan Terumbu Karang Indonesia tahun 2019)

Gambar 2. Prinsip Ekowisata

Dalam prinsip ekowisata terdapat berbagai aspek, yaitu konservasi, ekonomi, partisipasi masyarakat, dan edukasi atau pendidikan (Departemen Kebudayaan & Pariwisata dan WWF-Indonesia, 2009).

- a. Keberlanjutan Ekowisata dari Aspek Ekonomi, Sosial dan Lingkungan (Prinsip Konservasi dan Partisipasi Masyarakat)

Ekowisata yang dikembangkan di kawasan konservasi adalah ekowisata yang “hijau dan adil” (*green and fair*) untuk kepentingan pembangunan berkelanjutan dan konservasi, yaitu sebuah kegiatan usaha yang bertujuan untuk menyediakan alternatif ekonomi secara berkelanjutan bagi masyarakat di kawasan yang dilindungi, berbagi manfaat dari upaya konservasi secara layak (terutama bagi masyarakat yang lahan dan sumberdaya alamnya berada di kawasan yang dilindungi), dan berkontribusi pada konservasi dengan meningkatkan kepedulian dan dukungan terhadap perlindungan bentang lahan yang memiliki nilai biologis, ekologis dan nilai sejarah yang tinggi.

- b. Pengembangan Institusi Masyarakat Lokal dan Kemitraan (Prinsip Partisipasi Masyarakat)

Aspek organisasi dan kelembagaan masyarakat dalam pengelolaan ekowisata juga menjadi isu kunci dari tingkat kepentingan dukungan yang profesional dalam menguatkan organisasi lokal secara berkelanjutan, mendorong usaha yang mandiri dan menciptakan kemitraan yang adil dalam pengembangan ekowisata. Peran organisasi masyarakat sangat penting oleh karena masyarakat adalah *stakeholder* utama, yang akan mendapatkan manfaat secara langsung dari pengembangan dan pengelolaan ekowisata. Koordinasi antar *stakeholders* juga perlu mendapatkan perhatian, terbentuknya forum atau dewan pembina dapat membantu pola pengelolaan yang adil dan efektif terutama di daerah yang mengandalkan ekowisata sebagai sumber pendapatan utama bagi masyarakat setempat.

c. Ekonomi Berbasis Masyarakat (Prinsip Partisipasi Masyarakat)

Homestay adalah sistem akomodasi yang sering dipakai dalam ekowisata. *Homestay* bisa mencakup berbagai jenis akomodasi dari penginapan sederhana yang dikelola secara langsung oleh keluarga sampai dengan menginap di rumah keluarga setempat. *Homestay* bukan hanya sebuah pilihan akomodasi yang tidak memerlukan modal yang tinggi, dengan sistem *homestay* pemilik rumah dapat merasakan secara langsung manfaat ekonomi dari kunjungan wisatawan, dan distribusi manfaat di masyarakat lebih terjamin. Sistem *homestay* mempunyai nilai tinggi sebagai produk ekowisata di mana seorang wisatawan mendapatkan kesempatan untuk belajar mengenai alam, budaya masyarakat dan kehidupan sehari-hari di lokasi tersebut. Pihak wisatawan dan pihak tuan rumah bisa saling mengenal dan belajar satu sama lain, dan dengan itu dapat menumbuhkan toleransi dan pemahaman yang lebih baik. *Homestay* sesuai dengan tradisi keramahan orang Indonesia.

Dalam ekowisata, pemandu adalah orang lokal yang memiliki pengetahuan dan pengalaman tentang lingkungan dan alam setempat. Pemandu merupakan aset

terpenting dalam jasa yang diberikan kepada wisatawan. Demikian juga seorang pemandu akan merasakan langsung manfaat ekonomi dari ekowisata, dan sebagai pengelola juga akan menjaga kelestarian alam dan objek wisata.

d. Prinsip Edukasi

Ekowisata memberikan banyak peluang untuk memperkenalkan kepada wisatawan tentang pentingnya perlindungan alam dan penghargaan terhadap kebudayaan lokal. Dalam pendekatan ekowisata, pusat informasi menjadi hal yang penting dan dapat juga dijadikan pusat kegiatan dengan tujuan meningkatkan nilai dari pengalaman seorang wisatawan yang bisa memperoleh informasi yang lengkap tentang lokasi atau kawasan dari segi budaya, sejarah, alam, dan menyaksikan acara seni, kerajinan dan produk budaya lainnya.

1.5.3.4. Pengembangan Ekowisata

Pengembangan pariwisata alam adalah kegiatan memanfaatkan ruang melalui serangkaian program kegiatan pembangunan untuk pariwisata alam, yang meliputi pengelolaan pemanfaatan lahan sesuai asas pemanfaatan ruang dengan mengakomodasi semua kepentingan secara terpadu, berdaya guna, berhasil guna, serasi, seimbang, dan berkelanjutan (Departemen Kehutanan dalam Bramsah, 2016). Prinsip pengembangan pariwisata alam adalah konservasi, edukasi, partisipasi masyarakat, ekonomi, dan rekreasi (Departemen Kehutanan dalam Bramsah, 2016). Pengelolaan wisata alam dan ekowisata, meliputi sebagai berikut (Departemen Kehutanan dalam Bramsah, 2016):

- a. Pengelolaan kawasan meliputi kondisi kawasan, penataan kawasan, dan pengamanan kawasan.
- b. Pengelolaan produk wisata alam meliputi pengembangan produk, pemasaran produk, dan sistem informasi produk.
- c. Pengelolaan pengunjung meliputi distribusi pengunjung, interpretasi, informasi bagi pengunjung, dan keselamatan pengunjung. Pengelolaan pengunjung adalah

teknik untuk membatasi, memberikan informasi, dan mengawasi pengunjung yang datang ke suatu lokasi objek wisata alam agar sesuai dengan kemampuan daya dukung lokasi yang bersangkutan. Daya dukung kawasan adalah kemampuan ekosistem untuk mendukung kesehatan organisme sambil memelihara produktivitas, adaptasi, dan kemampuan untuk memperbaiki dirinya. Pengelolaan pengunjung direncanakan untuk mengantisipasi dan mengurangi dampak negatif akibat kunjungan. Pengelolaan pengunjung dapat dilakukan secara langsung dengan menghitung daya dukung dan pengaturan pengunjung atau secara tidak langsung melalui program interpretasi.

- d. Pengelolaan dampak meliputi dampak ekologis dan dampak sosial, budaya, dan ekonomi. Dampak dikelola dengan berbagai cara bergantung pada besarnya dampak, luas areal yang terkena dampak, dampak penting, tingkat sensitivitas wilayah, kerangka waktu, dan kemampuan untuk diperbaharui.
- e. Pengelolaan kelembagaan meliputi organisasi, sumber daya manusia, keuntungan, dan sarana dan prasarana.

1.5.3.5. Faktor Pengembangan Ekowisata

Pengembangan ekowisata lebih mengarah pada pengembangan ekowisata yang berkelanjutan dari sisi produk atau destinasi dengan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan, kegiatan promosi dan pemasaran, serta sumber daya manusia yang memiliki kompetensi dalam pengelolaan ekowisata. Pengembangan pariwisata berkelanjutan untuk mendukung pelestarian lingkungan alam dan budaya, meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaannya sehingga memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat tersebut dan pemerintah (Departemen Kebudayaan & Pariwisata, 2011). Faktor-faktor yang berperan dalam pengembangan industri pariwisata adalah (Pendit, 2002):

- a. Destinasi Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Jika batasan destinasi pariwisata menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tersebut dikaitkan dengan Rancangan Naskah Akademik Undang-Undang Kepariwisata tahun 2006, maka yang dimaksud dengan destinasi wisata adalah suatu tempat atau wilayah yang tidak selalu identik dengan wilayah administratif, tetapi lebih mengarah pada konstruk mental, bersifat dinamik, sesuai dengan hubungan antara masyarakat dengan lingkungan yang membentuk tempat tersebut dan terbentuk karena karakteristik spesial, temporal, dan sosio kultural, serta memiliki nama dan makna, sehingga memiliki citra tertentu. Didalamnya, tercantum komponen-komponen produk wisata, antara lain daya tarik, pelayanan, dan sumber daya wisata lainnya. Unsur terpenting dalam destinasi adalah masyarakat.

Produk yang dibeli oleh wisatawan dari berbagai usaha kepariwisataan lebih banyak berupa pelayanan (*service*). Pelayanan tersebut dapat berupa aksesibilitas, atraksi, amenities dan *ancillary*.

1) Aksesibilitas

Aksesibilitas adalah atribut bagi orang-orang dan barang, bukan modal transportasi atau tersedianya jasa, dan menjelaskan system terintergrasi dari sudut pandang pengguna (Halden, Jones dan Sarah dalam Rahma, 2011). Aksesibilitas mengacu pada kemudahan yang bisa diperoleh pengunjung untuk melakukan perjalanan dan memasuki sebuah tempat (March dalam Rahma, 2011). Indikator kemudahan dalam aksesibilitas meliputi akses mudah (*easy access*), kualitas jalan (*quality of roads*), fasilitas parkir (*parking facilities*), waktu mengemudi (*drive time*) (Cakici, 2007).

Akses mudah adalah suatu kondisi dimana wisatawan dapat mencapai suatu lokasi wisata tanpa hambatan. Akses mudah ini mencakup penunjuk jalan yang tersedia menuju lokasi terletak strategis dari jalan besar sehingga memudahkan wisatawan menemukan lokasi wisata, serta terdapat gapura sebagai identitas lokasi. Semakin tinggi kualitas jalan yang tersedia menyebabkan wisatawan akan merasa nyaman dalam berwisata sehingga kemungkinan kembali ke lokasi wisata pun akan semakin besar. Selain itu jalan yang tersedia pada lokasi wisata juga harus dapat memenuhi kebutuhan baik pengendara maupun pejalan kaki yang sedang berwisata ke lokasi wisata tersebut. Kualitas jalan mengacu pada kondisi jalan yang tersedia menuju lokasi wisata dari gapura “selamat datang” hingga sampai menuju lokasi wisata. Kualitas jalan dapat dilihat dari permukaan atas jalan yang dilewati oleh orang, kendaraan, hewan, dan lain-lain yang melintas di atas jalan tersebut. Kualitas jalan dibagi menjadi 4 yaitu jalan atas aspal, jalan campuran aspal-beton, jalan kerikil, dan jalan tanah.

Selain itu kualitas jalan dapat dilihat dari perlengkapan jalan yang tersedia. Semakin lengkap perlengkapan jalan yang tersedia, maka semakin baik kualitas jalan tersebut. Perlengkapan jalan yang diperuntukkan pada kualitas jalan yang baik antara lain rambu lalu lintas, tanda jalan, pagar pengaman lalu lintas, talud dan trotoar atau pedestrian.

Tabel 3. Indikator Perlengkapan Jalan

No.	Indikator Perlengkapan Jalan
1	Rambu lalu-lintas
2	Pagar pengaman lalu-lintas
3	Tanda jalan
4	Talud
5	Trotoar atau pedestrian

Parkir merupakan kegiatan menghentikan atau menyimpan kendaraan bermotor di sebuah tempat yang sudah disediakan sebelumnya. Fasilitas

parkir adalah salah satu aspek terpenting dalam usaha pariwisata. Fasilitas parkir yang tersedia di lokasi wisata harus dapat menampung kendaraan wisatawan serta memiliki penjaga parkir sehingga wisatawan merasa aman menitipkan kendaraannya selama berwisata. Fasilitas parkir mencakup luas lahan parkir, keamanan, ketersediaan tiket parkir dan tarif yang akan di bebaskan kepada wisatawan.

Waktu mengemudi atau waktu perjalanan (*travel time*) dapat didefinisikan sebagai waktu yang dibutuhkan untuk menempuh suatu jarak tertentu dan akan mempunyai hubungan yang terkait dengan kecepatan rata-rata yang digunakan untuk menempuh jarak tertentu. Informasi tersebut sangat berguna bagi pengguna jalan karena pengguna jalan bisa memilih rute yang paling baik yang akan dilaluinya dan dapat lebih mengalokasikan waktunya lebih optimal. Waktu mengemudi menjadi salah satu ukuran wisatawan untuk datang ke lokasi wisata, semakin cepat waktu mengemudi untuk sampai ke lokasi wisata maka wisatawan akan semakin nyaman dan tertarik untuk mengunjungi lokasi wisata tersebut kembali. Waktu mengemudi erat kaitannya dengan hambatan-hambatan yang ditemukan di sepanjang jalan menuju lokasi wisata. Semakin banyak hambatan yang ditemukan, maka waktu mengemudi yang diperlukan akan semakin lama.

2) Atraksi

Atraksi wisata atau objek dan daya tarik wisata adalah suatu bentukan dan/atau aktivitas dan fasilitas yang berhubungan, yang dapat menarik minat wisatawan atau pengunjung untuk datang ke suatu daerah atau tempat tertentu. Daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan semata-mata hanya merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut sebagai daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Misalnya penyediaan aksesibilitas atau fasilitas. Oleh karena itu suatu daya tarik dapat

dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata (Happy Marpaung, 2002). Daya tarik atau atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti (Yoeti, 1996):

- a) Alam (*Nature*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari alam yang dimanfaatkan dan diusahakan di tempat objek wisata yang dapat dinikmati dan memberikan kepuasan kepada wisatawan. Contohnya pemandangan alam, pegunungan, flora dan fauna.
 - b) Budaya (*Culture*), yaitu segala sesuatu yang berupa daya tarik yang berasal dari seni dan kreasi manusia. Contohnya, upacara keagamaan, upacara adat dan tarian tradisional.
 - c) Buatan Manusia (*Man made*), yaitu segala sesuatu yang berasal dari karya manusia, dan dapat dijadikan sebagai objek wisata seperti benda-benda sejarah, kebudayaan, religi serta tata cara manusia.
 - d) Manusia (*Human being*), yaitu segala sesuatu dari aktivitas manusia yang khas dan mempunyai daya tarik tersendiri yang dapat dijadikan sebagai objek wisata. Contohnya, Suku Asmat di Papua dengan cara hidup mereka yang masih primitif dan memiliki keunikan tersendiri.
- 3) Amenitas

Amenitas adalah berbagai fasilitas yang dapat dimanfaatkan wisatawan selama berwisata di suatu destinasi. Fasilitas adalah semua yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang tinggal untuk sementara waktu di daerah tujuan wisata yang dikunjunginya, dimana mereka dapat santai, menikmati dan berpartisipasi dalam kegiatan yang tersedia di daerah tujuan wisata tersebut (Yoeti, 2003). Banyak wisatawan tertarik untuk mengunjungi daerah tempat wisata karena terdapat fasilitas yang cukup memadai, bahkan beberapa orang mungkin akan mencari tahu fasilitas yang diinginkan sebelum

mengunjungi daerah tempat wisata yang akan dituju. Beberapa komponen fasilitas wisata adalah sebagai berikut:



Tabel 4. Komponen Fasilitas Wisata (Yoeti, 2003)

No	Komponen Fasilitas	Contoh
1	Unit akomodasi	Hotel, motel, apartemen, villa, area perkemahan, <i>caravan, parks</i> , hostel dan kondominium.
2	Restoran, bar dan kafe	Mulai dari restoran cepat saji hingga restoran mewah.
3	Transportasi di tempat tujuan	Taksi, kereta, rental mobil, dan persewaan sepeda.
4	Olahraga dan kegiatan	Sekolah ski, sekolah berlayar, dan klub golf.
5	Toko eceran	Toko-toko, agen perjalanan, toko oleh-oleh, toko persediaan berkemah.
6	Fasilitas lainnya	Kursus kerajinan tangan, sekolah bahasa.
7	Layanan lainnya	Pangkas rambut, layanan informasi dan kebijakan pariwisata.

4) *Ancillary*

Ancillary atau fasilitas pendukung mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata (Sugiyama, 2011). Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah dan asosiasi kepariwisataan. Dan termasuk pemandu wisata dan pelayanan kurir, agen periklanan, konsultan, pendidikan dan penyedia pelatihan dan koordinasi kegiatan oleh dewan kepariwisataan lokal.

b. Promosi Wisata

Promosi merupakan insentif jangka pendek untuk mendorong pembelian atau penjualan dari suatu produk atau jasa (Basu Swastha dan Handoko, 2008). Promosi kepariwisataan merupakan suatu strategi yang harus dilakukan secara berkesinambungan baik di tingkat internasional maupun regional. Sehubungan dengan kebijakan pemerintah Indonesia mengenai penyelenggaraan otonomi daerah, maka masing-masing daerah diharapkan mampu menarik para wisatawan baik mancanegara maupun domestik untuk berkunjung ke daerah tujuan wisata yang ada di Indonesia.

Metode-metode tersebut terdiri atas periklanan, promosi penjualan, penjualan perseorangan dan hubungan masyarakat. Promosi merujuk pada berbagai aktivitas

yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan kebaikan produknya dan membujuk para pelanggan dan konsumen sasaran untuk membeli produk tersebut. Sehingga dapat disimpulkan mengenai promosi yaitu dasar kegiatan promosi adalah komunikasi perusahaan dengan konsumen untuk mendorong terciptanya penjualan. Kegiatan promosi dewasa ini dirasakan semakin penting dan dibutuhkan. Hal ini terjadi karena adanya jarak antara produsen dan konsumen yang bertambah jauh dan jumlah pelanggan potensial yang bertambah banyak serta adanya perantara. Dengan adanya perantara ini maka perusahaan tidak lagi untuk berkomunikasi dengan konsumen.

Untuk strategi promosi, Kementerian Pariwisata menggunakan istilah POSE: *paid media*, *owned media*, *social media*, dan *endorser*. Strategi ini diimplementasikan sebagai *convergence media*, dimana *paid media* adalah kegiatan promosi pada media berbayar seperti promosi di televisi, koran, majalah, dan radio. *Owned media* adalah media yang diterbitkan dan dikelola oleh pengelola sebagai produk atau jasa. *Social media* adalah media daring, dengan pengguna yang dapat berpartisipasi dan berbagi informasi dengan mudah dan cepat. Unsur keempat yaitu *endorser*, yang memiliki peran yang tak kalah penting yaitu orang yang berperan sebagai pelaku promosi destinasi wisata di Indonesia.

c. Sumber Daya Manusia

Pariwisata sebagai sebuah industri yang sangat bergantung pada keberadaan manusia. Terwujudnya pariwisata merupakan interaksi dari manusia yang melakukan wisata yang berperan sebagai konsumen yaitu pihak-pihak yang melakukan perjalanan wisata/wisatawan dan manusia sebagai produsen, yaitu pihak-pihak yang menawarkan produk dan jasa wisata. Sehingga aspek manusia salah satunya berperan sebagai motor penggerak bagi kelangsungan industri pariwisata di suatu negara. Sumber daya manusia dalam pariwisata adalah seluruh aspek manusia yang mendukung kegiatan wisata baik bersifat berwujud (*tangible*)

maupun tidak berwujud (*intangible*) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mewujudkan terciptanya kepuasan wisatawan serta berdampak positif terhadap ekonomi, kesejahteraan, dan kelestarian lingkungan dan budaya di suatu kawasan wisata.

Salah satu kunci sukses pariwisata di Indonesia adalah *human resources development* pada berbagai subsistem pariwisata tersebut. Ini menunjukkan bahwa sumber daya manusia yang berkualitas memegang peranan yang sangat penting dalam pengembangan industri pariwisata terutama ketika pemerintah Indonesia mulai menerapkan kebijakan otonomi daerah. Keberadaan sumber daya manusia berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia dalam pariwisata mencakup wisatawan/pelaku wisata (*tourist*) atau sebagai pekerja (*employment*).

Peran sumber daya manusia sebagai pekerja dapat berupa sumber daya manusia di lembaga pemerintah, sumber daya manusia yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas para pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas kepariwisataan serta yang tidak kalah pentingnya masyarakat di sekitar kawasan wisata yang bukan termasuk ke dalam kategori di atas, namun turut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisatawan yang berkunjung ke kawasan tersebut. Kementerian Pariwisata telah mencanangkan program-program pengembangan sumber daya manusia untuk menyongsong industri pariwisata 4.0. Program tersebut penting untuk menyiapkan SDM pariwisata yang berorientasi kepada wisatawan milenial dan digadang-gadang bakal meningkatkan kualitas pelaku atau penyedia jasa wisata.

- 1) Program pertama adalah pemetaan digital "*maturity*" di industri pariwisata di Indonesia. Program ini melibatkan ekosistem kepariwisataan serta pemetaan perilaku, pengetahuan, dan keterampilan. Tujuannya ialah mempersempit gap di dalam industri kepariwisataan di Indonesia.

- 2) Kedua adalah program pemetaan kompetensi, kurikulum, dan metode pembelajaran dan sertifikasi Wonderful Indonesia Digital Tourism 4.0. Program ini mengharuskan Kementerian Pariwisata menerapkan metode pembelajaran kompetensi digital bertajuk *Blended Learning*. Selain itu, membentuk *Center of Excellence Tourism* di perguruan tinggi pariwisata dengan pendekatan pentahelix serta sertifikasi kompetensi.
- 3) Ketiga adalah program kerja sama antara Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP) dan industri di bidang pengembangan kompetensi digital. Misalnya dengan membuka kesempatan mahasiswa PTNP magang di industri yang mempunyai kompetensi digital terbaik.
- 4) Keempat adalah program pengembangan dan pembinaan SDM desa wisata dengan Perguruan Tinggi Negeri Pariwisata (PTNP). Di antaranya melakukan pendampingan untuk pelaku wisata di kawasan desa wisata dengan menggandeng perguruan tinggi pariwisata. Bisa pula dengan melakukan pengkajian untuk mendukung aplikasi program desa wisata berbasis digital.
- 5) Kelima adalah kerja sama pengembangan *start up* pariwisata dan industri kreatif di berbagai destinasi wisata. Perlu dilakukan kerja sama seperti membuat gerakan nasional. Gerakan ini berorientasi pada pengembangan *start up* di sektor industri pariwisata serta pengembangan kapasitas.
- 6) Terakhir atau keenam adalah Kementerian Pariwisata merancang program pengembangan dan pelatihan *Wonderful Indonesia Digital* atau *WIDI Champion*.

Kementerian juga dapat meningkatkan digital literasi dan memantau kesiapan pelaku bisnis usaha kecil dan menengah di daerah-daerah wisata, dengan tujuan meningkatkan kesadaran dan kepekaan terhadap kepariwisataan di daerah masing-masing. Pelatihan ini juga memberikan pengetahuan dasar kepariwisataan kepada lembaga pendidikan, pelatihan, dan industri dalam pengembangan

pariwisata. Selain itu juga menciptakan kader-kader pariwisata untuk berpartisipasi aktif dalam mengembangkan pariwisata. Program ini juga turut mendorong percepatan kualitas sumber daya manusia dalam pariwisata untuk mencetak tenaga profesional demi mengembangkan potensi pariwisata di Indonesia.

1.5.3.6. Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism*) dan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) adalah istilah yang mengakibatkan bermacam-macam tanggapan/respon dari manajer-manajer, perencana-perencana pariwisata, serta pembela/advokat lingkungan, baik skeptis sampai yang memperhatikan. Berdasarkan definisi dari *World Tourism Organization*, pariwisata berkelanjutan ditunjukkan dari adanya keserasian antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan pada satu pihak mempertahankan integritas budaya, proses ekologi esensial, keanekaragaman hayati, dan sistem penunjang kebutuhan pada lain pihak. Prinsip kepariwisataan berkelanjutan dapat dijabarkan berikut (*World Tourism Organization* dalam Koesnadi, 2002):

- a. Sumber daya alam, historis, budaya, dan lain-lain untuk kepariwisataan dikonservasikan untuk pemanfaatan berkesinambungan di masa depan, dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat sekarang.
- b. Pengembangan kepariwisataan direncanakan dan dikelola sedemikian rupa sehingga tidak menimbulkan masalah lingkungan dan sosio kultural yang serius di wilayah wisata.
- c. Kualitas lingkungan yang menyeluruh di wilayah wisata dipelihara dan ditingkatkan dimana diperlukan.
- d. Kepuasan wisatawan yang tinggi dipertahankan sehingga daerah tujuan wisata akan tetap memiliki daya jual dan popularitasnya.
- e. Manfaat dari kepariwisataan tersebar luas di seluruh masyarakat.

1.5.4. Hakikat SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian, perencanaan strategis (*strategic planner*) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini, hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer untuk analisis situasi adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2000). Analisis SWOT adalah analisis kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), ancaman (*threats*) yang dihadapi perusahaan atau organisasi (Jusuf Udaya dkk, 2013).

a. Kekuatan (*Strengths*)

Kekuatan merupakan sumber atau kemampuan yang dikuasai atau yang tersedia bagi perusahaan dan memberikan keuntungan dibandingkan dengan para pesaingnya dalam melayani kebutuhan para pelanggan. Umumnya, daerah kekuatan berkaitan dengan keunggulan dari para pegawai atau berdasarkan sumber daya (*resources based*).

b. Kelemahan (*Weaknesses*)

Kelemahan merupakan keterbatasan atau kekurangan dalam salah satu sumber daya atau kemampuan (*capability*) organisasi dibandingkan dengan para pesaingnya yang menimbulkan kerugian dalam usaha memenuhi kebutuhan para pelanggan secara efektif.

c. Peluang (*Opportunities*)

Peluang merupakan situasi yang menguntungkan di dalam lingkungan organisasi. Kecenderungan-kecenderungan yang terdapat di dalam lingkungan yang dapat dimanfaatkan oleh organisasi merupakan sebuah peluang. Begitu pula perubahan di dalam peraturan-peraturan pemerintah pusat atau setempat dan yang terjadi di bidang teknologi, serta perbaikan hubungan antara pembeli dan penjual dapat merupakan sebuah peluang.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman merupakan situasi utama yang tidak menyenangkan di dalam sebuah lingkungan. Ancaman adalah rintangan utama terhadap posisi saat ini atau posisi yang diinginkan perusahaan atau organisasi. Masuknya pesaing-pesaing baru, pertumbuhan besar yang tersendat, kekuatan tawar-menawar dari para pemasok atau pemakai utama, perubahan teknologi, serta peraturan-peraturan yang baru dapat merupakan ancaman terhadap keberhasilan perusahaan atau organisasi.

Metode ini digunakan untuk mengetahui metode strategi pengembangan melalui analisis SWOT dengan cara menganalisis faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan faktor-faktor eksternal (peluang dan ancaman) dengan matriks IFE dan EFE. *Matriks Internal Factor Evaluation* (IFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Data faktor internal untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan beberapa fungsional perusahaan, misalnya dari aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, sistem informasi, dan produksi. *Matriks External Factor Evaluation* (EFE) digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang berupa peluang dan ancaman yang dihadapi. Data faktor eksternal dicari untuk menganalisis hal-hal yang berkaitan dengan persoalan ekonomi, budaya, sosial, lingkungan, demografi, politik, hukum, pemerintahan, teknologi, dan persaingan pasar.

Alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis adalah matriks SWOT. Matriks dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi mampu disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks berikut dapat menghasilkan empat sel kemungkinan yang strategis (Rangkuti, 2000).



Tabel 5. Matrik SWOT (Rangkuti, 2000)

INTERNAL	STRENGTHS (S) Faktor Kekuatan Internal	WEAKNESSES (W) Faktor Kelemahan Internal
EKSTERNAL		
OPPORTUNITIES (O) Faktor Peluang Eksternal	STRATEGI S – O Strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI W – O Strategi mengurangi kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Faktor Ancaman Eksternal	STRATEGI S – T Strategi menggunakan kekuatan untuk menghindari ancaman	STRATEGI W – T Strategi meminimalkan kelemahan untuk menghindari ancaman

Keterangan:

- Strategi S – O, strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan, yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya.
- Strategi S – T, ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatann yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman.
- Strategi W – O, strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada.
- Strategi W – T, strategi ini didasarkan pada meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

1.6. Penelitian Relevan

Penelitian relevan merupakan suatu penelitian sebelumnya yang sudah pernah dibuat dan dianggap cukup relevan atau mempunyai keterkaitan dengan judul dan topik yang akan diteliti yang berguna untuk menghindari terjadinya pengulangan penelitian dengan topik permasalahan yang sama. Penelitian relevan juga bermakna sebagai referensi yang berhubungan dengan penelitian yang akan dibahas. Berikut daftar penelitian yang menjadi referensi peneliti dalam penelitian ini:

Tabel 6. Penelitian Relevan

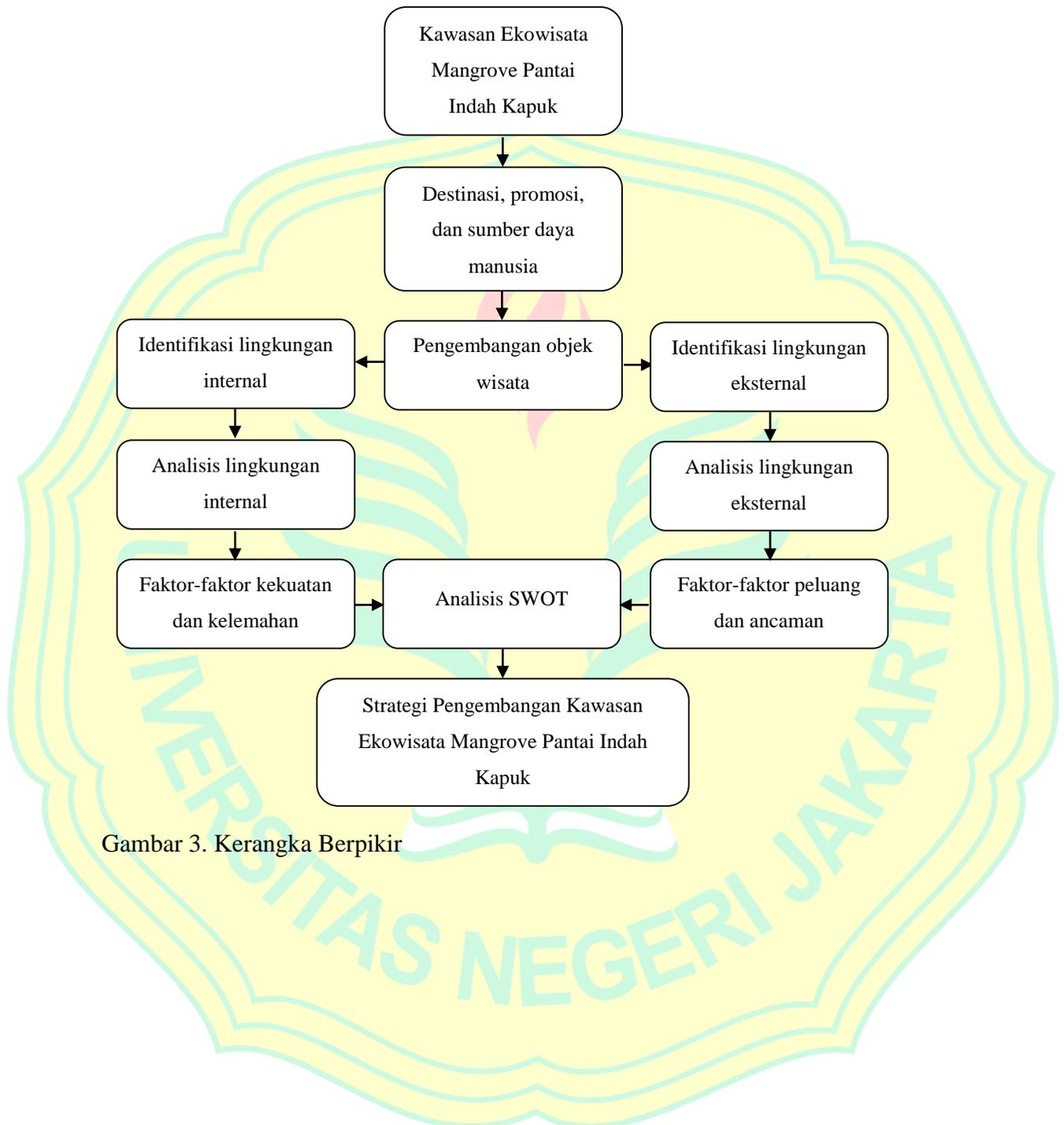
No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Yessie Stephanie (Universitas Pendidikan Indonesia, 2015)	Strategi Pengembangan Fasilitas Wisata Pantai Sawarna di Kabupaten Lebak Banten	Desain penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif.	Keberadaan fasilitas wisata di Pantai Sawarna berdasarkan garis kontinum berada di daerah cukup baik. Indikator ini menyatakan ketersediaan air bersih, ketersediaan informasi yang lengkap, faktor kebersihan di Pantai Sawarna, aktivitas berenang di Pantai Sawarna, aktivitas bersepeda di Pantai Sawarna, aktivitas outbound serta aktivitas berjalan santai di Pantai Sawarna. Akan tetapi pemerintah harus turut membantu pengembangan di Pantai Sawarna, dengan menyediakan sarana angkutan umum sehingga wisatawan juga dapat bersantai selama perjalanan agar wisatawan tidak perlu berkendara sendiri, serta membuatantisipasi dalam mencegah dan menanggulangi bencana yang dapat terjadi kapan saja.
2	Mahyoatiy (Institut Pertanian Bogor, 2015)	Pengembangan Ekowisata Mangrove di Resort Balanan Taman Nasional Baluran	Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif.	Penilaian potensi ekowisata mangrove menghasilkan tebing sebagai potensi unggulan pada ekosistem mangrove Resort Balanan. Kegiatan ekowisata mangrove berdasarkan penilaian potensi unggulan dan preferensi pengunjung potensial adalah tour edukasi mangrove. Tingginya dukungan dan kesediaan partisipasi aktif masyarakat yaitu sebesar 70% perlu dipertimbangkan agar dapat dilibatkan langsung dalam ekowisata mangrove. Pengembangan ekowisata di area mangrove Resort Balanan dapat dilakukan dengan menyusun paket ekowisata mangrove sesuai dengan minat pengunjung dan memberdayakan masyarakat sekitar dalam kegiatan ekowisata, meningkatkan sarana prasarana ekowisata mangrove serta mempromosikan Resort Balanan melalui berbagai media promosi. Peran maksimal pihak pengelola dalam mengontrol dan meningkatkan pengamanan di Resort Balanan dan meningkatkan mutu sumber daya manusia yang kompeten dalam ekowisata mangrove.
3	Annisa Yulia Zalni (Universitas Negeri Jakarta, 2019)	Aksesibilitas Pariwisata di kawasan wisata Pantai Air Manis Kecamatan Padang Selatan	Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif, metode penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data-	Aksesibilitas pariwisata di Pantai Air Manis berdasarkan hasil wawancara tergolong tidak mudah dimana pada akses jalan tidak terdapat pusat informasi wisata, penunjuk jalan, agen wisata untuk memandu wisatawan yang datang dari luar daerah maupun luar negeri dan terminal bis angkutan umum. Masih terdapat banyak jalan yang rusak dan berlubang, perlengkapan jalan yang tersedia di

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
		Sumatera Barat	data untuk diolah sehingga menggambarkan dan menjelaskan mengenai Potensi Wisata Pantai Air Manis.	lokasi wisata juga tidak lengkap dan tidak memadai, tidak terdapatnya rambu lalu lintas, pagar pengaman jalan dan jalur pejalan kaki atau pedestrian. Fasilitas parkir telah tersedia namun belum berjalan secara maksimal dan tidak dimanfaatkan sebagaimana mestinya oleh wisatawan dan waktu tempuh pengemudi yang tidak tentu akibat kondisi jalan rusak dan berlubang, serta bila terjadi hujan. Selain itu kawasan wisata ini sering ditemukannya aksi pungutan liar.

1.7. Kerangka Berpikir

Kawasan Mangrove Pantai Indah Kapuk berada di Kelurahan Kapuk Muara, Kecamatan Penjaringan, Kota Jakarta Utara, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Di objek wisata ini, terdapat destinasi wisata, kegiatan promosi dan sumber daya manusia yang dinilai belum cukup optimal. Melihat kenyataan tersebut, perlu dilakukan identifikasi lingkungan lebih mendalam untuk menggali potensi yang ada dan mengatasi permasalahan-permasalahan yang dituangkan dalam strategi untuk mengembangkan Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk.

Analisis lingkungan internal dan eksternal adalah salah satu cara yang dapat dilakukan agar pengembangan objek wisata ini dapat dikelola dengan baik dan terencana. Dari kedua telaah lingkungan tersebut, maka dapat diperoleh gambaran menyeluruh tentang situasi dan kondisi dari berbagai aspek tersebut, sehingga dapat dirumuskan kekuatan dan kelemahan dari faktor internal serta peluang dan ancaman dari faktor eksternal. Kemudian, melakukan analisis lanjutan menggunakan analisis SWOT dengan menentukan faktor-faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimasukkan dalam matriks SWOT. Setelah itu, akan muncul beberapa alternatif strategi berdasarkan hasil analisis SWOT tersebut untuk pengembangan Kawasan Ekowisata Mangrove Pantai Indah Kapuk.



Gambar 3. Kerangka Berpikir