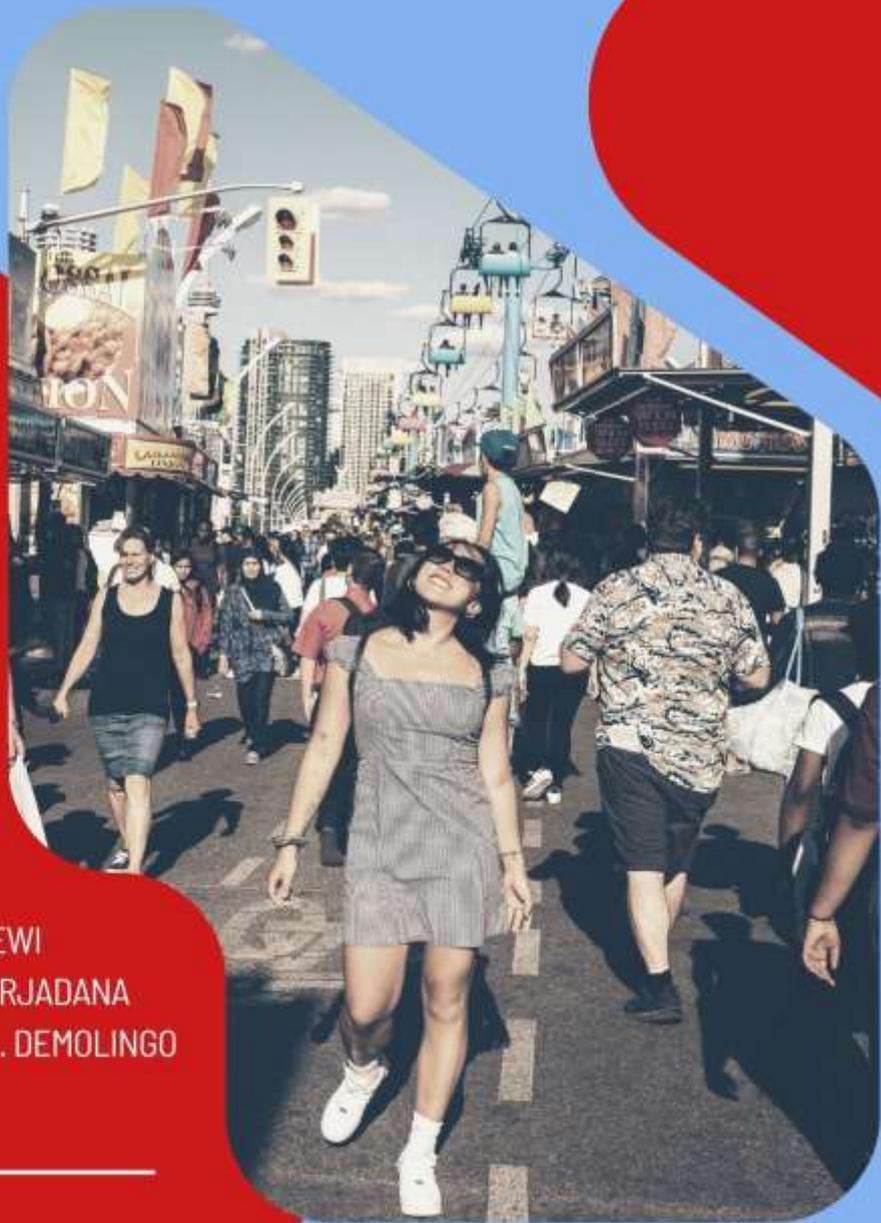


MANAJEMEN PENGUNJUNG DI DESTINASI WISATA

Edisi Pertama



OLEH:

- LILIANA DEWI
- M. LIGA SURJADANA
- RAMANG H. DEMOLINGO

LEMBAGA PENERBITAN UNIVERSITAS - UNIVERSITAS NASIONAL (LPU - UNAS)

MANAJEMEN PENGUNJUNG DI DESTINASI WISATA

Cetakan Pertama

Penulis:

Liliana Dewi

M. Liga Surjadana

Ramang H. Demolingo

Editor:

FX Setiyo Wibowo

Penata Sampul:

Joy Petraska Tehupeiry

Nomor ISBN: 978-623-7273-58-5

ISBN 978-623-7273-58-5



Penerbit:

**Lembaga Penerbitan Universitas - Universitas Nasional
(LPU - UNAS)**

Jl. Sawo Manila, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520

Telp: (021) 7806700

Email: info@unas.ac.id

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

**MANAJEMEN
PENGUNJUNG
DI DESTINASI WISATA**

Edisi Pertama

Penulis:

Liliana Dewi

M. Liga Surjadana

Ramang H. Demolingo

PRAKATA

Sungguh sebuah kebahagiaan dan rasa syukur penulis panjatkan kepada Allah Bapa Tri Tunggal karena penulis telah menyelesaikan penyusunan buku ajar edisi pertama. Buku tentang Manajemen Pengunjung di destinasi pariwisata ditujukan untuk para mahasiswa/I, dosen dan para pelaku industri pariwisata yang mengkaji kepariwisataan, beserta dampak dari aktivitas pariwisata pada destinasi serta Manajemen Pengunjung.

Berdasarkan hasil penelitian pustaka diketahui bahwa masih belum banyak buku yang membahas mengenai Manajemen Pengunjung di destinasi wisata. Penulis berharap meningkatnya kesadaran dalam manajemen destinasi wisata dari dampak yang dapat ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata dengan menerapkan Manajemen Pengunjung di destinasi. Untuk itu buku ini diterbitkan berdasarkan hasil observasi dan studi pustaka.

Ucapan terimakasih penulis haturkan kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penulisan dan penerbitan buku ajar ini. Kami menyadari masih terdapat kekurangan dalam buku. Untuk itu kritik dan saran terhadap penyempurnaan buku ini sangat diharapkan. Semoga buku ini dapat memberi manfaat bagi pembaca.

Tim Penulis

DAFTAR ISI

PRAKATA

DAFTAR ISI

BAB I	Pendahuluan	1
	1.1 Kepariwisata	1
	1.2 Destinasi Pariwisata	7
	1.3 Pengunjung, Wisatawan, Pelancong	21
	1.4 Daya Dukung Lingkungan Kepariwisata	30
BAB II	Dampak Pariwisata Pada Destinasi Wisata	41
	2.1 Dampak Pariwisata Pada Destinasi Wisata	42
	2.2 Bidang Ekonomi	52
	2.3 Bidang Sosial Budaya	71
	2.4 Bidang Lingkungan	85
BAB III	Manajemen Pengunjung	102
	3.1 Mengapa Dibutuhkan Manajemen Pengunjung?	103
	3.2 Manfaat Manajemen Pengunjung	116
	3.3 Pendekatan Manajemen Pengunjung	121
	3.4 Regulasi Perjalanan Di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019	127
BAB IV	Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan Di Daya Tarik Wisata Dalam Masa Penanganan Pandemi Covid-19	131
	4.1 Panduan Umum	131
	4.2 Panduan Khusus	134
	4.3 Standar dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata	143

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menghaturkan apresiasi dan terima kasih kepada Universitas Nasional yang telah memberikan dukungan berupa saran, opini dan motivasi hingga terselesaikannya penulisan buku dengan judul Manajemen Pengunjung di Destinasi Wisata. Apresiasi juga atas dukungan dan kerjasama tim penulis beserta penerbit LPU Universitas Nasional.

BAB I

PENDAHULUAN

Gambaran Umum

Sebelum membahas mengenai Manajemen Pengunjung di destinasi wisata, pemaparan akan destinasi pariwisata beserta kaitannya dengan konsep-konsep kepariwisataan secara umum akan dijelaskan terlebih dahulu, karena penting untuk memahami pengertian dan batasan-batasan mengenai destinasi pariwisata. Bab ini diawali dengan pembahasan akan pengertian yang terkait dengan perjalanan wisata, pemahaman akan kepariwisataan, pengertian pariwisata, peran pemangku kepentingan di industri pariwisata, pemahaman akan konsep destinasi wisata, daya dukung lingkungan kepariwisataan, serta penjelasan akan perbedaan antara wisatawan, pengunjung dan pelancong.

Selain pemaparan mengenai kepariwisataan, destinasi, perbedaan pelaku wisata serta daya dukung, di bab ini akan juga diperlengkapi dengan latihan-latihan soal dan atau studi kasus untuk membantu mahasiswa/i memahami penjelasan teori-teori di bab pendahuluan. Agar tujuan dapat tercapai sesuai dengan rencana pembelajaran perkuliahan, yaitu untuk memahami apakah itu pariwisata, perjalanan wisata, kepariwisataan baik sebagai suatu sistem dan industri, serta apakah itu destinasi wisata, daya dukung tempat, hingga peran pemangku kepentingan di destinasi pariwisata.

Tujuan

Setelah membaca bab ini mahasiswa diharapkan mampu untuk:

1. Memahami apakah yang dimaksud dengan perjalanan wisata,
2. Mendefinisikan konsep-konsep yang berkaitan dengan kepariwisataan
3. Memahami kepariwisataan sebagai suatu sistem
4. Memahami pengertian pariwisata, kegiatan pariwisata dan jenis-jenis wisata serta usaha bisnis yang berkaitan dengan industri pariwisata
5. Memahami tentang destinasi wisata
6. Mengidentifikasi dan memahami peran pemangku kepentingan di destinasi pariwisata
7. Memahami daya dukung lingkungan kepariwisataan
8. Memahami perbedaan pengunjung, wisatawan, dan pelancong

1.1 Kepariwisataan

Sebelum terbentuknya sistem dalam kepariwisataan, seseorang perlu melakukan perjalanan wisata dari tempat tinggalnya (*origin*) menuju ke tempat tujuan wisata (*destinasi*). Menurut (Hidayah, 2021), kegiatan perjalanan wisata dilakukan di destinasi wisata yang mana memerlukan adanya proses perjalanan wisata yang membutuhkan media transportasi baik darat/laut/udara. Melalui penjelasan ini maka dapat diambil kesimpulan bahwa dalam perjalanan wisata terdapat keterikatan antara kegiatan wisata dengan kegiatan perjalanan (*travel*).

Perjalanan wisata menciptakan kegiatan proses konsumsi mulai dari konsumsi makanan atau minuman, menikmati fasilitas-fasilitas di tempat menginap, dan fasilitas jasa travel yang ditawarkan dan digunakan. Produk makanan atau minuman, fasilitas-fasilitas tersebut merupakan produk wisata yang dikonsumsi di destinasi wisata yang dapat memberikan pengalaman (*experiences*).

Kegiatan melakukan perjalanan wisata ini menciptakan suatu sistem aktivitas wisata yang melibatkan banyak orang dan pihak yang saling bersinergi membentuk satu kesatuan interaksi aktivitas bersifat holistik dan menghasilkan nilai tambah dengan produk *intangible* yang disebut dengan kepariwisataan. Terdapat tiga definisi yang disampaikan oleh beberapa ahli diantaranya seperti Nurdin Hidayah, seorang ahli yang berpengalaman di bidang manajemen pariwisata; Bambang Sunaryo, seorang ahli di bidang kebijakan, hukum dan politik; serta Undang-undang Kepariwisataan

Mengutip dari (Hidayah, 2021), kepariwisataan adalah

Segala sesuatu yang terkait dengan kegiatan pariwisata beserta dampaknya yang terjadi karena adanya kontak/interaksi antara pelaku perjalanan wisata dengan daya tarik wisata, sarana penunjang wisata, dan infrastruktur/prasarana yang disediakan oleh komunitas, swasta, dan pemerintah, dimulai dari saat meninggalkan tempat tinggal, selama perjalanan, di tempat tujuan, sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya.

(Sunaryo, 2013) menambahkan

Korelasi sistematis yang terjadi secara menyeluruh antara pelaku wisata sebelum, selama dan sesudah melakukan wisata; penyedia jasa dan informasi; fasilitator dan regulator saling berkaitan membentuk suatu sistem.

Regulasi kepariwisataan mendefinisikan

Sebagai suatu keutuhan aktivitas pariwisata yang bersifat pancamuka dan gabungan berbagai disiplin muncul membentuk suatu kesatuan untuk memenuhi kebutuhan banyak orang, baik wisatawan, penyedia jasa wisata, masyarakat, daerah, hingga negara.

Menelaah kepariwisataan sebagai sistem dan sebagai industri menurut Bambang Sunaryo merupakan suatu untaian rantai kegiatan yang bersinergi antara usaha bisnis, perijinan,

perlindungan lingkungan dan budaya dalam kegiatan wisata yang membentuk kesatuan sistem interaksi.

Menarik kesimpulan dari tiga definisi di atas maka kepariwisataan merupakan kegiatan usaha pariwisata yang melibatkan banyak orang dan saling bersinergi membentuk satu kesatuan interaksi aktivitas bersifat holistik dan menghasilkan nilai tambah dengan produk produksi berupa *intangible*.

Kompleksitas dan keterlibatan multi sektor usaha dan multi dimensi membentuk sistem kepariwisataan. Teori ini didukung oleh Leiper dalam Morison yang dikutip oleh Hidayah Nurdin (2021) menjelaskan bahwa sistem kepariwisataan adalah sistem yang terdiri dari tiga komponen yang saling terkait, yaitu unsur pertama adalah komponen manusia dan unsur pengunjung, kedua adalah komponen industri yang terdiri dari unsur organisasi dan industri, ketiga adalah komponen spasial atau geografis yang terdiri dari unsur wilayah penghasil pelaku wisata, tempat atau rute transit dan tempat tujuan wisata.

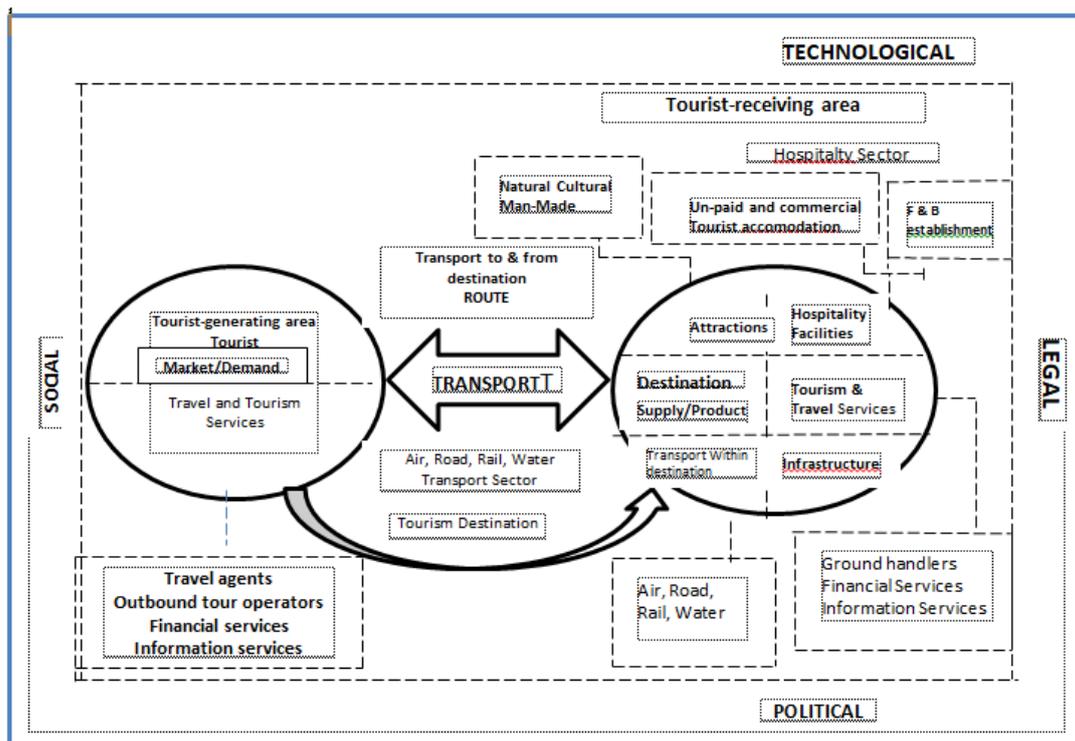
Pada model Leiper terdapat empat bagian yang terdiri dari *tourist-generating area*, *tourist-receiving area*, *transit route*, dan *tourism industries*. Bagian pertama dijelaskan bahwa *tourist-generating area* merupakan wilayah atau bagian para pelaku wisata yang memiliki permintaan (*demand*) akan kegiatan pariwisata. Di bagian ini usaha jasa pariwisata dan perjalanan bertindak sebagai penyedia jasa hadir memenuhi permintaan pelaku wisata.

Bagian kedua yaitu *tourist receiving area* sebagai destinasi wisata, yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, sarana penunjang kegiatan wisata dan prasarana yang disediakan dan atau dikelola oleh masyarakat, swasta, pemerintah.

Bagian ketiga, *transit route region* adalah area transit menuju ke destinasi pariwisata. Merupakan zona antara sebelum kegiatan wisata utama terjadi.

Bagian keempat *tourism industries* merupakan keseluruhan usaha penyediaan jasa dan barang untuk memfasilitasi kegiatan wisata para pengunjung yang mengunjungi destinasi pariwisata.

Bagian-bagian *tourist-generating area*, *tourist-receiving area*, *transit route*, dan *tourism industries* dipengaruhi oleh lingkungan eksternal seperti faktor ekonomi, sosial, politik, hukum, teknologi dan lingkungan yang membentuk satu kesatuan keberlangsungan semua komponen sistem kepariwisataan. Perangkat unsur yang saling berkaitan membentuk totalitas kepariwisataan menurut Leiper dapat dilihat pada Gambar 1.1



Gambar 1.1 Sistem Kepariwisata Model Leiper (1990)

Sumber: Morrison A.M Marsongko, E.P & Damanik, P.J (2017) dalam Nurdin Hidayah (2021)

Sebagai keseluruhan rangkaian unsur kepariwisataan ada yang bersifat langsung dan tidak langsung yang mendongkrak dan menghidupkan sektor usaha, serta penyerapan tenaga kerja. Keterkaitan rantai nilai (*multiplier effect*) yang panjang dan mampu menjalin berbagai usaha mikro dan mampu menyerap sumberdaya setempat.

Disamping manfaat ekonomi yang dapat dirasakan oleh masyarakat, kepariwisataan juga berpotensi meningkatkan kualitas hidup masyarakat terkhusus bagi mereka yang berdomisili di sekitar aktivitas pariwisata, selain itu juga mampu menumbuhkan aspek kesejahteraan kultural dan intelektual. Namun manfaat ini dapat dirasakan baik apabila dikelola dengan baik dan tepat sehingga dapat meminimalisasi kemungkinan-kemungkinan dari munculnya dampak negatif terkhususnya kepada lingkungan fisik, biotik, dan sosial budaya.

Berdasarkan penjelasan diatas tentang kepariwisataan baik sebagai suatu sistem maupun industri, dapat kita telusuri apa yang dimaksud dengan pariwisata. Adapun komponen-komponen yang dibutuhkan untuk mendukung keberlangsungan kegiatan pariwisata, antara lain:

a) Atraksi wisata

Merupakan sesuatu hal atau tempat ataupun kegiatan yang membuat orang tertarik untuk berkunjung ke destinasi yang memiliki daya tarik sehingga berminat melakukan kegiatan wisata.

b) Fasilitas dan pelayanan wisata

Segala sesuatu yang memfasilitasi dan melayani kegiatan wisata, contoh: transportasi, akomodasi, *food and beverage*, toilet, pramuwisata, informasi, dan lain-lain.

c) Infrastruktur

Adalah segala sesuatu sebagai penunjang utama terselenggaranya proses kegiatan wisata dan non-wisata, contohnya: prasarana umum seperti air bersih, listrik, penerangan, manajemen limbah, sistem telekomunikasi. Fasilitas umum misalnya fasilitas kesehatan, fasilitas beribadah, MCK, fasilitas rekreasi.

Pariwisata merupakan kegiatan perjalanan tur untuk mendapatkan dan menghasilkan pengalaman bagi pelaku kegiatan perjalanan tur tersebut dari tempat asalnya menuju ke tempat tujuan wisata. Proses awal mendapatkan dan atau memberikan pengalaman baik kepada pelaku wisata penting untuk diperhatikan. Diperlukan adanya suatu inspirasi kepada pelaku wisata yang ditawarkan melalui promosi, pemasaran untuk menginspirasi mereka berkunjung ke tempat tujuan wisata. Pengelola perlu mempertimbangkan '*customer journey*' untuk menarik pelaku wisata hingga berkunjung dan mendapatkan pengalaman hingga mau merekomendasikan kembali. Adapun konsep tahapan dalam *customer journey* yang dikenalkan oleh UNWTO (2007) dalam Hidayah Nurdin (2021) dimulai dari *dream, plan, book, experience, remember*.

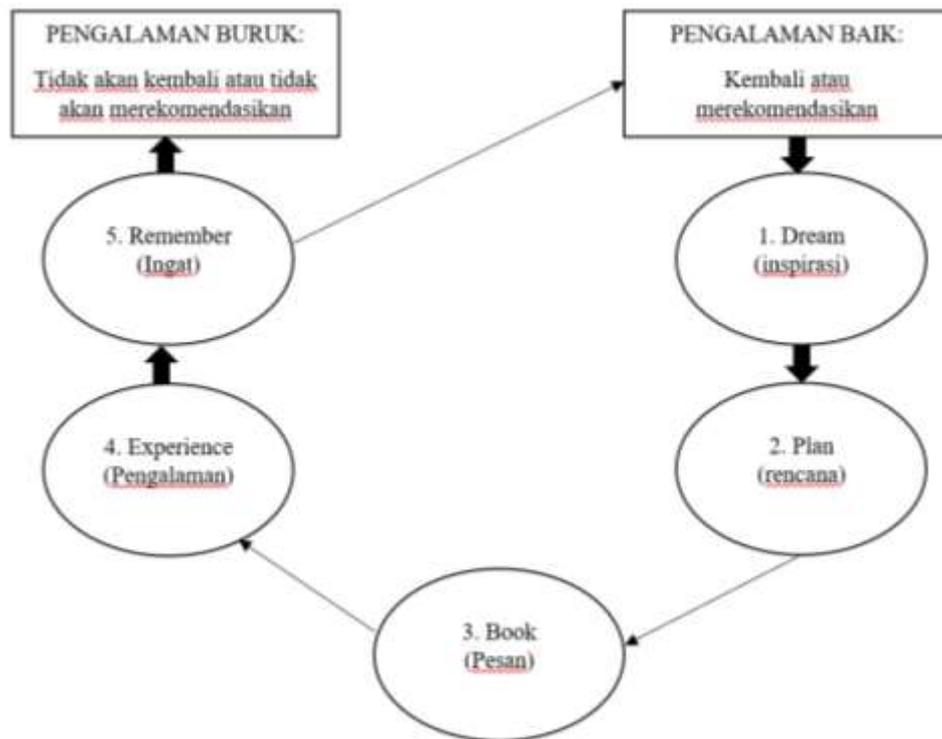
Pada tahap *dream*, calon wisatawan sedang pada tahap mempertimbangkan apakah ingin berlibur atau berwisata, kapan akan dilakukan, berapa lama, dan berapa biaya yang harus dikeluarkan, apakah tempat wisata tersebut aman dan bersih. Banyak pertimbangan, pencarian informasi, rekomendasi, ide sebelum memutuskan tempat tujuan wisata, dan kegiatan apa yang hendak dilakukan.

Tahap berikutnya adalah *plan* (rencana), tahap ketika pilihan tempat wisata dan kegiatan wisata sudah lebih sempit dan pencarian informasi sudah lebih lanjut detail dan spesifik, seperti pencarian informasi akomodasi, hal yang harus dilakukan, hal yang ingin dilihat, cuaca, transportasi, perhelatan, dan sebagainya.

Tahap selanjutnya adalah *book* (pesan), pada tahap ini calon wisatawan mulai melakukan perbandingan dan evaluasi nilai terbaik dari pilihan transportasi, akomodasi, atraksi wisata, kenyamanan, keamanan. Setelah menetapkan keputusan maka dilakukan pemesanan baik melalui perantara.

Tahap berikutnya adalah *experience* (pengalaman), wisatawan mulai mengonsumsi penawaran-penawaran di destinasi wisata. Pengalaman dapat dimulai dari sambutan yang diterima ketika tiba di lokasi, kualitas fasilitas, atraksi, akomodasi dan fasilitas penunjang, kesesuaian dan ketepatan informasi yang diberikan pada saat tahap *booking* oleh pengelola sehingga dapat memberikan pengalaman total bagi pelaku wisata.

Tahap terakhir adalah *remember* (ingat), pada tahap ini pelaku wisata akan mengingat dan menilai pengalaman berwisata mereka apakah itu kesan baik atau buruk. Oleh sebab itu, pengelola perlu mempertimbangkan semua hal secara baik dan konsisten dimulai dari penyebaran informasi yaitu saat wisatawan mencari informasi-informasi mengenai tempat tujuan wisata hingga saat mereka tiba dan mengonsumsi semua jasa dan barang yang telah dibeli sesuai penawaran yang diberikan. Ilustrasi kelima tahapan *customer journey* ini dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 1.2. *Customer Journey*

Sumber: UNWTO (2007) dalam Nurdin Hidayah (2021)

Berdasarkan Gambar 2 di atas muncul suatu pemikiran, mengapa orang melakukan perjalanan wisata? Apa yang memotivasi orang melakukan perjalanan wisata? Terdapat beberapa jenis tujuan perjalanan wisata, bisa dikarenakan ingin liburan, bisnis, MICE, mengunjungi teman dan kerabat, personal dan sebagainya, bahkan seseorang dapat melakukan perjalanan karena satu atau gabungan dari tujuan tersebut.

Motivasi perjalanan wisata umumnya dijelaskan menggunakan teori Hirarki Kebutuhan Maslow, yaitu terbagi ke dalam 5 bagian. Pada bagian pertama yang merupakan kebutuhan dasar adalah fisiologis, adalah kebutuhan dasar seperti makan, minum tidur pakaian. Bagian kedua merupakan kebutuhan akan rasa aman. pada bagian ini manusia merasakan kebutuhan akan keamanan, keteraturan, stabilitas. Pada bagian ketiga adalah kebutuhan sosial, yaitu kebutuhan akan afeksi, relasi, keluarga, dan lain-lain. Lanjut pada kebutuhan keempat yaitu kebutuhan manusia akan penghargaan, bagian ini menunjukkan kebutuhan manusia akan pencapaian, status, reputasi, pengakuan. Pada bagian terakhir yang merupakan kebutuhan

paling puncak dari hirarki kebutuhan Maslow adalah kebutuhan akan aktualisasi diri. Pada kebutuhan puncak ini manusia membutuhkan adanya pengembangan diri, pemenuhan diri, disini manusia cenderung mencari sesuatu di luar dari rutinitasnya atau di luar dari lingkungan ketika ia berada. Ilustrasi penjelasan diatas dapat dilihat di Gambar 3. Hirarki Kebutuhan Maslow (1943)



Gambar 1.3. Hirarki Kebutuhan Maslow

Sumber: Maslow, 1943 dalam *Center for Tourism Destination Studies* (2014)

Berlandaskan dari kebutuhan puncak manusia, muncullah keinginan untuk melakukan kegiatan perjalanan wisata keluar dari tempat tinggalnya menuju ke tempat tujuan wisata. Namun tentunya akan muncul efek, pengaruh terhadap lingkungan, sosial, ekonomi, politik, legal dari upaya pemenuhan kebutuhan puncak manusia ini dari melakukan perjalanan wisata. Penjelasan lebih menyeluruh terhadap kemungkinan pengaruh yang bisa ditimbulkan dari aktivitas kepariwisataan akan dibahas pada bab 2 tentang dampak pariwisata pada destinasi, baik di sektor ekonomi, sosial dan budaya, lingkungan.

1.2 Destinasi Pariwisata

Setelah mengetahui kepariwisataan sebagai suatu sistem dan industri serta alasan melakukan perjalanan wisata. Selanjutnya perlu kita pahami apa itu destinasi pariwisata. Jadi apa itu destinasi pariwisata? Mari kita lihat beberapa definisi yang disampaikan oleh para ahli dan regulasi kepariwisatawaan. Siapa saja yang berperan dalam manajemen destinasi pariwisata? Produk apa yang membuat berbeda sehingga dapat menarik minat kunjung dan minat beli wisatawan?

Mengutip definisi destinasi pariwisata menurut perundang-undangan kepariwisataan adalah:

Kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Sebagai faktor utama dalam sistem kepariwisataan, daerah wisata atau tempat tujuan wisata menjadi preferensi wisatawan, pengunjung dan pelancong untuk pergi dan bermukim dalam waktu singkat. Destinasi merupakan wilayah administratif yang memiliki objek wisata dan pelayanan wisata yang menyatu saling terhubung dalam kesatuan akses untuk membantu jalannya aktivitas sistem kepariwisataan.

Menurut UNWTO, destinasi adalah daerah tujuan wisata yang didalamnya terdapat produk kepariwisataan termasuk atraksi dan layanan yang dikelola oleh pengelola, daya saing pasar, dan persepsi wisatawan. Destinasi wisata dapat melingkupi satu negara, provinsi, kota, desa atau bahkan gabungan kota dan desa. Destinasi merupakan satu kesatuan menyeluruh akses, misalnya daerah Yogyakarta dengan destinasi wisata Borobudur menjadi bagian dari Magelang (Enok Maryani, 2019).

Destinasi dapat muncul dari adanya permintaan (*demand*) pasar yang menganggap bahwa daerah atau wilayah atau area tersebut mempunyai daya tarik untuk dikunjungi bisa dari kondisi alam, budaya, fasilitas yang ada sehingga menarik orang untuk berkunjung.

Menurut Lew (1987) dalam (Enok Maryani, 2019) mengatakan bahwa destinasi dapat dibentuk karena ideografi, organisasi dan berbasis kognisi wisatawan, yang artinya secara ideografis, destinasi adalah tempat yang menarik dikunjungi karena memiliki kondisi alam, budaya serta fasilitas yang tersedia. Kemudian dari perspektif organisasi, destinasi dikembangkan oleh lembaga tertentu. Destinasi juga dapat terbentuk dari persepsi, tindakan, pengalaman, dan kebutuhan wisatawan, sehingga disimpulkan bahwa destinasi adalah wilayah yang dianggap memiliki nilai, menarik, dan memberikan pengalaman kepada mereka yang berkunjung baik secara individu atau kelompok.

Menurut (Prasiasa, 2013) dalam (Dewi, L dkk, 2021) mendefinisikan destinasi sebagai tempat wisatawan meluangkan waktunya di luar lingkungan tempat tinggalnya. Semakin meningkatnya kebutuhan akan pariwisata, maka destinasi wisata perlu untuk melakukan pengembangan dan inovasi tidak hanya dari infrastruktur fisik namun juga nilai-nilai yang ditawarkan.

Dalam Bafadhal (2018) mendefinisikan destinasi wisata dari tiga perspektif, yaitu perspektif geografis, ekonomis, dan psikografis. Dari perspektif geografis, dapat dipahami bahwa destinasi wisata adalah “tempat wisata”, sementara definisi destinasi wisata dari perspektif ekonomi identik sebagai produk dan layanan wisata yang lebih dari sekedar tempat

geografis untuk dikunjungi, sebagai tempat yang menggabungkan penawaran produk, jasa, sumber daya, unsur buatan dan informasi-informasi yang mampu menarik jumlah pengunjung. Sedangkan definisi dari perspektif psikografis, destinasi wisata merupakan tempat ‘kumpulan pengalaman’ yang diperoleh wisatawan, pengunjung, pelancong. Ketiga perspektif ini sangat tergantung dari sudut pandang pihak-pihak yang terkait yang memiliki target dan berbagai kebutuhan.

Setelah mengetahui definisi destinasi pariwisata, maka berikutnya perlu diketahui karakteristik dari destinasi pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh beberapa organisasi dunia seperti PATA, American Express, dan Dirjen Pariwisata menyatakan bahwa karakteristik destinasi yang diminati oleh wisatawan, mayoritas mengatakan bahwa wisatawan cenderung memilih destinasi yang memiliki masyarakat yang ramah dan hangat, akomodasi nyaman dan layak, pemandangan indah, harga-harga produk yang ditawarkan layak, dan adat istiadat kehidupan masyarakat, wisatawan dapat beristirahat dan bersantai, serta penawaran biaya transportasi yang terjangkau.

Adapun tambahan karakteristik destinasi yang disampaikan oleh organisasi Pata di Hongkong adalah wisatawan cenderung memilih destinasi yang memiliki kestabilan politik negara yang hendak dikunjungi. Sementara itu, menurut Dirjen Pariwisata Indonesia mengatakan bahwa preferensi wisatawan memutuskan tujuan destinasinya adalah destinasi yang memiliki pemandangan alam yang indah, kehidupan alam yang indah, kebudayaan masyarakat tradisional, destinasi yang memiliki kerajinan dan kesenian, serta ketersediaan pantai.

Center Tourism of Destination Studies (CTDS), sebuah pusat pembelajaran destinasi pariwisata yang berada di Indonesia menambahkan karakteristik yang perlu dimiliki oleh suatu destinasi adalah wilayah geografis yang memiliki batas administratif, tempat ketika wisatawan mudah menemukan akomodasi, terdapat bauran destinasi yang tersedia untuk wisatawan, adanya bentuk pemasaran pariwisata, adanya Lembaga struktur organisasi yang terkoordinasi, tempat yang memiliki citra di dalam benak wisatawan, pemberlakuan dan penetapan regulasi dan aturan oleh Pemerintah yang berlaku di destinasi, dan adanya kerjasama gabungan antara pemangku kepentingan pariwisata.

Seperti disampaikan di atas bahwa destinasi pariwisata bisa merupakan gabungan dari beberapa wilayah administratif, hal ini dikarenakan kepariwisataan memerlukan bauran elemen-elemen yang saling tergantung satu sama lain untuk menghasilkan kepuasan wisatawan. Menurut CTDS, elemen-elemen bauran destinasi terdiri dari lima elemen, yaitu fisik, non fisik, daya tarik dan *event*, fasilitas/amenitas, aksesibilitas.

Elemen fisik merupakan elemen alam yang terdiri dari iklim, hidrologi, geografi, lingkungan. Iklim mempengaruhi semua aspek dalam kehidupan manusia baik itu dalam ekonomi, sosial, budaya, politik, pertahanan, keamanan, kebahagiaan, kesehatan dan sikap hidup. Selanjutnya apakah itu iklim? Apa hubungannya iklim dengan pariwisata? Iklim adalah kondisi rerata atmosfer (cuaca) yang relatif lama pada wilayah yang luas. Berdasarkan definisi

singkat tentang iklim dari buku yang dikeluarkan oleh BMKG berjudul Buku Saku Klimatologi Iklim dan Cuaca Kita, dapat diketahui bahwa hubungan iklim dan pariwisata dikarenakan aktivitas sektor pariwisata dilakukan di suatu wilayah yang sangat berpengaruh kepada kegiatan kepariwisataan yang mengandalkan pada sektor alam. Iklim yang sejuk dengan kualitas udara yang bersih dapat menjadi minat berkunjung. Sedangkan hidrologi adalah sirkulasi air yang tidak pernah berhenti dari atmosfer ke bumi dan kembali ke atmosfer melalui kondensasi, presipitasi, evaporasi, dan transpirasi. Elemen alam merupakan aset pariwisata yang dapat membawa dampak positif maupun negatif karena sifat dasar elemen fisik adalah rapuh dan tak terpisahkan.

Elemen non fisik, terdiri dari gabungan aspek-aspek yang mempengaruhi pariwisata, sosial ekonomi budaya, kebijakan, pasar, institusi, citra, harga, dan aspek keramahtamahan.

Elemen daya tarik dan *event*, merupakan elemen inti destinasi. Menurut KBBI, daya tarik adalah kemampuan menarik perhatian. Sedangkan *event*, yaitu suatu cara untuk menyajikan atraksi.

Elemen fasilitas atau amenities. Fasilitas tersedia untuk membantu wisatawan dalam mendapatkan kemudahan dalam berwisata. Fasilitas terdiri dari akomodasi, makanan dan minuman, fasilitas pendukung lainnya seperti toko bebas pajak, jasa pemandu wisata, binatu.

Elemen aksesibilitas, terdiri dari transportasi, infrastruktur transportasi dan infrastruktur aksesibilitas. Transportasi berupa moda transportasi dan infrastruktur seperti terminal, rel kereta api, bandara, stasiun kereta. Sedangkan infrastruktur aksesibilitas, meliputi jaringan komunikasi dan jalan raya.

Pengembangan dan inovasi di destinasi wisata perlu dilakukan yang dapat dikelola oleh sektor swasta, masyarakat, dan atau pemerintah yang dilakukan melalui keseluruhan negara, wilayah, pulau, desa, kota, bahkan objek wisata mandiri. Untuk dapat mengembangkan dan berinovasi kita perlu mengetahui tahapan siklus hidup destinasi terlebih dahulu. Berdasarkan Butler (1980) dalam Pitana (2009) yang dikutip oleh Supriono (2019) membagi 6 siklus hidup destinasi, yaitu: tahap pertama, *exploration* (eksplorasi, penemuan), kedua, *involvement* (keterlibatan), ketiga, *development* (pengembangan, pembangunan), keempat, *consolidation* (konsolidasi), kelima, *stagnation* (stagnasi), keenam pasca *stagnation* yang terbagi menjadi dua yaitu *decline* (penurunan) dan *rejuvenation* (peremajaan). Penjabaran detail mengenai tahapan siklus hidup destinasi, antara lain:

Tahap pertama, eksplorasi merupakan tahapan ketika daerah, tempat tujuan wisata baru mulai ditemukan, belum banyak orang mengetahui dan masih dalam jumlah terbatas. Pada tahap ini interaksi langsung antara wisatawan dengan masyarakat lokal tergolong tinggi karena wisatawan menggunakan fasilitas yang tersedia apa adanya. Jumlah wisatawan yang masih terbatas dan frekuensi kedatangan yang masih rendah membuat dampak pada sosial-ekonomi-budaya masih sangat rendah.

Tahap kedua, *involvement* (keterlibatan), pada tahap ini, destinasi berada pada siklus yang ditandai dengan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Masyarakat lokal mulai berbenah wilayah mereka dengan menyiapkan kebutuhan-kebutuhan untuk memberikan kemudahan berupa fasilitas khusus untuk wisatawan. Interaksi kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal cenderung tinggi. Mulai terjadi akulturasi sosial dan proses adaptasi masyarakat terhadap perubahan-perubahan. Pada tahap ini mulainya suatu daerah menjadi destinasi wisata yang ditandai dengan adanya promosi.

Tahap ketiga, *development* (pengembangan, pembangunan), di level ini, siklus hidup destinasi ditandai dengan mulai masuknya investasi dari luar, dan munculnya pasar pariwisata secara sistematis. Elemen fisik dan non fisik mulai terekspos, promosi makin dikembangkan, penambahan atraksi wisata. Munculnya tuntutan-tuntutan tenaga kerja yang kompeten dan profesional, fasilitas-fasilitas, barang dan jasa sesuai kebutuhan wisatawan.

Tahap keempat, *consolidation* (konsolidasi). Pada tahap ini, siklus hidup destinasi ditandai dengan kegiatan kepariwisataan telah menjadi dominan dalam proses perekonomian di wilayah atau destinasi. Pemasaran destinasi, atraksi semakin gencar dan jangkauan target pasar diperluas. Fasilitas-fasilitas, atraksi yang dianggap tua dan tidak mengikuti perkembangan tren menjadi sesuatu yang kurang diminati lagi.

Tahap kelima, yaitu stagnasi, pada siklus hidup destinasi dicirikan dengan jenuhnya kapasitas daya dukung destinasi, faktor penunjang telah mencapai batas maksimum, bermunculan permasalahan ekonomi, sosial, dan lingkungan. atraksi buatan menggantikan atraksi alam dan budaya. Citra awal destinasi luntur dan destinasi dianggap tidak memiliki keunikan lagi.

Siklus hidup destinasi pada tahap ke enam pasca stagnasi terbagi menjadi dua, *decline* (penurunan) dan *rejuvenation* (peremajaan). Level *decline* ditandai dengan menurunnya jumlah kunjungan dikarenakan wisatawan lebih tertarik dan beralih ke destinasi baru, ketersediaan fasilitas wisata beralih fungsi, menurunnya kualitas. Sedangkan level *rejuvenation* (peremajaan) siklus hidup destinasi ditandai dengan adanya inovasi dalam pengembangan produk baru, pemanfaatan sumber daya yang belum tergali sebelumnya.

Perlunya para pengelola memperhatikan siklus hidup destinasi wisata sehingga dapat menghindari terjadinya stagnasi maupun penurunan. Manajemen daya dukung destinasi dengan memperhatikan keberlangsungan dan keberlanjutan suatu destinasi sangat diperlukan. Oleh sebab itu, pengembangan destinasi pariwisata membutuhkan gabungan beberapa aspek penunjang dan peran penting kolaborasi *pemangku kepentingan* destinasi pariwisata.

Pengembangan destinasi pariwisata dibutuhkan karena berkaitan dengan pembangunan perekonomian daerah dan negara, terjadinya pertukaran pikiran dan interaksi dengan orang diluar dari wilayah sehingga perbedaan pandangan, penfasiran dan salah pengertian dapat diminimalisasikan.

Guna mengembangkan destinasi pariwisata dibutuhkan komponen-komponen, seperti:

1. Objek dan daya tarik wisata (*attractions*)

Objek dan daya tarik wisata berkaitan dengan potensi yang dimiliki oleh destinasi yang bisa dikembangkan untuk kegiatan kepariwisataan. Umumnya berupa atraksi wisata alam, budaya, dan buatan. Atraksi wisata adalah sesuatu berupa objek, daya tarik, kegiatan yang dikemas dan dipertunjukkan untuk menarik minat kunjung dan daya beli serta membuat wisatawan terkesan.

2. Aksesibilitas (*accessibility*)

Merupakan komponen pendukung untuk membantu kelancaran proses perjalanan wisata hingga kegiatan wisata di destinasi. Oleh sebab itu dibutuhkan alat transportasi dengan berbagai jenis moda transportasi sesuai kebutuhan dan preferensi wisatawan. Aksesibilitas berkaitan erat dengan rute transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan dan moda transportasi yang berperan penting dalam pembuatan keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi atau tidak.

3. Amenitas (*amenities*)

Hadir sebagai fasilitas pendukung dan penunjang kelancaran proses kegiatan wisata guna memberi kenyamanan pada wisatawan, berupa akomodasi, *money changer*, biro perjalanan wisata, rumah makan, toko cinderamata, pusat informasi wisata, fasilitas-fasilitas lain yang menawarkan kenyamanan, kebersihan, kesenangan.

4. Fasilitas pendukung (*ancillary services*)

Menurut Suwena dan Widayatmaja (2010) dalam Supriono (2019) mengatakan bahwa *ancillary services* adalah fasilitas tambahan yang disediakan oleh pemerintah daerah untuk destinasi wisata, contoh tersedianya jasa pemandu yang berguna selain memberikan informasi tapi juga meningkatkan kesadaran wisatawan untuk menghormati alam dan budaya setempat.

5. Kelembagaan (*institutions*)

Keberadaan suatu lembaga dapat membantu wisatawan mengurus keperluan, kepentingannya selama menikmati objek wisata di destinasi. Berbagai kemudahan yang diberikan dapat memberikan kesan baik kepada tempat tujuan wisata. Kelembagaan hadir sebagai suatu institusi berupa pemerintah pusat maupun daerah, swasta, masyarakat, sumber daya manusia, mekanisme operasional dan regulasi-regulasi yang terkait dengan kepariwisataan.

Sistem kepariwisataan suatu destinasi akan berjalan apabila ada peran koordinasi antar pemangku kepentingan (*pemangku kepentingan*) dan pemain kunci dalam kegiatan pariwisata serta ketersediaan produk pariwisata. Peran *pemangku kepentingan* dalam mempromosikan dan

mengembangkan produk pariwisata di destinasi memiliki pengaruh yang besar karena produk pariwisata memiliki sifat yang khas, unik, kompleks, dan beragam. Sebelum kita masuk ke penjelasan tentang peran pemangku kepentingan di destinasi wisata, kita perlu mengetahui terlebih dahulu tentang produk pariwisata. Penjelasan produk pariwisata dijelaskan pada sub-bab di bawah.

Produk Pariwisata

Produk pariwisata adalah segala sesuatu yang bersifat *tangible* dan atau *intangible*, dan kombinasi keduanya, yang ditawarkan kepada pelaku wisata guna mencapai keinginan dan kepuasannya untuk memenuhi kebutuhan terhitung mulai saat berangkat, dalam perjalanan, hingga kembali ke tempat asal wisatawan.

Bagian-bagian pembentuk produk pariwisata terdiri dari *attraction*, *accessibility*, *accommodation*, *amenity*. Bagian-bagian ini merupakan satu kesatuan pelengkap untuk memenuhi ekspektasi dan memberikan pengalaman kepada wisatawan. Berikut dijelaskan komponen-komponen tersebut.

Atraksi (*attraction*) merupakan penarik minat wisatawan untuk termotivasi berkunjung ke destinasi. Atraksi terdiri dari 2 jenis, yaitu:

1. Atraksi alami, adalah pertunjukan yang tersedia dari alam. Wisatawan menikmati dengan melihat, mengalami dan mengamati kehidupan alam, pemandangan alam, kesejukan alam.
2. Atraksi buatan, adalah pertunjukan yang diinspirasi, dikembangkan oleh manusia. Contoh: cagar budaya, konser musik, festival, museum, taman bermain, *digital and contemporary art*.

Aksesibilitas (*accessibility*) adalah alat angkut atau kendaraan untuk wisatawan agar bisa mencapai tempat tujuan wisata. Moda transportasi digunakan untuk memudahkan wisatawan mencapai tujuan hingga dapat menikmati atraksi, angkutan yang bisa digunakan transportasi darat, transportasi udara, transportasi air, misalkan pesawat, motor, bus, mobil, kereta api, delman, kapal, karnavan, becak, helikopter, balon udara.

Akomodasi (*accommodation*) adalah ruangan atau gedung yang kosong dan tersedia untuk wisatawan beristirahat, memulihkan kembali tenaga dari aktivitas yang membuatnya lelah, sehingga ketersediaan akomodasi berperan penting. Selain itu juga fasilitas-fasilitas didalam akomodasi juga dapat menjadi daya tarik wisata. Fasilitas-fasilitas tersebut dapat berupa layanan spa, ketersediaan *pool*, *gym*, *playground*, *casino*, layanan *food and beverage* yang lezat. Berdasarkan Bafadhal (2018) menambahkan jenis layanan akomodasi dibedakan menjadi dua jenis:

1. *Full services accommodation* (layanan penuh akomodasi), yaitu hotel, pondok memberikan layanan penuh mulai dari kamar menginap, makanan dan minuman serta layanan tambahan lainnya dalam satu tempat.

2. *Self-service accommodation* (akomodasi tanpa layanan), yaitu akomodasi yang menyediakan umbaran uang tunai per hari, tipe *self service* tidak memberikan layanan makanan dan minuman, *laundry*.

Komponen yang terakhir dari produk pariwisata adalah amenitas merupakan kebutuhan pelengkap yang perlu disediakan oleh pengelola, karena dari ketidaksediaan amenitas dapat menyebabkan wisatawan tidak membeli produk yang ditawarkan. Amenitas seringkali terlupakan kesiapannya sebagai penunjang oleh pengelola. Amenitas terbagi menjadi dua alam dan buatan. Alam dapat berupa ketersediaan air bersih, udara yang segar, pelayanan melihat matahari terbit, pasir pantai. Buatan misalkan ketersediaan kamar mandi umum, area parkir, jaringan internet, bank/Anjungan Tunai Mandiri, *money changer*, listrik, akses jalan yang memadai beserta rambu-rambu petunjuk jalan.

Karakteristik produk pariwisata dalam bentuk layanan adalah tidak berwujud, keterlibatan psikologis, produk komposit, tidak ada produk identik, tidak dapat dipindahkan, tidak dapat disimpan, tidak dapat dicoba, proses produksi dan konsumsi berlangsung di waktu yang sama, keterampilan profesional menjadi andalan, berisiko besar, tidak adanya transfer kepemilikan, *markeTabel*.

Umumnya bentuk layanan tidak berwujud dinyatakan dalam bentuk pemberian jasa yang hanya bisa dirasakan, dan dipahami. Oleh sebab itu, pengetahuan, keterampilan sumber daya manusia yang terlibat didalam manajemen wisata penting sehingga dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan dan menimbulkan daya minat beli Kembali (*repeater*) dan rekomendasi baik.

Dikarenakan yang dijual hanya bisa dirasakan dan dipahami melalui interaksi maka dalam manajemen, pengembangan, pemasaran dibutuhkan adanya keterlibatan psikologis, yang berarti produk dikemas sedemikian rupa dalam keseluruhan rangkaian aktivitas yang bisa memberikan pengalaman baik kepada wisatawan.

Produk komposit artinya adalah produk yang didalamnya merupakan kombinasi dari berbagai usaha penyedia wisata untuk menciptakan kepuasan, pengalaman dan minat beli ulang wisatawan. Contoh: usaha penyedia jasa wisata di destinasi bersatu dengan layanan transportasi, agen perjalanan, penginapan, perusahaan *money changer*, daya tarik wisata untuk mendukung kebutuhan dan menciptakan kepuasan sehingga dapat memberikan pengalaman berkesan dan terciptanya daya beli ulang serta rekomendasi baik.

Tidak ada produk wisata yang identic artinya produk pariwisata itu bervariasi, berbeda dan memiliki keunikan satu antara yang lain karena produk pariwisata adalah produk yang tidak berwujud, jasa yang ditawarkan sebagai dasar atau basis. Penyajian pelayanan sangat tergantung kepada siapa yang menyajikan layanan, kapan, dan ketika penyajian tersebut dilakukan.

Tidak dapat dipindahkan artinya produk pariwisata tidak dapat dibawa kepada wisatawan, sebaliknya wisatawanlah yang harus mendatangi dan mengunjungi langsung

destinasi. Hal ini berbeda dengan *hybrid tour* ataupun *hybrid event* yang belakangan sejak masa pandemi bermunculan. Esensi pengalaman yang hendaknya baru bisa dirasakan oleh wisatawan ketika berkunjung menjadi berkurang karena wisatawan hanya bisa melihat dari layar *gadget* secara digital.

Tidak dapat disimpan dikarenakan produk pariwisata bersifat tidak berwujud, artinya apabila produk tersebut tidak dikonsumsi, maka akan hilang atau hangus sama halnya juga wisatawan tidak bisa mencoba tanpa melakukan perjalanan aktivitas wisata.

Produk pariwisata memiliki risiko besar artinya apabila terjadi suatu bencana atau kecelakaan maka wisatawan akan mengalami penundaan atau bahkan pembatalan dari jadwal keberangkatan.

Pada masa pandemi, saat keterbatasan orang untuk melakukan kegiatan baik itu kegiatan sosial, pekerjaan, belajar, beribadah, hingga berwisata menjadi terbatas dikarenakan adanya regulasi pembatasan sosial. Hal ini membuat muncul trend baru orang berwisata. Adapun tren produk wisata baru di industri pariwisata selama masa pandemi, yaitu: *nature eco wellness adventure (newa)*, *digital tourism*, *stay@home lifestyle*, dan *hybrid event* (Dewi, 2022).

Nature eco wellness adventure (newa) menjadi trend produk pariwisata baru yang digemari oleh wisatawan setelah lama beraktivitas hanya dari rumah. Wisatawan mencari sesuatu yang segar, keindahan alam dan resiko penularan virus Covid-19 yang rendah ketika berada di alam.

Tren *digital tourism* membludak dikala orang-orang hanya bisa beraktivitas di rumahnya. Penggunaan teknologi di sektor pariwisata menjadi satu kesatuan pengalaman yang saling berpengaruh dan membentuk cara seseorang berwisata, menentukan keputusan pilihan destinasi dan kegiatan, terhitung mulai dari perencanaan, proses perjalanan, proses melakukan kegiatan hingga pulang ke tempat asal.

Tren produk pariwisata baru *Stay @homelifestyle* muncul untuk membantu dan menstimulasi kepada wisatawan bahwa berlibur dan bersenang-senang juga bisa dilakukan di tempat asal. Program wisata seperti *work from hotel*, *stay-solation*, *virtual*, *E-sport*, *virtual game*, *clubbing at home* adalah inovasi-inovasi kreasi pengelola wisata untuk bertahan di masa pandemi.

Hybrid event merupakan inovasi dari industri MICE untuk bertahan dari dampak pandemi Covid-29. Industri yang identic dengan melibatkan banyak orang dalam satu tempat dan proses acara harus menjalani prosese adaptasi dan resiliensi yang melahirkan kebaruan yang menggabungkan pengalaman event secara tatap muka (offline) dan daring (online) di waktu yang bersamaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka disimpulkan bahwa produk pariwisata merupakan keseluruhan dari total pengalaman wisatawan, terhitung mulai pada saat wisatawan melakukan pencarian informasi, pembelian produk jasa dan barang pariwisata, melakukan perjalanan

wisata, mengkonsumsi, menggunakan dan memanfaatkan produk, membeli produk untuk kenang-kenangan hingga proses terakhir kembali ke tempat asal. Ilustrasi proses produk pariwisata ini merupakan total pengalaman wisatawan. Ilustrasi proses keseluruhan ini dapat kita lihat pada Gambar 1.4. **Kebutuhan Dasar Pengunjung Destinasi.**



Gambar 1.4. **Kebutuhan Dasar Pengunjung Destinasi**

Sumber: Nurdin Hidayah (2021)

Nurdin Hidayah (2021) mengilustrasikan kebutuhan dasar dari pengunjung dalam upaya memperoleh totalitas pengalaman yang pertama dimulai dari kebutuhan perjalanan. Di sini pengunjung membutuhkan informasi, transportasi, akomodasi tempat tinggal dan makanan dan minuman. Kebutuhan kedua yaitu melakukan aktivitas wisata. Pada kebutuhan kedua, pengelola perlu menginformasikan jelas dan terperinci kepada pelaku wisata sebelum melakukan aktivitas di destinasi agar dapat menghindari kekecewaan akibat dari ekspektasi yang diharapkan tidak sesuai dengan apa yang ditawarkan.

Kebutuhan ketiga, yaitu kebutuhan dasar makhluk hidup yaitu makan dan minum, pada tahap ini berbagai sektor berperan untuk memenuhi kebutuhan dasar pelaku wisata, mulai dari sektor pertanian, perikanan, peternakan, PDAM, listrik, transportasi, gas, perdagangan dan lain-lain bersatu menghasilkan produk yang bisa dikonsumsi.

Tahap keempat adalah kebersihan, kebutuhan akan mandi/cuci/kakus (MCK), kebutuhan yang mana seringkali terabaikan oleh pengelola, padahal merupakan kebutuhan dasar dan Gambaran dari destinasi yang akan diingat oleh pelaku wisata.

Kelima adalah kebutuhan untuk memulihkan tenaga dengan beristirahat dengan cara menginap. Kebutuhan terakhir adalah membawa kenang-kenangan berupa *souvenir* yang bisa diberikan kepada orang atau dimiliki sendiri.

Menurut Nurdin Hidayah (2021), melalui kebutuhan-kebutuhan dasar pengunjung di destinasi ini kemudian dapat dipetakan mengenai peran pemangku kepentingan dan pemain kunci. Pemain kunci yang dimaksud terdiri dari swasta, masyarakat, pemerintah, media, dan akademisi dikenal dengan istilah *Penta helix*. Sedangkan pemangku kepentingan adalah semua unsur dari *Penta helix* ditambah dengan pengunjung destinasi. Pemaparan mengenai pemangku kepentingan di destinasi wisata dijelaskan pada sub bab di bawah.

Peran Pemangku Kepentingan (*Pemangku kepentingan*) Di Destinasi Wisata

Pemaparan pemangku kepentingan di destinasi wisata dijelaskan berikut. Pengunjung destinasi merupakan seseorang atau sekelompok orang yang terdiri dari wisatawan dan pelancong yang berperan sebagai tamu yang berkunjung ke suatu tempat untuk melakukan kegiatan yang membuatnya bisa relaksasi, santai, bersenang-senang.

Swasta/bisnis yaitu organisasi pengelola destinasi pariwisata atau yang dikenal dengan *Destination Management Organization (DMO)*, penyedia jasa serta usaha lain yang terkait dengan industri ini untuk pemenuhan kebutuhan pengunjung selama berwisata. Cakupan organisasi pengelola terdiri dari investor, pengembang, pemilik usaha, pengelola yang berperan menciptakan rantai nilai di destinasi yang memberikan pelayanan kepada kebutuhan wisatawan.

Masyarakat atau komunitas yaitu penduduk yang tinggal di destinasi dan organisasi-organisasi sosial yang ada di destinasi yang memiliki tujuan serta kepentingan bersama untuk memajukan kesejahteraan dan kepariwisataan. Contoh organisasi-organisasi sosial yang berhubungan dengan kepariwisataan adalah MPI (Masyarakat Pariwisata Indonesia), Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), Kompepar (Kelompok Penggerak Pariwisata), Genpi (Gerakan Pesona Indonesia). Kelompok lainnya seperti Karang Taruna, Siskamling, Komunitas-komunitas hobi. Satu lagi organisasi yang merupakan asosiasi gabungan industri pariwisata (GIPI), dan asosiasi LSM.

Pemerintah, termasuk di dalamnya adalah pemerintah pusat, regional, lokal seperti Kabupaten, Kecamatan, Kota, Kelurahan, Desa hingga RT/RW, berperan sebagai penyedia sarana dan atau prasarana fisik dan non fisik sehingga tercipta suasana yang nyaman, aman, berkualitas, dan bersih.

Media, berperan sebagai perantara untuk kelancaran komunikasi, penawaran sehingga komunikasi antar pemangku kepentingan bisa lancar, cepat dan jelas, Media dapat berupa media massa, elektronik, media cetak.

Akademisi, berperan sebagai pembuat konsep, informasi dan solusi dari hasil penelitian dan penyediaan dan pengembangan sumber daya manusia.

Nuridin Razak (2017) menambahkan, pemangku kepentingan (pemangku kepentingan) utama di Kawasan konservasi, yaitu: masyarakat lokal, operator wisata, pengelola Kawasan, dan wisatawan dan pengguna lainnya. Lebih detail Nuridin membagi keberagaman kelompok dan kepentingan, seperti kelompok:

1. Perencana dan pengelola kawasan konservasi (pemerintah)
2. Sukarelawan
3. Wisatawan
4. Staf kawasan konservasi
5. Penduduk lokal
6. Pemilik lahan
7. Organisasi non pemerintah
8. Pemegang ijin dan lisesi (HPH)
9. Institusi Pendidikan
10. Media massa cetak dan elektronik
11. Industri pariwisata (swasta)

Dalam manajemen kawasan konservasi, tentunya membutuhkan adanya pedoman dalam program komunikasi antar pemangku kepentingan yang dimulai dari fase I hingga fase V dimulai dari keterlibatan awal hingga setelah keterlibatan. Pada fase pertama, dimulai dari mendiskusikan mengenai isu-isu yang terjadi di kawasan, memprediksi tingkat ketertarikan masyarakat dan *pemangku kepentingan* lain, kemudian mengidentifikasi pemegang kunci.

Pada fase kedua, tentang perencanaan awal, ditandai dengan pembuatan diagram proses pengambilan keputusan, mengidentifikasi pemangku kepentingan dan masyarakat, menentukan data informasi yang dibutuhkan, klarifikasi tujuan dari keterlibatan masyarakat.

Lanjut pada fase ketiga, yaitu fase program pengembangan partisipasi masyarakat. Pada fase ini tindak lanjut dari program sebelumnya di fase ketiga. Kemudian fase keempat adalah program implementasi, yaitu fase ketika para *pemangku kepentingan* mensosialisasikan program, pemantauan program partisipasi masyarakat, dan mengevaluasi program partisipasi masyarakat. Fase yang terakhir adalah fase setelah keterlibatan masyarakat. Pada fase ini, *pemangku kepentingan* mengembangkan kebijakan yang dibutuhkan setelah menjalin keterlibatan dengan masyarakat, kemudian mengimplementasikannya.

Peran masing-masing pemangku kepentingan memiliki tugas yang berbeda untuk dalam manajemen dan pengembangan destinasi wisata. Pemangku kepentingan dari kelompok masyarakat berperan mendistribusikan pendapatan, menyediakan peluang kerja lokal dengan memanfaatkan sumber daya lokal, berkontribusi meningkatkan kualitas hidup, membantu pengembangan masyarakat, mensosialisasikan konservasi dan warisan budaya, memberikan pendidikan, memberikan pelayanan kesehatan.

Peran pemangku kepentingan dari lebih spesifik kelompok masyarakat lokal bertugas menjamin adanya tambahan pendapatan, memberikan peluang kerja, mengembangkan dan memelihara tradisi lokal, nilai-nilai budaya dan lingkungan.

Peran pengelola/pakar Kawasan konservasi sebagai *pemangku kepentingan* adalah mempromosikan Kawasan konservasi, mengembangkan warisan budaya, menjalin Kerjasama dengan penduduk lokal, mengembangkan aktivitas perekonomian yang berkelanjutan, mengelola sumber daya, mendukung pengembangan ilmu pengetahuan, menciptakan situasi dan kondisi yang kondusif, menarik minat berkunjung yang berulang kali.

Peran industri pariwisata adalah memenuhi permintaan pasar, mengidentifikasi, mengembangkan dan menggali target pasar, meningkatkan dan mengembangkan hasil untuk target pasar, memberikan kualitas pelayanan jasa, membantu wisatawan dengan menyediakan informasi-informasi sumber daya yang ada.

Wisatawan juga merupakan dari pemegang kunci kepariwisataan, tanpa mereka industri kepariwisataan tidak bisa berjalan. Adapun peran wisatawan dalam destinasi Kawasan wisata adalah ingin meningkatkan pengalaman individu yang meliputi: mempelajari objektifitas di daya tarik wisata berupa alam dan lingkungan, budaya, meningkatkan kepercayaan diri, menyegarkan pikiran dan badan, dapat berpartisipasi dengan masyarakat lokal, membina hubungan dengan orang-orang baru, membangun kerja kelompok yang baik, mempererat tali keluarga, meningkatkan kepedulian akan preservasi lingkungan dan budaya lokal.

Manajemen Destinasi Pariwisata

Setelah kita mempelajari tentang apa itu destinasi wisata, apa saja produk dan bagaimana peran pemangku kepentingan di dalam destinasi wisata, maka selanjutnya akan dikaji bagaimana manajemen destinasi wisata.

Prinsip manajemen kepariwisataan di destinasi wisata yang baik pada intinya adalah koordinasi dan keselarasan antar para *pemangku kepentingan* di semua lini, mulai dari pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, masyarakat, akademisi, pengunjung, media.

Manfaat dari manajemen destinasi secara professional adalah menciptakan daya saing unggul yang kompetitif, memastikan keberlanjutan pariwisata, penyebaran manfaat pariwisata, meningkatkan hasil pariwisata, membangun identitas destinasi, membawa destinasi kepada keberlanjutan.

Manajemen destinasi merupakan penetapan dan pengembangan aturan dan mekanisme kebijakan serta strategi bisnis dengan melibatkan semua lembaga dan institusi melalui pendanaan yang diperoleh dari pemerintah, pajak usaha pariwisata, iuran keanggotaan, Kerjasama dan pemasaran koperatif, sewa bangunan.

Tata kelola destinasi pariwisata dilaksanakan oleh organisasi yang terstruktur dan sinergis yang disebut dengan DMO (*destination management organization*). Mengutip menurut Kementerian Pariwisata, DMO adalah

Tata Kelola destinasi pariwisata yang terstruktur dan sinergis yang mencakup fungsi koordinasi, perencanaan, implementasi dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi dan teknologi yang dipimpin secara terpadu dengan peran serta masyarakat, pelaku/asosiasi, industri, akademisi dan pemerintah yang memiliki tujuan, proses dan kepentingan bersama dalam rangka meningkatkan kualitas manajemen, tingkat kunjungan wisata, lama tinggal dan besaran pengeluaran wisatawan serta manfaat bagi masyarakat lokal.

DMO berfungsi sebagai organisasi yang mengurus destinasi dan bertanggung jawab terhadap pengembalian investasi pertumbuhan pasar, kualitas produk, dan manfaat yang diterima seluruh pemegang saham.

Peran *DMO* dalam manajemen adalah:

1. Kepemimpinan dan koordinasi
2. Perencanaan dan kebijakan
3. Pengembangan produk
4. Pemasaran dan promosi
5. Kemitraan dan membangun tim
6. Pelibatan masyarakat

Sedangkan menurut *Center of Tourism Studies*, arti penting *DMO* bagi destinasi adalah

1. Adanya pertumbuhan dan perkembangan jumlah wisatawan,
2. Dampak ekonomi adalah terciptanya lapangan kerja bila pelaksanaan *DMO* berjalan efektif,
3. Dampak pemasaran destinasi oleh *DMO* dapat meningkatkan promosi dan pemasaran destinasi
4. Ketersediaan profesionalitas sumber daya manusia dan fasilitas pelayanan untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan dan memberikan kepuasan dengan memenuhi kebutuhan mereka
5. Adanya dukungan pemangku kepentingan pariwisata
6. Mendapat dukungan politik

7. Adanya dukungan masyarakat lokal
8. Pendanaan

1.3 Pengunjung, Wisatawan, Pelancong

Kepariwisataan tidak akan bisa berjalan jika tidak ada kunjungan dari pelaku wisata ke destinasi. Nurdin Hidayah (2021) mendefinisikan pelaku perjalanan wisata apabila dilihat dari sudut pandang tempat tujuan wisata bisa disebut sebagai pengunjung (*visitor*) atau tamu yang berkunjung secara individu atau kelompok. Pengunjung terbagi menjadi dua jenis, yaitu wisatawan (*tourist*) dan pelancong (*excursionist*).

Adapun definisi pengunjung (*visitor*) adalah semua orang yang berkunjung ke suatu tempat dengan berbagai macam keperluan selain bekerja. Tidak semua pengunjung yang berkunjung termasuk wisatawan ataupun pelancong.

Wisatawan dikategorikan sebagai semua orang yang berkunjung ke suatu tempat dengan tujuan berlibur, keluar dari rutinitas dengan tempo waktu minimal 24 jam atau lebih yang menggunakan fasilitas akomodasi dan semua wisatawan termasuk kategori pengunjung.

Sementara itu, pelancong (*excursionist*) adalah semua orang yang berkunjung ke tempat di luar dari kediamannya dengan tujuan berwisata dalam kurun waktu kurang dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi untuk menginap. Semua pelancong termasuk dalam kategori pengunjung.

Mengutip dari Marpaung (2000) mendefinisikan pengunjung adalah

Visitor is a person who visits someone or somewhere for the reason of friendship, business, duty, travel.

Diartikan dengan pengunjung adalah orang yang mengunjungi seseorang atau tempat dengan alasan mengunjungi teman, bisnis, pekerjaan, jalan-jalan.

Sedangkan Kodhayat (1998) menyatakan bahwa

Visitor is someone who comes to a certain place and usually with the intent of any kind activities.

Artinya pengunjung adalah seseorang yang datang ke beberapa tempat dan biasanya dengan tujuan melakukan berbagai aktivitas.

Lebih lanjut dijelaskan oleh *United Nation Conference an International Travel and Tourism* (1998) menjabarkan pengunjung adalah

Visitor is everyone who visits a country is not where he resides, for any purpose other than to generate revenue.

Pengunjung adalah semua orang yang mengunjungi suatu negara di luar dari kediamannya dengan tujuan berlibur, tidak mencari pekerjaan.

Sama seperti Nurdin Hidayah (2021), United Nation Conference an International Travel and Tourism, juga mengategorikan pengunjung ke dalam 2 klasifikasi, yaitu *the tourist* dan *the excursionist*.

The tourist atau yang umumnya kita kenal dengan istilah wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan keluar dari tempat kediamannya dengan tujuan untuk mencari hiburan, liburan, keluar dari rutinitas dalam waktu lebih dari 24 jam tapi kurang dari satu tahun. Arjana (2016) menambahkan bahwa semua pengunjung yang menggunakan fasilitas wisata seperti akomodasi untuk beristirahat atau bermalam di tempat wisata dalam jangka waktu minimal 1 malam.

Sunaryo (2013) dalam Supriono (2019) menyampaikan jenis-jenis wisatawan mancanegara:

1. *International Tourists* (wisatawan internasional) adalah pelawat yang berkunjung ke negara lain dengan lama tinggal paling sedikit 24 jam dan tidak lebih dari 6 bulan dengan maksud kunjungan untuk berlibur, berekreasi, olahraga, berbisnis, mengunjungi kerabat, kunjungan misi, menghadiri pertemuan, konferensi dan kunjungan dengan alasan kesehatan, keagamaan, belajar.
2. *Excursionist* (pelancong mancanegara) setiap pelawat dari negara lain yang berkunjung dan memiliki lama tinggal kurang dari 24 jam di negara yang dikunjungi, termasuk didalamnya *cruise passenger*, ketika pengunjung yang menggunakan transportasi berlibur dengan kapa atau kereta api, namun tidak menginap di akomodasi di negara yang menjadi transit area.

Supriono (2019) menggolongkan wisatawan ke dalam empat jenis, antara lain:

1. *Drifter*, tipe wisatawan dalam jumlah kelompok kecil yang senang dengan lokasi atau tujuan wisata yang belum terjamah dan belum diketahui oleh banyak orang.
2. *Explorer*, tipe wisatawan yang merancang perjalanannya sendiri dan mencari sesuatu di luar dari hal-hal umum dan bersedia menggunakan fasilitas apa adanya yang dimiliki oleh masyarakat lokal dan senang memiliki interaksi dan intensitas tinggi dengan penduduk lokal.
3. *Individual Mass Tourist*, tipe wisatawan yang menggunakan jasa agen perjalanan dalam mengatur kegiatannya untuk mengunjungi daerah-daerah wisata yang umumnya telah dikenal banyak orang.

4. *Organized-Mas Tourist*, tipe orang berwisata yang menggunakan jasa pemandu wisata untuk memudahkan mereka melakukan kegiatan bersenang-senang, tempat-tempat wisata yang telah dikenal banyak orang menjadi tujuan wisata mereka, memilih tempat wisata yang menyediakan fasilitas-fasilitas yang familiar di tempat kediaman mereka.

Berdasarkan kebutuhan wisatawan dan alasan melakukan perjalanan wisata, maka wisatawan terklasifikasi ke dalam tiga kategori:

1. *Business and professional tourist leisure and holiday tourist*
2. *Tourist traveling to visit friends and relatives (VFR)*
3. *Youth tourists, including backpackers and gap year travelers*

Panitia Statistik Liga Bangsa-Bangsa dalam Yoeti (1996) mengklasifikasikan kriteria wisatawan, antara lain:

1. Mereka yang melakukan perjalanan untuk *meeting*, keperluan tertentu seperti diplomatik, ilmiah, keagamaan, dan olahraga.
2. Orang yang melakukan perjalanan bisnis
3. Pengunjung yang menggunakan fasilitas kapal pesiar
4. Orang yang melakukan perjalanan dengan tujuan bersenang-senang, kunjungan keluarga, dan berobat.
5. Orang yang berkunjung bukan dengan motif mencari pekerjaan
6. Orang yang berkunjung bukan dengan tujuan menetap sebagai permanen residen
7. Pelajar yang datang dan tinggal dengan tujuan menuntut ilmu pengetahuan di Lembaga Pendidikan.
8. Orang yang melintasi negara tetapi tidak berhenti di negara yang dilintasinya.
9. Penduduk yang berada di perbatasan negara dan bekerja di negara perbatasan

Piknik merupakan kata lain dari wisata yang diprioritaskan diartikan sebagai bepergian ke suatu tempat di luar kota untuk bersenang-senang dengan membawa bekal makanan dan keperluan lainnya. Istilah ini lebih dekat dengan pengertian *excursionist* ketika orang melakukan perjalanan dalam waktu relatif singkat dan tidak sampai menginap.

Gee, Choy, dan Makens (1984) mengatakan bahwa dimensi penting dalam suatu perjalanan adalah jarak, tempat tinggal traveler, tujuan perjalanan, lama waktu tinggal di daerah atau tempat tujuan.

Di Indonesia, wisatawan dikenal dengan istilah wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik atau wisatawan nusantara. Wisatawan mancanegara adalah pengunjung yang mengunjungi negara lain dan menggunakan akomodasi setidaknya satu malam di negara tujuan. Sedangkan wisatawan domestik atau wisatawan nusantara adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di dalam negeri di wilayah geografis Indonesia dengan menggunakan fasilitas pariwisata serta menginap sekurangnya satu malam hingga 6 bulan lamanya dengan tujuan bukan melakukan tugas belajar, bekerja memperoleh gaji.

Sementara itu *excursionist* nusantara di Indonesia lebih dikenal dengan pelancong akhir minggu (*weekenders*). Contohnya adalah orang Jakarta yang pergi berlibur ke Bogor atau Bandung di Hari Sabtu atau Minggu. Pagi hari berangkat dari kota asal, tiba mencari sarapan, setelah jalan-jalan ke tempat wisata kekinian, kemudian siang hari mencari makan siang, sore hari *ngopi* kemudian dilanjutkan dengan membeli oleh-oleh sebelum kembali lagi ke tempat asal.

Berdasarkan kesimpulan dari pemaparan di atas, diketahui bahwa istilah-istilah seperti 'wisatawan', 'pengunjung (*visitor*), '*excursionist* (pelancong)' digunakan dalam rangka untuk memahami akan kontribusi mereka dalam perekonomian dan dampak sosial yang dibawa dari budaya mereka ke masyarakat lokal.

Tingkat (volume) jumlah kunjungan wisatawan dan lama tinggal wisatawan di destinasi serta pembelanjaan wisatawan (*money spending*) dan pergerakan wisatawan dapat membantu meningkatkan perolehan devisa, alat pemerataan pembangunan, menciptakan dan menumbuhkan lapangan usaha serta penyerapan lapangan kerja di destinasi.

Apabila dilihat dari segi tingkat manfaat perekonomian yang dapat diperoleh oleh suatu tempat hingga negara tujuan wisata, maka pengeluaran atau pembelanjaan wisata, dari wisatawan mancanegara adalah yang terbesar. Dapat dilihat dari faktor-faktor jumlah wisatawan mancanegara yang masuk atau berkunjung yang pada umumnya dalam bentuk grup, kemudian dilanjutkan dengan lama tinggal dan besaran jumlah pengeluaran. Oleh sebab itu, pengelola perlu untuk mengelola dan mengembangkan daerahnya secara tepat dan baik sesuai daya dukung dari tempat mereka. Hal lain juga yang perlu dipertimbangkan oleh pengelola untuk menarik minat kunjung adalah dengan menyediakan fasilitas-fasilitas untuk membantu wisatawan.

Berdasarkan Sunaryo (2013), pengelompokan wisatawan berdasarkan karakteristik pembeda jenis perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok ke suatu tempat wisata, dapat dilihat pada Tabel 1. Karakteristik perjalanan wisatawan

Tabel 1.1 Karakteristik Perjalanan Wisatawan

Karakteristik	Pembagian
Lama waktu perjalanan	1-3 hari 4-7 hari 8-28 hari 29-91 hari 92-365 hari
Jarak yang ditempuh (km/mill)	Dalam kota Luar kota (satu provinsi) Luar kota (lain provinsi) Luar negeri
Waktu melakukan perjalanan	Hari biasa Akhir pekan Hari libur/raja Liburan sekolah
Akomodasi yang digunakan	Komersial (hotel) Non komersial (rumah teman/kerabat)

Sumber: Adaptasi dari Smith, 1989 dalam Sunaryo (2019)

Pengklasifikasian karakteristik di atas dilakukan untuk kepentingan analisis pasar pariwisata guna perencanaan promosi dan pemasaran serta pengembangan produk baru. Teknik analisis berdasarkan pada karakteristik sosio-demografis dilakukan dengan memilah dan menggolongkan wisatawan berdasarkan parameter sosial demografi, misalkan: jenis kelamin, umur, status perkawinan, status pekerjaan, tingkat Pendidikan, status ekonomi, ukuran keluarga yang ikut berwisata. Rincian karakteristik socio-demografis wisatawan dapat dilihat pada Tabel 1.2.

Tabel 1.2. Karakteristik Sosio-Demografis Wisatawan

Karakteristik	Klasifikasi
Jenis Kelamin	Laki-laki Perempuan
Umur	<14 tahun (anak-anak) 15-24 tahun (remaja) 25-55 tahun (dewasa) >56 tahun (tua)
Tingkat Pendidikan	SLTP SMU Diploma Sarjana (S1) Pascasarjana (S2, S3)
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa PNS/pegawai Wiraswasta Profesional Ibu/Bapak Rumah Tangga
Status Perkawinan	Belum Kawin Kawin
Jumlah anggota yang ikut	1 orang Beberapa orang, tanpa anak dibawah 17 tahun Beberapa orang, dengan anak di bawah 17 tahun Beberapa orang, dengan lansia
Tipe keluarga	Belum menikah Menikah, belum punya anak Menikah, punya anak

Sumber: Adaptasi dari Smith (1989) dalam Sunaryo (2019)

Pemaparan karakteristik wisatawan ini umumnya dilakukan dalam penelitian untuk mengetahui keterkaitan hipotesis antara pola dan perilaku pilihan wisatawan terhadap produk pariwisata yang ditawarkan.

Pemilihan karakteristik jenis kelamin dan usia digunakan untuk mengetahui pola pilihan jenis atraksi wisata yang dipilih. Jenis pekerjaan dan status ekonomi serta jumlah anggota yang ikut berpengaruh pada waktu luang orang tersebut dan kemampuan daya belinya.

Penggunaan karakteristik wisatawan dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui perbedaan perilaku pilihan terhadap penawaran jenis produk pariwisata, seperti daya tarik wisata, fasilitas akomodasi, transportasi, kemudahan akses, jenis restoran, ragam cinderamata dan jenis fasilitas jasa lainnya di destinasi yang menjadi pilihannya. Hasil analisis karakteristik ini akan menghasilkan pengelompokan-pengelompokan preferensi wisatawan berupa informasi berharga dan menjadi basis data untuk pemasaran dan pengembangan kepariwisataan hingga strategi agar terhindar dari stagnasi siklus hidup destinasi.

Nurdin Hidayah (2021) melihat dari sudut pandang wisatawan, pengunjung, dan pelancong sebagai pelanggan yang mengkonsumsi produk pariwisata. Adapun jenis-jenis pelanggan destinasi pariwisata yang dimaksud, yaitu:

1. Pelanggan akhir, terbagi menjadi 2, antara lain: pengunjung individu dan pengunjung grup. Pelanggan akhir merupakan semua pengunjung yang datang dengan tujuan berlibur, bersenang-senang dalam bentuk individu atau grup.
2. Pelanggan bisnis, terbagi menjadi 5, antara lain: biro perjalanan wisata (*tour operator*), agen perjalanan wisata (*travel agents*), *event organizers/convention organizers*, pemasok destinasi pariwisata, investor.

Sedangkan berdasarkan tujuan, terbagi menjadi dua macam: yaitu tujuan untuk berlibur, dan tujuan bisnis. 'Pelanggan' bisnis umumnya berasal dari *tour operator*, *travel agent*, pemasok-pemasok yang bergerak di usaha pariwisata, *professional event organizer*, *professional convention organizer* dan investor sebagai penanam modal.

Setelah mempelajari definisi, dan jenis-jenis pengunjung, maka selanjutnya perlu mengetahui dan memahami perilaku dari pengunjung untuk memuaskan kebutuhan mereka. Memahami pengunjung dapat membantu pengelola destinasi apa yang ada di benak, apa yang diinginkan, dan apa yang dibutuhkan dan bagaimana mereka berperilaku atas apa yang mereka inginkan, pikirkan dan butuhkan, jenis pilihan apa yang menarik minat mereka. Sehingga dapat memberikan arahan langkah apa yang tepat bagi pengelola terhadap pengambilan keputusan strategi pemasaran dan pengembangan, membantu pengelola meminimalisir dampak negatif, dan berdampak pada peningkatan perekonomian destinasi dan kesejahteraan masyarakat serta keuntungan finansial bagi penyedia usaha pariwisata.

Pemahaman akan perilaku pengunjung sangat membantu pengelola untuk merancang strategi yang tepat. Umumnya sebelum pengunjung tiba di destinasi wisata, mereka akan mencari-cari informasi, mempertimbangkan dan mengevaluasi, berekspektasi kemudian dilanjutkan dengan tahap pengambilan keputusan. Pada tahap ini pengunjung telah mengetahui apa yang ingin digunakan, dimanfaatkan, dan dinikmati. Setelah menikmati, memanfaatkan, fasilitas-fasilitas dan produk yang ditawarkan, pengunjung akan memiliki pengalaman, perasaan, kenangan dan inspirasi dari hasil pengalaman saat berkunjung. Pada tahap terakhir ini peran penting pengunjung untuk merekomendasikan produk-produk yang ditawarkan

menjadi hal yang penting. Sama halnya dengan keinginan yang disertai dengan tindakan untuk kembali lagi.

Proses Travel Purchase Behavior

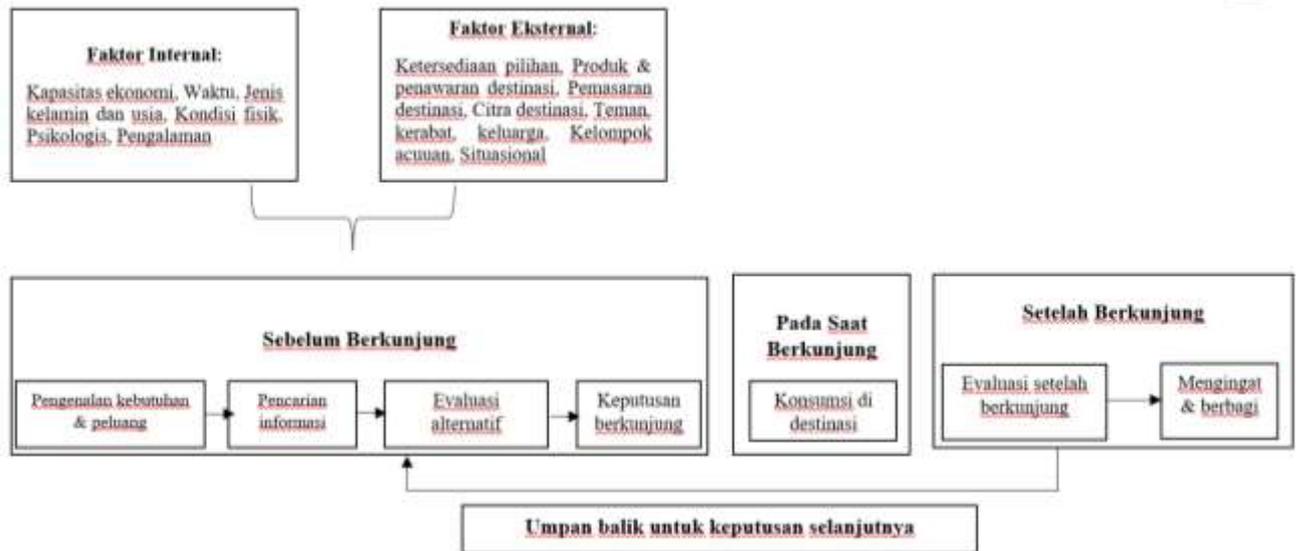
Menurut Morrison (2013) dalam Hidayah (2021) ada 7 tahapan perilaku pengunjung dalam proses pembelian dengan tiga pokok bagian, antara lain:

1. Tahap pertama adalah sebelum berkunjung. Didalam tahapan ini terbagi menjadi 4 proses, yaitu:
 - a) Pengenalan kebutuhan dan peluang
 - b) Pencarian informasi
 - c) Evaluasi alternatif
 - d) Keputusan berkunjung
2. Tahap kedua adalah pada saat berkunjung. Di tandai dengan perilaku pengunjung mengkonsumsi produk yang telah dibelinya.
3. Tahap terakhir adalah setelah berkunjung. Di tahap ini pengunjung mengevaluasi produk yang telah dikonsumsi di destinasi dan mengingat serta keputusannya untuk berbagi pengalaman baik atau buruk.

Ketiga tahapan proses perilaku pengunjung ini tentunya dipengaruhi dengan faktor-faktor baik dari eksternal maupun internal yang saling mempengaruhi satu sama lain yang membentuk keputusan pengunjung untuk menentukan keputusannya membeli produk yang ditawarkan atau tidak.

Adapun faktor-faktor eksternal seperti: ketersediaan pilihan; produk dan penawaran destinasi; pemasaran destinasi; citra destinasi; teman, kerabat, keluarga, kelompok acuan; situasional. Sedangkan faktor internal dipengaruhi oleh: kapasitas ekonomi; waktu; jenis kelamin dan usia; kondisi fisik; psikologis; pengalaman.

Ke-tujuh tahapan perilaku ini menurut Morrison dalam Hidayah (2021) apabila diilustrasikan maka akan terlihat seperti pada Gambar 1.5



Gambar 1.5 Perilaku Pengunjung Dalam *Travel Purchase Behavior*

Sumber: Morrison (2013) dalam Hidayah (2021)

Visitor Journey

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh perusahaan besar, Google, diketahui bahwa tren perilaku pengunjung ketika era *digital* dan internet telah menjadi bagian dari kebutuhan, mengakibatkan banyak perusahaan tampil dengan berbagai cara untuk mempromosikan dan menjangkau serta terhubung dengan calon pembeli. Upaya yang dilakukan untuk meraih semakin banyak pengunjung adalah dengan menciptakan *platform* pemesanan dan informasi secara daring, sehingga memberikan kemudahan bagi pengunjung. Pengunjung disediakan fasilitas informasi, beranekaragam pilihan untuk mengkonsumsi pengalaman sebelum berkunjung.

Adapun hasil penelitian Google yang dikenal dengan *visitor journey* adalah dimulai dari *dreaming*, *planning*, *booking*, *experiencing*, dan *sharing*. Penjabaran mengenai perjalanan pengunjung hasil dari penelitian Google ini disampaikan pada paragraf berikut.

Dreaming adalah level calon pengunjung mendapatkan cerita, Gambar yang didengar dan atau dilihat dari sosial media, *website*, *advertising*; bahkan cerita obrolan teman, kerabat, rekan yang pernah berkunjung,

Planning adalah fase calon pengunjung mulai aktif mencari informasi akan destinasi yang ingin dikunjungi dan membandingkan satu dengan lain dari informasi yang diberikan dari berbagai macam *platform*. Adapun informasi yang dicari seperti fasilitas, produk, layanan, daya tarik wisata, biaya,

Booking adalah fase pengunjung telah membuat keputusan dari hasil pencarian informasi dan perbandingan dengan membeli tiket perjalanan, akomodasi dan atraksi wisata.

Experiencing, fase pengunjung memulai perjalanan wisata menuju destinasi yang dipilih hingga pengalamannya menikmati produk yang dibelinya, layanan yang diberikan beserta dengan fasilitas-fasilitas penunjang di destinasi wisata.

Sharing, yaitu fase pengunjung berbagi pengalaman berwisata terhitung mulai dari sebelum, selama dan setelah berkunjung ke khalayak ramai baik itu ke kerabat, teman, bahkan ke orang lain melalui sosial media. Disini penilaian terhadap kualitas produk, pelayanan telah dilakukan oleh pengunjung sehingga pengalaman dan kenangan sudah terbentuk dan mempengaruhi kepada apakah hendak dibagikan secara baik atau buruk.

Setelah mengenal, mengetahui dan memahami tentang definisi, perbedaan antara pengunjung, wisatawan, pelancong; perilaku perjalanan mereka secara umum, dan perjalanan pengunjung atau yang dikenal dengan *visitor journey* di atas, selanjutnya pemaparan mengenai peraturan perjalanan yang diterapkan oleh pemerintah bagi pelaku perjalanan.

Regulasi Perjalanan Di Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019

Pariwisata Indonesia secara bertahap bangkit kembali setelah diterpa gelombang penyebaran Virus Covid-19 melalui kebijakan penerapan pembatasan sosial yang menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan dan pendapatan industri pariwisata. Kabar baik angka penyebaran Covid-19 terus melandai turun, ini membuat peraturan melakukan perjalanan pun diperbaharui, yaitu dikeluarkannya Surat Edaran Nomor 16 tahun 2022 tentang ketentuan perjalanan orang dalam negeri pada masa pandemi. Peraturan ini tidak hanya diberlakukan untuk orang yang melakukan wisata juga bagi mereka yang hendak melakukan perjalanan kembali ke kampung halaman. Begitu juga dikeluarkannya regulasi bagi warga negara asing yang berkunjung dengan visa kunjungan khusus wisata diberlakukan pemeriksaan di imigrasi di Bali, Kawasan Batam dan Bintan dengan pemegang visa hanya diperbolehkan dari beberapa negara. Penjelasan detail mengenai ketentuan protokol kesehatan bagi pelaku perjalanan dalam negeri dan visa masuk bagi warga negara asing ke Indonesia dijabarkan pada bab 3.

1.4 Daya Dukung Lingkungan Kepariwisata

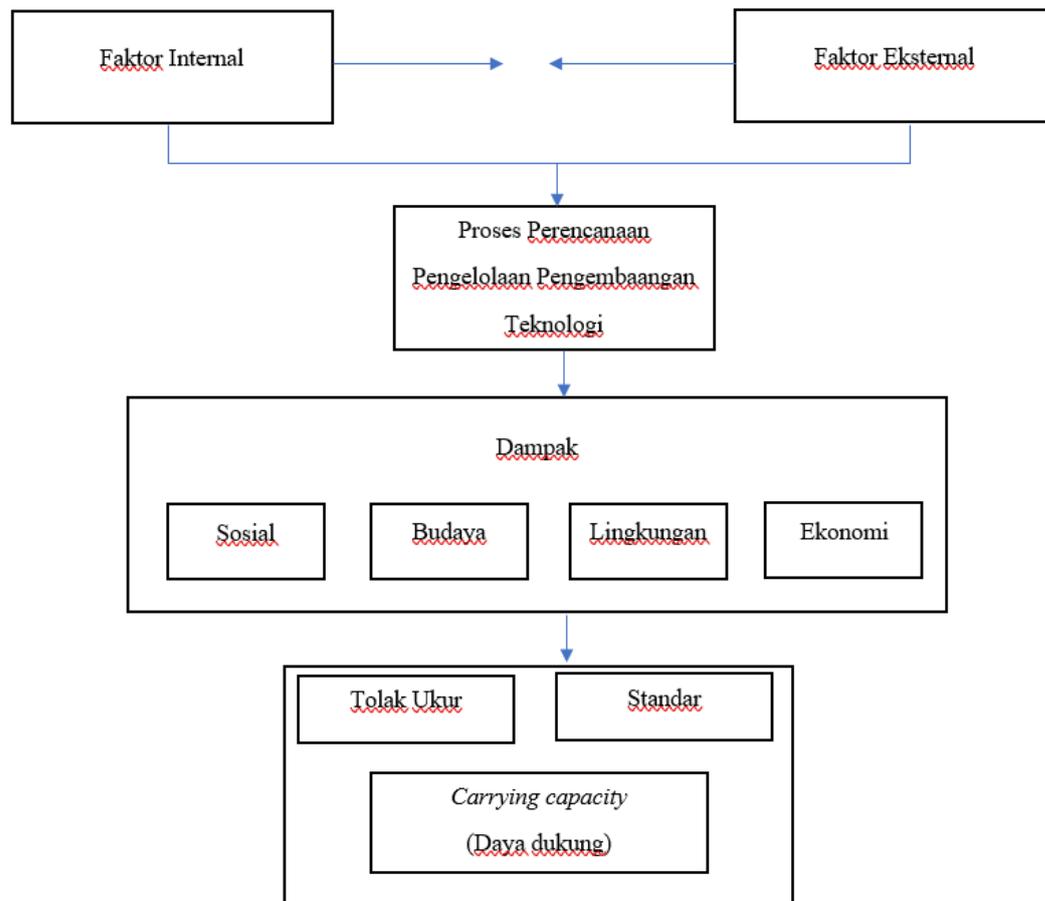
Selain memasarkan, dan mempromosikan untuk meningkatkan jumlah pengunjung, pengelola juga perlu memperhatikan, menjaga kapasitas daya dukung (*Carrying capacity*) sosial, budaya dan lingkungan di destinasinya agar tidak terjadi pergesekan budaya, kerusakan lingkungan akibat dari berlebuhnya jumlah pengunjung yang berkunjung tidak sesuai dengan daya tampung kesediaan atraksi, fasilitas, luasan kawasan wisata dalam menampung dan memenuhi kebutuhan pengunjung.

Ramainya suatu kawasan wisata umumnya tidak terjadi setiap saat, kedatangan wisatawan ke kawasan atau objek wisata biasanya terjadi di waktu-waktu tertentu misalkan pada saat hari libur panjang (*long weekend*), *travel fair*, pada saat perayaan tertentu. Hal ini membuat pengelola perlu mengambil sikap bijak dalam mengelola destinasinya dan daya tarik wisata untuk menghindari kelebihan kunjungan.

Mengutip dari Sunaryo (2013) definisi *carrying capacity* dalam konteks kepariwisataan adalah

Suatu situasi ketika angka kedatangan, lama menetap dan pola konsumsi wisatawan di lokasi wisata yang dapat membawa pengaruh pada masyarakat lokal, lingkungan, ekonomi masyarakat, dalam batas aman dan memungkinkan untuk keberlanjutan bagi kepentingan generasi mendatang.

Jika kita mengambil kesimpulan dari definisi yang disampaikan di atas maka menunjukkan adanya hubungan timbal-balik antara pihak *host* (tuan rumah – pihak internal) dengan pihak wisatawan (eksternal) yang datang dan berinteraksi, mengonsumsi produk yang ditawarkan di destinasi. Seiringnya waktu, kedua pihak ini akan dapat saling mempengaruhi satu sama lain yang berdampak pada kehidupan sosial, budaya, ekonomi hingga lingkungan. Jika diilustrasikan dampak yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata maka dapat dilihat pada Gambar 1.6



Gambar 1.6 Ilustrasi Dampak Pariwisata

Sumber: (Cooper, 1993) dalam Sunaryo (2013)

Faktor internal sebagai penentu dari daya tampung destinasi antara lain:

1. Sosial

Sistem kemasyarakatan dan ketahanan sosial berperan penting dalam tingkat daya serap terhadap pengadaan dan pelaksanaan kepariwisataan di destinasi. Contoh tujuan wisata di kota-kota metropolitan di negara maju lebih terbuka dalam menerima dan menyerap kehadiran pengunjung asing di tempat mereka dibandingkan dengan tujuan wisata di kota atau daerah yang masih memegang teguh adat. Daya serap tuan rumah sebagai pemilik sistem sosial, tanah dapat terganggu dikarenakan adanya pengunjung asing di daerah mereka.

2. Budaya

Karakteristik dan ketahanan budaya berperan dalam penentuan penyerapan dampak dari kehadiran pengunjung di destinasi. Namun keunikan budaya dapat menarik minat

wisatawan untuk mendatangi, melihat dan merasakan dan atau mempelajari kebudayaan masyarakat di destinasi.

3. Fisik

Daya dukung fisik merupakan daya dukung ekosistem destinasi dari aspek *biotik* dan *abiotik* yang menentukan berapa banyak jumlah kedatangan wisatawan yang dapat diterima dan ditampung oleh destinasi. Faktor fisik merupakan aspek yang rentan karena berhubungan dengan keberlanjutan masyarakat dan 'rumahnya' yang dapat berubah karena kehadiran dan interaksi pengunjung di destinasi. Secara teori, penanganan daya dukung lingkungan yang sudah berlebihan dapat dilakukan Langkah-lakah pembatasan dan pengendalian angka pengunjung, lama tinggal dan perbaikan Manajemen Pengunjung di destinasi.

4. Ekonomi

Daya dukung ekonomi merupakan patokan yang digunakan dalam menentukan besaran investasi pengembangan kepariwisataan destinasi wisata. Rasio perbandingan antara manfaat dan biaya dapat menentukan investasi kepariwisataan. Semakin majunya kepariwisataan di suatu destinasi, maka semakin berkembang perekonomian di daerah tersebut, terlihat bahwa industri pariwisata membawa manfaat bagi daerah.

5. Politik

Daya dukung politik di suatu destinasi secara tidak langsung mempengaruhi kepada minat kunjung wisatawan. Hubungan diplomatis antar negara dapat memudahkan aksesibilitas wisatawan untuk berwisata.

6. Sumber Daya Lokal

Ketersediaan sumber daya lokal, seperti: tenaga kerja, sumber pendanaan, penyediaan lahan, peran aktif masyarakat lokal sebagai pelaku usaha pariwisata akan membawa pengaruh terhadap keberlangsungan dan keberlanjutan kepariwisataan di destinasi.

Sementara itu, faktor eksternal yang berpengaruh terhadap daya dukung destinasi pariwisata adalah:

1. Jumlah dan karakteristik wisatawan

Wisatawan yang berkunjung dalam bentuk grup akan berpengaruh besar pada sosial dan budaya di destinasi yang dikunjunginya jika dibandingkan dengan jenis wisatawan *drifter* atau *explorer* dalam melakukan perjalanan wisata. Begitu juga dengan besaran pengeluaran yang dikeluarkan, moda transportasi yang digunakan hingga pola konsumsi.

2. Jenis aktivitas wisatawan

Segmen wisatawan berbeda-beda jenis aktivitasnya yang semuanya membutuhkan penanganan dan pengaturan agar tidak menimbulkan dan meningkatkan aktivitas-aktivitas yang merugikan seperti munculnya aktivitas prostitusi, narkoba dan perdagangan ilegal yang dapat mengancam keberlanjutan daya dukung lingkungan, sosial budaya masyarakat.

3. Faktor lain

Ketersediaan fasilitas pendukung seperti ketersediaan air tanah, sistem pembuangan limbah, sistem transportasi, jumlah kamar, keamanan, fasilitas Kesehatan, perbankan, internet dapat membantu dan memudahkan wisatawan dalam beraktivitas di destinasi. Kenyamanan dalam berwisata, berinteraksi, mengonsumsi produk menjadi faktor penting yang dapat membawa kepuasan bagi wisatawan.

Daya dukung berhubungan dengan permintaan (*demand*) dan ketersediaan dan ambang batas sumber daya di destinasi. Silva, dkk (2007) dalam Maryani (2019) menambahkan, pengelola perlu mengetahui batas-batas yang dapat diterima dalam pembangunan sebagai ukuran kuantitatif dari pemanfaatan ruang.

Daya dukung dapat dideteksi dari luasan kawasan wisata, karakteristik sumber daya wisata, fasilitas wisata, kepuasan wisatawan, masyarakat, manajemen. Manajemen daya dukung di destinasi dapat dilakukan dengan beberapa teknik, seperti:

1. Pemberlakuan harga premium (mahal) sehingga pengunjung yang dapat berkunjung terseleksi.
2. Menggunakan *Visitor Management Technique*, seperti penerapan sistem antrian untuk mengurai kepadatan, penggunaan sistem *booking online* untuk menyeleksi calon pengunjung, pengadaan penjadwalan kunjungan, memberitahukan adanya sanksi bagi pengunjung yang melanggar peraturan.
3. Menerima tamu yang menginap saja karena dapat memberikan kontribusi yang lebih besar.
4. Membatasi anggaran komunikasi pemasaran
5. Melakukan *brand image* destinasi sebagai *niche market place* dan bukan mengacu untuk *mass tourism destination*, dengan demikian hal ini berarti akan mensegmentasikan destinasi sebagai tujuan wisata khusus.
6. Mengurangi rute dan jadwal penerbangan atau bahkan bisa menutup akses penerbangan langsung.

Penting memperhatikan dan mengelola daya dukung destinasi untuk keberlangsungan daur hidup destinasi (*destination life-cycle*) yang berkelanjutan dan mencegah terjadinya tingkat kejenuhan.

Berdasarkan Maryani (2019) melalui penelitian Coppock (1971) menyatakan bahwa daya dukung destinasi wisata dapat memanfaatkan hamparan lahan, air, pemandangan alam. Penjelasan lebih jelas dipaparkan bahwa hamparan lahan dapat dimanfaatkan untuk kegiatan:

1. *Camping*, caravan, piknik di Kawasan perdesaan yang berjarak 400 meter dari akses jalan utama
2. Berkuda di jalur yang telah dipersiapkan bagi penunggang kuda
3. *Hiking* di jalur pendakian
4. Berburu
5. Panjat tebing
6. Ski, dengan ketentuan berada di daerah dengan ketinggian minimal 25 meter pada musim salju lebih dari 3 bulan.

Selanjutnya adalah lahan air atau sumber daya air yang bisa digunakan sebagai daya tarik kegiatan wisata adalah:

1. Memancing di sungai, kanal, danau yang tidak tercemar
2. Aktivitas di air yang tidak tercemar dengan panjang minimal 1 km, lebar 200 meter, atau luas 20 hektar.
3. Aktivitas di sepanjang peisir pantai dengan kondisi pantai bersih dan berjarak dari jalan minimal 400 meter

Pemandangan alam dapat dinikmati dari daerah dataran rendah dengan ketinggian 500 meter dari permukaan laut, perbukitan 500 sampai 1500 meter dan pegunungan lebih dari 2000 meter di atas permukaan laut. Kemudian Levery (1981) dalam Maryani (2019) menyampaikan kebutuhan ruang untuk berwisata adalah:

Tabel 1.3 Standar Penggunaan Ruang untuk Rekreasi

Tipe Rekreasi	Kapasitas (Orang per mill)
<i>Mayor scenic rute</i>	20
<i>Minor scenic route</i>	4
<i>Mayor scenic feature</i>	20
<i>Mayor scenic site</i>	30
<i>Woodland area</i>	100
<i>Picnic area</i>	60
<i>Enclosed land</i>	50
<i>Rouge or hill land</i>	5
<i>Lake</i>	50
<i>Coast/beach</i>	100

Sumber: Lavery (1981) dalam Maryani (2019)

*1 mill adalah 1,069 meter atau 1,6 km

Untuk mengetahui bagaimana perhitungan pengukuran daya dukung suatu destinasi dapat menggunakan rumus perhitungan daya dukung fisik (*Physical carrying capacity*) (PCC) yang dikemukakan oleh Douglas (1975), sebagai berikut:

$$PCC = A \times 1/B \times Rf$$

Keterangan:

A : Luas areal yang tersedia untuk pemanfaatan wisata

B : Luas area yang dibutuhkan oleh seorang wisatawan

Rf : Faktor rotasi

Rumus Rf : Jam operasional suatu destinasi atau daya tarik wisata/lama kunjungan

Faktor rotasi dapat diidentifikasi dari jam operasional destinasi atau objek wisata atau lama kunjungan. Contoh: jam operasional daya tarik wisata adalah 8 jam, rata-rata lama kunjungan 2 jam, maka Rf adalah $8/2 = 4$.

Jika (A) luas areal perkemahan adalah 10,000 meter²

(B) Luas areal yang dibuuh per orang 90 meter²/orang.

Jika jam operasional destinasi 24 jam dan rata-rata kunjungan 8 jam, maka Rf adalah 3 jam.

Maka PCC = $10,000 \times 1/90 \times 3 = 333$ orang.

Jadi *physical carrying capacity* destinasi wisata ada sebanyak 333 orang.

Seperti kita ketahui, destinasi atau objek wisata umumnya ramai dikunjungi di musim-musim tertentu. Di musim-musim ini pengelola harus mampu mengelola daya dukung objek wisata karena apabila fasilitas dari penginapan, toilet, rumah makan, dan lain-lain tidak dapat terpenuhi, hal ini dapat mempengaruhi pada urungnya niat wisatawan untuk berkunjung dan atau memperpanjang lama waktu menginap.

Maryani (2019) menuturkan bahwa kegiatan wisata merupakan hubungan antara aliran dan gerak yang dibuat oleh wisatawan yang membutuhkan perkembangan bagi dirinya sendiri maupun kelompok yang tersalurkan dengan melakukan mobilitas kegiatan rekreasi. Ia menyampaikan dalam bukunya yang berjudul Geografi Pariwisata, munculnya Aliran dan gerakan wisatawan ke berbagai tempat, daerah, negara semakin meluas guna menikmati, belajar, *refreshing* dengan melihat keindahan, keunikan dari tempat yang dikunjunginya.

Aliran dan gerakan ini menunjukkan adanya relasi antar komponen, antar tempat, interaksi, interrelasi dan interdependensi berupa informasi, transportasi, barang, orang, hingga arus pergerakan wisatawan menuju ke tempat satu ke tempat yang lain, mencakup lama waktu tinggal, aktivitas yang dilakukan dan daya dukung di suatu tempat.

Faktor-faktor yang dapat menyebabkan penuhnya daya dukung suatu destinasi atau objek wisata dikarenakan:

1. Beragamnya keberadaan objek dan daya tarik wisata di dalam satu destinasi. Semakin banyak yang menarik maka semakin banyak jumlah orang yang datang. Semakin banyak variasi dan fasilitas wisata yang ditawarkan maka semakin lama waktu tinggal.

2. Kemudahan dan kenyamanan aksesibilitas dan kelayakan harga menjadi pendorong bagi orang untuk datang berlibur.
3. Pemasaran dan promosi yang gencar serta persuasif dapat memotivasi minat kunjung
4. Keberadaan dan kelengkapan fasilitas wisata yang lengkap membuat wisatawan puas, sehingga dapat memunculkan adanya rekomendasi kepada orang lain dan atau keputusan berkunjung ulang (*repeater*).

Infrastruktur dan pelayanan dalam daya dukung destinasi atau objek wisata yang tersedia juga berperan penting yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, keamanan, persediaan makanan, tempat penginapan, informasi, transportasi dan kebersihan wisatawan selama menginap dan beraktifitas di destinasi wisata.

Desain fasilitas yang ramah lingkungan dan pelayanan yang ramah dapat menambahkan nilai tambah bagi wisatawan dan penduduk lokal. Pengembangan fasilitas yang ramah lingkungan dan budaya dapat menghindari terjadinya kepadatan pengunjung oleh sebab itu dibutuhkan adanya panduan pengembangan fasilitas ramah lingkungan dan budaya (Razak, 2017):

Tabel 1.4 Pedoman Pengembangan Fasilitas Ramah Lingkungan dan Budaya

Aspek	Pedoman
Penilaian dampak lingkungan	Evaluasi ekologi, sosial budaya dan ekonomi
Desain lanskap	<ol style="list-style-type: none"> 1) Melakukan perencanaan berdasarkan penilaian terhadap lingkungan dan masyarakat lokal termasuk hal-hal yang memiliki nilai tambah. 2) Perencanaan manajemen lahan dengan zonasi dan aksesibilitas secara detail, cermat 3) Vegetasi untuk satwa liar 4) Mengembangkan hubungan antara manusia, penggunaan lahan dan fasilitas fisik
Pembangunan fasilitas	<ol style="list-style-type: none"> 1)Spesifikasi bangunan sesuai dengan kondisi vegetasi dan topografi lingkungan 2)Pemakaian energi yang efisien
Konservasi sumberdaya dan pemakaiannya	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penggunaan hemat energi, air, sedikit polusi udara dan suara lain 2) Menggunakan sumberdaya energi daur ulang

	3) Meminimalisir dampak polusi
Bahan yang digunakan	<ol style="list-style-type: none"> 1) Penggunaan bahan yang diproduksi oleh masyarakat lokal 2) Penggunaan bahan bangunan yang hemat energi dan ramah lingkungan serta dapat di daur ulang
Dampak teknologi	1) Penggunaan teknologi modern, hemat biaya, dan minim efek negatif dalam pemakaian
Pelayanan	1) Memberikan pelayanan yang terstandarisasi dan profesional
Kualitas pengendalian	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pembuatan pedoman dan kondisi pelaksanaan manajemen mudah dipahami sehingga pengambilan keputusan dapat dilakukan secara singkat dan jelas 2) Data yang sudah diperoleh harus dikelola dengan baik sehingga dapat digunakan dalam memantau dampak yang mungkin terjadi setelah pembangunan fasilitas.
Penyusunan proram	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pemberian apresiasi kepada masyarakat, staf atas kreativitas dan pemantauan untuk dukungan terhadap kemampuan daya dukung destinasi 2) Melibatkan semua <i>pemangku kepentingan</i> 3) Mengelola sumber daya manusia 4) Memantau aktifitas program 5) Mempertimbangkan kerjasama dengan <i>pemangku kepentingan</i> yang berkepentingan
Hubungan dengan masyarakat lokal	<ol style="list-style-type: none"> 1) Intensif melakukan diskusi grup dengan masyarakat 2) Memaksimalkan peluang kerja 3) Memantau organisasi lokal dalam pengembangan 4) Memberikan fasilitas sabun, bahan makanan kepada masyarakat untuk kebersihan dan kesehatan mereka

Sumber: Nurdin Razak, (2017)

Daya dukung suatu destinasi juga membutuhkan pertimbangan pada desain fasilitas pribadi dan masyarakat, lahan perkemahan beserta fasilitasnya yang harus sesuai dengan tingkat penggunaannya. Misalnya fasilitas pembuangan limbah dan toilet, perlu dirancang untuk menghindari pencemaran saluran air bersih.

Kebutuhan wisatawan dengan lama tinggal lebih dari 1 hari tentunya membutuhkan tempat peristirahatan, fasilitas akomodasi di kawasan wisata khususnya di kawasan konservasi

muncul sebagai solusi untuk pemenuhan kebutuhan wisatawan. Akomodasi yang relatif nyaman dengan bentuk dan penggunaan bahan bangunan semi permanen menjadi daya tarik unik perpaduan keserasian dengan alam. Menurut Razak (2017) perlunya pengalokasian akomodasi di kawasan konservasi karena:

1. Pengelola berwenang pengalokasian akomodasi
2. Kegiatan wisata dapat dilakukan di kawasan konservasi dan sekitar akomodasi
3. Desain akomodasi pelayanan fasilitas yang baik dapat menjadi daya tarik tersendiri
4. Mendapatkan tambahan pemasukan dari pengadaan akomodasi dan *food & beverage*.

Kemudahan aksesibilitas berupa infrastruktur transportasi di kawasan wisata untuk memberikan kenyamanan dan kemudahan berkunjung dengan perhitungan jumlah unit transportasi yang digunakan dibatasi sesuai kebutuhan.

Kesimpulan

Kepariwisataan merupakan rangkaian kegiatan yang saling bersinergi membentuk kesatuan sistem interaksi yang membutuhkan keunikan, kekhasan daerah atau tempat untuk menarik perhatian orang untuk berekreasi dan mengkonsumsi produk yang ditawarkan melalui berbagai macam manajemen mulai dari penyediaan informasi hingga aksesibilitas, fasilitas akomodasi, fasilitas penunjang untuk memenuhi kebutuhan mereka yang berlibur.

Soal untuk Didiskusikan

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan kepariwisataan
2. Apa tujuan orang melakukan perjalanan wisata?
3. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi penuhnya daya dukung suatu destinasi/tempat wisata?
4. Bagaimana rumus perhitungan *Physical Carrying Capacity*?
5. Bagaimana regulasi perjalanan di masa pandemi Corona Virus Disease 2019?

BAB 2

DAMPAK PARIWISATA PADA DESTINASI PARIWISATA

Gambaran Umum

Sekilas telah dijelaskan pada Bab 1 pengaruh dari adanya kepariwisataan di destinasi, dampak bagi masyarakat sebagai pengelola lokal, pihak swasta, hingga keuntungan yang bisa didapatkan oleh negara dari pelaksanaan industri besar ini. Namun di sisi lain terdapat juga dampak negatif bagi destinasi apabila tidak disertai manajemen yang baik terhadap daya dukung suatu tempat (*carrying capacity*).

Oleh sebab itu, pada bab ini dijelaskan lebih lanjut akan dampak kegiatan pariwisata di destinasi baik dari sisi positif maupun negatif terhadap bidang ekonomi, sosial dan budaya, lingkungan di destinasi. Hal ini bertujuan untuk pencegahan dan penanggulangan dampak negatif lebih besar dibandingkan dampak baik kepada masyarakat dikarenakan daya dukung yang tidak memadai untuk menampung lajunya kemajuan pariwisata lokal. Dengan demikian, bab ini juga menyampaikan penjelasan perlunya penerapan Manajemen Pengunjung.

Tujuan

Melalui beberapa pemaparan ilmu pengetahuan yang disampaikan di bab ini, diharapkan mahasiswa/i dan atau pembaca bisa mendapatkan suatu nilai tambah, antara lain:

1. Pemahaman akan dampak pariwisata terhadap bidang ekonomi
2. Pemahaman atas dampak yang ditimbulkan dari kegiatan kepariwisataan terhadap bidang sosial dan budaya
3. Pemahaman dan pengetahuan akan dampak aktivitas pariwisata terhadap bidang lingkungan

2.1 Dampak Pariwisata pada Destinasi

Dampak pariwisata menurut John M Bryden dalam Abdurrachmat dan E Maryani yang disitasi oleh Toda menyatakan bahwa interaksi antara *host* dan *guest* akan terlaksana dalam konteks pencarian dan penyediaan pengalaman atau perbedaan dan lebih nyata lagi dilakukan atas dasar pertukaran ekonomi, konteks interaksi ini membawa dampak pada hadirnya tingkah laku atau pola perilaku wisatawan dan penerimaan masyarakat. Interaksi yang berkelanjutan dan meluas ke berbagai sektor menimbulkan adanya pengembangan, dan tentunya dalam pengembangan pasti ada dampak lain baik itu membawa pengaruh baik dan atau negatif.

Seperti yang tercantum dalam regulasi kepariwisataan, dikembangkan di suatu tempat guna untuk memajukan kesejahteraan, pertumbuhan perekonomian, konservasi lingkungan, membangun citra bangsa, menanamkan kecintaan pada bangsa dan negara, memperkuat identitas dan kerukunan dengan cara memberdayakan semua lapisan masyarakat dan keterpaduan *pemangku kepentingan* membangun daerahnya melalui pelaksanaan kegiatan pariwisata. Kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas fungsi, kekerabatan, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipasif dan keberlanjutan. Berdasarkan asas, fungsi dan tujuan yang tertulis di Undang-Undang No 10 Tahun 2003, maka dapat dilihat bahwa pondasi kepariwisataan dilakukan sesuai bidang, antara lain bidang ekonomi, sosial budaya, lingkungan.

Ketika pariwisata menjadi harapan dan tonggak di hampir seluruh negara di dunia, tidak hanya bidang ekonomi yang akan meningkat. Selain itu juga berdampak ke bidang lain, yaitu sosial budaya, dan lingkungan.

Mengutip dari Ardi Surwiyanta dalam Jurnal Media Wisata dikatakan bahwa peranan pariwisata dalam pembangunan negara pada garis besarnya berintikan tiga segi, yaitu segi ekonomis, segi sosial dan segi kebudayaan. Pengaruh pariwisata dari pada sisi ekonomi tidak terlepas dari peran sektor ekonomi lain, bahwa pendapatan tidak hanya diperoleh dari uang yang dibelanjakan namun juga menarik modal asing, usaha padat karya, menciptakan tenaga kerja. Dari sisi kebudayaan terjadi proses akulturasi antara kebudayaan lokal dengan kebudayaan yang dibawa oleh pengunjung.

Guna meminimalkan dampak negatif dari kegiatan pariwisata, banyak dikembangkan pariwisata berbasis lingkungan dalam bentuk *ecotourism*, *edutourism*, *agrotourism*, *sustainable tourism rural tourism*, *forestry tourism*. Perencanaan, manajemen, standarisasi, peraturan, dan konsistensi implementasi strategi serta aturan, pemantauan dan evaluasi serta regulasi menjadi langkah penting untuk mencegah dampak negatif pada kondisi perekonomian, sosial budaya dan lingkungan akibat dari pengembangan pariwisata. Berdasarkan pemaparan tersebut, maka penjabaran tentang dampak pariwisata pada bidang ekonomi, sosial dan budaya, serta lingkungan akan dijelaskan pada sub bab di bawah, diawali dengan bidang ekonomi, dilanjutkan sosial budaya kemudian lingkungan.

Pengadaan kegiatan pariwisata di suatu daerah membutuhkan pertimbangan, perhitungan dan pengelolaan terhadap dampak pada *host communities*, lingkungan, dan perekonomian yang berasal dari pengunjung. Perencana dalam hal ini semua *pemangku kepentingan* perlu berpikir beberapa pertanyaan sebelum membangun, dan atau mengadakan kegiatan pariwisata. Adapun pertanyaan-pertanyaan seperti:

1. Bagaimana pengaruh pengunjung terhadap destinasi Anda pada saat ini?
2. Secara umum, apakah pengunjung memberikan dampak positif atau negatif terhadap destinasi Anda? Mengapa?
3. Apa yang dapat dilakukan di masa yang akan datang untuk memperoleh dampak positif dari pengunjung di destinasi Anda?
4. Apa yang sedang dilakukan untuk mengatasi dampak negatif dari pengunjung di destinasi Anda?
5. Apakah Anda sudah menemukan solusi inovatif untuk menangani masalah-masalah manajemen pengunjung? Sebutkan.

Pertanyaan-pertanyaan di atas dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan mencari ide atau solusi kreatif yang memberikan manfaat bagi semua *pemangku kepentingan* yang terlibat dalam industri pariwisata.

Pada buku ini akan memaparkan dampak kegiatan pariwisata dari kedatangan pengunjung ke destinasi atau daya tarik wisata dilihat berdasarkan pada tiga bidang, yaitu bidang ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan yang terkait dengan tujuan utama pengembangan keberlanjutan atau yang lebih dikenal dengan *sustainable development goals*. *Sustainable development goals (SDGs)* terdiri dari 17 tujuan yang secara garis besar bertujuan untuk mengurangi kemiskinan, melindungi bumi, perdamaian dan kemakmuran.

Adapun target dari SDGs adalah

1. *Goal 1*: memberantas segala bentuk kemiskinan di muka bumi
2. *Goal 2*: mengakhiri resiko kelaparan, mencapai keamanan pangan, memperbaiki nutrisi, mensupport bentuk pertanian yang berkelanjutan
3. *Goal 3*: Kesehatan dan kesejahteraan semua bangsa di segala tingkat usia
4. *Goal 4*: pemerataan kualitas Pendidikan dan kesempatan terbuka untuk semua
5. *Goal 5*: kesetaraan *gender* dan pemberdayaan wanita dan perempuan
6. *Goal 6*: terjaminnya ketersediaan dan manajemen air dan sanitasi yang berkelanjutan

7. *Goal 7*: keterjangkauan akses energi yang berkelanjutan dan modern yang bisa digunakan untuk semua
8. *Goal 8*: kesempatan lapangan kerja bagi anak muda, mendorong pertumbuhan inklusif dan berkelanjutan, serta pekerjaan yang tetap, produktif dan layak untuk semua
9. *Goal 9*: membangun infrastruktur yang kokoh, mendorong industrialisasi berkelanjutan serta mengembangkan inovasi
10. *Goal 10*: mengurangi ketidaksetaraan di negara dan antar negara
11. *Goal 11*: menciptakan pemukiman yang aman, kuat dan berkelanjutan
12. *Goal 12*: memastikan penggunaan dan pemanfaatan konsumsi dan produksi yang bertanggung jawab dan berkelanjutan.
13. *Goal 13*: melakukan tindakan mitigasi darurat terhadap perubahan iklim dan pengaruhnya
14. *Goal 14*: melestarikan alam samudera, laut, sumber daya maritim dengan cara pembangunan yang berkelanjutan, mengurangi pemakaian plastik untuk tetap menjaga samudera tetap bersih
15. *Goal 15*: mengelola sumber oksigen bangsa dengan cara melindungi, memulihkan dan mendorong penggunaan yang berkelanjutan terhadap hutan dan keanekaragaman hayati, menghambat degradasi lahan
16. *Goal 16*: kesetaraan dan keadilan hak asasi manusia
17. *Goal 17*: memperkuat sarana implementasi dan revitalisasi kerjasama global untuk keberlanjutan

Council Global Manajemen Berkelanjutan membagi empat seksi yang di dalamnya terbagi lagi menjadi subseksi kriteria dan indicator. Pada seksi pertama adalah manajemen berkelanjutan atau *sustainable management* dengan tiga fokus utama, yaitu:

- a) *Management structure and framework*
- b) *Pemangku kepentingan engagement*
- c) *Management pressure and change*

Penjelasan terperinci dari tiga subseksi beserta kriteria dan indikator dapat dilihat pada Tabel 2.1 manajemen berkelanjutan

Tabel 2.1 Manajemen Berkelanjutan

<i>Sustainable Management/Manajemen Berkelanjutan</i>		
A) (a) Manajemen struktur dan <i>framework</i>		
Kriteria	Indikator	SDGs
<p>A1) Manajemen destinasi yang bertanggung jawab</p> <p>Destinasi yang memiliki organisasi, departemen, kelompok, komite yang efektif dan bertanggung jawab serta bekerjasama dengan sektor swasta, dan masyarakat terlibat dalam manajemen pariwisata berkelanjutan dan menjalankan kapasitas untuk manajemen sosio-ekonomi, budaya serta lingkungan.</p>	<p>a) Bukti-bukti dokumen yang relevan</p> <p>b) Perencanaan <i>financial</i> dan <i>budgeting</i></p> <p>c) Bukti kerjasama dengan berbagai pihak</p> <p>d) Rekaman data permanen staf dan personel kontrak, profesionalisme karyawan dan lama pengalaman kerja</p> <p>e) Panduan manajemen dan proses yang transparan dalam pengoperasian usaha bisnis pariwisata</p>	<p>Tercermin dalam <i>Sustainable development Goal</i> no 16 (<i>Peace, Justice, and strong institutions</i>) dan 17 (<i>Partnerships for the goals</i>)</p>
<p>A2) strategi manajemen destinasi dan <i>action plan</i></p> <p>Destinasi telah menetapkan dan menerapkan strategi manajemen destinasi yang didalamnya mencakup identifikasi aset pariwisata, mempertimbangkan isu-isu dan risiko sosial-ekonomi, budaya dan lingkungan serta</p>	<p>a) Dokumen yang diterbitkan mengenai penetapan strategi dan tindakan tujuan saat ini.</p> <p>b) Transparansi strategi/rencana dan bisa diakses secara <i>online</i>.</p>	<p><i>Goal</i> 17 dalam SDGs</p>

<p>memiliki action plan sesuai dengan skala pembangunan yang melibatkan para pemangku kepentingan.</p>	<p>c) Bukti konsultasi pemangku kepentingan, pertemuan dalam pengembangan rencana.</p> <p>d) Di dalam strategi dan <i>action plan</i> terkandung referensi prinsip-prinsip keberlanjutan dan penilaian asset, isu, risiko</p> <p>e) Referensi khusus yang tercantum dalam stategi atau action untuk kebijakan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas.</p>	
<p>A3) <i>Monitoring dan reporting</i></p> <p>Destinasi menerapkan sistem pemantauan dan mitigasi risiko dari dampak kegiatan pariwisata.</p>	<p>a) Pengukuran indikator dan target sosio-ekonomi, budaya dan lingkungan</p> <p>b) Pengukuran ini dicatat dan dipublikasi setiap tahun</p> <p>c) Bukti tertulis dari <i>monitoring</i> dan pelaporan Tindakan dan hasil.</p> <p>d) Melakukan tinjauan terhadap sistem <i>monitoring</i> dan penjadwalan untuk evaluasi di masa depan</p>	<p>Goal 12</p>
<p>A (b) Pelibatan Pemangku Kepentingan</p>		
<p>A4) Keterlibatan perusahaan dan standar keberlanjutan</p> <p>Menginformasikan perusahaan terkait isu-isu pariwisata berkelanjutan dan mendukung jalannya operasional lebih sustainable.</p>	<p>a) Bukti komunikasi mengenai isu-isu keberlanjutan ke media, pertemuan, dll.</p>	<p>Goal 12 dan 17</p>

<p>Destinasi mempromosikan dan mengadopsi penerapan standar GSTC-I dan perusahaan yang berkegiatan di bidang pariwisata mempunyai sertifikasi GSTC-I</p>	<p>b) Dukungan dan saran untuk perusahaan yang bergerak di industri pariwisata.</p> <p>c) Jumlah dan persentase bisnis yang tersertifikasi terhadap standar <i>tourism sustainability</i></p> <p>d) Bukti promosi skema sertifikasi</p> <p>e) Daftar perusahaan bersertifikat terkait pariwisata yang terus diperbaharui.</p>	
<p>A5) Keterlibatan penduduk lokal dalam manajemen Partisipasi publik dalam perencanaan dan manajemen destinasi yang berkelanjutan. Melalui partisipasi masyarakat dapat menyampaikan aspirasi, perhatian dan kepuasan mereka terhadap keberlanjutan pariwisata. Oleh sebab itu diperlukan sistem untuk peningkatan pemahaman lokal akan peluang dan tantangan pariwisata berkelanjutan.</p>	<p>a) Bukti kegiatan promosi dan fasilitasi partisipasi masyarakat</p> <p>b) Informasi jenis dan tingkat partisipasi tsb</p> <p>c) Survei penduduk dan mekanisme umpan balik sistematis lainnya, mencakup isu-isu pariwisata.</p> <p>d) Bukti tindakan atas respon atau umpan balik warga</p> <p>e) Program informasi, edukasi dan pelatihan kepariwisataan.</p>	<p>Goal 17 dan 11</p>
<p>A6) Keterlibatan dan umpan balik pengunjung Pengelola destinasi wisata mempunyai sistem pemantauan dan pelaporan dan menginformasikan kepuasan pengunjung serta</p>	<p>a) Survei pengunjung dan umpan balik pengunjung dilakukan dan diinformasikan.</p>	<p>Goal 12 dan 11</p>

<p>pengalaman destinasi yang keberlanjutan.</p> <p>Pengunjung mendapatkan informasi tentang isu-isu keberlanjutan di destinasi dan sehingga pengunjung juga dapat turut serta berperan dalam keberlanjutan destinasi</p>	<p>b) Survei dan umpan balik mencakup reaksi pengunjung terhadap isu-isu keberlanjutan.</p> <p>c) Bukti tindakan respon balik terhadap hasil survey/umpan balik pengunjung.</p> <p>d) Informasi-informasi yang disampaikan ke pengunjung mencakup isu-isu keberlanjutan dan cara penanganan isu keberlanjutan.</p>	
<p>A7) Promosi dan Informasi</p> <p>Materi promosi dan informasi destinasi terkait produk, layanan, dan claim keberlanjutan disampaikan secara akurat dan tidak berlebihan dengan tetap menjaga asset alam, budaya dan menghargai masyarakat lokal.</p>	<p>a) Konten berisikan informasi terkini dan sesuai.</p> <p>b) Melakukan proses pemeriksaan keakuratan dan kesesuaian promosi serta informasi destinasi.</p> <p>c) Bukti <i>focus group discussion</i> dengan masyarakat lokal, badan lingkungan dan budaya mengenai isi konten dan penyampaian komunikasi</p>	<p>Goal 12 dan 11</p>
<p>A (c) Mengelola tekanan dan perubahan</p>		
<p>A8) Mengelola volume dan aktivitas pengunjung</p> <p>Destinasi memiliki sistem manajemen pengunjung yang ditinjau secara berkala. Tindakan pemantauan dan manajemen volume dan aktivitas pengunjung dengan</p>	<p>a) Strategi manajemen dan <i>action plan</i> destinasi membahas musim pengunjung dan penyebaran kunjungan.</p>	<p>Goal 12 dan 11</p>

<p>tujuan mengurangi atau meningkatkan menyesuaikan daya dukung dari destinasi dengan mempertimbangkan keseimbangan kebutuhan ekonomi, lokal, masyarakat, warisan budaya dan lingkungan</p>	<p>b) Variasi volume pengunjung sepanjang tahun dipantau, termasuk lokasi favorit pengunjung.</p> <p>c) Dampak volume dan aktivitas pengunjung diidentifikasi melalui observasi dan umpan balik masyarakat dan pemangku kepentingan.</p> <p>d) Tindakan yang diambil untuk mengelola arus dan dampak pengunjung</p> <p>e) Strategi pemasaran dan pemilihan pasar sasaran mempertimbangkan pola kunjungan, dampak kegiatan dan kebutuhan destinasi.</p>	
<p>A9) Regulasi perencanaan dan pengendalian pembangunan</p> <p>Destinasi memiliki pedoman perencanaan, peraturan, kebijakan yang mengontrol lokasi dan pembangunan, pengoperasian kegiatan pariwisata serta mengevaluasi dampak lingkungan, ekonomi, sosial budaya dan mengintegrasikan penggunaan lahan secara berkelanjutan jangka panjang, yang semuanya itu melibatkan partisipasi pemangku kepentingan.</p>	<p>a) Kebijakan/peraturan/panduan khusus pengendalian pembangunan yang didokumentasikan dan diidentifikasi berdasarkan judul dan tanggal.</p> <p>b) Persyaratan penilaian dampak ditetapkan mencakup dampak lingkungan, ekonomi, sosial budaya pada skala memadai untuk mengatasi masalah jangka panjang bagi destinasi.</p> <p>c) Peraturan khusus tentang penyewaan dan pengoperasian properti untuk pariwisata, dengan</p>	<p>Goal 11 dan 9</p>

	<p>bukti penerapan dan penegakkannya.</p> <p>d) Bukti partisipasi masyarakat dalam penyusunan kebijakan/peraturan pedoman</p> <p>e) Bukti konsultasi dengan, dan persetujuan masyarakat adat atau kelompok etnis minoritas ketika pengembangan pariwisata telah diusulkan atau telah terjadi di wilayah mereka.</p> <p>f) Bukti komunikasi dan penegakkan kebijakan/regulasi/pedoman pada tahap perencanaan, pengembangan dan implementasi</p>	
<p>A10) Adaptasi perubahan iklim</p> <p>Peluang terkait erat dengan perubahan iklim. Strategi adaptasi perubahan iklim diupayakan untuk penentuan tapak, desain, pengembangan dan manajemen fasilitas pariwisata. Informasi perubahan iklim yang diprediksi, risiko terkait dan kondisi masa depan disediakan untuk penduduk, bisnis, dan pengunjung.</p>	<p>a) Strategi manajemen destinasi dan rencana aksi mengidentifikasi dan menangani isu-isu iklim.</p> <p>b) Peraturan, pedoman, dan zonasi untuk pengembangan dan kegiatan pariwisata mengakomodasi konsekuensi dari perubahan iklim.</p> <p>c) Penilaian risiko perubahan iklim mencakup risiko saat ini dan masa depan</p> <p>d) Bukti evaluasi dampak dan kontribusi ekosistem lokal terhadap adaptasi perubahan iklim.</p>	<p>Goal 13</p>

	e) Informasi tentang perubahan iklim yang telah tersedia untuk umum	
A11) Manajemen risiko dan krisis Destinasi memiliki rencana pengurangan risiko, manajemen krisis dan tanggap darurat yang sesuai dengan destinasi. Elemen kunci dikomunikasikan kepada penduduk, pengunjung, perusahaan.	a) Pengurangan risiko yang terdokumentasi, manajemen krisis dan rencana tanggap darurat untuk pariwisata di destinasi. b) Rencana tersebut mengakui berbagai risiko, termasuk bencana alam, terorisme, kesehatan, penipisan sumber daya yang sesuai dengan lokasi. c) Mengidentifikasi prosedur komunikasi yang digunakan selama dan setelah keadaan darurat. d) Program penyampaian informasi dan pelatihan lokal tentang manajemen risiko dan krisis	Goal 11 dan 16

Perlindungan, pelestarian dan manajemen yang berkelanjutan untuk menjaga sumber daya manusia, keanekaragaman sumber daya ekosistem hayati, kesetaraan pemanfaatan dan dampak positif yang bisa dirasakan oleh semua orang yang bersifat berkelanjutan sehingga generasi muda juga ikut merasakan.

Penjelasan dampak pada bidang ekonomi, sosial budaya dan politik dari ada manajemen pengunjung di destinasi wisata atau daya tarik wisata dipaparkan pada halaman berikut.

2.2 Bidang Ekonomi

Pemerintah dan sektor usaha pariwisata berkoordinasi dan terus berupaya mempertahankan serta meningkatkan keberlangsungan jalannya pariwisata di masa pandemi. Pemerintah berupaya membangun kembali dan memulihkan kondisi yang sempat terpuruk untuk menarik minat kunjung dan memperbaiki jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara untuk terus berwisata ke Indonesia. Demikian pula, perolehan devisa dan pengeluaran wisatawan nusantara juga ditingkatkan. Perluasan penyebaran kunjungan wisatawan ke berbagai provinsi di Indonesia juga ditingkatkan agar dampak positif dari kegiatan pariwisata dapat dinikmati oleh masyarakat lokal tidak hanya terfokus pada satu daerah atau daerah yang sudah terkenal.

Daya tarik wisata, transportasi, akomodasi, restoran, atraksi, cinderamata adalah komponen-komponen yang secara langsung memberikan kepuasan dan memenuhi kebutuhan wisatawan yang mendatangkan nilai ekonomi pada industri pariwisata. Sementara itu, komponen lainnya seperti bisnis penyedia bahan bakar minyak, distributor dan atau *supplier* bahan makanan dan minuman, petani lokal sebagai pemasok bahan makanan ke resotan hotel, usaha perabotan interior, usaha penyedia bahan properti untuk atraksi seni dan budaya, usaha bahan baku pembuatan cinderamata, usaha pertukaran uang, saa penyedi obat-obatan, tempat penyewaan, dan masih banyak lainnya sebagai pendukung pemenuhan kebutuhan wisata wisatawan.

Pengukuran dampak pariwisata pada bidang ekonomi relatif mudah diukur melalui perhitungan data kuantitas lebih akurat dan dapat dibandingkan serta dapat diketahui dampak yang dihasilkan. Hal ini membuat dampak ekonomi perlu diketahui oleh para pelaku usaha bisnis yang bergerak dibidang ini, mereka perlu melakukan perhitungan-perhitungan untuk pengembalian modal yang sudah diinvestasikan dalam keperluan pariwisata dan keuntungan yang bisa didapatkan.

Dampak positif pada bidang ekonomi bergantung pada:

1. Semakin banyak jumlah daya tarik wisata dan atraksi wisata yang ditawarkan
2. Bertambah lengkap fasilitas pariwisata semakin menarik perhatian
3. Banyaknya jumlah wisatawan yang membeli produk yang ditawarkan
4. Lamanya waktu tinggal
5. Tingkat ekonomi wisatawan berkaitan dengan level penggunaan dan pemanfaatan fasilitas wisata serta tingkat kepuasan
6. Kemampuan daerah destinasi untuk menarik wisatawan secara konsisten dan berkesinambungan setiap tahun

Mengutip dari Maryani dalam Geografi Pariwisata (2019) mengatakan bahwa

Semakin menarik dan lengkap fasilitas wisata, semakin banyak dan lama pula wisatawan tinggal di suatu Kawasan wisata. Semakin tinggi tingkat ekonomi wisatawan, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan untuk keperluan wisata.

Dampak ekonomi dari bisnis usaha pariwisata dapat dirasakan secara langsung, tidak langsung dan *induced* (ikutan) pada perekonomian lokal. Berikutnya akan dijelaskan lebih detail terperinci:

Dampak langsung bisnis jasa pariwisata dapat dilihat dari usaha penyediaan jasa perencanaan, jasa pelayanan, jasa penyelenggaraan pariwisata, misalkan:

1. Jasa konsultan pariwisata

Pelayanan yang diberikan oleh sekelompok orang profesional dan ahli dengan memberikan pengetahuan, pengalaman mereka berupa saran, nasehat untuk menyelesaikan permasalahan yang terjadi, penciptaan gagasan, pelaksanaan operasional yang disusun secara sistematis yang disampaikan secara tertulis, lisan, maupun gambar.

Ruang lingkup usaha jasa konsultan meliputi: penyampaian opini, saran, penyusunan studi kelayakan, perencanaan, pengawasan, manajemen dan penelitian di bidang kepariwisataan.

2. Jasa informasi pariwisata

Usaha penyediaan informasi mengenai objek, daya tarik wisata, sarana, jasa, transportasi, layanan akomodasi, pemesanan, restoran, dan informasi lain yang diperlukan oleh wisatawan melalui media cetak, media elektronik, media komunikasi lain, *website*, aplikasi.

3. Jasa penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi

Jasa ini dapat dilihat berupa usaha pada seni pertunjukkan, playground, karaoke, kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya, kecuali wisata tirta dan spa. Pengelompokkan usaha kegiatan hiburan dan rekreasi, seperti:

a) Gelanggang rekreasi olahraga

Merupakan usaha jasa yang menyediakan sarana fasilitas untuk berolahraga, misalkan lapangan golf, bilyard, gelanggang renang, lapangan tenis, tempat bowling. Bahkan yang terbaru yang makin *booming* di Indonesia adalah *e-sports* atau olahraga digital. *E-sports* menurut Prasetyo (2017) *e-Sports* adalah bidang olahraga yang memanfaatkan *game* sebagai bidang kompetisi utama.

b) Gelanggang seni

Merupakan usaha penyediaan tempat dan fasilitas melakukan kegiatan seni, pertunjukkan seni, sanggar seni, galeri seni, gedung pertunjukkan.

c) Usaha wisata ekstrem

Bisnis jasa pariwisata yang menyediakan tempat, fasilitas yang memiliki aktivitas wisata beresiko tinggi.

d) Usaha arena permainan

Usaha arena permainan yang menyediakan tempat dan fasilitas bermain untuk ketangkasan.

e) Usaha hiburan malam

Bisnis yang bergerak menyediakan fasilitas dan hiburan bersantai diiringi musik dan cahaya lampu dengan atau tanpa pramuria, seperti klub malam, diskotek, pub.

f) Usaha rumah pijat

Usaha yang menyediakan jasa tenaga oemijat profesional dan terlatih meliputi pijat tradisional, pijat refleksi dengan tujuan relaksasi.

g) Usaha taman rekreasi dan taman bertema

Merupakan usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk berekreasi dengan bermacam atraksi dan tema yang menciptakan imajinasi pengunjung ketika berkunjung, dan memiliki nilai edukasi serta kreatifitas.

h) Usaha karaoke

Bisnis jasa yang menyediakan hiburan fasilitas menyanyi

i) Usaha jasa impresariat/promotor

Adalah usaha yang mengurus, menyelenggarakan hiburan berupa mendatangkan, mengirimkan penyanyi, tokoh masyarakat, artis dengan melakukan pertunjukkan yang dilakukan oleh sang penyanyi, tokoh masyarakat, artis tersebut.

6. Jasa pramuwisata

Tenaga usaha yang bersifat komersial mengkoordinir, mengatur, dan menyediakan tenaga terlatih untuk melayani dan memandu perjalanan wisata yang tergabung dalam biro perjalanan.

7. Jasa biro perjalanan wisata

Travel bureau adalah kegiatan usaha komersil yang menyelenggarakan dan menyediakan paket pelayanan wisata kepada pelanggan dengan cakupan pelayanan meliputi:

- a) Perencanaan dan pengemasan komponen perjalanan wisata mencakup: sarana wisata, objek dan daya tarik, jasa perjalanan, dalam bentuk paket wisata
- b) Layanan angkutan wisata, akomodasi, restoran, tempat konvensi, tiket pertunjukan dan kunjungan ke objek wisata
- c) Pengurusan dokumen perjalanan, misalkan paspor visa, SWAB antigen atau PCR test
- d) Perjalanan ibadah misalkan Umroh, Naik Haji, Ziarah ke Yerusalem
- e) Penyelenggaraan perjalanan insentif

8. Jasa agen perjalanan wisata

Badan usaha yang bertindak sebagai perantara didalam menjual atau mengurus jasa melakukan perjalanan tanpa menyelenggarakan paket wisata. Agen perjalanan tidak boleh merubah paket wisata yang telah dibuat oleh biro perjalanan wisata. Contoh usaha jasa agen perjalanan wisata Panorama Destination, Avia Tour, Pegi-Pegi.com, Tiket.com, Traveloka.com

9. Jasa MICE

Bisnis usaha yang memberikan jasa pelayanan untuk membahas permasalahan dalam kelompok tertentu, Ruang lingkup pekerjaan: perencanaan, manajemen anggaran, penawaran, penyusunan, pengkoordinasian, penyelenggaraan kegiatan MICE sebelum, selama dan sesudah acara.

Dampak langsung yang bisa dirasakan melalui usaha kegiatan mengelola objek daya tarik wisata alam, budaya, dan buatan, meliputi:

1. Usaha bisnis pengelolaan objek dan daya tarik wisata alam yang memiliki keindahan, keasrian kealamian yang diselenggarakan dan dikelola oleh pemerintah daerah, badan usaha PT, koperasi atau bahkan perseorang yang terdaftar dan disetujui oleh pemerintah pusat atau pemerintah daerah. Contoh: manajemen usaha objek dan daya tarik wisata alam adalah kegiatan wisata berupa objek pemandian air panas, skydiving, jet ski, wisata mekar bunga, taman nasional.
2. Usaha objek dan daya tarik wisata budaya

Entrepreneur di usaha ini dapat dilakukan oleh badan usaha PT, koperasi, masyarakat yang terdaftar secara resmi di pemerintah daerah atau pemerintah pusat. Contoh: usaha paket wisata budaya, wisata rumah adat, museum, pameran kebudayaan, seni sastra, seni rupa.

3. Usaha objek dan daya tarik wisata minat khusus

usaha yang melihat peluang mengembangkan pelayanan secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Wisata minat khusus dapat beragam bentuk misalkan, wisata minat khusus menelusuri goa terdalam, manajemen puri Dracula, objek ziarah di Mekah-Madinah.

Begitu juga dengan usaha sarana pariwisata yang dapat dirasakan langsung. Usaha sarana pariwisata berupa:

1. Penyediaan akomodasi

Selain menyediakan kamar inap, ruangan untuk pengadaan event. Usaha penyediaan akomodasi meliputi: usaha tempat *food and beverage*, pelayanan *laundry*, lahan parkir, fasilitas rekreasi dan olahraga.

2. Usaha pendukung pariwisata

Berupa penyediaan sarana, prasarana, dan infrastruktur yang dapat dilakukan oleh masyarakat secara swadaya, pemerintah pusat atau daerah, wirausahawan berskala besar ataupun kecil. Wirausaha yang bergerak pada bagian sarana, meliputi:

- a) Sarana pendukung pokok pariwisata, contohnya penyewaan sepeda, atau motor, perahu bermotor, becak, delman, penerjemah.
- b) Sarana pelengkap pariwisata, contoh: *minimarket* atau toko lontong, penyedia internet, bus wisata.

- c) Sarana penunjang pariwisata, contoh bisnis bioskop, pertunjukkan tari, arena atraksi wisata, hiburan, penjualan tiket pertunjukkan, toko perhiasan, salon/*barber shop*.

Sebagai industri yang membutuhkan koordinasi dari berbagai sektor dan elemen, dibutuhkan juga prasarana sebagai pelengkap bisnis pariwisata, berupa:

1. Prasarana umum

Contohnya: penyediaan jaringan air bersih, listrik, jalan, drainase, sanitasi dan penyaluran limbah, jaringan telekomunikasi dan internet, keamanan.

2. Prasarana penunjang

Misalnya: stasiun pengisian bahan bakar umum (SPBU), bank atau money changer, bengkel, apotek, rumah sakit, klinik Kesehatan, kantor polisi, pemadam kebakaran, stasiun kereta api, pasar tradisional, studio foto, rumah ibadah, *supermarket*.

3. Prasarana pariwisata

Tersedianya sumber daya alam dan sumber daya manusia, pusat informasi wisata, *billboard*, pengawas pantai, toko cinderamata, pemancingan, toko penyewaan, jalur evakuasi, petunjuk arah dan informasi.

Sedangkan infrastruktur yang dibutuhkan dalam kegiatan pariwisata yang juga dapat memberikan dampak langsung bagi perekonomian lokal adalah:

1. Infrastruktur umum

Infrastruktur adalah sistem fisik yang membantu keberlangsungan hidup penduduk yang keberadaannya di atas permukaan tanah atau di bawah tanah, seperti: sistem pengairan, sistem keamanan, jalur angkutan, sistem komunikasi, listrik dan energi.

2. Infrastruktur pariwisata

Berfungsi untuk mendukung aktivitas pariwisata yang eksistensinya berada di permukaan tanah atau bawah tanah, misalkan sistem pengairan limbah dan air bersih di hotel, objek wisata, sistem sekuriti dan keamanan, sistem transportasi wisata, sistem penerangan destinasi.

3. Teknostruktur pariwisata

Mencakup sistem yang terkait dengan teknologi, internet dan *artificial intelligent* dan kecerdasan manusia untuk mendukung kelancaran kepariwisataan, misalhnya, layanan

virtual reality tourism, E-sports, Augmented reality tourism self-service, penyedia big data kepariwisataan, robot pramusaji, profesional di bidang teknologi, penyedia aplikasi pariwisata, penyedia *Internet of Things*

4. Envirostruktur pariwisata

Usaha berupa sistem lingkungan alam seperti perkebunan, pertanian, pertambangan, *marine*, penyedia layanan cuaca, 'ojek payung', 'pawang hujan, pemerhati lingkungan.

5. Suprastruktur pariwisata

Merupakan usaha bisnis berupa institusional, pelayanan umum dan kelembagaan. Contohnya keberadaan DMO, asosiasi pariwisata, sekolah atau perguruan tinggi kepariwisataan, organisasi profesional pariwisata.

Tidak ketinggalan fasilitas sebagai prasyarat dasar dalam kepariwisataan yang membawa dampak langsung bagi ekonomi lokal. Adapun fasilitas juga terbagi kedalam dua hal, yaitu:

1. Fasilitas umum

Merupakan kemudahan-kemudahan yang diadakan untuk kepentingan Bersama baik masyarakat maupun pengunjung dalam melaksanakan kegiatan. Adapun fasilitas yang bidapat membantu antara lain angkutan umum, jembatan *fly over*, trotoar, Trans Jakarta, MRT, lamp penerangan jalan, pembangkit listrik.

2. Fasilitas pariwisata

Segala jenis sarana yang dibuat dan dibangun guna memudahkan pengguna beraktifitas rekreasi, contohnya: kamar ganti, kamar mandi, penitipan anak, ruang menyusui, loker, tempat sampah, porter, *drive-thru*, *refund* tiket, kendaraan antar jemput, *check-in online*.

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai pengaruh atau efek serta manfaat yang bisa dirasakan serentak oleh masyarakat dari segi perekonomian lokal. Maka berikutnya adalah pemaparan akan dampak tidak langsung pada perekonomian lokal.

Dampak tidak langsung pada perekonomian lokal. Menurut Lemma (2014) dampak yang tidak langsung dirasakan namun memberikan pengaruh pada keberlangsungan hidup pariwisata di daerah, negara, yaitu:

1. Modal investasi pada inudstri pariwisata: investor yang tertarik dan serius akan menginvestasikan modal di lini sektor yang menurutnya ada peluang dan memberikan keuntungan serta manfaat. Hal lainnya adalah pengeluaran oleh bisnis sektor lain pada aset pariwisata seperti transportasi atau akomodasi.
2. Pengeluaran pemerintah untuk pariwisata: dalam bentuk kegiatan promosi, layanan pengunjung, admisnistrasi. Semua pengeluaran yang dikeluarkan oleh pemerintah bertujuan untuk mendukung sektor pariwiasta dan berdampak panjang kepada kesejahteraan masyarakat. Pengeluaran-pengeluaran ini mencakup belanja nasional dan lokal yang dilakukan oleh pemerintah.
3. Efek rantai pasokan: merupakan perjalanan progress ketika wisatawan mulai membeli produk dan jasa yang ditawarkan, yang dapat menjadi input untuk produksi output akhir para pengelola yang terkait dalam industri pariwisata.

Dampak dari dilakukannya kegiatan parwiisata di destinasi dan atau tempat wisata dapat kita ketahui pada pemaparan sebelumnya terdapat dampak langsung dan tidak langsung yang dapat dirasakan oleh destinasi atau tempat wisata. Selanjutnya, sampai pada penjelasan berikutnya dampak pariwisata terhadap bidang ekonomi adalah berupa *induced impact tourism*.

Dampak Induced (ikutan) mewakili kontribusi pariwisata secara lebih luas melalui berbagai pengeluaran yang dilakukan secara langsung atau tidak langsung oleh para karyawan yang bekerja di sektor industri pariwisata. Perubahan kegiatan ekonomi yang dihasilkan dari pengeluaran rumah tangga dari pendapatan yang diperoleh langsung atau tidak langsung sebagai akibat dari pengeluaran pariwisata. Misalnya, karyawan pemasok hotel dan linen, membelanjakan kebutuhannya di daerah setempat untuk perumahan, makanan, transportasi dan berbagai kebutuhan produk dan layanan rumah tangga. Penjualan, pendapatan dan pekerjaan yang dihasilkan dari pengeluaran rumah tangga dari upah tambahan, gaji, pendapatan pemilik adalah dampak dari *induced*.

Melalui efek tidak langsung dan dampak *induced*, terjadi perubahan pada pengeluaran wisatawan yang berefek pada hampir semua lini ekonomi dalam satu atau cara lain. Besaran efek samping tergantung pada kecenderungan bisnis dan rumah tangga di wilayah tersebut untuk membeli barang dan jasa dari pemasok lokal.

Apabila disimpulkan, maka dampak pariwisata pada bidang ekonomi dapat ditampilkan ke dalam komponen-komponen yang dapat dilihat pada Tabel 2.2

Tabel 2.2 Komponen Kontribusi Kegiatan Pariwisata pada Bidang Ekonomi

Kontribusi Langsung			Kontribusi Tidak Langsung	Kontribusi Induced (pengeluaran dari pekerja sektor industri secara langsung dan tidak langsung)
Industri	Komoditi	Sumber Belanja		
Jasa penyediaan akomodasi	Akomodasi	Belanja penduduk lokal	Belanja investasi bisnis pariwisata	Makanan dan minuman
Jasa penyediaan makanan dan minuman	Transportasi	Belanja bisnis perjalanan domestic	Belanja kolektif pemerintah dalam pariwisata	Rekreasi
Ritel	Hiburan	Pengunjung	Dampak pembelian dari pemasok	Busana
Jasa transportasi	Daya tarik/atraksi	Belanja individual pegawai negeri dan transportasi	-	Barang rumha tangga
Jasa daya tarik wisata	-	-	-	-

Sumber: WTTC (2012) dalam Hidayah (2021)

Ketiga komponen kontribusi ini dalam pertumbuhan pariwisata menjadi hal yang penting untuk diperhatikan dan dipertimbangkan sehingga dapat memaksimalkan dampak positif yang membawa keuntungan kepada perekonomian lokal hingga negara dan meminimalkan dampak negatif akibat dari kurangnya pengukurannya manfaat serta kerugian yang bisa diperoleh.

Beberapa ahli menyatakan pendapatnya berhubungan dengan dampak dan pengukuran manfaat pembangunan pariwisata, ada Fretchling (1087) dalam Bagus (2011) menjabarkan bahwa pengukuran manfaat pariwisata bagi perekonomian negara yang tersedia data yang lengkap dan signifikan, dengan menggunakan metode pengukuran impact multipliers dan input-output analysis untuk mengukur pengeluaran sektor pariwisata. Sementara itu, Archer dan Cooper menyampaikan Metode *Social Cost-benefit Analysis* sebagai variabel sosial juga perlu diikutsertakan dalam pengukuran manfaat dan dampak pariwisata. Sedangkan Heng dan Low

menyarankan pengukuran menggunakan Metode *Input-Output Analysis*. Sementara itu, West (1993) dengan teori analisis SAM atau *Sosial Accounting Matrix* diperkenalkan sebagai metode pemecahan masalah pariwisata yang saling berkaitan dari waktu ke waktu.

Berdasarkan berbagai pemaparan teori dan metode yang disampaikan oleh beberapa ahli tersebut, maka disimpulkan bahwa apabila kegiatan pariwisata tidak direncanakan, dikembangkan dan diimplementasikan secara baik dan tepat sesuai perencanaan, maka dapat menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif pariwisata terhadap perekonomian lokal atau nasional, yaitu:

1. *Economic Leakage*

Kebocoran (*leakages*) tidak dapat terhindari pada kondisi pasar bebas saat ini, namun bisa diminimalkan dengan memberlakukan cara dan strategi. Untuk menggunakan dan menerapkan strategi perlu mengetahui terlebih dahulu manfaat dan kerugian dari pembangunan pariwisata.

Kebocoran dalam pembangunan pariwisata diakibatkan dari dua hal yaitu kebocoran impor dan ekspor. *Economic Leakage Import* yaitu ketika terjadinya permintaan terhadap kebutuhan berupa peralatan-peralatan berstandar internasional, bahan makanan dan minuman yang tidak tersedia dan tidak mampu disediakan oleh produsen lokal atau dalam negeri. Kebocoran impor terjadi ketika besarnya pendapatan dari sektor pariwisata tidak seimbang dengan besarnya biaya pengeluaran produk yang berstandar internasional.

Sedangkan kebocoran ekspor adalah penggunaan modal luar negeri dan investasi untuk pembangunan infrastruktur dan fasilitas pariwisata khususnya di negara miskin atau negara berkembang yang mengakibatkan hasil keuntungan usaha dan investasi mereka akan masuk atau mendorong uang mereka kembali ke negara mereka.

Menurut Rai Utama I Gusti Bagus, dampak dari kebocoran ekonomi paling sulit untuk diukur sehingga tindakan mitigasi pun tidak mudah dilakukan. Karena pembangunan pariwisata paling memungkinkan terbukanya proses liberalisasi.

Mengutip dari (Holden, 2008) Penyebab lain terjadinya *economic leakage* adalah penggunaan modal luar negeri, pembangunan fasilitas pada jaringan internasional khususnya pembangunan hotel berbintang yang memicu banyaknya impor hotel supplies, bahan makanan, furniture, pekerja, maskapai penerbangan asing.

Jenis-jenis kebocoran pada pembangunan pariwisata terdiri dari 3, antara lain:

a. *External leakages*

Kebocoran *external* terjadi akibat:

- 1) Pengeluaran yang terjadi di luar destinasi yang berhubungan dengan industri lokal,

- 2) Investor asing membangun infrastruktur dan fasilitas pariwisata di negara yang sedang berkembang, sehingga profit dan pembayaran terjadi di luar dari negara yang sedang dibangun infrastruktur pariwisata.
- 3) Arus uang bisnis pariwisata langsung terjadi di luar negeri, karena pemesanan dilakukan secara online atau di luar negeri. Wisatawan datang dengan maskapai penerbangan asing, kapal pesiar atau transportasi lain atau usaha lain yang dimiliki oleh orang asing.

b. Internal leakages

Internal leakages pada destinasi terjadi akibat permintaan tingkat kualitas terhadap pelayanan pariwisata dan hiburan pariwisata terkait dengan produk-produk impor, misalkan ketersediaan minuman beralkohol bermerek internasional yang diproduksi di luar negeri, hadirnya berbagai hotel *chain* internasional di destinasi karena mereka memiliki standar sendiri yang telah ditentukan.

c. Invisible leakages

Adalah hilangnya kesempatan untuk mendapatkan pendapatan dari sektor pariwisata yang sulit didokumentasikan tetapi berpengaruh secara kumulatif, misalkan pajak, informasi transaksi yang tidak tercatat, tabungan dan investasi *off-shore*. Selain itu juga kebocoran pada penggunaan sumber daya alam yang tidak dapat diperbaharui sehingga terjadi kerusakan lingkungan, degradasi budaya, hilangnya sejarah dan rusaknya aset pariwisata dalam jangka waktu lama sehingga dapat merugikan dan menurunkan kualitas hidup masyarakat lokal yang menggantung hidupnya pada potensi sumber daya alam atau budaya.

Kerugian ini dapat dihindari dengan menerapkan segmen pariwisata, menerapkan kebijakan pajak pada semua segmen pariwisata, menerapkan kebijakan keuangan dan fiskal, membuat perjanjian kerjasama dengan negara lain yang masuk sebagai investor maupun pemasok wisatawan.

Setelah kita mengetahui jenis-jenis kerugian atau kebocoran ekonomi, maka selanjutnya adalah dibutuhkan adanya langkah strategi untuk meminimalkan dampak negatif pada perekonomian lokal. Pemerintah sebagai motivator, fasilitator dan dinamisator pada sektor pariwisata seharusnya memperhatikan dengan teliti semua segmen industri yang berhubungan dengan struktur perekonomian regional. Menurut Gollub, et al (2000) dalam Rai Utama I Gusti Utama menggambarkan strategi segmen dalam gambar struktur klaster yang menunjukkan bahwa pemerintah berperan penuh secara nasional maupun provinsi dalam pembangunan pariwisata secara fleksibel sehingga dapat menciptakan kreatifitas dan keberlanjutan pertumbuhan dan pemasaran industri pariwisata. Secara bersamaan, pemerintah menciptakan

pilihan agar semua *pemangku kepentingan* pariwisata dapat berkreasi dan menciptakan aturan dunia usaha yang aman dan nyaman pada sektor pariwisata. Oleh sebab itu, peran pemerintah diperlukan dalam semua level segmen yang terbagi ke dalam 3 level, yaitu:

1) *Export level*

Pada level in pemerintah memastikan tersedianya lapangan kerja dan ketersediaan tenaga kerja yang berkompeten, teknologi, pendanaan, dan infrastruktur.

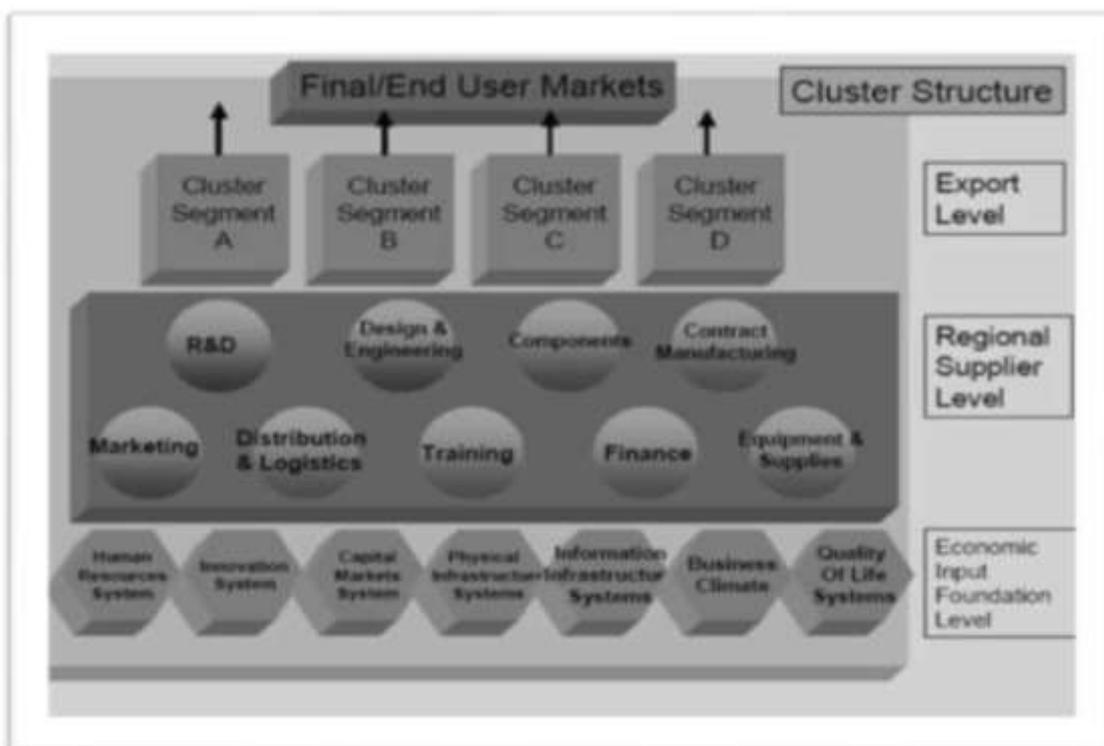
2) *Regional level*

Pemerintah berperan sebagai fasilitator bagi investor asing dengan menyediakan komponen-komponen yang dibutuhkan yang tidak bisa dipenuhi oleh *domestic provider*.

3) *Economic input level*

Pemerintah turut serta dengan menyediakan dukungan pendidikan dan pelatihan, inovasi, pendanaan, infrastruktur dan informasi, iklim usaha seperti pajak, peraturan dan admisnitrasi, serta jaminan kualitas hidup.

Strategi segmen ini dapat dilihat pada ilustrasi Gambar Struktur Klaster di bawah:



Gambar 2.1 *Structure Cluster*

Sumber: Gollub, et al (2002) dalam Bagus (2011)

Berdasarkan pemaparan dari James Gollub dapat disimpulkan bahwa, peran pemerintah penting sebagai sistem untuk mendorong pemberdayaan tenaga kerja, terciptanya inovasi, dan jaminan keberlanjutan industri pariwisata, serta penyedia pembangunan infrastruktur fisik sehingga dapat menciptakan terciptanya kualitas hidup bagi semua pemangku kepentingan yang berperan baik secara langsung maupun tidak langsung dalam sistem kepariwisataan.

2. *Displacement effect*

Merupakan pengeluaran pemerintah mengalami gangguan kegiatan kemasyarakatan yang menyebabkan aktivitas swasta beralih pada aktivitas pemerintah. Berdampak pada pemerintah harus meminjam dana pada negara lain untuk membiayai hutang, kemudian muncul kewajiban untuk membayar lunas hutang tersebut beserta bunga kepada negara yang memberikan pinjaman.

3. *Enclave tourism*

Enclave tourism terjadi ketika wisatawan yang berkunjung tidak melakukan aktivitas dan atau menggunakan sarana pariwisata yang dikelola oleh masyarakat lokal. Wisatawan lebih memilih menggunakan armada, hotel, *grocery* yang berasal dari perusahaan negara mereka sendiri sehingga manfaat ekonomi dirasakan tidak optimal oleh masyarakat lokal. Hal lain adalah ketika negara atau daerah sebagai destinasi persinggahan tanpa mengkonsumsi atau menginap di hotel yang disediakan oleh industri lokal.

4. *Infrastructure costs*

Pembiayaan infrastruktur berhubungan dengan pembangunan pariwisata ketika perbaikan, peningkatan kualitas bandara, jalan raya, dan infrastruktur pendukung membutuhkan biaya besar.

Pembangunan sektor pariwisata yang berstandar internasional dapat membebani pemerintah yang akibatnya akan dibebankan pada sektor pajak yang artinya pendapatan sektor pajak ditingkatkan dengan cara pungutan pajak ke masyarakat yang dinaikkan.

5. *Increasing prices*

Efek domino dari munculnya peningkatan permintaan barang dan jasa akan berdampak pada peningkatan harga, harga sewa, harga tanah, harga properti, harga kebutuhan pokok, biaya pendidikan. Hal ini berpengaruh pada masyarakat lokal, yaitu pendapatan yang tidak meningkat secara proporsional tidak sebanding dengan harga yang tinggi sehingga daya beli masyarakat lokal menjadi rendah. Hal ini berarti terjadinya inflasi.

6. *Economic dependence*

Ketergantungan ekonomi suatu negara hanya pada sektor pariwisata akan menjadi rentan dan memiliki potensi resiko yang tinggi. Ketergantungan pada satu sektor dan kedatangan

wisatawan dapat mempengaruhi keberlanjutan perekonomian di destinasi. Contohnya destinasi Bali, Lombok yang terimbas kuat selama masa pandemi Covid-19 ataupun pada saat kasus aksi terorisme di Bali. Kedua destinasi ini terkena dampak yang cukup serius, sehingga butuh waktu cukup lama untuk bangkit kembali.

7. *Seasonal character of job*

High season – low season merupakan istilah yang sering didengar di industri pariwisata. *High season* adalah musim ketika kedatangan wisatawan mengalami puncak, tingkat hunian kamar juga meningkat dan membawa pengaruh positif pada pendapatan bisnis. Sementara *low season* adalah musim atau kondisi ketika tingkat kunjungan dan tingkat hunian kamar sepi. Pada saat ketidakpastian musim ini seringkali sektor pendukung pariwisata ikut terimbas, misalkan penyedia jasa transportasi, penerjemah, pedagang asongan, pemijat tradisional yang menggantungkan mata pencaharian pada kehadiran wisatawan di destinasi.

Setelah diketahui dampak pariwisata terhadap perekonomian, muncul pertanyaan bagaimana caranya untuk mengetahui apakah memberikan dampak positif atau negatif?

Dampak ekonomi dari kegiatan pariwisata biasanya diperkirakan dengan beberapa variasi sederhana dan berikut rumusnya:

<p>Dampak pariwisata terhadap perekonomian =</p> $\text{Jumlah wisatawan} \times \text{Rata-rata pengeluaran per pengunjung} \times \text{Multiplier/Pengganda}$

Rumus ini menyarankan 3 langkah berbeda dan pengukuran atau metode yang sesuai digunakan:

1. Mengestimasi perubahan pada jumlah dan tipe wisatawan yang berkunjung ke destinasi berdasarkan pada kebijakan yang berlaku di daerah atau terdapat tindakan darurat.

Pada kondisi ini, memproyeksi kegiatan wisata yang umumnya datang dari permintaan (*demand*) atau beberapa sistem untuk pengukuran tingkat aktifitas pariwisata di daerah. Perkiraan dampak ekonomi sangat bergantung pada estimasi jumlah dan tipe pengunjung.

2. Estimasi tingkat pengeluaran rata-rata wisatawan di area wisata

Estimasi pengeluaran harus berdasarkan pada sampel yang representatif dari populasi jumlah wisatawan dengan mempertimbangkan musim (*peak season* atau *low season*), tipe wisatawan, lokasi. Daniel J Stynes menyarankan untuk memperkirakan rata-rata pengeluaran dari rangkaian segmen wisata berdasarkan pada sampel berjumlah

minimal 50 hingga 100 pengunjung dalam setiap segmen pariwisata. Segmentasi ini dilakukan dengan tujuan untuk membedakan pengeluaran antara penduduk lokal versus turis, pengguna harian vs pengunjung yang menginap, jenis akomodasi (motel perkemahan, vila, dengan teman dan kerabat) dan jenis transportasi yang digunakan.

3. Menerapkan perubahan pada pengeluaran model ekonomis regional atau rangkaian multiplier/pengganda untuk menentukan efek samping.

Efek samping dari kegiatan pariwisata diperkirakan menggunakan pengganda atau model ekonomi wilayah, yang umumnya berasal dari basis ekonomi atau model input-output perekonomian daerah.

Pengganda/multiplier juga dapat digunakan untuk mengubah perkiraan pengeluaran atau penjualan menjadi pendapatan dan pekerjaan. Rasio sederhana dapat digunakan untuk mendapatkan tingkat pendapatan. Rasio ini bervariasi dari wilayah satu ke wilayah lain.

Dalam upaya meminimalisir dampak yang ditimbulkan dari kegiatan pariwisata di destinasi, *Global Sustainable Tourism Council* mengeluarkan kriteria-kriteria standar yang perlu diperhatikan oleh para pengelola dan pemangku kepentingan dalam penyusunan, perencanaan, pembangunan dan pengembangan pariwisata di destinasi. Berikut terlampir di bawah dalam bentuk Tabel Struktur Kriteria Keberlanjutan Sosio-ekonomi menurut GSTC.

Tabel 2.3 Keberlanjutan Socio-ekonomi

Kriteria	Indikator	SDGs
Keberlanjutan socio-ekonomi		
a) Memberikan manfaat ekonomi local		
<p>1) Mengukur kontribusi ekonomi pariwisata</p> <p>Memantau dan melaporkan kepada publik akan kontribusi ekonomi langsung dan tidak langsung dari kegiatan pariwisata terhadap ekonomi destinasi.</p> <p>Langkah-langkah yang tepat dapat mencakup tingkat volume pengunjung, pengeluaran pengunjung, pekerjaan dan</p>	<p>a) Program pendataan ekonomi.</p> <p>b) laporan tahunan tentang kontribusi ekonomi langsung dan tidak langsung dari kegiatan pariwisata di destinasi.</p> <p>c) Data yang mencakup berbagai ukuran dampak ekonomi (misalnya volume, pengeluaran, lapangan kerja,</p>	<p><i>Goal 9, 8, 1</i></p>

<p>investasi dan bukti tentang distribusi manfaat ekonomi.</p>	<p>investasi, dan penyebaran manfaat ekonomi di tempat tujuan)</p>	
<p>2) Peluang kerja dan karir yang layak</p> <p>Destinasi mendorong dan mendukung peluang karir dan pelatihan di bidang pariwisata.</p> <p>Adanya komitmen bersama perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata untuk memberikan kesetaraan kesempatan bagi pekerjaan lokal, pelatihan dan kemajuan lingkungan kerja aman, terjamin dan upah yang layak untuk semua.</p>	<p>a) Penyediaan program/kursus pelatihan keterampilan yang relevan, tersedia secara lokal.</p> <p>b) Pernyataan komitmen oleh perusahaan pariwisata terhadap penyediaan kesempatan kerja/karir yang layak.</p> <p>c) Pelatihan dan kesempatan kerja diperuntukkan sebagai pemberdayaan kesejahteraan masyarakat lokal, perempuan, pemuda, minoritas, penyandang disabilitas.</p> <p>d) Sistem untuk memeriksa kondisi kerja dan menerima/menangani keluhan.</p>	<p>Goal 8, 4, 5, 10</p>
<p>3) Mendukung pengusaha lokal dan perdagangan yang adil</p> <p>Destinasi mendorong retensi pengeluaran pariwisata dalam ekonomi lokal melalui mendukung perusahaan lokal, rantai pasokan dan investasi berkelanjutan.</p> <p>Bentuk dukungan dapat berupa promosi pengembangan dan pembelian produk-produk lokal berupa makanan, minuman, kerajinan, seni pertunjukan, produk pertanian</p>	<p>a) Destinasi menyediakan, memberikan saran, keuangan dukungan lain untuk UKM terkait pariwisata.</p> <p>b) Bantuan akses pasar bagi UKM lokal terkait pariwisata.</p> <p>c) Tindakan untuk mendorong dan membantu perusahaan pariwisata lokal untuk membeli barang dan jasa secara lokal.</p> <p>d) Inisiatif untuk membantu petani lokal, pengrajin dan produsen makanan</p>	<p>Goal 8, 12, 2</p>

	<p>untuk terlibat dalam rantai nilai pariwisata.</p> <p>e) Produk dan kerajinan lokal diidentifikasi, dipromosikan dan tersedia untuk dijual kepada pengunjung.</p>	
b) Kesejahteraan sosial dan dampaknya		
<p>4) Dukungan untuk komunitas</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk memungkinkan dan mendorong perusahaan, pengunjung, dan publik untuk berkontribusi pada inisiatif komunitas dan keberlanjutan dengan cara yang bertanggung jawab.</p>	<p>a) Dukungan untuk masyarakat lokal dan inisiatif keberlanjutan oleh perusahaan yang bergerak di industri pariwisata lokal didorong dan difasilitasi.</p> <p>b) Skema ada, dan dipromosikan, bagi pengunjung untuk mendukung komunitas lokal dan inisiatif keberlanjutan.</p> <p>c) Kesukarelaan dan keterlibatan dengan masyarakat tidak melibatkan instruksi atau eksploitasi</p>	Goal 3, 4
<p>5) Mencegah eksploitasi dan diskriminasi</p> <p>Destinasi menegakkan Undang-Undang, praktik dan kode etik Hak Asasi Manusia. Larangan perdagangan manusia, perbudakan modern dan komersial, seksual atau segala bentuk eksploitasi, diskriminasi dan pelecehan.</p>	<p>a) Rujukan (judul, tanggal) Undang-Undang Khusus yang terkait HAM, eksploitasi, diskriminasi, dan pelecehan.</p> <p>b) Bukti komunikasi dan penegakan hukum di atas dan praktik baik (<i>best practice</i>) termasuk kepada perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dan pengunjung).</p>	Goal 10, 16

	<p>c) Analisis risiko dan dampak terkait HAM, perdagangan manusia, perbudakan modern dan pekerja anak dilakukan secara berkala.</p> <p>d) Destinasi dan pelaku pariwisata utama adalah penandatanganan Kode Etik Perlindungan Anak dari Eksploitasi Seksual dalam perjalanan dan pariwisata.</p>	
<p>6) Properti dan hak pengguna</p> <p>Hukum dan peraturan tentang hak milik dan akuisisi didokumentasikan dan ditegakkan.</p> <p>Hak-hak komunal dan adat ditegakkan dan dipatuhi, memastikan konsultasi publik.</p> <p>Hukum, peraturan, dan perlindungan dilaksanakan untuk menjaga hak pengguna serta akses ke sumber daya utama.</p>	<p>a) Rujukan (judul, tanggal) ke Undang-Undang Khusus yang berkaitan dengan destinasi mengenai hak milik dan akuisisi serta hak pengguna dan akses ke sumber daya.</p> <p>b) Referensi dalam Undang-Undang di atas tentang hak-hak komunal dan adat, konsultasi public dan pemukiman kembali.</p> <p>c) Bukti penegakkan hukum di atas dalam rangka pengembangan dan kegiatan pariwisata.</p> <p>d) Bukti konsultasi masyarakat, persetujuan dan kompensasi.</p>	<p>Goal 11, 16</p>
<p>7) Keselamatan dan keamanan</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk memantau, mencegah, melaporkan kepada publik dan menanggapi kejahatan, keselamatan, dan bahaya Kesehatan yang memenuhi kebutuhan pengunjung dan penduduk.</p>	<p>a) Pelayanan keamanan dan Kesehatan terjalin dengan baik dan aktif di tempat tujuan.</p>	<p>Goal 3, 16</p>

	<p>b) Kebutuhan pengunjung diidentifikasi dan ditangani dalam pemberian layanan keamanan dan kesehatan.</p> <p>c) Fasilitas pariwisata diperiksa untuk memenuhi standar keselamatan dan kebersihan</p>	
<p>8) Akses untuk semua</p> <p>Jika praktis, lokasi, fasilitas dan layanan, termasuk yang memiliki kepentingan alam dan budaya, dapat diakses oleh semua pengunjung termasuk penyandang disabilitas dan pengunjung yang memiliki kebutuhan khusus lainnya.</p> <p>Jika situs dan fasilitas tidak dapat diakses dengan segera, akses diberikan melalui desain dan implementasi solusi yang mempertimbangkan integritas situs dan akomodasi yang mudah dapat diakses.</p> <p>Informasi tersedia tentang aksesibilitas situs, fasilitas dan layanan</p>	<p>a) Adanya peraturan dan standar apapun mengenai aksesibilitas pengunjung situs, fasilitas dan layanan.</p> <p>b) Penerapan standar aksesibilitas secara konsisten di fasilitas umum.</p> <p>c) Data luas/proporsi pengunjung situs dan fasilitas yang dapat diakses</p> <p>d) Bukti program untuk meningkatkan akses bagi orang-orang dengan berbagai kebutuhan akses.</p> <p>e) Informasi tentang aksesibilitas termasuk dalam komunikasi tentang destinasi.</p> <p>f) Rincian aksesibilitas termasuk dalam informasi pengunjung tentang situs utama.</p>	<p>Goal 3, 10</p>

Adanya kegiatan pariwisata di suatu daerah tidak hanya berpengaruh pada sektor ekonomi, namun juga pada sektor kehidupan sosial budaya masyarakat. Berikut akan dipaparkan dampak pariwisata terhadap bidang sosial budaya.

2.3 Bidang Sosial Budaya

Kebudayaan bersifat kompleks yang menyangkut keseluruhan dari pengetahuan, keyakinan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat, kemampuan, kebiasaan yang diperoleh oleh seseorang sebagai anggota masyarakat. Seseorang menerima kebudayaan sebagai bagian dari warisan sosial dan bergilir sehingga membentuk kebudayaan kembali ke generasi berikut.

Kebudayaan ada dua bagian yaitu kebudayaan materi dan non materi. Kebudayaan materi merupakan hasil perkembangan yang diproduksi oleh manusia yang memiliki nilai fungsi dalam pemakaiannya, seperti media transportasi, parit, jalan, jembatan, perabotan, segala benda fisik yang diolah, diubah dan dipakai oleh manusia. Sedangkan kebudayaan non materi adalah perkataan yang digunakan, hasil pemikiran, adat istiadat, keyakinan, kebiasaan.

Kebudayaan merupakan sistem norma, nilai yang dipegang oleh masyarakat. Pentingnya pemahaman akan perilaku dan kebudayaan kelompok lain saat berinteraksi dengan bangsa atau kelompok yang memiliki perbedaan kebudayaan. Sudut pandang yang dilihat tidak boleh berdasar pada sudut motif, kebiasaan dan nilai kita sendiri.

Masuknya pariwisata ke suatu tempat membuat proses interaksi dan adaptasi dari beragam kebudayaan yang berbeda semakin cepat berpengaruh terhadap kebudayaan di tempat yang dikunjungi. Kegiatan pariwisata berkaitan erat dengan perilaku, kebiasaan individu dari tuan rumah (*host communities*), pengunjung, hingga pelaku usaha yang berhubungan langsung dan tidak langsung dengan kegiatan kepariwisataan. Semua pihak ini dapat saling memberikan pengaruh.

Menurut Adri Surwiyanta dalam penelitiannya yang berjudul Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Budaya dan Ekonomi mengatakan bahwa perkembangan pariwisata berdampak pada kebebasan orang yang melakukan perjalanan wisata bergerak dari satu tempat ke tempat lain, dari lingkungan satu ke lingkungan lain yang berbeda, dari negara ke negara lain yang dapat berpengaruh dan berhubungan langsung dengan berbagai orang di luar dari lingkungannya, negaranya di tempat tujuannya berwisata, dan saling mengenal serta memperkenalkan kebudayaan, adat kebiasaan, kepercayaan. Berbagai kebiasaan adat istiadat pengunjung bertolak belakang dengan tata cara hidup masyarakat yang dikunjungi.

Kegiatan pariwisata dapat menciptakan kontak sosial antar sesama yang mengandung makna memberikan kesempatan kepada *host community* dan pengunjung untuk saling mengenal kebudayaan masing-masing dalam batas waktu tertentu, dan mengenal sikap dasar yang dimiliki dalam bersosialisasi. Oleh sebab itu, industri pariwisata dapat menjadi suatu media manifestasi pertukaran budaya dari pertemuan warga lokal dengan warga berkebangsaan asing yang memiliki latar belakang, filosofi, kebiasaan berbeda.

Kebiasaan pengunjung berkebangsaan lain mempengaruhi pada pola konsumsi dan permintaan pasar di destinasi yang dikunjunginya. Pengunjung yang terbiasa dengan mengonsumsi waktunya dengan tempat, barang-barang eksklusif, dan *branded* akan

mempengaruhi pengelola dan karyawan untuk memenuhi permintaan kebutuhan pasar. Pola dan kebiasaan konsumsi seperti ini semakin lama akan membawa pengaruh kepada warga lokal sehingga menimbulkan adanya kesenjangan sosial bagi yang memiliki perekonomian di atas menengah atau kalangan elit. Hal lainnya misalkan kebiasaan wisatawan mengonsumsi alkohol, di negaranya minuman beralkohol merupakan hal yang wajar, namun di negara tujuan wisatawan, alkohol merupakan sesuatu yang dilarang untuk dikonsumsi, kebiasaan ini dapat menular kepada warga lokal.

Sifat dasar manusia akan rasa penasaran hingga muncul keinginan untuk belajar meniru akan sesuatu yang berbeda darinya dapat sangat cepat menular dari adanya kegiatan kepariwisataan. Masyarakat lokal sebagai *host community* yang memiliki perbedaan kebudayaan dengan pengunjung akan menimbulkan hasrat meniru, komersialisasi adat, timbul kesenjangan.

Menurut World Tourism Organization dalam Oka Yoeti terhadap 3 penyebab dari pengaruh pariwisata terhadap kehidupan masyarakat, yaitu:

1. *Polarization of the population*

Polarisasi kelompok diprakarsai oleh James Stoner pada tahun 1961 yang mendefinisikan bahwa keputusan yang dibuat oleh seseorang dipengaruhi oleh kelompok. Polarisasi dalam pariwisata seringkali dimanfaatkan oleh pengelola untuk memasarkan produk mereka dengan memanfaatkan pengaruh sekelompok orang untuk mempengaruhi perilaku, motivasi, persepsi hingga pengambilan keputusan wisatawan membeli produk wisata.

2. *Breakdown of the family*

Intensitas penduduk lokal bertemu dengan pengunjung yang berasal dari luar daerahnya dapat memicu timbulnya pergaulan antara yang melayani dan yang memberikan pelayanan, timbul akses negatif demi memenuhi kebutuhan biologis masing-masing.

3. *Development of the attitudes of a consumption-oriented society; incident of phenomena of sosial pathology.*

Berkembangnya suatu tempat, berkembang pula pola perilaku konsumsi dari masyarakat lokal. Munculnya perilaku konsumtif, kecanduan, perdagangan ilegal, prostitusi, ketidakpatuhan pada peraturan yang berlaku di daerah dan atau negara.

Pariwisata mempertemukan dua atau lebih kebudayaan, norma, nilai, kepercayaan, kebiasaan yang berbeda dalam satu destinasi, yang mana pertemuan perbeddaan ini dapat menghasilkan atau menciptakan proses akulturasi, dominasi, asimilasi, adopsi, adaptasi dalam kaitan hubungan antar budaya.

Pariwisata telah menjadi *prime mover* dalam perubahan sosial budaya terutama bagi destinasi yang mengembangkan daerahnya berbasis pada pariwisata budaya karena melibatkan masyarakat lokal secara intensif. Interaksi intensif ini memunculkan kesadaran akan identitas diri, perbedaan ‘orang dalam dan orang luar’, eksploitasi budaya lokal yang melunturkan autentisitas.

Kegiatan pariwisata menjadi media sosialisasi dari adanya pergerakan wisatawan ke tujuan wisata yang berinteraksi dengan penduduk lokal. Menurut Cohen (1994) dalam Pitana dan Gayatri (2005) menambahkan pariwisata dilihat dari aspek sosiologis dipandang sebagai:

1. Pariwisata sebagai komersial keramahtamahan

Artinya pariwisata merupakan proses komersialisasi antara hubungan pengunjung sebagai tamu di rumah atau destinasi tuan rumah dengan masyarakat lokal yang dikunjungi. Kedua hubungan ini kemudian diperhitungkan secara komersial.

2. Pariwisata sebagai perjalanan demokrasi

Pada pendekatan ini, pariwisata dipandang sebagai perilaku perjalanan yang bersifat demokratisasi bahwa semua orang dari berbagai kalangan, usia dapat melakukan perjalanan wisata, tidak terbatas pada kasta tertentu.

3. Pariwisata sebagai aktivitas kesenangan modern

Pada pendekatan ini, fokus utama pada wisatawan, yaitu seseorang atau kelompok yang ingin bersantai, terbebas dari kewajiban-kewajibannya dengan melakukan perjalanan wisata mengunjungi daerah untuk ‘mengobati atau *healing*’ penyakitnya. Dengan kata lain, wisatawan berkunjung untuk *refreshing* dari kegiatan yang mewajibkan dia untuk bekerja.

4. Pariwisata identik dengan perjalanan ziarah sebagai variasi kegiatan modern

Pariwisata berasosiasi dengan ziarah keagamaan yang dahulu dilakukan oleh masyarakat tradisional.

5. Pariwisata sebagai ekspresi tema budaya dasar

Artinya pariwisata dilihat sebagai pemaknaan perjalanan yang dilakukan oleh pelaku, sehingga ditemukan diferensiasi klasifikasi perjalanan.

6. Pariwisata sebagai proses akulturasi

Proses akulturasi terjadi sebagai akibat dari interaksi *host-guest* (tuan rumah dan tamu) yang memiliki latar belakang budaya, pemahaman, kebiasaan, filosofi yang berbeda.

7. Pariwisata sebagai jenis hubungan etnis

Pariwisata dipandang sebagai pendekatan yang menghubungkan dengan Teori Etnisitas dan hubungan antar etnik dan berbagai dampak yang ditimbulkan terkait dengan identitas etnis.

8. Pariwisata sebagai bentuk neo-kolonialisme

Destinasi atau negara penghasil wisatawan cenderung dominan dibandingkan dengan negara penerima wisatawan. Dengan kata lain, negara penghasil wisatawan merupakan negara yang telah maju sehingga cenderung memiliki tingkat perekonomian yang lebih maju dibandingkan negara penerima atau tujuan wisatawan.

Interaksi *host-guest* yang intensif dapat menyebabkan terjadinya proses komoditisasi dan komersialisasi. Semakin bertambahnya jumlah wisatawan maka hubungan berubah menjadi resiprositas yang dalam arti ekonomi adalah atas dasar pembayaran. Apabila melebihi dari kemampuan daya dukung masyarakat menerima wisatawan, maka akan timbul hubungan anomi, yaitu masyarakat mulai bersikap agresif terhadap wisatawan dan mengarah kepada eksploitasi dalam setiap interaksi, yang tidak jarang akan ditemukan berbagai tindakan kriminal.

Cohen (1984) dalam Hidayah, Nurdin (2021) menambahkan pendapatnya bahwa dampak kegiatan pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya berkaitan dengan beberapa hal, antara lain:

1. Pengaruh terhadap keterhubungan dan keterlibatan penduduk setempat dengan masyarakat secara luas yang menyangkut ketergantungan dengan tingkat otonomi.

Artinya adalah munculnya interaksi masyarakat setempat dengan wisatawan. Dalam hal ini terjadi perubahan moral/tata nilai. Sistem nilai yang dibawa oleh pengunjung ke destinasi dianggap 'berbeda' dengan yang dianut dan dipelajari sejak kecil. Perbedaan ini apabila dilakukan intensif, maka akan terjadi percampuran budaya berperilaku, yang dimulai dari proses peniruan, marginalisasi dan komodifikasi budaya.

2. Berpengaruh pada hubungan interpersonal antara anggota masyarakat

Pengadaan kegiatan kepariwisataan akan membuka kesempatan lapangan berusaha dan bekerja namun dampak lain yang ditimbulkan adalah tingkat kompetisi yang tinggi antara anggota masyarakat, efek domino yang ditimbulkan pada perubahan perilaku, struktur sosial serta perubahan gaya hidup.

3. Dampak pada kelembagaan sosial

Semakin majunya dan berkembangnya kepariwisataan di suatu tempat maka bermunculannya kelembagaan-kelembagaan sosial untuk mengorganisasi kegiatan pariwisata yang ada. Kelembagaan sosial tersebut dapat berupa di sektor pemasaran, perhubungan, akomodasi, daya tarik wisata, tour operator, kompetisi sumber daya manusia, pendukung

4. Munculnya migrasi dari dan ke daerah pariwisata

Kebutuhan akan sumber daya manusia untuk mengelola usaha dan memberikan pelayanan kepada pengunjung akan semakin tinggi apabila destinasi tersebut berhasil berkembang. Hal ini berdampak terjadinya peningkatan jumlah populasi di destinasi dan berdampak panjang menimbulkan masalah sosial, peningkatan *stress*, kemacetan, polusi, hingga kejahatan.

5. Munculnya perubahan pada ritme kehidupan sosial

Kegiatan pariwisata juga mempengaruhi sikap masyarakat dalam bertindak di kehidupan sehari-hari, polusi disain arsitektur, kriminalitas.

6. Berpengaruhnya terhadap pola pembagian kerja

Artinya dari kegiatan pariwisata dapat membuat masyarakat setempat yang sebelumnya mempunyai keahlian lain seperti keahlian di bidang pertanian sebagai petani atau berkebun dapat berahlifungsi dan peran bekerja di sektor pariwisata, penduduk lokal melihat bahwa pekerjaan di sektor pariwisata lebih menarik dan membawa keuntungan. Pekerjaan yang umumnya tersedia dan tidak membutuhkan keahlian khusus di sektor pariwisata misalkan pekerjaan di bagian *housekeeping*, *cleaning service*, tukang kebun, satpam.

7. Timbulnya stratifikasi dan mobilitas sosial

Artinya masuknya kegiatan pariwisata mengakibatkan muncul diferensiasi struktural sosial, modernisasi keluarga meningkatkan wawasan dan cara pandang masyarakat.

8. Munculnya penyimpangan sosial

Seperti perilaku konsumtif, seks komersial, perdagangan ilegal, kejahatan, perjudian.

9. Adanya konsekuensi di bidang kesenian dan adat istiadat

Interaksi antar penduduk lokal dan wisatawan dapat merubah nilai-nilai kesenian dan adat istiadat. Perubahan ini tidak selalu diartikan negatif, namun juga muncul kesadaran akan kebanggaan identitas sosial, kesuburan nilai-nilai kesenian tradisional, munculnya berbagai grup tari dan kesenian yang digunakan sebagai atraksi wisata.

Pendapat dikemukakan oleh Doxey (1976) dalam Pitana dan Gayatri (2005) memaparkan tahapan evolusi sikap masyarakat lokal terhadap wisatawan, antara lain:

1. *Euphoria*

Fase awal ketika masyarakat lokal menyambut baik kedatangan wisatawan dengan sejuta harapan. Pada level awal ini destinasi umumnya belum memiliki perencanaan destinasi pariwisata.

2. *Apathy*

Fase berikutnya adalah kedatangan wisatawan dianggap sebagai kegiatan lumrah di tengah aktivitas masyarakat, begitu juga dengan aktivitas komersialisasi menjadi sesuatu yang sudah biasa bagi masyarakat. Destinasi pada fase ini perencanaan berfokus pada aspek pemasaran.

3. *Annoyance*

Pada fase ini masyarakat mencapai titik jenuh, resistensi, merasa terganggu atas kehadiran dan perilaku wisatawan. Perencanaan destinasi berfokus pada peningkatan prasarana dan sarana, tanpa memperhatikan manajemen daya dukung.

4. *Antagonism*

Level ini, sikap ketidaksenangan masyarakat akan kehadiran ‘tamu’ sudah lebih terbuka dipertunjukkan. Masyarakat tidak senang dan melihat wisatawan sebagai pembawa masalah di daerah mereka.

Keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal yang memotivasi wisatawan untuk mengambil keputusan. Faktor pendorong bersifat sosial-psikologis, sedangkan faktor penarik bersifat spesifik atribut destinasi.

Masuknya kegiatan pariwisata di daerah dapat membawa dampak positif dan negatif terhadap keberlangsungan kehidupan penduduk lokal yaitu dampak pariwisata terhadap sosial-ekonomi, sosial budaya.

1. Dampak Sosial-Ekonomi

Seperti diketahui bahwa pengaruh positif dari masuknya pariwisata ke destinasi dapat membawa penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, terbuka kesempatan kerja, kenaikan harga, pendistribusian manfaat/keuntungan, adanya kepemilikan dan pengendalian, pendapatan pemerintah dari pajak dan keuntungan badan usaha milik pemerintah. Di sisi lain dampak negatif adalah terjadinya kesenjangan pendapatan antar kelompok, ketimpangan antar daerah, hilangnya kendali masyarakat di

daerahnya sendiri terhadap sumber daya yang dimiliki, munculnya neo-kolonialisme, terekploitasi sumber daya yang dimiliki.

2. Dampak Sosial-Budaya

Perubahan kehidupan sosial budaya masyarakat tidak sepenuhnya berubah yang diakibatkan dari kegiatan pariwisata, namun faktor perkembangan pendidikan, media masa, transportasi, komunikasi dan sektor-sektor pembangunan lainnya juga ikut mempengaruhi kehidupan sosial budaya bangsa. Namun para ahli meyakini pembangunan pariwisata mempercepat terjadinya perubahan. Tiga asumsi perubahan sosial budaya akibat dari kedatangan wisatawan, antara lain:

- a) Adanya intrusi dari luar seperti negara yang memiliki sistem sosial budaya yang lebih superordinate dibandingkan dengan negara penerima wisatawan yang notabene lebih lemah.
- b) Bersifat destruktif bagi budaya indigenous
- c) Timbulnya homogenisasi budaya, identitas lokal tenggelam terhadap perkembangan industri dan teknologi sehingga penduduk lebih bersikap pada konsumerisasi dan gaya hidup jetset.

Terdapat beberapa teori yang disampaikan oleh para ahli terkait dengan dampak sosial budaya pariwisata terhadap kehidupan masyarakat yang dirangkum oleh penulis ke dalam bentuk Tabel 2.4

Tabel 2.4 Dampak Sosial Budaya Pariwisata

No	Ahli	Identifikasi Dampak Sosial Budaya Pariwisata
1	Cohen (1984)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dampak terhadap keterhubungan dan keterlibatan masyarakat lokal dengan masyarakat secara luas 2. Dampak terhadap hubungan interpersonal antara anggota masyarakat 3. Dampak terhadap kelembagaan 4. Dampak terhadap migrasi asal ke tujuan 5. Dampak terhadap ritme kehidupan sosial masyarakat 6. Dampak terhadap stratifikasi dan mobilitas sosial 7. Dampak terhadap distribusi pengaruh dan kekuasaan

		8. Dampak terhadap pola pembagian kerja 9. Dampak terhadap meningkatnya berbagai penyimpangan sosial 10. Dampak terhadap kesenian dan adat istiadat
2	Figuerola (dalam Pearce, 1989)	1. Struktur demografi 2. Bentuk dan tipe mata pencaharian 3. Transformasi nilai 4. Gaya hidup tradisional 5. Pola konsumsi 6. Pembangunan masyarakat
3	Pizam dan Milman (1984)	1. Aspek demografis (jumlah penduduk, umur, perubahan piramida kependudukan) 2. Mata pencaharian 3. Aspek budaya 4. Transformasi norma 5. Modifikasi pola konsumsi 6. Lingkungan

Sumber: Pitana dan Gayatri (2005)

Sedangkan beberapa ahli lain mengemukakan bahwa faktor-faktor yang turut menentukan dampak sosial budaya pariwisata, adalah

Tabel 2.5 Faktor-Faktor Pengikut Dampak Sosial Budaya Pariwisata

No	Ahli	Faktor-faktor pengikut penentu dampak sosial budaya pariwisata
1	Pitana (1999)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah wisatawan yang datang terhadap jumlah penduduk lokal 2. Objek wisata yang menjadi pusat kunjungan menjadi produk wisata, dan kebutuhan wisatawan terhadap produk wisata tsb 3. Struktur dan fungsi organisasi kepariwisataan di destinasi 4. Perbedaan tingkat ekonomi dan kebudayaan antar <i>host-guest</i> 5. Tingkat otonomi 6. Laju pertumbuhan pariwisata 7. Tingkat perkembangan pariwisata dan pembangunan ekonomi di destinasi 8. Struktur sosial masyarakat setempat 9. Peranan pariwisata dalam perekonomian lokal
2	Douglas and Douglas	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat perbedaan yang besar di bidang sosial, ekonomi dan budaya antar wisatawan dengan penduduk lokal 2. Perbandingan antara jumlah wisatawan dan jumlah penduduk 3. Laju dan intensitas perkembangan pariwisata 4. Tingkat kepemilikan investasi asing dan tenaga kerja asing di destinasi
3	Ryan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Jumlah wisatawan 2. Tipe wisatawan 3. Tahap perkembangan pariwisata 4. Daya beli yang berbeda

		5. Daya dukung destinasi 6. Jumlah migran yang melayani kebutuhan pariwisata 7. Perbedaan norma 8. Kemampuan kepemilikan properti dan fasilitas oleh masyarakat lokal 9. Perilaku Lembaga pemerintahan terhadap pariwisata 10. Kebijakan dalam penyebaran wisatawan 11. Aksesibilitas 12. Homogenitas masyarakat 13. Pemasaran dan Citra destinasi 14. Kemampuan penerimaan terhadap keterbukaan perkembangan teknologi, sosial dan budaya 15. Kekuatan masyarakat akan tradisi kesenian, cerita rakyat, legenda, sifat-sifat tradisi
--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Sumber: Pitana dan Gayatri (2005)

Berdasarkan pemaparan para ahli diatas diambil kesimpulan bahwa dampak sosial-budaya dari masuknya pariwisata ke daerah menyebabkan terjadinya penetrasi budaya dan pada akhirnya terjadi homogenisasi, menyamakan ciri kebudayaan dengan kebudayaan yang dibawa oleh pengunjung untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan mereka. Terjadi proses peniruan yang dapat dilihat dari kalangan masyarakat secara keseluruhan pada mode pakaian, pola makan, gaya hidup, jenis makanan.

Dampak sosial-budaya lainnya adalah munculnya vandalisme, berbagai penolakan, *sex tourism*, penyalahgunaan narkoba, kriminal. Perkembangan prostitusi pariwisata membuat munculnya komodifikasi terhadap manusia yang mana dipandang sebagai sesuatu yang dapat diperjualbelikan.

Dampak lainnya adalah pada eksistensi organisasi sosial tradisional yang ada di daerah tujuan. Eksistensi pariwisata dianggap merusak keberlangsungan sifat-sifat kolektivisme masyarakat, bergesernya sifat sosial ke individualism pragmatis.

Begitu juga dampak yang dibawa oleh pariwisata terhadap sosial budaya adalah mobilitas sosial. Pariwisata merupakan wadah demokratisasi. Perkembangan ekonomi dari pembangunan pariwisata menumbuhkan kelas sosial menengah baru yang bersaing dengan

kelas menengah yang sudah ada sebelumnya. Stratifikasi sosial yang cenderung mengarah ke perekonomian.

Tak ketinggalan dampak pembangunan pariwisata juga ikut mempengaruhi pada bidang kesenian, adat istiadat, dan keagamaan yang merupakan modal dasar dari pariwisata budaya. Pengaruh ini berdampak secara langsung dan tidak langsung karena adanya proses komodifikasi dan jangka panjang. Otentisitas suatu budaya lokal tertentu dikhawatirkan akan menghilangkan karena adanya proses adaptasi yang masuk. Terdapat beberapa pandangan yang berbeda dari para ahli. Burns dan Holden mengatakan bahwa pariwisata membawa perubahan fungsi kebudayaan yang bersifat komersial sehingga merusak dan menghancurkan kebudayaan lokal. Sedangkan pandangan lain disampaikan oleh De Kadt bahwa melalui pariwisata, kesenian, kerajinan dan kebudayaan lokal bisa mengalami proses revitalisasi. Martin menambahkan melalui kehadiran pariwisata dapat menghidupkan kembali tradisi lama yang sempat hilang melalui proses konservasi, reformasi dan penciptaan kembali.

Komoditisasi, otentisitas, dan identitas suatu bangsa sering dikatakan telah hilang akibat dari masuknya kegiatan pariwisata di destinasi dikarenakan tarian kesenian yang dipertunjukkan dianggap terlalu lama dan monoton untuk dipertontonkan sehingga untuk menjaga konsumen, dan memberikan kepuasan maka otentisitas kesenian ini kemudian diubah sesuai dengan permintaan pasar.

Upaya mengurangi dampak negatif yang diakibatkan oleh perkembangan pariwisata terhadap sosial budaya suatu bangsa maka Lembaga PATA dan WTO (Pacific Asia Travel Association) mengeluarkan kode etik bagi wisatawan, antara lain:

1. Fleksibel terhadap perbedaan budaya dan menerima perbedaan tersebut
2. Bertanggung jawab atas pilihan keputusan dan mendukung pengananan masalah budaya dan lingkungan di tempat yang dikunjungi.
3. Melakukan penelitian dan pencarian informasi mengenai orang-orang dan tempat-tempat yang anda kunjungi sehingga dapat menghindari hal-hal yang menyinggung dan merusak lingkungan lokal.
4. Waspada dan memiliki informasi lengkap akan liburan, hari raya, festival budaya di daerah yang dikunjungi
5. Mendukung bisnis UMKM. Berkontribusi terhadap perekonomian lokal dengan memanfaatkan bisnis yang ditawarkan oleh penduduk lokal
6. Menghormati peraturan lokal

Upaya memberikan manfaat positif terhadap kehidupan sosial budaya yang berkelanjutan di destinasi, GSTC mengeluarkan kriteria-kriteria standar dan indikator yang dapat digunakan dan diterapkan oleh pengelola serta para pemangku kepentingan yang bergerak di industri

pariwisata. Adapun 8 kriteria dalam budaya berkelanjutan yang dapat dilihat pada Tabel 2.6 secara detail.

Tabel 2.6 Keberlanjutan Budaya

Kriteria	Indikator	SDGs
a) Pelestarian Warisan Budaya		
<p>1) Perlindungan aset budaya</p> <p>Destinasi memiliki kebijakan dan sistem untuk mengevaluasi, merehabilitasi dan melestarikan aset budaya, warisan binaan dan lanskap budaya.</p>	<p>a) Membuat daftar aset budaya, sistem evaluasi dan indikasi kerentanan</p> <p>b) Program rehabilitas dan konservasi aset</p> <p>c) Mekanisme penggunaan pendapatan dari pariwisata untuk mendukung konservasi aset budaya</p>	Goal 11
<p>2) Artefak</p> <p>Destinasi memiliki perundang-undangan yang mengatur penjualan, perdagangan, pameran, pemberian artefak sejarah dan arkeologi yang layak. Penegakkan hukum dan sosialisasi kepada masyarakat umum, perusahaan pariwisata dan pengunjung.</p>	<p>b) Merujuk pada undang-undang yang relevan dengan artefak sejarah</p> <p>b) Bukti komunikasi hukum yang relevan dengan pihak industri pariwisata dan pengunjung</p> <p>c) Bukti penegakkan hukum terkait</p>	Goal 11
<p>3) Budaya tak benda (<i>intangible</i>)</p> <p>Destinasi mendukung perlindungan warisan budaya tak benda, termasuk tradisi, lokal, seni, musik, bahasa, keahlian memasak, aspek identitas dan kekhasan lokal. Penyajian, interpretasi budaya dan tradisi yang bersifat sensitif berupaya melibatkan dan memberi manfaat bagi komunitas lokal</p>	<p>a) Identifikasi dan daftar warisan budaya tak benda.</p> <p>b) Contoh perayaan dan pengalaman pengunjung tentang warisan budaya tak benda.</p>	Goal 11, 12

<p>dan memberikan pengalaman otentik dan asli kepada pengunjung.</p>	<p>c) Bukti keterlibatan masyarakat lokal dan adat dalam mengembangkan dan menyampaikan pengalaman pengunjung berbasis warisan budaya tak benda.</p> <p>d) Umpan balik dari pengunjung dan komunitas lokal tentang penyampaian pengalaman warisan tak benda.</p>	
<p>4) Akses tradisional</p> <p>Destinasi memonitor, melindungi, dan merehabilitasi atau merestorasi akses komunitas lokal ke situs alam dan budaya.</p>	<p>a) Memantau aksesibilitas ke situs alam dan budaya bagi penduduk setempat.</p> <p>b) Bukti keterlibatan dengan masyarakat lokal terkait akses tradisional</p> <p>c) Tindakan khusus untuk melindungi dan/atau merehabilitasi akses masyarakat lokal</p>	<p>Goal 11</p>
<p>5) Perlindungan kekayaan intelektual</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk berkontribusi pada perlindungan dan pelestarian hak kekayaan intelektual masyarakat dan individu</p>	<p>a) Referensi perundang-undangan tentang kekayaan intelektual</p> <p>b) Komunikasi hak kekayaan intelektual kepada pemangku kepentingan pariwisata.</p> <p>c) Bukti bahwa hak kekayaan intelektual dilindungi dalam pengembangan pengalaman budaya bagi pengunjung</p>	<p>Goal 16</p>
<p>b) Kunjungan ke Situs Budaya</p>		
<p>6) Manajemen Pengunjung di situs budaya</p>		

<p>Destinasi memiliki sistem manajemen pengunjung didalam dan di sekitar situs budaya, yang mempertimbangkan karakteristik, kapasitas, dan kepekaan serta mengelola jumlah pengunjung dan meminimalkan dampak buruk.</p> <p>Menampilkan dan memasang peraturan di situs cagar budaya bagi pengunjung, operator tur, dan pemandu. Semua perlu mengetahui sebelum mengakses dan pada saat kunjungan.</p>	<p>a) Memantau arus pengunjung dan dampak pada situs cagar budaya.</p> <p>b) Bukti catatan manajemen dampak pariwisata di dalam atau di sekitar situs budaya.</p> <p>c) Keberadaan dan distribusi dengan baik kepada pengunjung, operator tur, pemandu tur perihal peraturan berperilaku di dan sekitar situs budaya.</p> <p>d) Kode etik praktek operator tur dan pemandu wisata dalam manajemen pengunjung di situs budaya</p> <p>e) Penyediaan pelatihan pemanduan wisata.</p>	
<p>7) Interpretasi situs</p> <p>Materi interpretasi akurat yang disediakan dan terinformasi dengan baik kepada pengunjung tentang aspek budaya dan alam di situs.</p> <p>Informasi yang disampaikan berkaitan dengan budaya, yang dikembangkan dengan berkolaborasi dengan penduduk lokal sehingga komunikasi penyampaian informasi dapat tersampaikan dengan jelas.</p>	<p>a) Penyediaan materi interpretative informatif di lokasi dan dalam format yang dapat diakses sebelum kedatangan.</p> <p>b) Bukti bahwa materi interpretatif telah diteliti dengan baik dan akurat.</p> <p>c) Materi interpretasi yang mengidentifikasi signifikansi dan sensitivitas/kerapuhan situs.</p> <p>d) Bukti kolaborasi komunitas tuan rumah dalam persiapan materi interpretatif yang relevan.</p> <p>e) Materi interpretatif tersedia dalam bahasa yang relevan.</p>	

Pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa dampak dari pariwisata di destinasi dapat membawa pengaruh baik dan buruk bagi kelangsungan hidup sosial bermasyarakat. Tentunya kegiatan kepariwisataan akan membawa perubahan kehidupan sosial bermasyarakat.

Berikutnya akan dijelaskan pengaruh dari kegiatan kepariwisataan terhadap ekosistem. Keberlanjutan ekosistem suatu destinasi wisata perlu diperhatikan dan dikelola dengan baik. Pemaparan di bawah menjelaskan tentang dampak-dampak dari kegiatan pariwisata dan metode pengukuran evaluasi dampak terhadap lingkungan.

2.4 Bidang Lingkungan

Mahluk hidup dalam kehidupannya akan melakukan antar hubungan timbal balik di lingkungan sekitar atau di habitatnya yang diakibatkan karena mahluk hidup mengambil sesuatu dari lingkungan, seperti makanan minuman, membuat sarang atau tempat bernaung. Sementara itu organisme lain memberikan atau menempatkan sesuatu ke lingkungannya.

Ekosistem adalah kesatuan yang terdiri dari komunitas berbagai spesies yang saling membutuhkan dan berinteraksi dengan lingkungan biotik dan abiotik. Faktor biotik seperti individu, populasi dan komunitas. Individu adalah organisme makhluk hidup yang hidupnya berkelompok. Sementara populasi adalah kumpulan individu yang hidup di suatu tempat pada waktu tertentu. Komunitas adalah kelompok organisme yang hidup bersama terdiri dari berbagai populasi. Sedangkan faktor abiotik merupakan komponen fisik yang tidak hidup dari lingkungan, misalnya air, tanah, suhu, cahaya, udara, tekanan udara, topografi dan tekanan udara.

Ekosistem dan pariwisata saling berkaitan, semakin berkembangnya industri pariwisata semakin tereksposnya ekosistem. Seiring dengan berkembangnya industri pariwisata, kesadaran wisatawan dan masyarakat juga meningkat, terlihat dari kontribusinya dalam pembangunan, manajemen dan pelaksanaan kegiatan pariwisata yang berprinsip berkelanjutan.

Ekosistem pariwisata pertama kali diinspirasi oleh The Global Sustainable Tourism Council (GTSC) pada tahun 2017 dengan tujuan agar mendapatkan pemahaman umum tentang pariwisata berkelanjutan sekaligus juga sebagai standar minimum yang harus dicapai dalam setiap industri pariwisata. Global standar untuk keberlanjutan pariwisata dan perjalanan berlaku untuk hotel dan akomodasi, tur operator, destinasi dan pemerintah, korporasi dan bisnis travel, lembaga sertifikasi pariwisata, dan pengunjung. Empat kriteria umum GSTC adalah:

1. Manajemen keberlanjutan

Didalamnya terbagi menjadi seksi-seksi kriteria dan indikator yang perlu diperhatikan oleh setiap usaha pariwisata, terdiri dari

a) Struktur manajemen dan kerangka

- b) Keterlibatan *pemangku kepentingan*
- c) Manajemen krisis dan berkelanjutan

Detail penjelasan mengenai kriteria-kriteria dan indikator setiap seksi dapat dibaca pada Tabel 2.1 manajemen berkelanjutan

2. Keberlanjutan sosio-ekonomi

Detail penjelasan GSTC akan keberlanjutan sosio-ekonomi dapat dilihat pada bidang ekonomi halaman 52 Tabel 2.3. keberlanjutan sosio ekonomi

3. Keberlanjutan budaya

Sesuai pada kriteria no. 2 di atas, penjelasan mengenai keberlanjutan budaya dapat dilihat pada bidang sosial budaya Tabel 2.6 keberlanjutan budaya

4. Keberlanjutan lingkungan

Environmental sustainability atau keberlanjutan lingkungan memiliki tiga kriteria yang ditentukan oleh GSTC, antara lain:

- a) Konservasi warisan alam
- b) Manajemen sumber daya
- c) Manajemen limbah dan emisi

Berikut penjelasan lebih detail dalam bentuk tabel berhubungan dengan kriteria dan indikator.

Tabel 2.7 Keberlanjutan Lingkungan

Kriteria	Indikator	SDG
Da) Pelestarian warisan alam		
<p>1) Perlindungan terhadap lingkungan yang rawan</p> <p>Destinasi memiliki sistem monitoring, pengukuran, dan respon terhadap dampak pariwisata terhadap alam, konservasi ekosistem, habitat dan spesies, serta mencegah masuknya dan penyebaran spesies invasif.</p>	<p>a) Mendata daftar situs dan aset warisan alam, yang menunjukkan tipe, status konservasi dan kerentanan.</p> <p>b) Program pelestarian keanekaragaman hayati dan warisan alam.</p> <p>c) Program untuk membasmi dan mengendalikan spesies invasif.</p> <p>d) Mengidentifikasi, memantau, dan mengurangi dampak pariwisata terhadap keanekaragaman hayati dan warisan alam.</p> <p>e) Mekanisme penggunaan pendapatan dari pariwisata untuk mendukung konservasi aset alam.</p> <p>f) Komunikasi dengan pengunjung dan perusahaan untuk mengurangi penyebaran spesies asing</p>	<p>Goal 14, 15</p>
<p>2) Manajemen Pengunjung di kawasan</p> <p>Destinasi memiliki sistem manajemen pengunjung di kawasan, yang memperhitungkan karakteristik, kapasitas, dan kepekaan serta</p>	<p>a) Memonitor arus pengunjung dan dampak pada kawasan, dengan hasil yang dibagikan di seluruh destinasi.</p>	<p>Goal 14, 15</p>

<p>mengoptimalkan arus pengunjung dan meminimalkan dampak buruk.</p> <p>Peraturan di kawasan yang rawan tersedia dan terinformasikan dengan baik kepada pengunjung, operator tur, pemandu wisata.</p>	<p>b) Bukti tindakan untuk mengelola dan meminimalisir dampak terkait kegiatan pariwisata di kawasan.</p> <p>c) Keberadaan dan distribusi pedoman peraturan berwisata bagi pengunjung di kawasan dan pemantauan kepatuhan terhadap peraturan secara berkala.</p> <p>d) Kode praktik untuk operator tur dan pemandu wisata dan pihak lain yang terlibat dalam manajemen pengunjung di kawasan.</p> <p>e) Kerjasama dengan badan konservasi lokal untuk mengidentifikasi resiko lingkungan yang terkait kegiatan pariwisata dan langkah-langkah untuk menguranginya.</p> <p>f) Penyediaan dan pelaksanaan pelatihan untuk pemandu.</p>	
<p>3) Interaksi dengan satwa liar</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan standar lokal, nasional dan internasional untuk interaksi dengan satwa liar.</p> <p>Destinasi perlu mempertimbangkan dampak kumulatif dan non invasif terhadap interaksi dengan satwa liar yang dikelola secara bertanggung jawab guna menghindari pengaruh buruk pada hewan dan kelangsungan hidup serta perilaku populasi di alam liar.</p>	<p>a) Referensi (judul, tanggal) ke hukum internasional, nasional dan lokal yang berlaku di destinasi terkait interaksi dengan satwa liar.</p> <p>b) Pengesahan standar internasional untuk pengamatan satwa liar untuk spesies laut dan darat.</p> <p>c) Distribusi kode praktik untuk interaksi satwa liar, termasuk melihat, yang mencerminkan standar internasional.</p> <p>d) Sistem untuk memeriksa kepatuhan terhadap peraturan, dan kode praktik</p>	<p>Goal 14</p>

	<p>diantara operasional kegiatan kepariwisataan.</p> <p>e) Tindakan monitoring kesejahteraan dan kelestarian satwa liar dan meminimalkan gangguan, di lokasi ketika kegiatan pariwisata terlaksana.</p> <p>f) Pemberian informasi kepada pengunjung tentang interaksi satwa liar yang berbahaya, seperti menyentuh, dan memberi makan.</p>	
<p>4) Eksploitasi spesies dan kesejahteraan hewan</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk memastikan kepatuhan terhadap hukum dan standar lokal, nasional dan internasional yang berupaya memastikan kesejahteraan dan kelestarian flora dan fauna.</p> <p>Termasuk didalamnya perdagangan ilegal, pameran, dikembangkan ditawan untuk kepentingan pribadi.</p> <p>Perumahan, perawatan dan penanganan semua hewan liar dan domestik memenuhi standar tertinggi kesejahteraan hewan.</p>	<p>a) Referensi (judul, tanggal) untuk hukum, standar dan pedoman internasional, nasional dan lokal yang berlaku di destinasi terkait dengan kesejahteraan satwa dan konservasi spesies.</p> <p>b) Pemberitahuan, penyeberan informasi mengenai perundang-undangan, standar, dan pedoman untuk perusahaan yang bergerak di bidang pariwisata dan panduan.</p> <p>c) Sistem pemeriksaan kondisi satwa liar dan hewan peliharaan yang ditangkap, termasuk tempat tinggal dan penanganannya.</p> <p>d) Perizinan dan pemeriksaan kualifikasi personalia yang bertanggung jawab atas satwa liar yang ditangkap.</p> <p>e) Tindakan untuk mempromosikan <i>Convention</i> Perdagangan Internasional Spesies Terancam Punah (CITES) di sektor pariwisata dan untuk memastikan kepatuhannya.</p> <p>f) Penyediaan informasi kepada pengunjung tentang menghindari</p>	<p>Goal 14 dan 15</p>

	<p>perdagangan spesies yang terancam punah. Misalkan dalam pembelian souvenir yang berasal dari spesies satwa liar yang terancam punah yang terdaftar dalam IUCN atau CITES.</p> <p>g) Penegakkan undang-undang untuk memastikan bahwa setiap aktivitas perburuan adalah bagian dari pendekatan konservasi yang berbasis ilmiah, dikelola dengan baik, dan ditegakkan secara ketat.</p>	
b) Manajemen Sumber Daya		
<p>5) Konservasi energi</p> <p>Destinasi memiliki target pengurangan konsumsi energi, meningkatkan efisiensi dalam penggunaannya, serta meningkatkan penggunaan energi terbarukan.</p> <p>Destinasi memiliki sistem untuk mendorong perusahaan untuk mengukur, memantau, mengurangi, dan secara publik melaporkan kontribusi mereka terhadap target ini.</p>	<p>a) Target konsumsi energi dipublikasikan dan dipromosikan</p> <p>b) Program untuk meningkatkan efisiensi energi, dengan mempromosikan dan mendukung isolasi.</p> <p>c) Investasi dalam energi terbarukan dan persen dari total penyediaan/konsumsi.</p> <p>d) Dukungan dan insentif untuk pemantauan dan pengurangan energi oleh perusahaan</p>	Goal 7
<p>6) Penatagunaan air</p> <p>Destinasi mendorong perusahaan untuk mengukur, memantau, melaporkan dan mengelola penggunaan air dan mempublikasikannya ke publik.</p>	<p>a) Penyediaan bimbingan dan dukungan untuk pemantauan dan pengurangan penggunaan air oleh perusahaan.</p>	Goal 6

<p>Mengevaluasi penggunaan air dan didokumentasikan. Dalam kasus risiko, penggunaan air yang tinggi, manajemen air adalah tujuan yang diidentifikasi dan secara aktif diupayakan dengan perusahaan, untuk memastikan bahwa penggunaan pariwisata tidak bertentangan dengan kebutuhan masyarakat dan ekosistem lokal.</p>	<p>b) Program untuk menilai resiko air secara teratur.</p> <p>c) Penetapan, publikasi, dan penegakan tujuan penatagunaan air, ketika resiko air dinilai tinggi.</p> <p>d) Pemantauan dan pengendalian sumber dan volume air yang digunakan untuk tujuan wisata dan pengaruh terhadap komunitas dan ekosistem lokal. Promosi dan pemeriksaan kepatuhan terhadap tujuan oleh perusahaan pariwisata.</p> <p>e) Informasi pengunjung tentang resiko air dan meminimalkan penggunaan air.</p>	
<p>7) Kualitas air</p> <p>Destinasi memantau kualitas air untuk keperluan minum, rekreasi dan ekologi menggunakan standar kualitas.</p> <p>Hasil pemantauan tersedia untuk umum dan destinasi memiliki sistem untuk merespon masalah kualitas air secara tepat waktu.</p>	<p>a) Program pemantauan kualitas air.</p> <p>b) Adanya pendataan dan laporan kualitas air</p> <p>c) Pemantauan air mandi, dengan sertifikasi dan identifikasi situs mencapai standar yang ditetapkan.</p> <p>d) Bukti tindakan untuk meningkatkan kualitas air</p> <p>e) Informasi bagi pengunjung tentang kualitas air minum lokal, untuk mendorong penggunaan sebagai alternatif air minum kemasan.</p>	<p>Goal 3, 6</p>
<p>c) Manajemen limbah dan emisi</p>		
<p>8) Air limbah</p> <p>Destinasi memiliki pedoman jelas dan menegakkan yang tegas untuk penentuan tapak, pemeliharaan dan pengujian</p>	<p>a) Pedoman dan peraturan tertulis tentang pengolahan air limbah</p>	<p>Goal 3 dan 14</p>

<p>pembuangan dari tangka septik dan sistem pengolahan air limbah.</p> <p>Destinasi memastikan bahwa limbah dikelola dengan benar dan digunakan kembali atau dilepaskan dengan aman tanpa dampak buruk pada penduduk lokal dan lingkungan.</p>	<p>b) Sistem penegakan pedoman di antara perusahaan</p> <p>c) Pemantauan atau pengujian air limbah yang dikeluarkan</p> <p>d) Penyediaan sistem pengolahan air kota yang berkelanjutan, untuk digunakan oleh sektor pariwisata, jika praktis dan sesuai.</p>	
<p>9) Limbah padat</p> <p>Destinasi mengukur dan melaporkan produksi limbahnya dan menetapkan target pengurangannya. Ini memastikan limbah padat diperlakukan dengan benar dan dialihkan dari Tempat Pembuangan Akhir (TPA) dengan penyediaan sistem pengumpulan dan daur ulang multi-aliran yang secara efektif memisahkan limbah berdasarkan jenisnya.</p> <p>Destinasi tersebut mendorong perusahaan untuk menghindari, mengurangi, menggunakan kembali, dan mendaur ulang limbah padat makanan.</p> <p>Tindakan diambil untuk menghilangkan atau mengurangi barang sekali pakai, terutama plastik. Setiap sisa limbah padat yang tidak digunakan kembali atau didaur ulang dibuang dengan aman dan berkelanjutan.</p>	<p>a) Program pemantauan limbah, dengan hasil dan target yang dipublikasikan.</p> <p>b) Kampanye/saran/dukungan yang terkoordinasi dengan perusahaan pariwisata tentang manajemen limbah termasuk limbah makanan.</p> <p>c) Kampanye untuk mengurangi/menghilangkan barang sekali pakai terutama plastik</p> <p>d) Program manajemen sampah untuk kantor dan fasilitas umum</p> <p>e) Penyediaan sistem pengumpulan dan daur ulang, dengan setidaknya empat aliran (yaitu organik, kertas, logam, kaca dan plastik).</p> <p>f) Penyediaan sistem pembuangan sisa limbah yang berkelanjutan</p> <p>g) Kampanye untuk tidak membuang sampah sembarangan termasuk oleh pengunjung, dan menjaga kebersihan ruang publik</p> <p>h) Tempat sampah yang memadai untuk pembuangan sampah terpisah.</p>	

<p>10) Emisi GHG dan mitigasi perubahan iklim</p> <p>Destinasi memiliki target untuk mengurangi emisi gas rumah kaca, dan mengimplementasikan dan melaporkan kebijakan dan tindakan mitigasi.</p> <p>Perusahaan didorong untuk mengukur, memantau, mengurangi atau meminimalkan, melaporkan kepada publik dan mengurangi emisi gas rumah kaca dari semua aspek operasional.</p>	<p>a) Target yang dipublikasikan untuk prosentase pengurangan emisi pada tanggal yang ditentukan.</p> <p>b) Laporan iklim tahunan, termasuk tindakan pemantauan dan mitigasi</p> <p>c) Kampanye yang didukung atau keterlibatan lainnya dengan perusahaan pariwisata tentang pengurangan dan mitigasi emisi.</p> <p>d) Tindakan untuk mengurangi emisi dari operasi sektor publik.</p> <p>e) Informasi untuk perusahaan dan pengunjung tentang skema penyeimbangan yang memenuhi standar yang diakui.</p>	
<p>11) Transportasi berdampak rendah</p> <p>Destinasi memiliki target untuk mengurangi emisi transportasi dari perjalanan ke dan di dalam destinasi.</p> <p>Peningkatan penggunaan kendaraan dan transportasi umum yang berkelanjutan dan rendah emisi serta perjalanan aktif (misalnya berjalan kaki, bersepeda) diupayakan untuk mengurangi kontribusi pariwisata terhadap polusi udara, kemacetan, dan perubahan iklim.</p>	<p>a) Investasi dalam infrastruktur transportasi yang lebih berkelanjutan, termasuk transportasi umum dan kendaraan rendah emisi.</p> <p>b) Informasi yang dipromosikan kepada pengunjung tentang pilihan transportasi alternatif ke dan di dalam destinasi</p> <p>c) Data penggunaan moda transportasi alternatif oleh pengunjung</p> <p>d) Peningkatan dan promosi kesempatan bersepeda dan berjalan kaki</p> <p>e) Prioritas pasar pengunjung yang dapat diakses dengan pilihan transportasi yang pendek dan lebih berkelanjutan,</p>	<p>Goal 9, 13</p>

	f) Sektor publik dan perusahaan pariwisata memprioritaskan transportasi berdampak rendah dalam operasi mereka sendiri.	
12) Polusi cahaya dan suara Destinasi memiliki pedoman dan peraturan untuk meminimalkan polusi cahaya dan kebisingan. Destinasi mendorong perusahaan untuk mengikuti pedoman dan peraturan ini	a) Pedoman polusi cahaya dan suara – diproduksi dan dipromosikan ke perusahaan pariwisata. b) Identifikasi dan pemantauan potensi sumber kebisingan dan polusi cahaya yang terkait dengan pariwisata. c) Mekanisme untuk memungkinkan warga melaporkan kebisingan dan polusi cahaya, dengan tindakan tindak lanjut.	

Dampak lingkungan dari kegiatan pariwisata menurut United Nations Environment Programme yaitu menipisnya sumber daya alam, polusi dan dampak fisik pariwisata. Efek berkurangnya sumber daya sangat berpengaruh pada kegiatan pariwisata dikarenakan pada kegiatan ini, penggunaan air, makanan dan minuman, hingga pemanfaatan sebagai pusat atraksi wisata. Tingkat hunian wisatawan yang memuncak akan sangat berdampak pada pemanfaatan sumber daya yang sangat tinggi sehingga akan berdampak negatif pada keanekaragaman hayati.

Kegiatan pariwisata berkontribusi besar pada pencemaran udara, limbah padat dan limbah cair pada destinasi asal hingga tujuan dari wisatawan. Menurut Lemma (2014), beberapa dampak polusi dari kegiatan mega industri ini, yaitu:

- a) Pencemaran udara dan kebisingan: emisi karbon meningkat dari bertambahnya jumlah kunjungan ke destinasi.
- b) Sampah dan limbah padat: pengolahan limbah menjadi tantangan besar bagi negara yang menjadi destinasi tujuan wisata yang favorit.
- c) Pembuangan limbah: limbah hotel, penginapan, restoran dapat menjadi sumber isu utama apabila tidak dikelola dengan benar dan tepat.
- d) Polusi estetika: estetika berhubungan dengan keindahan, seni dalam mengintegrasikan perencanaan pembangunan dan infrastruktur didalam kegiatan pariwisata sebagai fitur alami dan arsitektur lokal.

Efek lain terhadap lingkungan adalah dampak fisik pariwisata, pembangunan infrastruktur untuk mendukung kebutuhan kegiatan kepariwisataan seperti akomodasi,

restoran, fasilitas rekreasi dapat menyebabkan degradasi lahan dan hilangnya habitus flora dan fauna, peningkatan deforestasi, perubahan garis pantai dan arus, rusaknya integritas lingkungan di kawasan pariwisata, hingga tingkat *stress* pada hewan.

Persoalan dampak lingkungan dari kegiatan yang memakan banyak jumlah orang, pihak kepentingan, pembangunan fasilitas telah banyak menarik perhatian para ahli lingkungan. Semua dikarenakan kapasitas daya dukung lingkungan alam untuk menampung manusia, kebutuhan-kebutuhan mereka. Manusia terus bertambah namun kapasitas lahan tidak ikut berkembang luas.

Bertambahnya jumlah manusia menandakan munculnya beragam persaingan dalam pemanfaatan alam untuk melakukan berbagai aktivitas sehingga akan menimbulkan kerusakan yang dapat membahayakan kehidupan manusia bahkan sekitarnya.

Problematika dalam kepariwisataan adalah selain bertambahnya jumlah manusia, infrastruktur, permasalahan sampah juga menjadi isu utama dalam industri ini. Timbunan limbah yang tidak diurus dapat membuat citra destinasi menjadi buruk.

Berdasarkan Dewi (2021), jenis sampah dilihat dari proses dan sifat penguraian terbagi menjadi dua macam, antara lain:

- a) Sampah organik merupakan kotoran yang mudah terurai oleh tanah, contoh guguran daun, kertas, sisa makanan
- b) Sampah anorganik adalah kotoran yang sulit untuk diolah oleh tanah, contoh plastik, botol, kaleng, styrofoam, besi, puntung rokok, kemasan sisa makanan, logam, kaca, sedotan, tas belanja, kemasan plastik.

Berdasarkan Conservacy (2017), diketahui buangan atau sampah dari hasil kegiatan kepariwisataan terbanyak adalah sisa rokok yang sudah terbakar sebagian, *food packaging*, tutup botol dan botol, tas belanja, kemasan plastik, kaleng, botol kaca.

Salah satu pemecahan masalah dalam pengurangan penggunaan bahan plastik dalam operasional, maka dikeluarkanlah kebijakan yang ditujukan kepada pengelola dan pemilik bisnis pariwisata dengan menerapkan *green environment* dalam pelayanan dan operasional manajemen bisnis.

Carbon footprint atau jejak karbon muncul dari gerakan perpindahan manusia dari satu tempat ke tempat lain yang dilakukan dalam jumlah banyak dan berulang sehingga dapat merusak lingkungan. Semakin tinggi perpindahan maka semakin tinggi kebutuhan energi dan polusi emisi yang dikeluarkan.

Dalam Dewi (2021) diketahui bahwa perhitungan jejak karbon dari aktivitas pariwisata dilihat dari faktor emisi besaran emisi gas rumah kaca yang dikalikan dengan satuan aktivitas

pariwisata atau volume dari gerakan wisata. Apabila diilustrasikan dalam bentuk rumus maka dapat dilihat pada gambar di bawah.

Rumus Perhitungan Jejak Karbon Aktivitas Pariwisata:

$$\text{Jejak Karbon} = \text{Faktor Emisi} \times \text{Satuan Aktivitas/Volume}$$

Gambar 2.2 Rumus perhitungan jejak karbon aktivitas pariwisata

Perubahan iklim juga menjadi salah satu pengaruh dari meningkatnya pergerakan perpindahan manusia untuk berwisata. Perubahan iklim sangat berdampak pada bidang lingkungan khususnya destinasi yang mengandalkan pada potensi wisata alam. Bencana sering terjadi sehingga dapat mengganggu minat berkunjung, sehingga menurunkan daya saing destinasi tersebut.

Implikasi dari perubahan iklim yang dapat dirasakan adalah suhu yang semakin terasa panas di destinasi, menipisnya lapisan salju dan gletser, bertambahnya intensitas bencana badai, menurunnya curah hujan dan penguapan meninggi sehingga terjadi kekeringan, peningkatan curah hujan lebat menimbulkan banjir, naiknya permukaan laut, terjadi perubahan keanekaragaman hayati dan biodiversitas hayati, dan tingkat kelembaban serta keasaman yang meninggi.

Indonesia sebagai negara yang terdiri dari beranekaragam pulau juga sebagai negara yang memiliki keanekaragaman hayati terbesar nomor tiga di dunia setelah Brazil dan Zaire. Dengan menjadikan potensi Indonesia dapat mendatangkan wisatawan baik domestik dan mancanegara.

Langkah-langkah pengurangan pemakaian energi terhadap dampak perubahan iklim, antara lain:

1. Penghematan energi
2. *Carbon capture*
3. Mengganti bahan bakar
4. Pemanfaatan energi terbarukan

Isu lingkungan dari kegiatan pariwisata telah menjadi problematika yang dideklarasikan oleh para ahli lingkungan. Oleh sebab itu, untuk mengurangi dampak maka dikeluarkanlah penerapan pengembangan industri yang berbasis pada konservasi dan keberlanjutan. Organisasi dunia menyepakati bahwa industri pariwisata perlu merangkul prinsip keberlanjutan dengan menghargai daya dukung suatu lingkungan, bertanggung jawab sosial dan kesatuan aktivitas pariwisata dengan keinginan penduduk lokal.

Salah satu cara yang dilakukan oleh komunitas lokal adalah dengan memetakan potensi alam dan budaya suatu kawasan dapat diterapkan oleh destinasi wisata lainnya. Peta hijau atau

green map ini memetakan segala tempat dan fenomena, baik yang positif maupun negatif dan bertujuan membantu masyarakat melihat, menilai, menghubungkan serta peduli terhadap lingkungan tempat berada.

Peta tematik yang menampilkan keterkaitan antara masyarakat dengan lingkungan. Sistem peta hijau merupakan kerjasama global yang memungkinkan masyarakat untuk membuat peta hijau yang bersifat lokal.

Tujuan pembuatan *green map* adalah

1. Menciptakan cara pandang baru bagi penduduk kota untuk menemukan cara yang berbeda dalam menikmati hidup perkotaan.
2. Memandu wisatawan terutama yang memiliki minat bertualang ke destinasi bernuansa hijau yang dapat membuat wisatawan menikmati pengalaman sehingga ingin meniru di tempat tinggal mereka sendiri
3. Sebagai sarana untuk menumbuhkan budaya tertib
4. Membantu warga dan pendatang dalam menjelajahi dan mengenali suatu kota
5. Menunjukkan kepada masyarakat tempat-tempat untuk berperilaku sosial yang bertanggung jawab, sadar ekologi, dan hubungan yang lebih kuat dengan beragam komunitas di seluruh dunia.

Pemetaan peta hijau dilakukan dengan memanfaatkan bahasa komunikasi visual sistem ikon *green map*. Sistem ikon ini didesain untuk mengidentifikasi daerah dan fenomena yang memiliki potensi sumber daya alam dan kebudayaan di setiap peta hijau yang diterbitkan. Ikon sistem peta hijau merupakan sebuah metode komunikasi berupa gambar, digitalisasi menjadi tulisan sehingga dapat digunakan dalam berbagai jenis perangkat lunak yang ada pada komputer.

Terdapat dua metode *green map* yang dapat digunakan, yaitu:

1. *Rapid Rural Appraisal (RRA)*

Metode RRA digunakan untuk pengumpulan informasi secara akurat dalam waktu yang terbatas ketika keputusan tentang pembangunan pedesaan harus dilakukan segera. Metode ini juga merupakan proses belajar intensif untuk memahami kondisi pedesaan, dilakukan secara berulang-ulang dan cepat.

Memiliki tiga konsep dasar, yaitu perspektif sistem, triangulasi dari pengumpulan data dan analisis secara berulang-ulang. Teknik penilaian RRA menggabungkan tujuh teknik yang terdiri dari:

- a) Review/telaahan data sekunder yang berisi peta wilayah dan pengamatan lapangan secara ringkas
- b) Observasi secara langsung
- c) Wawancara dengan informan kunci dan lokakarya
- d) Pemetaan dan pembuatan diagram/grafik
- e) Studi kasus, sejarah lokal dan biografi
- f) Berbagai kecenderungan
- g) Pembuatan kuesioner sederhana yang singkat
- h) Pembuatan laporan lapangan

Prinsip dalam metode RRA yang perlu dipertimbangkan:

- a) Efektivitas dan efisiensi, berkaitan dengan biaya, waktu dengan perolehan informasi yang kompeten sehingga dapat digunakan dan dibandingkan tingkat jumlah dan ketepatan serta relevansi informasi yang dibutuhkan.
- b) Hindari bias, melalui introspeksi, dengarkan, tanyakan secara berulang-ulang kepada kelompok narasumber
- c) Triangulasi sumber informasi dan pelibatan tim multidisiplin dengan tujuan mendapatkan berbagai perspektif
- d) Belajar bersama masyarakat
- e) Belajar cepat melalui eksplorasi, *cross-check* dan tidak terpaku pada kondisi yang telah disiapkan.

2. *Participatory Rural Appraisal (PRA)*

Metode ini melibatkan banyak orang, dari berbagai *pemangku kepentingan* sebagai narasumber atau fasilitator disamping sebagai instruktur atau guru. PRA adalah kelompok metode pendekatan yang memungkinkan masyarakat desa untuk saling berbagi, meningkatkan dan menganalisis pengetahuan mereka tentang kondisi dan kehidupan desa, membuat rencana dan bertindak (Chambers, 1996).

Konsep dasar PRA adalah pendekatan yang menekankan pelibatan masyarakat dalam keseluruhan kegiatan. Bertujuan menjadikan warga setempat sebagai peneliti, perencana, dan pelaksana program pembangunan dan bukan sebagai objek pembangunan.

Kegiatan yang dilakukan melalui PRA:

- a) Pemetaan wilayah dan kegiatan yang terkait dengan topik penilaian keadaan
- b) Analisis keadaan, seperti:
 - Keadaan masa lalu, sekarang dan kecenderungan di masa depan
 - Identifikasi perubahan-perubahan yang terjadi dan penyebab
 - Identifikasi akar masalah dan alternatif pemecahan masalah
 - SWOT analysis
 - Pemilihan alternatif pemecahan masalah
 - Rincian tentang *pemangku kepentingan* dan peran yang diharapkan dari para pihak, jumlah dan sumber pembiayaan

Masyarakat desa memainkan peran besar dalam metode PRA yaitu dalam pengumpulan informasi, analisis data, pengembangan intervensi seperti pada program pengembangan masyarakat yang didasarkan pada pengertian terhadap program secara keseluruhan.

Pengaruh positif kepada daya tarik, daerah, hingga negara tentu harus dimaksimalkan, dan dampak negatif diminimalkan. Pengukuran evaluasi dampak pariwisata *Tourism Impact Assessment* (TIA) dapat digunakan sebagai alat ukur mengevaluasi dampak pada lingkungan. Canteiro (2018) membagi komponen ekosistem dalam TIA menjadi 4 komponen, antara lain: biodiversitas, tanaman, tanah, dan air.

Metode TIA mengevaluasi dampak lingkungan untuk memahami efek negatif dari pembangunan infrastruktur atau proyek ekstraksi. Pendekatan ini menggunakan pendekatan data kuantitatif dan kualitatif. *Tourism Impact Assessment* (TIA) memiliki keunggulan utama metode yang bisa digunakan, yaitu:

- 1) Penerapan TIA tidak membutuhkan seorang ahli, namun dapat menggunakan anggota komunitas masyarakat lokal yang sudah terbiasa dengan habitatnya, selain itu juga pemerintah, praktisi, LSM.
- 2) Dapat menilai potensi, dan dampak pada lingkungan
- 3) Berdasarkan pada persepsi atau penilaian masyarakat lokal yang tiap hari berinteraksi dengan lingkungannya.
- 4) Lebih terfokus pada kondisi lingkungan bukan pada pengalaman pengguna

- 5) TIA merupakan alat atau pendekatan yang fleksibel dan praktis digunakan untuk memantau program manajemen pemanduan pariwisata.

Berdasarkan Canteiro (2018), langkah dalam mengevaluasi dampak pariwisata terhadap lingkungan, yaitu:

- 1) Mengidentifikasi kegiatan wisata

Pada tahap ini, perlu adanya koordinasi antar sesama pengelola untuk menguraikan daftar lengkap kegiatan wisata di destinasi. Pendataan pada tahap ini sangat diperlukan.

- 2) Menyeleksi komponen ekosistem

Komponen-komponen ekosistem terbagi kedalam 4 komponen dua abiotik (tanah dan air) dan 2 biotik (keanekaragaman hayati dan tanaman). Komponen-komponen ini dapat tercemar akibat dari aktivitas pariwisata di lingkungan mereka.

- 3) Mengidentifikasi dan mendeskripsikan dampak

Dari Langkah 1 dan 2, Langkah selanjutnya adalah konsultasi, diskusi dengan para komunitas yang terbiasa dengan habitatnya dan spesialisasi di bidang ekologi.

- 4) Menetapkan kriteria untuk mengevaluasi besarnya dampak dari pariwisata

Besarnya masing-masing dampak ditentukan dengan mengintegrasikan tingkat keparahan, kerentanan komponen dan manajemen kapasitas daya dukung destinasi. Dengan demikian dapat menentukan besaran dampak dan kerentanan ekosistem. Tingkat keparahan berkaitan dengan frekuensi dan luasan dari kegiatan wisata sedangkan kerentanan ekosistem tergantung pada sensitifitas biota, tingkat kepunahan. sedangkan manajemen kapasitas daya dukung wilayah tergantung pada ketersediaan sumber daya manusia, perencanaan manajemen, dan sumber ekonomi. Melalui kriteria-kriteria ini, besarnya masing-masing dampak dievaluasi oleh kelompok ahli menggunakan tiga tingkatan dampak yaitu tingkat rendah, sedang dan tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan pemaparan di atas mengenai efek samping dari pembangunan pariwisata dilihat dari bidang ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan, suatu destinasi dapat berakibat fatal apabila tidak dikelola secara benar dan berkelanjutan serta melibatkan semua elemen yang terlibat dalam industri ini. Peran partisipasi semua *pemangku kepentingan* dalam pariwisata berkelanjutan di destinasi menjadi penting. Manajemen kegiatan pariwisata yang berbasis keberlanjutan berdasarkan kriteria dan indikator dari tujuan SDGs dapat menjadi panduan bagi para pelaku di sektor pariwisata.

Latihan Soal

1. Jelaskan apakah dampak negatif yang ditimbulkan dari kegiatan kepariwisataan pada perekonomian suatu destinasi baik lokal, provinsi, negara?
2. Jelaskan dampak positif dari pengembangan pariwisata pada kehidupan sosial budaya lokal masyarakat?
3. Jelaskan dampak negatif dan positif yang diakibatkan dari pembangunan dan pengembangan pariwisata pada lingkungan alam suatu destinasi?

BAB 3

MANAJEMEN PENGUNJUNG

Gambaran Umum

Pada bab 2 telah dijelaskan dampak positif dan negatif dari pengembangan pariwisata dari sektor ekonomi, budaya, dan lingkungan. Dampak positif dapat memperbaiki kesejahteraan perekonomian, penduduk lokal dapat mengenal budaya yang berbeda, menambah dan membuka wawasan pengetahuan, hingga kecintaan dan kesadaran akan pentingnya sumber daya alam dan budaya yang dimiliki sehingga penting untuk menerapkan manajemen potensi dan daya tarik pariwisata yang bersifat kontinuitas dalam jangka panjang.

Pariwisata tidak bisa berkembang apabila tidak ada pengunjung yang datang berwisata ke destinasi, namun, tidak lantas membuat pengelola serta merta harus menerima semua kunjungan. Manajemen pengunjung ke destinasi ataupun ke atraksi wisata sangatlah diperlukan untuk keberlangsungan kehidupan sumber daya dan kapasitas yang dimiliki. Oleh sebab itu, pada bab ini akan diuraikan mengapa pentingnya manajemen pengunjung, manfaat, dan pendekatan yang bisa diterapkan dalam penanganan kapasitas daya dukung hingga peraturan dalam melakukan perjalanan pada masa pandemi.

Tujuan

Penyampaian pengetahuan yang berkaitan dengan Manajemen Pengunjung pada bab ini diharapkan mahasiswa/i, pembaca dapat memahami pentingnya manajemen pengunjung di destinasi wisata, seperti:

1. Pemahaman akan alasan pentingnya manajemen pengunjung
2. Pemahaman akan manfaat yang didapat
3. Pemahaman pengetahuan tentang bagaimana pendekatan dalam manajemen pengunjung
4. Paham akan regulasi perjalanan pada masa pandemi

3.1 Mengapa Dibutuhkan Manajemen Pengunjung?

Pertimbangan akan kuantitas dan kualitas tentang pengunjung memberikan pengaruh terhadap tempat wisata. Oleh sebab itu, diperlukan adanya manajemen pengunjung sehingga dapat menghasilkan keseimbangan dalam keberlangsungan hidup operasional wisata yang lebih baik.

Hal ini disebabkan karena pengunjung merupakan inti dari manajemen pengunjung tapi memiliki fungsi atau implikasi pada sisi permintaan dan penyediaan/pasokan. Alasan dibutuhkannya manajemen pengunjung di destinasi dapat dilihat dari sudut pandang/kepentingan:

1. Konservasi sumber daya
2. Pengunjung
3. Pengelola destinasi
4. Masyarakat/*pemangku kepentingan* setempat

Konservasi Sumber Daya

Merupakan alasan utama diperlukannya manajemen pengunjung. Pengunjung dapat menyebabkan kerusakan sumber daya alam, warisan budaya, dan globalisasi gaya hidup tradisional. Tapi juga mereka dapat menjadi agen untuk pariwisata yang berkelanjutan, tergantung pada karakteristik pengunjung dan bagaimana pengunjung dikelola. Oleh sebab itu pengelola penting untuk memahami perbedaan kebijakan, prioritas dan tujuan antara manajemen pengunjung destinasi wisata dan manajemen pengunjung kawasan lindung.

Konservasi sumber daya alam dan lingkungan merupakan tanggung jawab bersama karena semua makhluk hidup membutuhkan ekosistem yang bertahan lama dan dapat diolah sehingga upaya konservasi perlu menjadi bagian dalam pembangunan secara keseluruhan yang melibatkan banyak kepentingan dan kelembagaan secara regional, nasional hingga internasional. Mengutip dari Drs Joko Christanto dalam Modul 1 Ruang Lingkup Konservasi Sumber Daya Alam dan Lingkungan, konservasi sumber daya alam adalah

Manajemen sumber daya alam yang pemanfaatannya dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas keanekaragaman dan nilainya.

Sumber daya alam dibedakan dua tipe yaitu sumber daya alam hayati dan non hayati. Konservasi dapat diartikan sebagai ikhtiar manajemen potensi alam secara bijaksana dengan berpatokan pada panduan asas pelestarian. Sumber daya alam sebagai unsur-unsur hayati seperti tumbuhan, satwa, dengan unsur non hayati di sekitarnya yang secara keseluruhan membentuk ekosistem. Salah satu bentuk kawasan konservasi adalah taman nasional.

Tujuan konservasi tercantum dalam Undang-Undang RI Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya bertujuan mewujudkan keberlanjutan sumber daya alam hayati serta keseimbangan ekosistem sehingga dapat mendukung peningkatan kesejahteraan dan manajemen mutu kehidupan masyarakat. Tujuan dilakukannya tindakan konservasi adalah untuk:

- 1) Preservasi yang berarti proteksi alam terhadap penyalahgunaan komersial, yang menyalahi pemanfaatan bagi keperluan pendidikan, rekreasi, dan tata guna air.
- 2) Pemulihan atau restorasi, yaitu perbaikan kesalahan di masa lalu yang menghambat produktivitas pijakan sumber daya alam.
- 3) Efisiensi pemanfaatan
- 4) *Recycling* bahan limbah buangan
- 5) Menggunakan sumber daya pengganti sebagai cadangan dari sumber daya yang semakin menipis.
- 6) Penentuan lokasi yang tepat guna, misalkan pembuatan waduk
- 7) Integrasi penggunaan sumber daya untuk banyak kepentingan

Keberadaan flora dan fauna dan ekosistem memiliki fungsi dan manfaat bagi mahluk hidup yang tidak dapat tergantikan kehadirannya sebagai unsur pembentuk lingkungan hidup. Tindakan tidak bertanggung jawab dapat merusak dan menghapus kehidupan ekosistem.

Manfaat dilaksanakannya perlindungan sumber daya meliputi:

- 1) Terlindunginya kondisi alam dan lingkungan
- 2) Terhindarnya bencana akibat perubahan alam
- 3) Terjaganya mahluk hidup dari ancaman kepunahan
- 4) Terwujudnya keseimbangan lingkungan mikro dan makro
- 5) Berkontribusi terhadap ilmu pengetahuan
- 6) Berkontribusi dalam kepariwisataan

Cara pengendalian kegiatan yang dapat mengurangi penurunan jumlah dan kualitas kekayaan sumber daya dapat dilakukan secara konservasi insitu dan eksitu.

- 1) Konservasi insitu merupakan pelestarian keanekaragaman hayati dalam habitat, yang bertujuan untuk menjaga keutuhan dan keaslian tumbuhan dan satwa serta lingkungan secara alami melalui proses evolusi. Konservasi insitu terdiri atas dua hal, yaitu:
 - a) Perlindungan taman nasional, ekosistem yang diperuntukkan penelitian dan pengembangan suaka alam, laut, pengadaan Rencana Umum tata Ruang Kawasan lindung, implementasi hasil AM DAL.
 - b) Perlindungan terhadap manajemen jenis agro ekosistem suaka margasatwa, bank flora dan fauna, taman wisata, hutan kota alami.

2) Konservasi exsitu

Merupakan usaha perlindungan yang dilakukan dengan cara menjaga dan mengembangbiakkan tumbuhan dan satwa di luar habitat alaminya dengan cara mengumpulkan jenis, pemeliharaan dan penangkaran. Contoh konservasi exsitu dapat dilihat misalkan kebun binatang, kebun botani, taman hutan raya, kebun raya, penangkaran satwa, taman safari, taman kota, taman burung, Tujuan dilakukannya konservasi exsitu adalah sebagai salah satu cara pengkayaan jenis terutama yang hampir punah dan bersifat unik.

Manajemen di luar habitat mewajibkan beberapa persyaratan seperti:

- a) Memenuhi standar kesehatan tumbuhan dan satwa
 - b) Menyediakan tempat yang cukup luas, aman nyaman dan tidak bising
 - c) Mempunyai dan mempekerjakan tenaga ahli medis dan pemeliharaan
- 3) Peraturan dan penegakkan hukum untuk mengatur pemanfaatan dan menjaga flora fauna secara bertanggung jawab. Hal ini dapat dilakukan dengan cara melakukan pengawasan lalu lintas flora fauna, penetapan kuota, dan penegakkan hukum serta peraturan dan pembuatan undang-undang konservasi.
- 4) Peningkatan peran masyarakat dalam konservasi sumber daya alam hayati, melalui pelaksanaan kegiatan pendidikan dan penyuluhan oleh kelompok pecinta alam, akademisi, komunitas pelestari sumber daya alam, lembaga swadaya masyarakat.

Berdasarkan peraturan tentang konservasi sumber daya alam dan lingkungan menyatakan bahwa fungsi Lembaga konservasi adalah mengembangbiakkan, menyelamatkan tumbuhan dan satwa dengan tetap mempertahankan kemunian jenis, tempat Pendidikan, peragaan dan penelitian serta pengembangan ilmu pengetahuan.

Berdasarkan peraturan Kawasan suaka alam nomor 5 tahun 1990 mendefinisikan kawasan dengan ciri tertentu di darat maupun di perairan yang memiliki fungsi sebagai kawasan pengawetan bermacam-macam tumbuhan dan fauna serta ekosistem yang berfungsi sebagai wilayah penyangga kehidupan. Sedangkan hutan konservasi adalah kawasan hutan dengan fungsi pokok sebagai kawasan pengawetan keanekaragaman tumbuhan dan satwa sekaligus sebagai wilayah sistem penyangga kehidupan dan perlindungan.

Peranan konservasi sumber daya alam dan lingkungan hidup (SDAL) berperan dalam pembangunan nasional, sebagai penyedia bahan baku, pendukung sistem kehidupan. karakteristik kawasan konservasi seperti:

- 1) Keaslian ekosistem seperti pegunungan, dataran rendah, rawa gambut, dan pantai
- 2) Habitat spesies flora dan fauna khusus
- 3) Tempat yang memiliki bermacam-macam plasma nutfah alami
- 4) Bentang alam yang bernilai estetik/*scientific*

- 5) Fungsi perlindungan hidro-orologi: tanah, air, dan iklim global
- 6) Pengusahaan wisata alam yang alami (danau, pantai, satwa liar)

Tantangan dan hambatan yang dapat muncul dalam manajemen konservasi sebagai berikut:

- 1) Penyusutan lahan dan kekurangan Sumber Daya Alam (SDA)
- 2) Peningkatan jumlah penduduk yang menandakan naiknya angka permintaan
- 3) Masuknya jenis luar flora dan fauna dari luar
- 4) *Over exploitation* SDA

Beberapa landasan dan alasan dibangunnya kawasan konservasi, yaitu pertama, berdasarkan inisiatif dari pemerintah; kedua, karena kawasan tersebut memiliki potensi alam dan budaya yang bernilai; dan ketiga, kawasan memberikan nilai manfaat bagi kehidupan masyarakat. Semakin bertambah dan meningkatnya jumlah penduduk menandakan bertumbuhnya kebutuhan manusia, oleh sebab itu diperlukan manajemen kawasan yang baik dan terstruktur sehingga *The World Conservation Union (IUCN)* mengkategorikan kawasan yang dilindungi menjadi 8 kelompok:

Tabel 3.1 Kategori Kawasan Lindung

Kategori	Deskripsi
I	Kawasan lindung yang hanya diperkenankan untuk kesejahteraan dan pertumbuhan satwa liar dan penelitian (<i>strict nature reserve/wilderness area</i>)
Ia	Kawasan lindung khusus penelitian (<i>strict nature reserve</i>)
Ib	Area lindung khusus alam liar (<i>wilderness area</i>)
II	Area konservasi diperuntukkan untuk ekosistem dan pariwisata
III	Kawasan yang peruntukkan khusus konservasi spesies tertentu
IV	Adanya campur tangan manusia dalam manajemen kawasan konservasi
V	Kawasan lanskap yang dilindungi serta dikelola untuk konservasi dan rekreasi
VI	Pemanfaatan area diperuntukkan untuk penyokong keberlanjutan ekosistem alami.

Marine protected areas (MPA) juga masuk dalam kategori pemanfaatan kawasan konservasi dalam kategori *IUCN*. Namun disayangkan perhatian pemerintah akan *MPA* masih kurang disebabkan masih terbatasnya pengetahuan dan pemahaman mengenai ekosistem bahari, pandangan akan berlimpahnya sumber daya bahari yang dianggap tidak perlu manajemen, potensi bahari yang seringkali berada di luar administratif negara, tidak banyak sumber daya bahari yang berada di administratif hukum suatu negara.

Ekowisata menjadi model pariwisata di kawasan konservasi yang saat ini sedang menjadi tren dan ramai menjadi tujuan wisata. Sama halnya dengan wisata bahari/*marine tourism* cenderung menjadi aktivitas wisata yang berada di kawasan konservasi. Ekowisata dapat diartikan sebagai perjalanan wisata yang berbasis pada alam, sosial budaya, yang menawarkan aktivitas mencakup pendidikan, konservasi, dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Setelah kita ketahui penjelasan mengapa pentingnya manajemen pengunjung yaitu untuk pelaksanaan pelestarian dan perlindungan sumber daya alam dan lingkungan dari destinasi wisata. Berikutnya kita akan mengetahui alasan kedua yaitu untuk keselamatan dari pengunjung itu sendiri.

Keamanan dan Keselamatan pengunjung

Merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan kepariwisataan di destinasi. Sistem dan prosedur manajemen pengunjung harus menjamin keselamatan pengunjung di destinasi dan lokasi atraksi masing-masing. Pengunjung perlu dilindungi dari bahaya fisik, ancaman kejahatan dan teroris. Kawasan wisata yang dianggap tidak aman menjadi tantangan dalam menarik minat pengunjung. Sumber ancaman bisa beragam bentuk, mulai dari faktor yang berhubungan dengan destinasi sampai dengan pengunjung yang membawa kerugian.

Apabila mengacu pada definisi menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata keamanan diartikan sebagai bebas dari bahaya, aman, bebas dari gangguan. Kemudian kata keselamatan berarti terbebas dari bahaya, malapetaka, bencana, tidak ada gangguan dari pihak manapun.

Dalam upaya untuk menjaga keselamatan pengunjung, pengelola juga perlu memperhatikan perilaku wisatawan baik individu maupun kelompok karena wisatawan bisa saja dapat melakukan kesalahan, menyinggung masyarakat lokal dan pengunjung lain mengakibatkan kerusakan terhadap lingkungan, terlibat dalam aktivitas ilegal, mabuk-mabukan, menggunakan narkoba, mencuri, dan lain sebagainya.

Pengelola perlu mempertimbangkan, mengelola ekspektasi, pengalaman, memberikan kegembiraan hingga kepuasan wisatawan. Semua hal ini perlu dicapai tanpa mengorbankan dan merugikan sumber daya. Kepadatan yang berlebihan dan ketidakcocokan tipe wisatawan menjadi dua hal yang perlu diperhatikan dan ditangani. Kegembiraan wisatawan dapat

dipengaruhi oleh: perilaku wisatawan dan perilaku masyarakat setempat yang bisa diperoleh dari pengalaman atau nilai edukasi dan interpretasi yang diberikan oleh destinasi.

Rasa khawatir terhadap tindak kriminal, terorisme dapat mempengaruhi pada tren wisata, begitu juga halnya dengan konflik politik, krisis ekonomi dan politik dapat mengakibatkan penurunan secara signifikan terhadap permintaan perjalanan. Selain itu, tingkat kenyamanan wisatawan yang terbebas dari tindak kriminal pencurian, higienitas dan sanitasi, bebas wabah penyakit, kualitas air dan udara menjadi proporsi signifikan dalam menarik minat berkunjung.

Penyampaian informasi secara detail dan tidak berlebihan pada media dan calon wisatawan khususnya ke kawasan lindung dimulai dari transportasi, tingkat keamanan, pelayanan hingga akomodasi dan antisipasi keamanan terhadap situasi atau kondisi yang sedang atau telah terjadi, menjadi hal utama signifikan untuk mendapatkan kepercayaan wisatawan dan dapat meminimalisir ekspektasi yang tinggi yang muncul di benak wisatawan.

Jaminan keamanan dan keselamatan wisatawan merupakan tuntutan yang wajib dipenuhi oleh pemerintah, pengelola, masyarakat hingga wisatawan di destinasi wisata. Satu sama lain bekerjasama menjaga kondisi kondusif. Tindak lanjut negara dalam memberikan keamanan dan memperhatikan keselamatan pengunjung yang berkunjung ke destinasi wisata adalah dengan mengembangkan kebijakan nasional bida keselamatan pariwisata yang selaras dengan upaya pencegahan resiko.

Suharto (2016) dalam penelitiannya mengelompokkan resiko keberadaan wisatawan di destinasi wisata, antara lain:

1. Ekosistem manusia dan lembaga non pariwisata, seperti tindakan kejahatan pencurian, pencopetan, penjambretan, penganiayaan, penodongan.
2. Sektor pariwisata dan sektor usaha jasa, seperti minimnya standar keselamatan pada gedung, fasilitas umum, fasilitas wisata, sanitasi lingkungan terhadap bahaya kebakaran, binatang buas, kecelakaan darat atau air.
3. Risiko terhadap keberlangsungan flora dan fauna.

Dalam Undang-Undang Kepariwisata mewajibkan pihak pengusaha wisata untuk memperhatikan faktor keselamatan dan keamanan wisatawan. Oleh sebab itu, penting untuk melakukan estimasi resiko secara lebih terperinci. Pengukuran tingkat risiko dalam tiga level yaitu risiko tinggi, sedang dan rendah.

Risiko bencana adalah peluang kerusakan, penderitaan, kecelakaan, kematian, gangguan kegiatan masyarakat yang ditimbulkan pada suatu wilayah dalam jangka waktu tertentu, oleh sebab itu dibutuhkan tanggap darurat bencana yang dilaksanakan melalui serangkaian kegiatan pada saat kejadian bencana untuk penanganan dampak.

Pengurangan risiko dapat dilakukan dengan pendekatan yang tersistematis melalui tahapan identifikasi, pengkajian, dan pengurangan kerentanan. Pengurangan risiko perlu

melibatkan peran aktif masyarakat dalam pendekatan sistematis pengurangan risiko. Menurut ahli Robertson *et.al* (2006) dalam Suharto (2016) menyatakan bahwa pengukuran dan evaluasi derajat risiko suatu destinasi perlu untuk memperhatikan beberapa faktor, seperti:

1. Peluang risiko terhadap kegiatan pariwisata
2. Menemukan keberadaan dan pecegahan pelanggaran yang dapat merugikan
3. Perlindungan terhadap pengunjung, penduduk terhadap perdagangan obat-obatan terlarang.
4. Proteksi tempat-tempat kunjungan wisata dan fasilitas
5. Buku tata cara bagi operator tempat kunjungan
6. Manajemen kepada media
7. Manajemen krisis
8. Standar keselamatan dan praktek terhadap kebakaran, sanitasi, pencurian, persyaratan kesehatan
9. Peraturan dan sanksi di lokasi wisata
10. Perijinan bagi usaha akomodasi, restoran, transportasi dan pemanduan wisata
11. Mendokumentasi dan menginformasikan keamanan pengunjung
12. Penerapan kebijakan nasional akan kesehatan pengunjung, dan pelaporan masalah kesehatan
13. Asuransi pengunjung dan *travel assistance*
14. Penelitian statistik terhadap tingkat kejahatan untuk mengetahui derajat level risiko

Pengelola Destinasi

Masih ditemukannya karakteristik pengelola kawasan wisata dengan prinsip perekonomian yang lebih mempertimbangkan optimalisasi pendapatan dari pasar. Pengelola lainnya lebih mempertimbangkan tipe dan jenis wisatawan tertentu. Optimalisasi pendapatan ini biasanya diukur dari pengeluaran pengunjung per hari, yang melibatkan faktor-faktor seperti sifat musiman permintaan, lama tinggal, kebocoran ekonomi, dan penggunaan sumber daya yang berlebihan.

Optimalisasi pendapatan pasar yang diterapkan oleh kebanyakan pengelola sering digunakan dalam industri kepariwisataan seperti jasa penginapan, penerbangan, dan perjalanan yang dikenal dengan istilah Manajemen Hasil atau *Yield Management (YM)*. Penerapan *yield management* dapat dilihat dari bagaimana suatu kamar hotel dapat dijual dalam waktu tertentu, sama halnya seperti pada maskapai penerbangan dan atau jasa perjalanan, bagaimana slot kursi dapat terisi berdasarkan musim tertentu atau waktu tertentu.

YM lebih menekankan pada strategi harga suatu perusahaan menjual produk yang tepat kepada target pasar dan juga waktu yang tepat, serta saluran yang tepat, oleh sebab itu perusahaan yang menekankan pada strategi manajemen ini, lebih berfokus pada aspek permintaan. Semakin tinggi permintaan semakin tinggi pula harga yang ditawarkan. Hal ini

dikenal dengan istilah *peak season* yaitu pada saat permintaan liburan tinggi maka harga juga ikut naik.

Destinasi wisata yang menerapkan manajemen hasil ini umumnya memiliki sifat produk yang hanya bisa dinikmati pada momen tertentu dan tidak tahan lama. Oleh sebab itu, layanan kamar, transportasi, makanan, pertunjukkan cenderung menjadi minat bagi pelaku pengelola industri pariwisata.

Yield Management berkaitan dengan harga dan informasi yang menjadi hal penting. Informasi mengenai berapa harga yang diberikan, kapan berlakunya harga tersebut, dan apa saja yang tamu dapatkan dari harga yang harus konsumen keluarkan. Semua informasi ini perlu disampaikan secara jelas kepada konsumen. Contoh penerapan *YM* di hotel adalah kamar yang biasa dijual dengan paket harga reguler, pada masa pandemi diubah menjadi paket isolasi mandiri (*isoman*). Penawaran paket *isoman* ini mengikuti kondisi pada masa tertentu yang kebetulan pada masa pandemi, perekonomian sedang mengalami kesulitan oleh sebab itu harga yang ditawarkan bisa diturunkan namun dengan ketentuan khusus, misal minimal menginap selama 10 hari.

Oleh sebab itu, pengelola perlu untuk mengelola informasi-informasi yang disampaikan kepada calon wisatawan untuk mengelola jumlah dan kualitas pengunjung bisa membeli produk yang ditawarkan dan mengonsumsi produk tersebut dalam jangka panjang. Karena konsumen cenderung memperhatikan dan mempertimbangkan pada tarif yang ditawarkan, optimalisasi waktu pemesanan, apakah pemesanan tersebut memberikan jaminan dan berapa lama pencarian harga dan benefit untuk mencapai kesepakatan bersama.

Menurut Larsen (1988) dalam Donaghy, McMahon and McDowell (1995) mengatakan bahwa *YM* terbagi menjadi dua fungsi, yaitu *Overbooking* dan Manajemen Diskon. Dalam konteks industri perhotelan, Manajemen Hasil berkaitan dengan penetapan harga pasar tetap yang sensitif kapasitas kamar relatif terhadap karakteristik pasar tertentu.

Seperti kita ketahui bahwa hotel selalu memiliki berbagai macam kategori harga kamar. *Room rate* yang sering dikenal merupakan satuan harga sewa sebuah kamar untuk satu malam yang ditentukan dari tipe kamar, seperti kamar *suite*, kamar ganda, kamar tunggal (Sambodo dan Bagyono, 2006) dalam Simanihuruk, Maidar (2018). Adapun tujuan penetapan harga kamar, adalah

1. Mendapatkan keuntungan
2. Kembalinya modal yang ditanamkan sesuai dengan target waktu yang ditetapkan
3. Mempersempit segmen pasar persaingan
4. Mempertahankan *market share*
5. Meningkatkan penjualan *product line*

Lebih lanjut lagi mengapa dibutuhkannya Manajemen Pengunjung dari sudut pandang pengelola khususnya pelaku bisnis hotel adalah pelaku bisnis perlu menentukan kategori

perbedaan tarif kamar umum dan kamar khusus. Berikut penjelasan detail perbedaan tarif kamar:

Tabel 3.2 Perbedaan Tarif Kamar

Kamar Umum	Kamar Khusus
<p>a. <i>Room tariff</i> adalah penetapan harga tidak ditentukan oleh jumlah penyewa kamar</p>	<p>a. <i>Seasonal rates</i> adalah penetapan tarif kamar tergantung pada situasi, kondisi yang terjadi lapangan</p>
<p>b. <i>Person tariff</i> harga kamar ditetapkan tergantung dari jumlah penghuni yang akan menempati kamar</p>	<p>b. <i>Week-end rates</i> adalah harga kamar akhir pekan. biasanya berlaku pada hotel-hotel di kota besar, yang biasanya mulai berlaku pada jumat malam hingga minggu malam.</p>
<p>c. <i>Published tariff</i> adalah harga jual kamar yang dipublikasi kepada masyarakat umum</p>	<p>c. <i>Family plan rates</i> adalah harga kamar untuk satu keluarga, tanpa memperhitungkan adanya biaya extra bed.</p>
<p>d. <i>Confidential tariff</i> harga kamar yang berlaku dan diketahui oleh orang-orang tertentu sesuai dengan perjanjian yang telah dibuat</p>	<p>d. <i>Group rates</i> Harga kamar untuk rombongan yang memakai kamar minimal 8 kamar dan menginap bersama dalam satu kelompok</p>
	<p>e. <i>Commerical rates</i> harga kamar berlaku untuk reguler tamu/tamu langganan yang biasa menginap di hotel tersebut, umumnya karena urusan bisnis.</p>
	<p>f. <i>Airline rates</i> Harga untuk perusahaan penerbangan, seperti: Harga untuk <i>crew (pilot, co-pilot, flight engineering, cabin crew</i> dan harga untuk penumpang</p>
	<p>g. <i>Travel agencies rates</i> harga kamar berdasarkan perjanjian khusus antar pihak <i>travel agent</i> dengan pihak hotel.</p>

	<p><i>h. Day rates</i> Biaya kamar berlaku setengah harga dari <i>published rate</i>, dikarenakan pemakaian kamar hanya untuk satu hari (kurang lebih 12 jam). Kondisi seperti ini tamu biasanya tidak menginap, <i>check out time</i> maksimal jam 18.00.</p>
	<p><i>i. Over flow rates</i> Biaya transfer kamar dari hotel lain dikarenakan hotel tersebut sedang <i>full capacity</i></p>
	<p><i>j. Flat rate</i> harga kamar untuk rombongan tanpa mempedulikan <i>published rate</i></p>

Setelah mengetahui jenis-jenis tarif dan harga kamar yang berlaku di hotel, berikutnya bagaimana rumus penetapan harga kamar? Pengaturan harga perlu mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya, inflasi dan kompetisi. Ada dua rumus pendekatan penetapan harga kamar, yaitu:

1. *The Rule of Thumb*

yaitu cara perhitungan harga rata-rata kamar berdasarkan biaya modal pembangunan hotel. Satu kamar berbanding biaya pembangunan satu kamar.

Harga kamar rata-rata = $\frac{\text{Biaya investasi kamar}}{1000}$

Contoh: Biaya pembangunan hotel Unas dengan memiliki jumlah kamar sebanyak 175 kamar adalah sejumlah Rp 80,500,000,000,-. Perhitungannya: biaya rata-rata satu kamar adalah $80,500,000,000 : 175 = 460,000,000$, jadi dasar penentuan harga rata-rata kamar adalah 1 (satu) rupiah atas 1000 rupiah maka $Rp\ 460,000,000,000 : 1000 = Rp\ 460,000$.

Namun rumus ini memiliki kelemahan yaitu kurangnya pertimbangan akan kontribusi fasilitas dan pelayanan yang bisa mendatangkan keuntungan bagi hotel dan kemampuan menghindari isu inflasi yang mungkin terjadi.

2. *The Hubbart Formula*

Rumus *hubbart formula* memperhitungkan keuntungan, penambahan pemasukan dari pajak, pengeluaran tetap, pengeluaran operasional kemudian mengestimasi jumlah kamar yang terjual dalam satu tahun.

Tahapan perhitungan harga kamar berdasarkan *Hubbart formula*:

- a. Estimasi keuntungan = harga kamar x *return of investment* (ROI)
- b. *Pre-tax profit* = keuntungan yang diperoleh : *tax*. (penentuan besaran *tax* sesuai kebijaksanaan hotel)
- c. Menghitung *fixed charges* dan *management fee* dengan perkiraan terhadap penyusutan, pengeluaran suku bunga, biaya pajak, asuransi, pelunasan hutang, penyewaan
- d. Pengeluaran operasional tak terduga = memperkirakan operasional terhadap administrasi, data komputerisasi, sumber daya manusia, transportasi, pemasaran, *POMECE*, *energy cost*.
- e. Proyeksi pemasukan departemen di luar dari hasil penjualan atau kerugian
- f. Mengkalkulasi *income* penjualan kamar dengan menambahkan profit sebelum pajak, biaya gabungan dan biaya manajemen, biaya operasional yang tidak dikeluarkan, dan kerugian kemudian mengurangi pemasukan dari penjualan kamar
- g. Penghasilan = harga penjualan kamar + *income* penjualan kamar, biaya gaji *housekeeping*, biaya-biaya yang berhubungan dengan operasional kamar.
- h. Harga kamar rata-rata = pendapatan kamar : ketersediaan jumlah kamar yang terjual

Dalam manajemen bisnis hotel, pengelola perlu untuk mempertimbangkan tingkat hunian kamar atau yang sering dikenal dengan istilah *room occupancy*. *Room occupancy* merupakan tolok ukur keberhasilan penjualan kamar sebagai sumber pendapatan utama hotel, yang dihitung dari persentase hunian kamar, harga rata-rata harian, rasio hunian ganda, harga rata-rata per tamu. Pengukuran harus disertai dengan data, antara lain:

1. Ketersediaan jumlah kamar yang bisa dijual
2. Jumlah kamar yang terjual
3. Jumlah kamar yang dihuni tamu
4. jumlah tamu
5. Hasil bersih penjualan kamar

Penduduk Setempat

Pembangunan suatu sektor termasuk pariwisata dilakukan untuk kesejahteraan penduduk dan pemangku kepentingan suatu daerah. pembangunan pariwisata harus dalam konteks dan kesepakatan dengan penduduk dan pemangku kepentingan, tidak terkendalinya pengunjung dapat menyebabkan muncul ketidaknyamanan penduduk setempat karena harus berbagi ruang dan sarana dan prasarana dengan pendatang. Destinasi yang berbasis pada budaya

ketika objek utama adalah penduduk setempat dapat menyebabkan gangguan bagi mereka yang tinggal di kawasan wisata.

Alasan dibutuhkannya Manajemen Pengunjung dari sudut pandang pemangku kepentingan dan penduduk lokal dapat dilihat pada karakteristik pembangunan pariwisata berskala kecil dan skala besar, seperti pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3 Karakteristik Pembangunan Pariwisata Skala Kecil dan Besar

Skala Kecil	Skala Besar
Secara fisik menyatu dengan tatanan kehidupan masyarakat lokal	secara fisik terpidah dari masyarakat lokal
Perkembangan pariwisata bersifat spontan atas inisiatif masyarakat lokal	Perencanaan dan pengembangan kawasan tersusun dan secara ceramat dan profesional
Adanya partisipatif aktif masyarakat lokal	Main aktor adalah para investor
Intensitas interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal lebih tinggi	Interaksi antara wisatawan dengan masyarakat terbatas

Apabila kita melihat atau meninjau dari Tabel 3.3 di atas maka penduduk akan lebih mendapatkan keuntungan dari pariwisata berskala kecil, partisipasi dan peran masyarakat lebih besar dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata. Penduduk lokal mendapatkan kesempatan yang sama untuk memperoleh keuntungan finansial, mampu menciptakan kesempatan pekerjaan, kesempatan berusaha dan mengasah keterampilan serta pengetahuan.

Peran partisipatif penduduk lokal dalam Manajemen Pengunjung dapat dibedakan ke enam jenis:

1. Partisipasi pasif

Komunitas berpartisipasi berdasarkan arahan atau perintah

2. Partisipasi berdasarkan konsultasi (sesi tanya jawab saja)

Komunitas berpartisipasi ketika ada kesempatan berdialog atau adanya sesi tanya jawab

3. Pembelian partisipasi

Adanya transaksi yang terjadi, misalkan untuk mendapatkan makanan, uang tunai atau insentif material lainnya

4. Partisipasi fungsional

Masyarakat berpartisipasi dengan manajemen dari pihak luar untuk mencapai kepentingan organisasi mereka

5. Partisipasi interaktif

Penduduk berpartisipasi untuk kepentingan pengembangan, memperkuat kepentingan, hak dan pengetahuan masyarakat

6. Penduduk lokal berinisiatif berpartisipasi secara mandiri untuk mengubah sistem.

Integrasi peran masyarakat dalam manajemen pengunjung memberikan ruang dan kesempatan kepada penduduk untuk aktif turut serta dalam perencanaan, pemantauan, evaluasi dan pengambilan keputusan dan pembagian manfaat pariwisata serta mengetahui, dan dapat mengidentifikasi dampak pariwisata kemudian merumuskan strategi dan mengoptimalkan dampak positif.

Peran aktif penduduk dalam Manajemen Pengunjung juga dapat mengurangi risiko bencana. Penduduk di kawasan yang memiliki keterampilan, pengetahuan akan tangguh bencana berupa kemampuan mandiri untuk beradaptasi dan menghadapi ancaman serta mampu memulihkan diri dengan segera dari kerugian yang terjadi. Desa/kawasan yang mampu mengenali ancaman dan mengorganisasir sumber daya alam dan masyarakat untuk mengurangi kerentanan dan meningkatkan kapasitas demi mengurangi risiko.

Masyarakat perlu terlibat aktif dalam mengkaji, menganalisis memantau, mengevaluasi dan mengurangi kemungkinan-kemungkinan risiko yang bisa terjadi. Guna mendukung dan melindungi penduduk lokal, Undang-Undang No 24 tahun 2007, Pedoman Pembentukan Badan Penganggulangan Bencana Daerah menetapkan Pemerintah Daerah bertanggung jawab untuk melindungi masyarakat dari ancaman dan dampak bencana, melalui:

1. Pemberian informasi dan pengetahuan tentang ancaman dan risiko bencana
2. Pendidikan, pelatihan dan peningkatan keterampilan
3. Perlindungan sosial dan pemberian rasa aman
4. Pencegahan, mitigasi, kesiapsiagaan, penanganan darurat, rehabilitas, dan rekonstruksi

Kegiatan dalam mengembangkan komunitas desa/ destinasi yang tangguh ketika bencana terjadi sehingga dapat melindungi tidak hanya penduduk, aset wisata, tapi juga pengunjung yang datang ke kawasan wisata. Oleh sebab itu, penduduk perlu untuk mengkaji risiko kawasan, menilai ancaman, menilai kerentanan, menilai kapasitas, menganalisis risiko bencana.

Kegiatan pengkajian risiko kawasan, dilakukan pertama, dengan menilai ancaman, kerentanan dan kapasitas. Beberapa perangkat yang bisa digunakan seperti *HVCA (Hazard, Vulnerability and Capacity Assessment)*.

Kegiatan menilai ancaman merupakan kegiatan untuk mengkaji bentuk-bentuk dan karakteristik teknis dari ancaman-ancaman yang terdapat di kawasan, sehingga dapat

menghasilkan informasi yang berkaitan dengan jenis ancaman, lokasi, intensitas, frekuensi, durasi, probabilitas kejadian ancaman dan gejala-gejala khusus sebelum ancaman datang.

Kegiatan ancaman adalah upaya kegiatan untuk mengkaji bentuk-bentuk dan karakteristik teknis dari kemungkinan ancaman.

Kegiatan menilai kerentanan adalah aktivitas yang dilaksanakan untuk mengevaluasi kondisi-kondisi yang dapat mengurangi kemampuan penduduk untuk mencegah, mengurangi dampak dan mempersiapkan diri menghadapi ancaman risiko baik ekonomi, sosial, lingkungan.

Berdasarkan keempat perspektif berdasarkan konservasi, pengunjung, pengelola, penduduk, tantangan dalam pengembangan pariwisata dan manajemen pengunjung di atas, tantangan menjadi suatu hal yang pasti dihadapi dalam pengembangan pariwisata dan manajemen pengunjung. Tantangan-tantangan seperti destinasi yang lebih berfokus pada jumlah pengunjung daripada kualitas dan pengalaman berwisata, jumlah 'pemain' yang banyak di sektor ini dapat menumbuhkan efek-efek kebingungan, korupsi dan kebijakan yang berbeda dan saling bertentangan dan dapat mempengaruhi pada minat berkunjung dan pengembangan. Tipe dan kombinasi pengunjung dapat menjadi tantangan jika terdapat ketidakcocokan. Keselamatan pengunjung dapat mengalami kesulitan apabila tidak mengenali kondisi sekitar, dan tidak menyukai berada dalam peraturan, dan pengawasan yang ketat.

3.2 Manfaat Manajemen Pengunjung

Dalam manajemen pastinya ada manfaat yang ingin dicapai dengan tujuan positif pada semua lapisan baik terhadap sumber daya, pengunjung, pengelola, masyarakat. Beberapa kegunaan yang bisa dirasakan dari Manajemen Pengunjung, antara lain:

1) Manfaat untuk sumber daya

Sumber daya dengan dilakukannya manajemen pengunjung dapat memberikan perlindungan yang lebih baik dan terjamin untuk lingkungan hidup ekosistem tertentu. Ekosistem penting bagi makhluk hidup karena merupakan suatu tatanan interaksi antara sumberdaya hayati (biotik) dengan unsur non hayati (abiotik/materi dan energi) yang memiliki fungsi ekologis dan fungsi ekonomi bagi kelangsungan hidup manusia dan kehidupan manusia serta makhluk hidup lainnya tergantung pada kelestarian tatanan fungsi ekosistem.

Pengubahan tatanan ekosistem tanpa memperhatikan dan mempertimbangkan fungsi ekologis, berakibat masalah lingkungan hidup. Oleh sebab itu, penanggulangan masalah lingkungan hidup, perlu pemahaman akan sistem ekologis dan lingkungan hidup terlebih dahulu.

Masalah-masalah lingkungan hidup, seperti:

- a) Kerusakan hutan dan ekosistem
- b) Tanah longsor, erosi, abrasi, intrusi, banjir
- c) Pencemaran udara, air oleh limbah
- d) Penggunaan bahan peledak dan beracun dalam pengakapan ikan
- e) Masalah Kesehatan masyarakat
- f) *Global warming*

Solusi lain adalah dapat dilakukannya perencanaan dan manajemen sumber daya alam dan lingkungan secara terpadu melalui lintas sektoral meliputi pemanfaatan, penataan; pemeliharaan dan pemulihan; pengendalian dan pengawasan; pengembangan. *Problem solving* lainnya dapat melalui pendidikan konservasi sumber daya alam dengan mempertimbangkan kearifan lokal. Tindakan lain sebagai solusi adalah perubahan sikap dan tindakan nyata, misalnya memakai baju berbahan tipis ketika cuaca panas daripada menyalakan pendingin ruangan, memakai baju hangat ketika udara dingin, berjalan kaki daripada menggunakan kendaraan, mematikan komputer atau televisi ketika tidak digunakan, menjaga ruangan tetap sejuk dengan menutup tirai, mematikan lampu ketika meninggalkan ruangan, menanam pohon, daur ulang.

Manfaat untuk sumber daya dari pelaksanaan manajemen pengunjung lainnya adalah bagian dari pengeluaran pengunjung dapat dialokasi untuk investasi kembali bagi penelitian dan program konservasi. Guna meningkatkan pemahaman masyarakat lokal mengenai isu lingkungan, serta meningkatkan apresiasi masyarakat lokal dan pengunjung terhadap nilai sumber daya.

2) Manfaat untuk pengunjung

Tujuan dari manajemen pengunjung di destinasi dan atau atraksi wisata tentunya tidak hanya dilihat dari manfaat untuk sumber daya namun juga berguna untuk pengunjung. Penerapan konsep manajemen pengunjung dapat meningkatkan kepercayaan dan jaminan keselamatan.

Faktor keamanan dan keselamatan pribadi menjadi jaminan dalam mempengaruhi permintaan pariwisata ke destinasi dan dapat berdampak pada menurunnya pendapatan. Destinasi yang bebas dari isu-isu terorisme, keamanan politik, isu penanganan akan kebersihan dan kesehatan serta lingkungan destinasi akan menarik minat kunjungan untuk berwisata. Faktor-faktor ini akan sangat terlihat dari respon tingkat permintaan wisatawan akan keberhasilan suatu negara atau destinasi yang berhasil menangani dan mampu menyediakan tingkat keamanan dan keselamatan wisatawan terhitung sejak awal mengkonsumsi produk pariwisata hingga wisatawan pulang ke tempat asalnya. Terkait faktor keamanan akan *big data* konsumen yang diberikan pada saat pembelian produk juga menjadi hal utama di era *digital* saat ini. Bagaimana suatu negara atau perusahaan lokal dapat menjamin kerahasiaan data akan mempengaruhi pada tingkat minat kunjung ulang ke destinasi wisata.

Pengunjung akan merasa aman dan nyaman ketika menerima kepastian dari pengelola bahwa produk yang ditawarkan dan destinasi yang dikunjungi aman dari kemungkinan risiko yang bisa terjadi. Selain itu, dengan penerapan Manajemen Pengunjung, tamu yang berkunjung dapat menikmati secara penuh produk wisata yang dibelinya. Tamu dapat merasakan dan menikmati alam, daya tarik wisata dan pelayanan secara penuh dan memuaskan dari tawaran diberikan oleh pengelola.

Pada sisi lain, manfaat Manajemen Pengunjung untuk wisatawan atau tamu adalah munculnya rasa kepedulian sosial dan lingkungan melalui pengalaman selama berwisata. Rasa kepedulian ini dapat meningkatkan kesadaran akan pentingnya penanggulangan wisata masal yang membawa dampak buruk pada lingkungan.

Tempat wisata yang mampu mengelola dan menerapkan keberlanjutan ekosistem serta manajemen pengunjung yang baik dan tepat sasaran mempunyai reputasi baik bagi penggemar *travelling* dan atau seorang *ecotourist*. Mereka dapat menikmati dengan berinteraksi dengan masyarakat dan budaya lokal. Diharapkan melalui interaksi ini, dapat mendorong masyarakat lokal agar mempertahankan budaya mereka melalui penyelenggaraan festival, acara tradisi adat kepada wisatawan sehingga dapat menguntungkan kedua belah pihak. Dari sisi masyarakat lokal, kebudayaan dan identitas diri kearifan lokal dapat dilindungi dan dipertahankan. Sementara itu, dari sisi wisatawan, diharapkan dapat mengubah pola konsumtif dan muncul pemikiran serta perilaku untuk konservasi.

Manfaat lain dari diterapkannya Manajemen Pengunjung yang efektif adalah dapat memberikan kegembiraan dan kepuasan pengunjung yang lebih besar. Program Manajemen Pengunjung yang berfokus pada keseluruhan pengalaman pengunjung di destinasi sangat dibutuhkan. Oleh sebab itu berbagai lembaga pengelola destinasi memegang peranan penting dalam pelaksanaan dan pengembangan program ini. Begitu juga dengan koordinasi berbagai pihak di destinasi sangat diperlukan untuk meningkatkan kegembiraan dan kepuasan pengunjung.

Upaya meningkatkan kepuasan, interpretasi menjadi sangat penting di daya tarik wisata alam dan budaya karena agar pengunjung dapat mengapresiasi dan mendapatkan pengetahuan dan dapat mengirimkan pesan penting mengenai konservasi lingkungan serta harmoni dan toleransi antar budaya.

Terciptanya hubungan yang lebih harmonis antara wisatawan, masyarakat lokal dan lingkungan terlihat dari banyaknya peminat yang mencari interaksi yang bermakna dengan masyarakat di destinasi. Keseimbangan dapat menciptakan harmonisasi melalui penyampaian edukasi dan berbagi informasi yang bermanfaat bagi masyarakat lokal begitu juga dengan pengunjung dapat merasakan dan membawa pulang pengalaman. Kedua belah pihak dapat saling belajar satu sama lain.

3) Manfaat untuk pengelola

Pertumbuhan akses internet menciptakan suatu pertumbuhan populasi data, *big data* yang sekarang kita sering mendengar menjadi semakin populer sebagai *data base* yang bermanfaat bagi sebagian kelompok orang sebagai informasi yang dapat digunakan untuk kepentingan banyak hal, misalnya untuk memprediksi jenis pasar dan keinginan konsumen untuk masa depan. Menurut penelitian Utomo (2019) mengatakan bahwa istilah *big data* pertama kali digunakan oleh perusahaan Google dengan jumlah pencarian sebanyak 6,570 juta kata. *Big data* mengidentifikasi volume besaran data terstruktur dan data tidak terstruktur yang dihasilkan oleh kemajuan teknologi. Sementara itu fungsi *big data* di sektor pariwisata menjadi entitas dalam kajian dan riset untuk mengetahui perilaku pengguna, tawaran instrumen yang efisien untuk agen pariwisata dalam pengembangan bisnis dan pendistribusian penawaran. Melalui *big data* dapat menemukan peluang nilai melalui proses analisis, pengenalan pola, pembuatan asumsi, dan perkiraan perilaku sehingga dapat membantu perusahaan membuat keputusan bisnis yang tepat.

Pengaruh positif dari penerapana Manajemen Pengunjung adalah optimalisasi keuntungan bagi destinasi, ditambah dengan kemudahan akses teknologi informasi dan komunikasi, pengelola dapat menentukan tipe pengunjung, mengetahui pasar dan perilaku pasar. Pengelola dapat menggunakan bermacam alternatif teknik dalam mengoptimalkan hasil riset dan memprediksi hasil ekonomi yang bisa diperoleh.

Peran operator wisata dalam menentukan pasar di negara berkembang tidak dapat diabaikan karena dapat menghambat kesempatan destinasi memaksimalkan hasil ekonomi.

Penerapan Manajemen Pengunjung di destinasi dapat membantu pengelola di destinasi dalam pembuatan pedoman untuk keberhasilan perencanaan dan pengembangan pariwisata, antara lain:

1. Pengelola memiliki peluang menentukan pilihan target segmentasi pengunjung sehingga bisa secara maksimal merencanakan, mengelola, mengembangkan, memasarkan dan *branding* potensi-potensi wisata yang dimiliki.
2. Target segmentasi pasar yang dipilih kiranya merupakan tipe pengunjung yang berasal dari kalangan menengah ke atas, yang mampu mengeluarkan lebih banyak uang dan waktu di destinasi.
3. Target segmen pasar yang dipilih juga merupakan kalangan yang lebih sadar terhadap lingkungan dan perlindungan sumber daya
4. Meskipun pengelola destinasi jarang dapat mengontrol total segmen pengunjung yang berkunjung, namun beragam teknik dapat dioptimalisasikan hasil (*yield management*) didukung dengan penelitian-penelitian pasar yang memaksimalkan hasil ekonomi.

5. Dalam hal ini peran operator wisata juga berperan penting dalam menentukan pasar destinasi sehingga dapat melihat peluang dan memanfaatkan kesempatan untuk mengoptimalkan pendapatan ekonomi.
6. Citra destinasi dan *positioning* yang baik di mata pengunjung akan semakin menarik pengunjung potensial, operator wisata hingga para *influencer* untuk datang berkunjung, menikmati pengalaman wisata di destinasi.

4) Manfaat untuk masyarakat

Manfaat dari diterapkannya Manajemen Pengunjung dapat memberikan tidak hanya bagi sumber daya, pengelola juga bisa membawa pengaruh positif bagi masyarakat. Apabila direncanakan dan dilaksanakan dengan baik, peluang koordinasi melibatkan masyarakat lokal dan para pemangku kepentingan akan membentuk kekuatan, Pengenalan yang luas akan lingkungan tempat tinggal di lokasi daya tarik wisata berada akan memberikan pengaruh positif dan kekuatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol kunjungan dan pembangunan pariwisata ke tingkat yang dapat diterima.

Jumlah kunjungan yang terkendali dengan baik memberikan sekaligus meningkatkan tingkat kenyamanan hidup. Terlihat dari meningkatnya perekonomian setempat sesuai dengan daya dukung destinasi yang berdampak pada kemampuan Pemerintah Daerah untuk menyediakan infrastruktur dan jasa sehingga masyarakat pun bisa menikmati pengembangan infrastruktur dari pembangunan pariwisata.

Manfaat lain yang bisa dirasakan oleh masyarakat lokal adalah adanya peningkatan pengetahuan. Jumlah kunjungan yang bisa dikelola dan dikontrol dapat mempertahankan sikap positif penduduk terhadap pengunjung sehingga bisa mempertahankan kesempatan untuk berinteraksi bagi pengunjung dengan penduduk lokal.

Ketika terjadi pertemuan yang positif dengan latar belakang budaya yang berbeda dapat memperluas wawasan satu sama lain. Apresiasi pengunjung terhadap tempat tinggal dan budaya juga meningkat sehingga dapat mendorong kesadaran dan kebanggaan penduduk lokal terhadap nilai tempat tinggal mereka, oleh karena itu penduduk lokal bisa belajar lebih jauh mengenai identitas dirinya dan melestarikannya.

Peningkatan akan kebutuhan terhadap kepedulian sosial dan lingkungan untuk penanggulangan wisata yang mengganggu lingkungan cenderung bertambah dilihat dari adanya sikap inisiatif masyarakat lokal dalam melestarikan, melindungi dan memulihkan warisan alam dan budaya lokal. Munculnya istilah "*Green tourism*" sebagai respon kepedulian baik dari wisatawan, masyarakat, pengelola yang prihatin terhadap lingkungan.

Selain itu manfaat dari penerapan Manajemen Pengunjung yang dapat dirasakan oleh masyarakat adalah rasa puas dari wisatawan yang pernah berkunjung yang terkadang memberikan sumbangan ke kawasan destinasi. Sumbangan ini biasanya ditujukan untuk pengembangan fasilitas fisik, program wisata khusus.

3.3 Pendekatan Manajemen Pengunjung

Pendekatan manajemen pengunjung berkaitan erat dengan kepentingan perlindungan sumber daya yang menyangkut empat aspek, antara lain:

1. Destinasi pariwisata dan kawasan lindung
2. Manajemen pengunjung di kawasan lindung
3. Peran survei dampak pengunjung dalam manajemen pengunjung
4. Kinerja manajemen pengunjung

Mengapa perlindungan sumber daya begitu penting di destinasi wisata? Dapat ditelusuri lebih lanjut.

Destinasi pariwisata terdiri dari beragam komponen, dan salah satu komponen penting adalah daya tarik pariwisata. Kawasan lindung dengan sumber daya alam dan budaya bernilai tinggi yang dilindungi seringkali menjadi daya tarik penting bagi sebuah destinasi. Kawasan lindung cenderung memiliki wilayah yang luas dan kelengkapan komponen destinasi sehingga menjadi sebuah destinasi wisata tersendiri.

Kawasan lindung yang menjadi daya tarik wisata perlu dilakukan tindakan manajemen pengunjung dengan tujuan untuk melindungi dan mengkonservasi sumber daya yang bernilai tinggi dan sensitif. Berdasarkan peraturan manajemen kawasan lindung Keputusan Republik Indonesia nomor 32 tahun 1990 menyatakan bahwa kawasan lindung merupakan kawasan yang memiliki fungsi utama melindungi kelestarian lingkungan hidup alam, buatan, dan nilai sejahtera serta budaya bangsa guna kepentingan pembangunan berkelanjutan.

Klasifikasi jenis kawasan lindung terdiri:

1. Kawasan perlindungan kawasan bawahannya

Kriteria jenis kawasan perlindungan kawasan bawahannya adalah

- 1) Kawasan hutan lindung adalah wilayah hutan yang bersifat khas mampu memberikan perlindungan kepada kawasan sekitar hingga bawahannya sebagai pengatur tata air, pencegah banjir dan erosi dan memelihara kesuburan tanah.
- 2) Kawasan bergambut adalah kawasan yang unsur pembentuk tanahnya berupa sisa-sisa bahan organik yang telah tertimbun dalam jangka waktu lama.
- 3) Kawasan resapan air adalah daerah yang memiliki kemampuan tinggi untuk meresapkan air hujan sehingga menjadi tempat pengisian air bumi (akuifer) sebagai sumber air.

2. Kawasan perlindungan setempat

Kriteria kawasan perlindungan setempat, antara lain:

1) Sempadan pantai

adalah wilayah sepanjang pantai yang berguna untuk mempertahankan kelestarian fungsi pantai.

2) Sempadan sungai

adalah kawasan sepanjang kiri kanan sungai, termasuk sungai buatan/kanal/saluran irigasi primer yang bermanfaat untuk mempertahankan kelestarian fungsi sungai.

3) Kawasan sekitar danau/waduk

adalah area disekitar danau/waduk yang berfungsi untuk mempertahankan kelestarian fungsi sungai.

4) Kawasan sekitar mata air

adalah kawasan disekeliling mata air yang bermanfaat untuk mempertahankan fungsi mata air

3. Kawasan suaka alam dan cagar budaya

Ragam kawasan suaka alam dan cagar budaya terdiri dari:

1) Kawasan suaka alam,

terdiri dari cagar alam, suaka margasatwa, hutan wisata, daerah perlindungan plasma nutfah, daerah pengungsian satwa.

2) Kawasan suaka alam laut dan perairan lainnya

Diperuntukkan untuk melindungi keanekaragaman biota, tipe ekosistem, gejala dan keunikan alam untuk kepentingan plasma nutfah, keperluan pariwisata dan ilmu pengetahuan. Kawasan ini berupa perairan laut, darat, wilayah pesisir, muara sungai, gugusan karang dan atol yang bercirikan keragaman dan keunikan ekosistem.

3) Kawasan pantai berhutan bakau

Digunakan untuk melindungi dan melestarikan hutan bakau dan tempat pengembangbiakan berbagai biota laut, sebagai pelindung laut dan pengikisan air laut serta pelindung usaha budidaya.

4) Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Taman Wisata Alam

Dilakukan untuk pengembangan pendidikan, rekreasi dan pariwisata serta peningkatan kualitas lingkungan sekitarnya dan perlindungan dari pencemaran.

5) Kawasan Cagar Budaya dan Ilmu Pengetahuan

adalah tempat dan ruang di sekitar bangunan bernilai budaya tinggi, situs purbakala, kawasan geologi yang memiliki manfaat untuk pengembangan iptek. Berfungsi untuk melindungi peninggalan sejarah, bangunan arkeologi dan monuman nasional, varietas bentuk geologi.

4. Kawasan rawan bencana alam

adalah wilayah yang memiliki identifikasi dan berpotensi tinggi dan sering terjadi bencana alam misalnya letupan gunung berapi, gempa bumi, tanah longsor.

Definisi lain disampaikan oleh The IUCN bahwa:

“A Protected areas are geographical space, recognised, dedicated and managed, through legal or other effective means, to achieve the long-term conservation of nature with associated ecosystem services and cultural values.”

Organisasi lain yang juga peduli terhadap keberlanjutan kawasan lindung adalah UNESCO. Pada tahun 1972, UNESCO dan berbagai badan internasional lain bersatu menyusun *World Heritage Convention* yang bertujuan untuk menjalin kerjasama internasional dalam melindungi wilayah warisan budaya dan alam yang memiliki nilai universal tinggi yang berkelanjutan.

Berdasarkan situs resmi *World Heritage Convention Unesco* diketahui bahwa terdapat tiga kategori, antara lain: *cultural site*, *natural site* dan *mixed site* yang tersebar dari berbagai lokasi wilayah. Berikut tampilan gambar yang menjelaskan data tentang jumlah situs cagar alam, budaya dan campuran dari daerah Amerika Latin dan Karibia (LAC), Afrika (AFR), , Asia Pasifik (APA), Eropa dan Amerika Utara (EUR) .



Regions	Cultural	Natural	Mixed	Total	%	States Parties with inscribed properties
Latin America and the Caribbean	100	38	8	146 *	12.65%	28
Europe and North America	468	66	11	545 *	47.23%	50
Asia and the Pacific	195	70	12	277 *	24.00%	36
Arab States	80	5	3	88	7.63%	18
Africa	54	39	5	98	8.49%	35
Total	897	218	39	1154	100%	167

Gambar 3.1 Jumlah Situs Cagar Alam, Budaya dan Campuran dari Berbagai Negara

Sumber: <https://whc.unesco.org/en/list/stat>

Terdapat 10 kriteria situs-situs yang bisa masuk dalam daftar *World Heritage Convention* (WHC). Kriteria-kriteria penilaian ini menjadi tools atau alat kerja utama dalam menentukan warisan dunia. Panduan kriteria penilaian tersebut, antara lain:

- I. Mewakili hasil cipta kreativitas manusia
- II. Menunjukkan adanya pertukaran nilai-nilai kemanusiaan, selama periode waktu atau dalam wilayah budaya dunia, pada perkembangan arsitektur atau teknologi, seni monumental, perencanaan kota atau desain lanskap
- III. Memberikan testimoni yang unik atau luar biasa untuk tradisi budaya atau peradaban yang hidup atau telah menghilang
- IV. Menjadi contoh yang luar biasa dari jenis bangunan, arsitektur atau teknologi ansambel atau lanskap yang menggambarkan tahapan penting sejarah kehidupan manusia.
- V. Menjadi contoh luar biasa dari pemukiman manusia tradisional, penggunaan lahan, atau penggunaan laut yang mewakili budaya, atau interaksi manusia dengan lingkungan terutama ketika telah menjadi rentan akibat dampak perubahan lingkungan

- VI. Berkaitan secara langsung atau nyata dengan peristiwa atau tradisi yang hidup, dengan gagasan atau dengan kepercayaan, dengan karya seni dan sastra yang memiliki signifikansi universal yang luar biasa (Komite memutuskan pada kriteria ini digunakan bersama dengan kriteria lain)
- VII. Mengandung fenomena alam superlatif yang luar biasa dan kepentingan estetika; sebagai panutan yang mengidentifikasi jenjang sejarah bumi, catatan kehidupan, proses geologis dalam pembentukan permukaan bumi
- VIII. Sebagai panutan yang mewakili proses ekologi dan biologi yang masih berproses dalam evolusi pembentukan bumi, air tawar, ekosistem bahari, komunitas flora dan fauna
- IX. Mengandung habitat alam untuk pelestarian in-situ, habitat spesies terancam punah

Indonesia memiliki lima situs cagar budaya dan empat cagar alam yang terdaftar dalam WHC UNESCO, antara lain:

Situs cagar budaya, yaitu:

1) Candi Borobudur

Berlokasi di wilayah kabupaten Magelang, provinsi Jawa Tengah terdaftar sebagai warisan dunia oleh UNESCO bersama dengan Candi Mendut dan Pawon dengan nama resmi *Borobudur Temple Compounds* dinilai memenuhi kriteria penilaian point I, II, VI yang tertera di atas.

2) Sistem Subak

adalah sistem irigasi yang dilakukan oleh masyarakat di Bali secara hukum adat dengan mempertahankan aspek sosial, pertanian, dan keagamaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan air sehingga bisa memproduksi tanaman pangan. Keunikan ini terlihat dari ritual keagamaan sesuai tahapan pertumbuhan padi, diawali dengan pengolahan tanah hingga hasil panen. Ritual ini merupakan cerminan dari Tri Hita Karana (THK).

3) Warisan tambang batubara Ombilin Sawahlunto

Merupakan industri tambang batubara Ombilin Sawahlunto yang terintegrasi dengan teknik pertambangan batu bara bangsa Eropa dan kearifan lingkungan lokal, praktik tradisional yang berada di Sumatera Barat.

4) Kawasan Candi Prambanan

Adalah kompleks Hindu terletak di Kecamatan Prambanan, Sleman dan Kecamatan Prambanan, Klaten. Candi yang dibangun sebagai persembahan untuk tiga dewa Hindu, yaitu Brahma, Wishnu, dan Siwa. Arsitektur Hindu bangunan berbentuk tinggi dan ramping ini bersemayam Arca Siwa.

5) Situs Manusia Purba Sangiran

Terletak di Kabupaten Sragen dan Kabupaten Karanganyar, dengan luas kawasan situs 59.21 kilometer persegi. Situs ini terbagi menjadi lima klaster, yaitu klaster Krikilan berfungsi sebagai pusat informasi tentang situs Sangiran. Kemudian klaster Dayu, klaster Bukuran, klaster Ngebung dan Museum Manyarejo. Situs Sangiran pertama kali dikenal ketika seorang peneliti asal Belanda menemukan peralatan batu hasil peradaban manusia purba kemudian ditemukan fosil manusia purba, hewan, serta peralatan yang terbuat dari batu dan tulang di daerah Sangiran.

Situs cagar alam:

1. Taman Nasional Komodo

Didirikan untuk melestarikan kehidupan satwa biawak Komodo (*Varanus Komodoensis*) dan habitat sekitarnya. Berlokasi di Labuan Bajo, Kabupaten Manggarai Barat, Pulau Flores, Provinsi Nusa Tenggara Timur. Memiliki tiga pulau besar yaitu Pulau Komodo, Pulau Rinca, dan Pulau Padar.

2. Taman Nasional Lorentz

Merupakan cagar alam dengan luas 2.150.00 Ha di Wamena, Kabupaten Jayawijaya, Nama Lorentz berasal dari seorang ekspedisi Dr. H.A. Lorentz. Taman nasional Lorentz merupakan gradasi ekosistem dengan puncak tertinggi Cartenz dan salju.

3. Warisan Hutan Hujan Tropis Sumatera

Mengandung berbagai jumlah dan jenis spesies hutan tropis Sumatera sebanyak kurang lebih 10.000 spesies tumbuhan, 200 jenis mamalia, dan Orang Utan Sumatera serta bukti biogeografis evolusi pulau Sumatera. Situs warisan dunia ini terdiri dari tiga taman nasional, yaitu Taman Nasional Gunung Leuser, Taman Nasional Bukit Barisan Selatan, dan Taman Nasional Kerinci Seblat.

4. Taman Nasional Ujung Kulon

Merupakan habitat bagi hewan Badak Jawa, rusa dan ular python, mangrove, kera ekor panjang, kancil, buaya, kadal, dan jenis burung hutan pantai dan hutan hujan dataran rendah yang berlokasi di Kecamatan Sumur dan Cimanggu Pandeglang Provinsi Banten.

3.4 Regulasi Perjalanan Di Masa Pandemi *Corona Virus Disease 2019*

Pariwisata Indonesia berangsur-angsur bangkit kembali setelah diterpa gelombang penyebaran virus Covid-19 melalui kebijakan penerapan pembatasan sosial yang menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan dan pendapatan di industri pariwisata. Kabar baik angka penyebaran Covid-19 terus melandai turun, ini membuat peraturan melakukan perjalanan turut diperbaharui, yaitu dikeluarkannya Surat Edaran Nomor 16 Tahun 2022 tentang ketentuan perjalanan orang dalam negeri pada masa pandemi. Peraturan ini tidak hanya diberlakukan untuk orang yang melakukan wisata tetapi juga bagi mereka yang akan melakukan perjalanan kembali ke kampung halaman.

Penyesuaian panduan terbaru mewajibkan:

1. Setiap individu yang melakukan perjalanan wajib memakai masker medis atau masker 3 lapis, menjaga jarak dan menghindari kerumunan, membersihkan tangan dengan sabun atau *hand sanitizer*.
2. Setiap 4 jam sekali secara berkala mengganti masker dengan yang baru dan membuat tempat untuk limbah masker
3. Rajin membersihkan tangan menggunakan sabun atau *hand sanitizer*, terutama setelah menyentuh objek yang disentuh oleh orang lain
4. Adanya ruang jarak antara pengunjung satu dengan yang lain minimal 1,5 meter serta menghindari kerumunan
5. Tidak diperkenalkannya berbicara dengan lawan bicara baik secara langsung ataupun melalui media selama melakukan perjalanan dengan moda transportasi apapun baik darat, laut, udara
6. Tidak diperkenankan mengkonsumsi makanan dan minuman di moda transportasi udara selama melakukan perjalanan kurang dari 2 jam. Terkecuali bagi mereka yang harus mengkonsumsi obat-obatan.
7. Setiap pelaku perjalanan wajib menggunakan aplikasi PeduliLindungi
8. Tidak wajib menunjukkan hasil negatif *rapid test antigen* atau RT-PCR hanya khusus bagi pelaku perjalanan yang telah divaksinasi dosis ketiga (*booster*).
9. Wajib menunjukkan hasil negatif *rapid test antigen* yang sampelnya diambil dalam kurun waktu 1 x 24 jam atau 3 x 24 jam hasil negatif RT-PCR sebelum melakukan perjalanan yang berlaku bagi pelaku perjalanan yang baru mendapatkan vaksinasi dosis kedua.

10. Wajib menunjukkan hasil negatif tes RT-PCR yang diambil dalam kurun waktu 3 x 24 jam sebelum keberangkatan bagi pelaku perjalanan yang mendapatkan vaksinasi dosis pertama.
11. Wajib menunjukkan hasil negatif tes RT-PCR yang sampelnya diambil dalam kurun waktu maksimal 3 x 24 jam sebelum keberangkatan bagi pelaku perjalanan yang tidak bisa menerima vaksinasi dikarenakan kondisi kesehatan khusus atau memiliki riwayat penyakit komorbid dan wajib menunjukkan surat keterangan dokter dari rumah sakit pemerintah yang menyatakan bahwa yang bersangkutan belum dan tidak dapat mengikuti vaksinasi Covid-19.
12. Bagi anak usia dibawah 6 tahun wajib didampingi saat melakukan perjalanan dan telah memenuhi ketentuan vaksinasi dan pemeriksaan Covid-19 serta menerapkan protokol kesehatan ketat.

Sementara itu, peraturan yang dikeluarkan oleh Kementerian Luar Negeri Indonesia perihal visa kunjungan saat kedatangan khusus wisata dalam rangka mendukung pariwisata berkelanjutan di Bali, Kawasan Batam dan Bitan pada masa pandemi yang efektif terhitung sejak 22 Maret 2022, yaitu:

1. Seluruh pelaku perjalanan wisata Warga Negara Asing yang memasuki wilayah Indonesia wajib menyesuaikan dokumen perjalanan, seperti: sertifikat vaksinasi, ketentuan tes RT-PCR, masa karantina, penggunaan aplikasi PeduliLindungi.
2. Wajib menunjukkan hasil negatif test RT-PCR yang sampelnya diambil kurun waktu 2 x 24 jam sebelum jam keberangkatan.
3. Pintu masuk wajib memasuki wilayah Indonesia, yaitu:

No	Bandar Udara	Pelabuhan Laut	Pos Lintas Batas Negara
1	Soekarno Hatta, Banten	Tanjung Benoa, Bali	Aruk, Kalimantan Barat
2	Juanda, Jawa Timur	Batam, Kepulauan Riau	Entikong, Kalimantan Barat
3	Ngurah Rai, Bali	Tanjung Pinang, Kepulauan Riau	Motaain, Nusa Tenggara Timur
4	Hang Nadim, Kepulauan Riau	Bintan, Kepulauan Riau	
5	Raja Haji Fisabilillah, Kepulauan Riau	Nunukan, Kalimantan Utara	

6	Sam Ratulangi, Sulawesi Utara		
7	Zainuddin Madjid, Nusa Tenggara Barat		

7. Wajib melakukan ulang *RT-PCR test* ketika memasuki wilayah Republik Indonesia pada saat kedatangan. Apabila menunjukkan hasil positif, maka:

- a) Bagi terkonfirmasi positif tanpa gejala atau dengan gejala ringan maka perlu mengisolasi di hotel atau fasilitas isolasi terpusat dengan biaya yang ditanggung seluruhnya oleh warga negara asing.
- b) Bagi yang terkonfirmasi positif dengan gejala berat atau dengan komorbid yang tidak terkontrol maka perlu isolasi di rumah sakit rujukan Covid-19 dengan biaya yang ditanggung seluruhnya oleh warga negara asing.

8. Ketentuan waktu karantina terbagi ke dalam beberapa kategori, yaitu:

- a) Tidak perlu karantina apabila WNA telah menerima vaksin dosis lengkap seminimalnya 14 hari sebelum keberangkatan
- b) Masa karantina 5 x 24 jam bagi yang belum menerima vaksin ataupun belum menerima vaksin seminimalnya 14 hari sebelum keberangkatan
- c) Usia 18 tahun kebawah dan atau mereka yang membutuhkan keperluan dan perlindungan khusus harus mengikuti ketentuan waktu karantina yang diberlakukan kepada orang tua atau pengasuh yang mendampingi.

Kesimpulan

Manajemen Pengunjung dapat memberikan manfaat untuk keberlangsungan jangka panjang suatu aktivitas pariwisata, seperti penangkaran sumber daya yang tersedia, keamanan dan keselamatan pengunjung, keberlanjutan kegiatan pariwisata, dan juga baik untuk pihak pengelola serta masyarakat/pemangku kepentingan setempat.

Dalam upaya mempertahankan keberlanjutan aktivitas kepariwisataan, maka suatu pendekatan Manajemen Pengunjung bisa diterapkan pada destinasi berdasarkan kondisi dan keadaan dari karakteristik destinasi pariwisata disertai dengan mengikuti panduan CHSE.

Latihan Soal

1. Berikan contoh program manajemen pengunjung yang diterapkan di destinasi wisata Anda dan apa manfaat yang diperoleh dari program-program tersebut?
2. Apakah ada program manajemen pengunjung baru ingin diterapkan atau diperkenalkan di destinasi Anda? Apakah manfaat yang diharapkan dari program baru tersebut?
3. Bagaimana pelibatan penduduk lokal dalam program manajemen pengunjung di destinasi Anda?
4. Apakah ada kebutuhan untuk melakukan perubahan terhadap jumlah dan kombinasi pengunjung dan bagaimana strategi yang dilakukan? Mengapa?

BAB 4

PANDUAN PELAKSANAAN KEBERSIHAN, KESEHATAN, KESELAMATAN, DAN KELESTARIAN LINGKUNGAN DI DAYA TARIK WISATA DALAM MASA PENANGANAN PANDEMI COVID-19

Gambaran Umum

Pada bab ini membahas mengenai pedoman-pedoman pelaksanaan K4 atau yang dikenal dengan istilah CHSE yang berlaku di daya tarik wisata. Panduan ini dikeluarkan dalam upaya mencegah dan menangani penyebaran Covid-19. Pemaparan mengenai panduan umum yang harus ditaati oleh pihak manajemen; pengunjung; dan karyawan, pemandu wisata lokal. Lebih spesifik panduan khusus yang tertuju kepada pelaku wisata di beberapa wilayah seperti pintu masuk, loket, penyelenggara kegiatan wisata, pintu keluar, fasilitas dan *public area*, kantor dan ruang karyawan, serta sertifikasi CHSE yang ditujukan untuk pengelola usaha bisnis wisata.

Tujuan

Tujuan instruksional pada pembelajaran di bab ini adalah:

1. Mahasiswa mengetahui panduan kebersihan, kesehatan, keamanan, dan kelestarian lingkungan yang dikeluarkan oleh pemerintah
2. Mahasiswa memahami panduan tersebut
3. Mahasiswa dapat mengaplikasikan panduan tersebut di daya tarik wisata
4. Mahasiswa mengetahui adanya sertifikasi CHSE di daya tarik wisata
5. Mahasiswa memahami pentingnya sertifikasi CHSE dalam inudstri pariwisata

4.1 Panduam Umum

Pemerintah pusat melalui Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif merancang panduan untuk melindungi sektor kepariwisataan, seperti panduan untuk hotel, restoran dan rumah makan, daya tarik wisata, *homestay* atau pondok wisata melalui panduan umum dan khusus. Adapun panduan umum terbagi menjadi dua bagian utama, yaitu pedoman manajemen/tata kelola dan pedoman untuk karyawan, tamu/pengunjung, dan pihak lain. Di dalam pedoman manajemen atau tata kelola terbagi lagi kedalam 4 bagian, yaitu kebersihan, kesehatan, keselamatan, dan kelestarian lingkungan.

Panduan CHSE atau Kebersihan, Kesehatan, Keamanan dan Kelestarian Lingkungan ini ditujukan untuk pengusaha dan atau pengelola daya tarik wisata, karyawan daya tarik wisata, termasuk pemandu wisata lokal, pengunjung.

Panduan umum untuk manajemen atau tata kelola, antara lain:

1. Mengikuti perkembangan informasi terkini, himbauan pemerintah terkait Covid-19 di wilayah masing-masing
2. Mempunyai dan mensosialisasikan standar operasional prosedur (SOP) kebersihan, kesehatan, keselamatan dan kelestarian kepada staf, *tour guide* lokal, pengunjung, masyarakat sekitar baik melalui media daring atau luring. Penyusunan SOP menyesuaikan dengan karakteristik daya tarik wisata alam, atau budaya ataupun buatan manusia.
3. Arahan dalam bentuk himbauan untuk tidak melakukan kontak fisik, tidak menyentuh bagian wajah, jaga jarak minimal 1 meter, mencuci tangan dengan sabun atau *hand sanitizer*, memakai alat pelindung, menerapkan etika bersin dan batuk, membuang sampah ke tempat sampah.
4. Pengelola perlu menyediakan peralatan dan perlengkapan kebersihan dan kesehatan di daya tarik wisata seperti ruang kesehatan, kotak obat, sarana cuci tangan menggunakan sabun, *hand sanitizer*, alat pengukur suhu, tempat sampah tertutup.
5. Manajemen perlu memastikan semua orang yang memasuki kawasan daya tarik wisata menggunakan masker
6. Tersedianya peralatan dan perlengkapan kotak P3K, alat pemadam kebakaran, pengumuman tertulis mengenai prosedur penyelamatan diri dari bencana, peta lokasi titik kumpul dan jalur evakuasi, pengumuman tertulis nomor telepon penting (pemadam kebakaran, kantor polisi, rumah sakit, kantor kelurahan/desa, alat komunikasi).
7. Mengecek suhu tubuh semua orang yang masuk ke daya tarik wisata
8. Lakukan pengecekan penerapan protokol kesehatan secara berkala
9. Menginformasikan kepada pengunjung kondisi kesehatan karyawan dan pemandu wisata lokal
10. Memiliki sistem/mekanisme *digital* untuk informasi pengendalian dana/*refund* kepada wisatawan yang dinyatakan sakit atau positif menderita Covid-19
11. Menerapkan kapasitas pengunjung di daya tarik wisata dan menginformasikan kepada pengunjung
12. Menerapkan Manajemen Pengunjung, pengaturan lama waktu kunjungan dan jumlah orang yang diperkenankan masuk.
13. Telah menerapkan layanan reservasi *digital* dan pendaftaran secara daring
14. Mengadakan dan menerapkan paket-paket wisata dengan jumlah pengunjung yang terbatas
15. Penyelenggaraan kegiatan wisata yang dilakukan di dalam dan luar ruang harus mengikuti protokol kesehatan dan SOP CHSE.

16. Apabila manajemen menyelenggarakan pertunjukan seni maka harus mengikuti protocol Kesehatan dan panduan khusus subsektor music dan seni pertunjukan serta SOP CHSE yang berlaku sesuai di daya tarik wisata.
17. Angkutan wisata yang tersedia di daya tarik wisata harus mengikuti dan menerapkan protokol kesehatan baik dari semua awak, kru yang bekerja, memakai masker, seluruh wilayah angkutan bersih higienis, mengatur jarak posisi duduk dan berdiri dalam angkutan, menyediakan *hand sanitizer*, menjaga kualitas udara di angkutan wisata, menyediakan pembayaran non tunai.
18. Adanya tim Satuan Tugas Covid-19
19. Bekerjasama dengan layanan kesehatan di sekitar daya tarik wisata
20. Intensif berkoordinasi dengan Dinas Kesehatan, Badan Penanggulangan Bencana Daerah, Dinas Pemadam Kebaran, Kepolisian dan Satgas Covid-19
21. Melakukan isolasi mandiri, disinfeksi dan atau penutupan sementara apabila salah satu staf atau pengunjung yang terindikasi positif Covid-19.
22. Tersedianya asuransi kesehatan, kecelakaan bagi pengunjung
23. Mengoptimalkan penggunaan perlengkapan dan bahan yang ramah lingkungan
24. Efisiensi dan kewajaran dalam pemanfaatan air dan sumber energi listrik, gas.
25. Melakukan pengolahan limbah sampah dan limbah cair daya tarik wisata yang ramah lingkungan
26. Lingkungan daya tarik wisata selalu dalam kondisi asri, nyaman
27. Manajemen perlu memantau dan mengevaluasi penerapan panduan dan SOP CHSE di lapangan.

Panduan umum untuk karyawan, pemandu wisata lokal, pengunjung dan pihak lain yang beraktivitas di daya tarik wisata:

1. Sebelum memasuki wilayah daya tarik wisata perlu untuk memastikan dalam kondisi sehat dengan suhu tubuh $<37,3^{\circ}\text{C}$
2. Tidak melakukan kontak fisik, menjaga jarak aman minimal 1 meter, mencuci tangan, memakai alat pelindung minimal masker, menerapkan etika bersin dan batuk, mengonsumsi makanan dan minuman sehat dan vitamin
3. Tidak berjabat tangan, tidak melakukan cium pipi kanan-cium pipi kiri
4. Hindari menyentuh wilayah yang memiliki potensi sering disentuh umum
5. Menggunakan fasilitas reservasi secara daring dan pembayaran non tunai
6. Menginformasikan nama, asal, dan nomor kontak secara daring
7. Pengunjung wajib memberitahukan kepada petugas apabila mengalami gangguan kesehatan di daya tarik wisata
8. Karyawan dan pemandu wisata lokal wajib memberitahukan kepada pimpinan apabila mengalami gangguan kesehatan
9. Dalam kondisi darurat, pengunjung dan karyawan serta pihak lain wajib berkoordinasi mengikuti arahan
10. Semua orang yang beraktivitas di daya tarik wisata wajib mematuhi dan melaksanakan SOP yang berlaku.

4.2 Panduan Khusus

Panduan khusus berlaku bagi pelaku usaha, tenaga kerja, pengunjung hotel, restoran dan rumah makan, daya tarik wisata, *homestay* untuk lebih peduli pada CHSE di 17 wilayah yang memiliki potential penyebaran virus.

Barang-barang publik yang memiliki potensial penularan dan harus selalu dibersihkan adalah permukaan pegangan tangga, pegangan pintu, mesin *ATM*, meja pemeriksaan, alat ukur suhu tubuh, kaca etalase, stopkontak dan sakelar, sarana cuci tangan menggunakan sabun, tempat *hand sanitizer*, dan tempat sampah, loket, partisi pelindung, meja, kursi, *handy talky*, toa, *mic*, peralatan dan perlengkapan penyelenggaraan kegiatan wisata, barang-barang souvenir, lantai, pegangan pintu, meja kerja, tempat duduk, komputer, printer, telepon, *facsimile*, lemari arsip, kalkulator dan *AC remote*, gantungan baju, loker, toilet.

Tiga pelaku wisata di daya tarik wisata yang wajib menerapkan dan melaksanakan panduan khusus ini di wilayah pintu masuk, yaitu pengusaha dan atau pengelola, fasilitas; pengunjung; karyawan dan pemandu wisata lokal. Penjelasan terperinci tentang panduan khusus yang harus diterapkan oleh ketiga pelaku wisata dapat dilihat pada Tabel 6.1

Tabel 4.1 Panduan Khusus

Panduan Khusus			
	Pengusaha, dan atau pengelola, fasilitas	Pengunjung	Karyawan, Pemandu wisata lokal
Pintu Masuk	1) Menyediakan peraturan pengelolaan arus lalu lintas dan kerumunan di area parkir 2) Menyediakan sarana pembayaran parkir non tunai 3) Menyediakan ruang tunggu bagi pengemudi dilengkapi dengan fasilitas cuci tangan dan pembatasan jarak aman minimal 1 meter.	1) Memarkir kendaraan di tempat yang telah disediakan 2) Menyerahkan barang bawaan agar didisinfektan oleh pengelola 3) Bersedia untuk dicek suhu tubuh 4) Menggunakan toilet sesuai keperluan, tidak membuat basah, kotor	1) Menyarankan pengunjung membayar parkir secara non tunai 2) Membersihkan semua alat yang digunakan saat proses pembayaran parkir dilakukan dengan disinfektan 3) Memakai alat pelindung diri, mengecek suhu tubuh 4) Petugas memeriksa suhu tubuh dan memeriksa kondisi kesehatan karyawan dan pemandu wisata lokal dan mencatat pada formulir

	<p>4) Menyediakan area, peralatan dan pelayanan cek suhu tubuh dan pemeriksaan kesehatan karyawan, pemandu wisata lokal dan pengunjung.</p> <p>5) Penyemprotan minimal 3x sehari di area dan public di pintu masuk</p> <p>6) Pengumuman tertulis mengenai larangan menyentuh area dan barang publik yang memiliki potensial penularan</p> <p>7) Menyediakan sarana cuci tangan pakai sabun (CTPS) atau <i>hand sanitizer</i></p> <p>8) Menyediakan area dan peralatan untuk membersihkan barang pengunjung dan karyawan</p> <p>9) Membuat batasan-batasan khusus untuk antrian pengunjung</p> <p>10) Memasang peta titik kumpul dan jalur evakuasi</p>	<p>5) Membuang sampah pada tempat sampah yang telah disediakan dan menutup kembali penutup sampah</p> <p>6) Mengantri sesuai batasan jarak minimal 1 meter</p>	<p>5) Mengumumkan suhu tubuh dari karyawan dan pemandu wisata lokal di tempat yang mudah dilihat oleh pengunjung</p> <p>6) Karyawan dan pemandu wisata yang sedang sakit atau tidak enak badan diperbolehkan masuk ke area daya tarik wisata</p> <p>7) Karyawan menjaga kebersihan dan higienitas toilet</p> <p>8) Karyawan memastikan area daya tarik wisata bersih dan tempat sampah selalu dalam kondisi bersih dan tertutup</p> <p>9) Menjaga jarak aman antar karyawan dan pemandu wisata</p> <p>10) Mengingatkan pengunjung yang tidak mematuhi protokol kesehatan</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<p>11) Toilet selalu dalam kondisi bersih, kering dan tidak berbau serta berfungsi dengan baik, dan memberlakukan pengaturan antrean dan alur masuk/keluar pengguna toilet</p> <p>12) Tersedia tempat sampah dengan penutup</p>		
Loket	<p>1) Tersedia <i>hand sanitizer</i> dan tisu</p> <p>2) Tersedia alat pembayaran non tunai</p> <p>3) Membersihkan alat pembayaran non tunai dengan disinfektan setelah proses pembayaran</p> <p>4) Memiliki pencahayaan dan sirkulasi udara baik dan bebas dari faktor serta binatang pembawa penyakit</p> <p>5) Barang-barang publik secara berkala dibersihkan dengan disinfektan</p> <p>6) Memberikan batasan antrian pengunjung dengan tanda khusus</p> <p>7) Atur posisi pengunjung dan petugas loket dengan menjaga</p>	<p>1) Menaati pengaturan jarak antrean dan batas konfirmasi tiket di loket</p> <p>2) Menjaga jarak ketika berada di loket</p> <p>3) Selama beraktivitas tidak berkerumun di daya tarik wisata</p> <p>4) Membawa dan menggunakan <i>hand sanitizer</i> sendiri</p>	<p>1) Memeriksa bukti pembelian tiket dan menyarankan agar melakukan pembayaran non tunai</p> <p>2) Karyawan membersihkan semua alat yang digunakan untuk pembayaran dengan disinfektan</p> <p>3) Memberlakukan jaga jarak aman ketika melakukan proses konfirmasi tiket</p> <p>4) Karyawan menginformasikan SOP CHSE, lama waktu kunjungan dan jumlah orang dalam satu grup yang diijinkan, nama pemandu wisata lokal, paket wisata yang tersedia, dan memberitahukan kewajiban pengunjung agar menginformasikan apabila sedang sakit</p> <p>5) Melaksanakan dan mematuhi SOP CHSE</p>

	<p>jarak aman minimal 1 meter</p> <p>8) Menyediakan sistem penyediaan tiket tanpa dicetak</p> <p>9) Menyediakan informasi paket wisata secara daring</p> <p>10) Menginformasikan secara tertulis aturan jumlah maksimal tiket yang dibeli dan tersedia petugas loket dengan tujuan agar menjaga tidak terjadi antrian panjang dan lama</p> <p>11) Menginformasikan lama waktu kunjungan dan jumlah orang dalam satu grup</p> <p>12) Menginformasikan nama pemandu wisata lokal yang bertugas didalam tiket</p> <p>13) Menginformasikan secara tertulis SOP CHSE di daya tarik wisata kepada pengunjung</p> <p>14) Disarankan menyediakan wilayah tunggu di loket serta posisi duduk dan berdiri pengunjung dengan tanda khusus</p>		<p>6) Menegur pengunjung apabila tidak mematuhi protokol kesehatan secara sopan</p>
--	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------

	<p>15) Tersedia tempat sampah dengan penutup</p> <p>16) Terpasang penanda titik kumpul dan jalur evakuasi</p>		
Penyelenggaraan kegiatan wisata	<p>1) Menyediakan panduan informasi yang harus disampaikan oleh pemandu wisata lokal kepada pengunjung, seperti: nama, suhu tubuh, dan kondisi kesehatan pemandu wisata lokal, menjaga jarak aman minimal 1 meter, lokasi saran CTPS, lokasi toilet, lokasi titik kumpul dan jalur evakuasi</p> <p>2) Menyediakan materi dan teknik pemanduan wisata</p> <p>3) Menyediakan spot tiap grup untuk berdiri, berfoto, mengamati objek, mendengarkan interpretasi</p> <p>4) Peralatan dan perlengkapan dibersihkan sebelum dan sesudah digunakan</p>	<p>1) Mematuhi pengaturan jaga jarak aman</p> <p>2) Harus selalu berada didalam grup</p> <p>3) Tidak melakukan kontak fisik dengan siapa pun</p> <p>4) Membawa dan menggunakan <i>hand sanitizer</i> sendiri</p> <p>5) Pengunjung memastikan bahwa peralatan dan perlengkapan yang digunakan telah memenuhi standar higienis dan sanitasi kepada karyawan dan pemandu wisata</p> <p>6) Menggunakan toilet sewajarnya</p> <p>7) Membuang sampah ke tempat sampah</p>	<p>1) Pemandu wisata memberikan salam tanpa melakukan kontak fisik</p> <p>2) Menyampaikan informasi kepada pengunjung sesuai panduan</p> <p>3) Melakukan pemanduan wisata sesuai lama waktu kunjungan</p> <p>4) Memandu grup pengunjung dan berhenti sesuai tempat-tempat yang telah ditentukan sesuai jarak aman dan lama waktu yang telah ditentukan</p> <p>5) Memastikan jumlah pengunjung sesuai peraturan dan menjaga jarak aman antar pengunjung dan antar grup serta penerapkn proses selama pemanduan wisata</p> <p>6) Karyawan membersihkan perlengkapan dan peralatan pemandu setelah digunakan</p> <p>7) Karyawan membantu pemandu wisata dan pengunjung apabila terjadi kondisi darurat</p>

	<ul style="list-style-type: none"> 5) Menyediakan kotak P3K 6) Menyediakan alat komunikasi 7) Pasang peta lokasi titik kumpul 8) Menjamin kebersihan toilet 9) Menjamin kebersihan tempat sampah 		<ul style="list-style-type: none"> 8) Semua menjaga kebersihan toilet 9) Membuang sampah pada tempat sampah dan menutup Kembali 10) Karyawan dan pemandu wisata lokal melaksanakan dan mematuhi SOP yang berlaku 11) Mengingatkan pengunjung apabila tidak mematuhi proses
Fasilitas & public area	<ul style="list-style-type: none"> 1) Ruang dan barang public dibersihkan dengan cairan pembersih minimal 3x sehari 2) Fasilitas dan area public memiliki pencahayaan dan sirkulasi udara serta bebas dari vector dan binatang pembawa penyakit 3) Sarana CTPS dan hand sanitizer tersedia dan berada di tempat yang mudah dijangkau dan berjumlah cukup 4) Menerapkan peraturan posisi menunggu dalam jarak aman 5) Apabila pengelola menyediakan layanan makan 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Pengunjung mentaati peraturan jaga jarak aman 2) Membawa dan menggunakan peralatan beribadah sendiri 3) Menggunakan toilet sewajarnya dengan menjaga kondisi tetap kering, tidak berbau dan bersih 4) Membuang sampah pada tempat sampah 	<ul style="list-style-type: none"> 1) Memasang informasi suhu tubuh dan kondisi Kesehatan para karyawan di tempat yang mudah dilihat dan terbaca oleh pengunjung 2) Memberikan salam 3) Mengarahkan pengunjung membayar menggunakan pembayaran non tunai 4) Membersihkan semua peralatan pembayaran sesuai pembayaran 5) Membantu mengarahkan posisi antrian 6) Karyawan menjaga higienitas dan sanitasi makanan dan minuman serta peralatannya 7) Selalu mencuci tangan 8) Membersihkan barang-barang yang dibeli pengunjung dengan cairan pembersih

	<p>dan minum maka perlu memastikan pengolahan makanan dan minuman higienie dan sanitasi dan panduan pelaksanaan CHSE di restoran/rumah makan</p> <p>6) Apabila di daya tarik wisata tersedia tempat penjualan souvenir maka pastikan pelayanan dan barang-barang yang dijual bersih, aman dan tersanitasi</p> <p>7) Apabila tersedia fasilitas peribadatan maka pengelola wajib untuk menghimbau pengunjung, karyawan membawa perlatan ibadah sendiri dan menerapkan jarak aman serta jumlah orang yang beribadah</p> <p>8) Tersedia keterangan lokasi titik kumpul</p> <p>9) Menjamin toilet selalu dalam keadaan kering dan bersih, serta tidak berbau</p>		<p>9) Menjaga toilet selalu dalam kondisi bersih, kering dan tidak berbau</p> <p>10) Membuang sampah kotoran ke tempat sampah</p> <p>11) Mengingatkan pengunjung yang tidak menuruti protocol kesehatan</p>
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	10) Tempat sampah yang tersedia harus selalu dalam keadaan bersih dan tertutup		
Pintu keluar	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pintu keluar terpisah letak dengan pintu masuk 2) Barang-barang publik di pintu keluar disemprot cairan pembersih 3) Menyediakan sarana CTPS/<i>hand sanitize</i> di pintu keluar 4) Menerapkan peraturan jarak antrian di pintu keluar 5) Memasang peta lokasi titik kumpul 6) Toilet dan tempat sampah selalu dalam kondisi bersih 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menaati peraturan antrian di pintu keluar 2) Menjaga kebersihan toilet 3) Membuang sampah pada tempat sampah 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Menerapkan peraturan antrian pengunjung di pintu keluar 2) Memberikan salam dengan mengatup kedua telapak tangan 3) Mengatur arus lalu lintas dan kerumuman di area parkir sesuai prosedur 4) Menjaga kebersihan toilet 5) Membuang sampah di tempat sampah 6) Mengingatkan pengunjung agar mematuhi peraturan
Kantor	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memiliki pencahayaan dan sirkulasi udara yang baik dan bebas dari hama 2) Mengatur jarak aman antar meja kerja dan tempat duduk 3) Menyediakan sarana CTPS/<i>hand sanitizer</i> 4) Barang public di ruang kerja 		<ol style="list-style-type: none"> 1) Menggunakan peralatan dan perlengkapan kerja sendiri 2) Menggunakan ATK sendiri 3) Membersihkan semua peralatan dan perlengkapan kerja denan disinfektan 4) Mematikan alat elektronik sebelum meninggalkan ruangan

	<p>dibersihkan dengan cairan pembersih</p> <p>5) Menyediakan ATK untuk setiap karyawan</p> <p>6) Pasang peta lokasi titik kumpul</p> <p>7) Menyediakan tempat sampah yang bersih</p>		<p>5) Mengomunikasikan penanganan darurat kepada pihak terkait.</p>
Karyawan	<p>1) Mengatur posisi tempat duduk dan berdiri di ruang karyawan dan pemandu wisata dengan jarak aman</p> <p>2) Menyediakan sarana Cuci Tangan Pakai Sabun (CTPS)/<i>Hand sanitizer</i></p> <p>3) Barang publik di ruang karyawan dibersihkan dengan cairan disinfektan</p> <p>4) Tempat sampah tersedia dalam keadaan tertutup</p> <p>5) Pasang penanda lokasi titik kumpul dan jalur evakuasi</p>		<p>1) Mengganti pakaian yang digunakan dengan seragam kerja</p> <p>2) Bergantian memasuki ruang karyawan</p> <p>3) Jaga jarak antar karyawan dan pemandu wisata</p> <p>4) Memastikan kondisi ruang karyawan tetap kering setelah digunakan</p> <p>5) Tidak saling menggunakan peralatan makan dan minum</p> <p>6) Tidak berbagi makanan dan minuman dengan orang lain</p> <p>7) Segera meninggalkan ruangan setelah beraktifitas di ruang karyawan</p>

4.3 Standar dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata

Dalam masa penanganan pencegahan penyebaran dan pengendalian pandemi Covid-19 di Indonesia, pemerintah mengeluarkan dan menerapkan protokol kesehatan serta memberlakukan standar dan sertifikasi *Cleanliness, Health, Safety, Environment Sustainability* (CHSE) atau yang dalam Bahasa Indonesia kita ketahui dengan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di destinasi wisata.

Sertifikasi CHSE atas prakarsa kolaborasi para pemangku kepentingan industri, pelaku, pemerintah dan akademisi akan protokol kesehatan dan panduan pelaksanaan CHSE di destinasi wisata maka dikeluarkanlah implementasi standarisasi dan sertifikasi yang diberikan kepada usaha pariwisata, usaha ekraf, daerah, destinasi pariwisata untuk memberikan jaminan kepada pengelola, pemilik, pelaku, pengunjung, masyarakat, dan pemangku kepentingan bahwa tempat usaha maupun produk pariwisata aman dan telah melaksanakan ketentuan sesuai protokol kesehatan dari pemerintah.

Di bidang pariwisata, usaha-usaha yang perlu menerapkan sertifikasi CHSE adalah pengelola hotel, restoran, daya tarik, *homestay*, usaha perjalanan wisata, pemandu, SPA, MCE, dan minat khusus. Sementara itu, di bidang ekonomi kreatif (ekraf), seperti pengelola di usaha bioskop, seni pertunjukan, musik, seni rupa, *fashion*, kuliner, kriya, fotografi, permainan.

Pelaksanaan sertifikasi dengan masa durasi 1 tahun ini bertujuan selain meningkatkan upaya pecegahan dan pengendalian Covid-19 di Indonesia, juga memberikan jaminan, kepercayaan diri, kredibilitas, dan kalibrasi bahwa usaha pariwisata bersih, sehat, aman, dan lestari lingkungan dengan logo atau label sertifikasi “**InDonesiaCARE**”. Verifikasi dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif didampingi Lembaga Sertifikasi ISTC (GSTC/KAN). Tahapan proses sertifikasi CHSE, antara lain:

1. Penilaian mandiri
Para peserta sertifikasi CHSE melakukan penilaian mandiri dengan panduan yang dapat diikuti dan diakses melalui laman CHSE Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif <https://chse.kemendparekraf.go.id/> sesuai dengan jenis usaha yang dirintisnya.
2. Deklarasi mandiri
Setelah menilai secara mandiri, selanjutnya adalah mengunggah surat pernyataan serta hasil penilaian mandiri.
3. Penilaian
Peninjauan kembali berkasi-berkas yang diserahkan, validasi kebenaran yang disertai dengan bukti-bukti.
4. Pemberian Sertifikat
Bagi peserta yang lulus maka akan mendapatkan sertifikast lulus dari tim penilai yang dilakukan melalui proses verifikasi secara daring dan observasi lapangan.

Upaya melindungi kesehatan bangsa, dan negara dari penyebaran virus Corona 2019 dan dampak negatif yang ditimbulkan maka pemerintah berkolaborasi dengan seluruh aspek

dimensi dengan melibatkan kementerian-kementerian, pemerintah daerah, pengelola, penyelenggara, penanggung jawab tempat dan fasilitas umum serta masyarakat menertibkan dan mengawasi penerapan protokol kesehatan secara berkala.

Kriteria penilaian dalam sertifikasi terbagi ke dalam 4 bagian, yaitu *cleanliness* (kebersihan), *health* (kesehatan), *safety* (keamanan), *environment sustainability* (kelestarian lingkungan). Penetapan dan pelaksanaan sertifikasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran seluruh bangsa Indonesia terhadap keempat bagian utama ini, serta memberikan jaminan bahwa destinasi, daya tarik wisata, produk dan layanan wisata di Indonesia itu bersih, sehat, aman dan lestari yang menjadi salah satu nilai tambah yang perlu diperhatikan oleh pengelola untuk menarik minat berkunjung dan minat beli wisatawan, pengunjung, pelancong terutama di masa pandemi. Negara yang memiliki keanekaragaman potensi wisata, namun apabila tidak bisa menangani penyebaran Covid-19 di negaranya akan berdampak pada hilangnya niat dan minat berwisata. Wisatawan internasional cenderung memilih tujuan wisata ke negara yang berhasil menangani penyebaran virus Corona 2019 karena bisa berwisata secara aman dan nyaman.

Lingkup penilaian kebersihan mencakup semua orang wajib Cuci Tangan Pakai Sabun/*hand sanitizer*; menyediakan sarana cuci tangan pakai sabun dan air; membersihkan ruang dan barang publik dengan menggunakan disinfektan, lingkungan bebas hama pembawa penyakit; membersihkan toilet; ketersediaan tempat sampah bersih.

Lingkup kriteria kesehatan, antara lain: menghindari kontak fisik, adanya pengaturan jarak aman, dan kerumuman; tidak menyentuh bagian wajah; memakai APD; menerapkan etika batuk dan bersin; peralatan dan perlengkapan, manajemen makanan dan minuman yang bersih dan higienis; ruang publik dan ruang kerja memiliki sirkulasi udara yang baik; Manajemen Pengunjung bagi yang menderita gangguan kesehatan saat beraktivitas di daya tarik wisata.

Kriteria penilaian keselamatan, yaitu: prosedur penyelamatan diri dari bencana; ketersediaan kotak P3K, alat pemadam kebakaran; titik kumpul dan jalur evakuasi; memastikan alat elektronik dalam kondisi mati ketika meninggalkan ruangan; media dan mekanisme komunikasi penanganan kondisi darurat.

Selanjutnya adalah lingkup kelestarian lingkungan, meliputi: penggunaan perlengkapan dan bahan yang ramah lingkungan; pemanfaatan sumber daya dan energi secara efisien; pengolahan sampah dan limbah cair secara ramah lingkungan; kondisi lingkungan asri dan nyaman; pemantauan dan evaluasi penerapan panduan dan SOP pelaksanaan CHSE.

Berdasarkan laman resmi CHSE diketahui bahwa sertifikasi CHSE ini ditujukan bagi usaha pariwisata, destinasi pariwisata, produk pariwisata dan Indonesia sudah memiliki sebanyak 11.986 usaha pariwisata yang tersertifikasi di 34 provinsi, 403 kabupaten dan kota (<https://chse.kemenparekraf.go.id/>).

Kesimpulan

Pemerintah telah mengeluarkan peraturan dan panduan kebersihan, kesehatan, keamanan dan kelestarian lingkungan yang diterapkan kepada pengusaha, dan pengelola, fasilitas; pengunjung dan karyawan dan atau pemandu wisata lokal. Begitu juga pelaksanaan sertifikasi kepada pengelola dengan kriteria penilaian antara lain: *cleanliness* (kebersihan), *health* (kesehatan), *safety* (keamanan), *environment sustainability* (kelestarian lingkungan).

Soal untuk Didiskusikan

1. Jelaskan dan sebutkan panduan umum untuk manajemen/tata kelola!
2. Jelaskan apa panduan khusus untuk pengunjung ketika berkunjung ke daya tarik wisata?
3. Jelaskan kriteria penilaian lingkup kesehatan!
4. Jelaskan kriteria penilaian lingkup kebersihan!
5. Jelaskan kriteria penilaian lingkup keamanan!

DAFTAR PUSTAKA

- Adikampana, I. M. (2016). Modul Mata Kuliah Pariwisata Berbasis Masyarakat Integrasi Masyarakat Lokal Dalam Perencanaan Destinasi Pariwisata. Program Sudi S1 destinasi Pariwisata, Fakultas Pariwisata, Universitas Udayana
- Canteiro, M. F (2018), *Tourism Impact Assessment: A Tool to Evaluate the Environmental Impacts of Touristic Activities in natural Protected Areas. Tourism Management Perspective*
- Center for Tourism Destination Studies (2014), Modul Pelatihan Manajemen Destinasi Pariwisata, CTDS Poltekpar Bandung, Bandung
- Bafadhal, A.S (2018), Perencanaan Bisnis Pariwisata (Pendekatan *Lean Planning*), UB Press, Indonesia
- Dewi, L (2022), Pariwisata Berkelanjutan Di Era *Next Normal*, Syiah Kuala University Press, Aceh
- Dewi, L; Efendi, S; Pradini, G (2021), Keelokan Desa Wisata Kabupaten Bogor, CV Mitra Mandiri Persada, Surabaya
- Dewi, L; Faustinas, N.W. (2022). *The Application of CHSE to Visitor Satisfaction in Jakarta's Tourist Attraction in The New Normal Era*. Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal)
- Hidayah, N (2021), Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital, *Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing*, Kreasi Cendekia Pustaka, Jakarta
- Horton, P, B., Hunt, C.L. (1984). Sosiologi edisi ke enam. PT Gelora Aksara Pratama
- Karjaya, Lalu Puttrawandi, Mardialina, M., Hidayat, A., (2016), Kebijakan Pariwisata Lombok untuk Melepaskan Ketergantungan Terhadap Pariwisata Bali Menuju Pariwisata Internasional, Jurnal Transformasi Global Vol 3 No 2, Universitas Brawijaya
- Kemendagri (2020), Model dan Proses Verifikasi & Sertifikasi CHSE, Jakarta
- Kemendagri (2020), Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2020 tentang Standar dan Sertifikasi Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan Sektor Pariwisata Dalam Masa Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019, Jakarta

- Kemenparekraf (2021), Surat Edaran Nomor SE/4/M-K/2021 tentang Perpanjangan Masa Berlaku Sertifikat Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan (CHSE) Sektor Pariwisata Dalam Masa Penanganan Pandemi Corona Virus Disease 2019, Jakarta
- Kemenparekraf (2020), Panduan Pelaksanaan Kebersihan, Kesehatan, Keselamatan, dan Kelestarian Lingkungan di Daya Tarik Wisata, Jakarta
- Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 1990 Tentang Manajemen Kawasan Lindung
- Leopold, L. (1971). *A Procedure for Evaluating Environmental Impact*. Vol 28US Dept. of the Interior No. 2
- Lundberg, E (2011), *Evaluation of Tourism Impact – a sustainable development perspective*. University of Gothenburg
- Kumarananda, I Gede Vibhuti. (-). Asal Mula Sistem Subak di Bali
- Mayadi, Arya. (2017). Pengaruh Ketertarikan Interpersonal Terhadap *Polarization* Kelompok. Universitas Pendidikan Indonesia
- Maryani, E (2019), Geografi Pariwisata, Penerbit Ombak, Yogyakarta
- Muljana, D., (-), Bab II Kajian Pustaka dan Hipotesis Penelitian Model Pembangunan Tentang Perkembangan Pengeluaran Pemerintah. Diakses pada <https://adoc.pub/bab-ii-kajian-pustaka-dan-hipotesis-penelitian-model-pembang.html>
- Pitana, I. G, Gayatri, P.G. (2005), Sosiologi Pariwisata. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Prasiasa, D.P (2013), Destinasi Pariwisata Berbasis Masyarakat, Salemba Humanika, Jakarta
- Rahim, F (2012), Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata. Direktorat Jenderal Pengembangan Destinasi Pariwisata, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- Razak, N (2017), *Trend Pengembangan Ekowisata Manajemen Kawasan Konservasi*, Kepel Press, Yogyakarta
- Rufat (2012), *The Importance of Transportation in Tourism Sektor. Silk Road International Conference Challenges and Opportunities of Sustainable Economic development in Eurasian Countries*
- Satuan Tugas Penanganan Covid-10 (2022), Surat Edaran Nomor 16 Tahun 2022 tentang Ketentuan Perjalanan Orang Dalam Negeri Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19)

- Simanihuruk, M. (2018). *Hotel Front Office Administration*. International Research and Development for Human Beings (IRDH). Malang
- Soekaryo, T (2011), Peningkatan Ekonomi Kerakyatan Melalui desa Wisata Suatu Masukan untuk Pengembangan di Kakaskasen Dua, Teritip dan Punten, Jakarta: Kementrian Kebudayaan dan Pariwisata
- Stynes, D. J (-), *Economic Impacts of Tourism*, Econfes Vol 1, Citeseer. Diakses pada <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.541.2793&rep=rep1&type=pdf>
- Sunaryo, B (2013), Kebijakan Pembangunan destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya Di Indonesia, Penerbit Gava Media, Yogyakarta
- Surwiyanta, A (2003), Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Kehidupan Sosial Budaya dan Destinasi, Media Wisata Vol 2 No I
- Supriono (2019), Gili Labak: Secuil Potensi Wisata Bahari Indonesia, Deepublish, Yogyakarta
- Utama, I Gusti Bagus Rai (2011), Strategi Meminimalkan “Economic Leakages” Pada Sektor Pariwisata, Diakses pada https://www.researchgate.net/publication/270683894_Strategi_Meminimalkan_Economic_Leakages_Pada_Sektor_Pariwisata 0 P a g e STRATEGI MEMINIMALKAN ECONOMIC LEAKAGES PADA SEKTOR PARIWISATA
- Utomo, S.W., Sutriyono, Rizal, R. Diakses pada <http://repository.ut.ac.id/4305/1/BIOL4215-M1.pdf>
- Utomo, Chandra Eko Wahyudi. (2019). Implementasi Business Intelligent dalam e-Tourism Berbasis Big Data. Journal of Tourism and Creativity Vol 3 No 2 Juli 2019
- Prasetyo, A (2017), Penonton E-Sport Lebih Banyak dari Olahraga Tradisional. Diakses pada <https://www.ggwp.id/2017/09/17/penonton-eSport-di-atas-olahraga/>
- Zhong, L., Buckley, R.C., Wardle,C., & Wang, L. (2015). Environmental and Visitor Management in a Thousand Protected Areas in China. Biological Conservation, 181, 219-225

Website:

- <https://whc.unesco.org/en/list/stat>. Diakses pada 29 Agustus 2022
- <https://roren.kemdikbud.go.id/ombilin-potensi-warisan-dunia-di-tambang-batu-bara-kota-sawahlunto/>. Diakses pada 29 Desember 2022

<https://kebudayaan.kemdikbud.go.id/ditwdb/prambanan-candi-hindu-terindah-sang-warisan-dunia/>. Diakses pada 29 Desember 2022

<https://www.kemdikbud.go.id/main/blog/2017/04/mengenal-situs-manusia-purba-sangiran>.

Diakses pada 29 Desember 2022

<http://ksdae.menlhk.go.id/tn/field/komodo/>. Diakses pada 29 Desember 2022

<http://tamannasionallorentz.menlhk.go.id/?p=183>. Diakses pada 29 Desember 2022

<https://icel.or.id/isu-prioritas/tata-kelola-hutan/hutan-hujan-tropis-sumatera-warisan-dunia-yang-terancam-punah/>. Diakses pada 29 Desember 2022

<https://tanjungkulon.menlhk.go.id/>. Diakses pada 29 Desember 2022

GLOSARIUM

<i>Food and Beverage</i>	: Makanan dan minuman
<i>House keeping</i>	tata graha
<i>Tangible</i>	: Berwujud.
<i>Intangible</i>	: Tak berwujud, tidak dapat diraba
<i>Influencer</i>	: istilah digunakan di dunia digital yang mendefinisikan seorang jumlah followers (pengikut) banyak, yang memiliki pengaruh besar kepada audiens
<i>Tri Hirta Karana</i>	: Sebuah konsep menjaga hubungan harmonis antara manusia, Tuhan dan alam
<i>UNESCO</i>	: Singkatan dari United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization merupakan organisasi Pendidikan, keilmuan, dan kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa

INDEKS

C

CHSE, 129, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 138, 142,
143, 145, 146

D

Dampak pariwisata, 42
Daya dukung, 33, 34, 39, 80

K

Kesimpulan, 40, 101, 129, 144

P

Panduan, 7, 45, 124, 130, 131, 132, 133, 146

Pariwisata, 7, 5, 7, 9, 13, 17, 19, 20, 30, 32, 37, 42, 53,
72, 73, 74, 78, 102, 114, 127, 130, 142, 145, 146,
147

Manajemen pengunjung, 102, 121

S

SDGs, 43, 45, 67, 82, 101

T

Tujuan, 1, 41, 97, 102, 104, 105, 117, 130

W

Wisatawan, 7, 13, 15, 18, 19, 21, 24, 25, 26, 33, 62, 143,
150

RIWAYAT HIDUP



Liliana Dewi

Dosen Prodi Pariwisata, FEB, Universitas Nasional. Aktif menulis karya ilmiah di bidang kepariwisataan dan melakukan pelayanan membangun sumber daya manusia di desa. Didasari pengalaman dan pelayanan kepada masyarakat menjadikan penulis tertarik untuk menuangkan dalam bentuk tulisan ilmiah yang dipublikasikan seperti buku referensi, buku ajar, dan jurnal ilmiah.



Dr. Mohammad Liga Surjadana

Dosen senior di Politeknik Pariwisata NHI Bandung, dengan pangkat Lektor Kepala. Beliau pernah menjabat sebagai Direktur Program Pascasarjana dan Pembantu Kemahasiswaan di STP Bandung, sekarang Politeknik Pariwisata NHI Bandung. Aktif melakukan berbagai penelitian dan kegiatan konsultan di bidang pariwisata. Penelitian terbaru yang sedang dipersiapkan di bidang strategi manajemen pariwisata berkelanjutan dan manajemen SDM di industri pariwisata.



Ramang H Demolingo, S.S., M.Par

Kandidat Doktor di Program Studi S3 Pariwisata Universitas Udayana, Bali, yang didanai oleh beasiswa Lembaga Pengelola Dana Pendidikan (LPDP) Departemen Keuangan, Saat ini tercatat sebagai dosen tetap di Prodi S1 Pariwisata Universitas Nasional. Berlatar belakang pekerjaan sebagai praktisi jurnalis di industri pariwisata selama 13 tahun. Sejak tahun 2017 mengabdikan diri sebagai dosen pengampuh beberapa mata kuliah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional, Jakarta.

Buku ajar edisi pertama mengkaji kepariwisataan, dampak pariwisata, hingga manajemen pengelolaan pengunjung di destinasi serta protokol kesehatan atau yang dikenal dengan panduan CHSE yang diterapkan di industri jasa dan wisata, dilengkapi dengan latihan-latihan soal yang bisa didiskusikan bersama di kelas.



ISBN 978-623-7273-58-5

