

INDONESIA TOURISM

History and Culture



Penulis :

Drs. Darmayasa, M.Pd

Ida Ayu Etsa Pracintya, S.Pd., M.Par

Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat

Putu Ari Nugraha, S.Tr.Par., MBA

Muhammad Anas, S.E., M.M., CHE

Antonietta Gizela Dethan, S.Pd., M.Par

Dr. Indah Nur Shanty Saleh, S.H., M.Hum

Yusri. S.Sos., M.Si

SONPEDIA.COM

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

INDONESIA TOURISM

(History and Culture)

Penulis :

Drs. Darmayasa, M.Pd

Ida Ayu Etsa Pracintya, S.Pd., M.Par

Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat

Putu Ari Nugraha, S.Tr.Par., MBA

Muhammad Anas, S.E., M.M., CHE

Antonietta Gizela Dethan, S.Pd., M.Par

Dr. Indah Nur Shanty Saleh, S.H., M.Hum

Yusri. S.Sos., M.Si

Penerbit:

SONPEDIA
Publishing Indonesia

INDONESIA TOURISM
(History and Culture)

Penulis :

Drs. Darmayasa, M.Pd
Ida Ayu Etsa Pracintya, S.Pd., M.Par
Loso Judijanto, S.Si., M.M., M.Stat
Putu Ari Nugraha, S.Tr.Par., MBA
Muhammad Anas, S.E., M.M., CHE
Antonietta Gizela Dethan, S.Pd., M.Par
Dr. Indah Nur Shanty Saleh, S.H., M.Hum
Yusri. S.Sos., M.Si

ISBN : 978-623-514-256-2

Editor :

Efitra

Penyunting :

Nurzatul Dihniah

Desain sampul dan Tata Letak :

Yayan Agusdi

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166 Kota Jambi 36129 Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.buku.sonpedia.com

Anggota IKAPI : 006/JBI/2023

Cetakan Pertama, Oktober 2024

Hak cipta dilindungi undang-undang
Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan
cara Apapun tanpa ijin dari penerbit

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan buku ini dengan baik. Buku ini berjudul ***“INDONESIA TOURISM: HISTORY AND CULTURE”*** Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih bagi semua pihak yang telah membantu dalam penulisan dan penerbitan buku ini.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan keragaman budaya dan etnis terbanyak di dunia. Setiap daerah memiliki karakteristiknya masing-masing, dari segi adat, tradisi, seni, hingga sejarah yang membentuk identitas bangsa. Buku ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca, baik untuk kalangan akademisi, wisatawan, maupun siapa saja yang tertarik untuk mengeksplorasi keindahan dan keunikan Indonesia.

Buku ini membahas perkembangan pariwisata Indonesia dari sejarah hingga masa kini. Dimulai dengan penjelasan tentang konsep dasar pariwisata dan sejarah singkat pariwisata Indonesia, buku ini menjelaskan peran penting pariwisata dalam pembangunan ekonomi nasional, menciptakan lapangan kerja, dan mempromosikan budaya lokal. Ekowisata, sebagai fokus utama, dijelaskan melalui potensi besar Indonesia dalam menjaga keanekaragaman hayati serta berbagai destinasi alam seperti taman nasional dan ekosistem laut.

Selain itu, buku ini mengupas kuliner Indonesia sebagai daya tarik wisata, serta pengembangan destinasi wisata baru yang terus berkembang. Konsep pariwisata berkelanjutan juga menjadi bagian penting, menyoroti tantangan dan peluang untuk menjaga keseimbangan antara pariwisata dan kelestarian lingkungan. Dengan potensi besar dalam ekowisata dan berbagai destinasi menarik, buku ini memberikan panduan penting tentang bagaimana Indonesia

dapat terus mengembangkan pariwisatanya secara berkelanjutan di masa depan.

Buku ini mungkin masih terdapat kekurangan dan kelemahan. Oleh karena itu, saran dan kritik para pemerhati sungguh penulis harapkan. Semoga buku ini memberikan manfaat dan menambah khasanah ilmu pengetahuan.

Makassar, Oktober 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
BAGIAN 1 DEFINISI DAN KONSEP DASAR PARIWISATA	1
A. PENGERTIAN DAN DEFINISI PARIWISATA.....	1
B. KOMPONEN-KOMPONEN PARIWISATA	10
C. JENIS-JENIS PARIWISATA.....	14
D. KONSEP DASAR PARIWISATA	18
BAGIAN 2 SEJARAH PARIWISATA INDONESIA.....	24
A. SEJARAH PARIWISATA INDONESIA.....	24
B. SEJARAH PARIWISATA BALI	26
C. PROMOSI PARIWISATA SASTRA DAN BUDAYA	30
BAGIAN 3 PERAN PARIWISATA DALAM PEMBANGUNAN NASIONAL..	34
A. KONSEP DAN DEFINISI PARIWISATA	34
B. PARIWISATA SEBAGAI PENDORONG PEMBANGUNAN EKONOMI	41
C. PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN.....	48
BAGIAN 4 EKOWISATA DI INDONESIA	57
A. PENDAHULUAN	57
B. POTENSI EKOWISATA DI INDONESIA.....	58
C. MANFAAT EKOWISATA.....	62
D. TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA DI INDONESIA.....	68
E. PELUANG PENGEMBANGAN EKOWISATA.....	72
BAGIAN 5 PARIWISATA KULINER INDONESIA	76
A. DEFINISI WISATA KULINER	76
B. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PARIWISATA KULINER DI INDONESIA.....	79
C. POTENSI DAN TANTANGAN PARIWISATA KULINER DI INDONESIA.....	81
D. TREN GLOKALISASI DALAM KULINER INDONESIA	83

E. KOLABORASI PEMERINTAH DAN INDUSTRI DALAM MEMPROMOSIKAN KULINER LOKAL	87
F. <i>BRANDING</i> KOTA DAN DESTINASI KULINER	91
G. PERAN MSDM DALAM PARIWISATA KULINER	95
BAGIAN 6 PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BARU	100
A. PENGEMBANGAN PARIWISATA	100
B. PRINSIP PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BARU.....	102
C. PERENCANAAN PENGEMBANGAN DESTINASI	108
BAGIAN 7 PARIWISATA BERKELANJUTAN DI MASA DEPAN.....	114
A. PENGERTIAN PARIWISATA BERKELANJUTAN	114
B. TUJUAN PARIWISATA BERKELANJUTAN.....	120
C. PILAR PARIWISATA BERKELANJUTAN.....	122
D. KEBIJAKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN	134
E. PELUANG DAN TANTANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN	138
BAGIAN 8 POTENSI EKOWISATA	143
A. DEFINISI EKOWISATA DARI BEBERAPA SUMBER.....	143
B. PENTINGNYA EKOWISATA BAGI LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT	144
C. KONSEP EKOWISATA DAN PRINSIP DASAR EKOWISATA.....	148
D. PERBEDAAN ANTARA EKOWISATA DAN PARIWISATA MASSAL..	151
E. MANFAAT EKOWISATA BAGI KELESTARIAN LINGKUNGAN.....	156
F. POTENSI EKOWISATA DI INDONESIA.....	159
G. DESTINASI EKOWISATA POPULER DI INDONESIA.....	163
H. PERAN PEMERINTAH DAN NON PEMERINTAH DALAM EKOWISATA	166
DAFTAR PUSTAKA	171
TENTANG PENULIS	185

BAGIAN 1

DEFINISI DAN KONSEP DASAR PARIWISATA

A. PENGERTIAN DAN DEFINISI PARIWISATA

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor global yang paling dinamis dan terus berkembang. Menurut Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO – kini menjadi UN Tourism), sektor ini telah menjadi pendorong utama pembangunan ekonomi di banyak negara (termasuk Indonesia), dengan kontribusi yang signifikan terhadap PDB, lapangan kerja, serta peningkatan devisa. Di Indonesia, pariwisata memainkan peran strategis dalam mendukung pembangunan nasional, terutama dalam upaya diversifikasi ekonomi dan pelestarian budaya serta lingkungan.

Seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, sektor pariwisata Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia meningkat setiap tahunnya, dengan destinasi-destinasi seperti Bali, Yogyakarta, dan Lombok menjadi primadona. Pariwisata tidak hanya berperan sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga sebagai alat untuk mempromosikan citra positif Indonesia di kancah internasional.

Selain kontribusi ekonominya, pariwisata juga berperan dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Sektor ini menciptakan peluang kerja di berbagai bidang seperti perhotelan, transportasi, dan industri kreatif. Lebih dari itu, pariwisata juga berfungsi sebagai instrumen untuk melestarikan warisan budaya dan lingkungan. Wisatawan yang tertarik pada budaya dan sejarah Indonesia turut membantu dalam melestarikan situs-situs budaya dan ekologi, maupun berupa hasil kesenian yang mungkin terancam oleh modernisasi.

Pariwisata merupakan sektor yang berperan penting dalam pembangunan ekonomi dan sosial di Indonesia. Selain menyediakan lapangan pekerjaan, sektor ini juga mendorong aliran devisa dan mempromosikan kebudayaan serta keindahan alam Indonesia di panggung internasional. Sebagai negara kepulauan yang kaya akan budaya dan alam, Indonesia memiliki potensi pariwisata yang besar, baik untuk wisata alam maupun wisata budaya.

Demikian beberapa pengertian yang bisa disematkan pada sektor pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan utama di Indonesia. Selain pengertian di atas, secara akademik berikut ini akan diuraikan definisi pariwisata yang disampaikan oleh para ahli maupun lembaga resmi yang memiliki kompetensi dan otoritas dalam bidang pariwisata.

2. Definisi Pariwisata

a. *Definisi Pariwisata dari Para Ahli*

Pariwisata sebagai konsep telah didefinisikan oleh berbagai ahli dari beragam disiplin ilmu, termasuk ekonomi, sosiologi, antropologi, dan geografi. Setiap definisi biasanya mencerminkan perspektif atau fokus tertentu, baik itu terkait dengan dampak ekonomi, budaya, atau sosial dari aktivitas pariwisata.

Menurut **Pendit** (2003), pariwisata dapat dibedakan dari perjalanan biasa karena adanya tiga elemen utama: adanya perpindahan (*movement*), sifat sementara (*temporary*), dan tujuan yang berkaitan dengan kegiatan rekreasi atau penyegaran diri. Elemen-elemen ini penting dalam mengidentifikasi perbedaan antara perjalanan biasa, seperti perjalanan kerja rutin, dengan pariwisata yang memiliki tujuan utama untuk rekreasi atau tujuan non-rutin lainnya.

Mathieson dan Wall (1982), dalam karya mereka *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*, mendefinisikan pariwisata sebagai "gerakan sementara orang ke destinasi di luar tempat tinggal dan pekerjaan mereka yang biasa, termasuk segala kegiatan yang mereka lakukan selama berada di destinasi tersebut, serta fasilitas yang mendukung mereka." Definisi ini menekankan aspek mobilitas dan sifat sementara dari pariwisata. Mereka juga memperhatikan dampak ekonomi, fisik, dan sosial

dari kegiatan pariwisata yang dapat memengaruhi baik wisatawan maupun komunitas lokal.

Jafari (1989), salah satu tokoh terkemuka dalam studi pariwisata internasional, menawarkan pandangan yang lebih luas. Dalam bukunya *The Tourism Movement*, Jafari melihat pariwisata sebagai sebuah fenomena yang terdiri dari tiga elemen utama: manusia, ruang, dan waktu. Menurutnya, pariwisata adalah aktivitas yang melibatkan perjalanan dari tempat asal ke tempat lain yang menawarkan pengalaman berbeda, yang tujuan utamanya adalah rekreasi dan penyegaran diri.

Urry (1990), dalam karyanya yang berjudul *The Tourist Gaze*, mendefinisikan pariwisata dari sudut pandang sosiologis. Menurut Urry, pariwisata adalah fenomena sosial yang di dalamnya wisatawan dapat mengembangkan "gaze" atau tatapan terhadap tempat-tempat yang dianggap eksotis atau berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Urry menekankan bahwa pengalaman pariwisata dipengaruhi oleh persepsi dan ekspektasi wisatawan terhadap destinasi. Dalam pandangan ini, pariwisata bukan hanya aktivitas fisik tetapi juga aktivitas mental. Wisatawan mengkonstruksi makna terhadap tempat yang mereka kunjungi.

Pendapat yang sudah cukup lama disampaikan oleh Erik Cohen (1972), seorang ahli sosiologi, yang mengemukakan teori pariwisata berbasis motivasi. Dalam artikelnya yang berjudul

Towards a Sociology of International Tourism, Cohen mendefinisikan pariwisata sebagai perjalanan yang dilakukan oleh individu yang tidak terlibat dalam aktivitas kerja di tempat asalnya, dengan motivasi yang berbeda-beda seperti mencari rekreasi, petualangan, atau bahkan spiritualitas. Menurut Cohen, pariwisata dapat diklasifikasikan ke dalam empat bentuk berdasarkan motif perjalanan: rekreasi, eksperiensial, eksperimental, dan eksistensial. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang psikologi wisatawan dan motivasi di balik perjalanan mereka.

Richard Butler (1980) mengembangkan model siklus hidup destinasi wisata yang dikenal sebagai *Tourist Area Life Cycle (TALC)*. Menurut Butler, pariwisata adalah proses dinamis yang melibatkan eksplorasi, pengembangan, konsolidasi, dan akhirnya membawa akibat, (kemungkinan) penurunan suatu destinasi wisata jika tidak dikelola dengan baik. Definisi Butler menekankan pentingnya pengelolaan dan perencanaan pariwisata yang berkelanjutan untuk mencegah *over-exploitation* dari destinasi. Ia juga menyoroti pentingnya adaptasi destinasi wisata terhadap perubahan tren dan preferensi wisatawan.

Suwantoro (2004), ahli pariwisata dari Indonesia, mendefinisikan pariwisata sebagai suatu proses perjalanan seseorang dari tempat tinggalnya untuk sementara waktu ke tempat lain, dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan, pengetahuan, atau kepuasan

spiritual tanpa berniat untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Definisi ini relevan dalam konteks Indonesia bahwa pariwisata sering kali dikaitkan dengan kegiatan rekreasi yang bersifat spiritual atau budaya, terutama di destinasi-destinasi seperti Bali dan Yogyakarta.

Pitana dan Diarta (2009), dua ahli pariwisata dari Indonesia, mendefinisikan pariwisata sebagai serangkaian kegiatan yang mencakup perjalanan dan kegiatan pendukung yang dilakukan oleh orang-orang di luar tempat tinggal mereka untuk mendapatkan pengalaman baru dan kepuasan. Definisi ini mencerminkan kompleksitas pariwisata sebagai fenomena yang melibatkan tidak hanya aspek fisik dari perjalanan tetapi juga aspek sosial, budaya, dan ekonomi. Pitana dan Diarta juga menekankan pentingnya pariwisata berkelanjutan di Indonesia untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak mengorbankan sumber daya alam dan budaya lokal.

Hunziker dan Krapf (1942), dua ahli asal Swiss, mendefinisikan pariwisata sebagai "sejumlah hubungan dan fenomena yang dihasilkan dari perjalanan dan pertemuan antara wisatawan dan penduduk setempat." Definisi ini sangat mendalam karena tidak hanya melihat pariwisata dari segi ekonomi tetapi juga menyoroti interaksi sosial yang terjadi antara wisatawan dan masyarakat lokal. Interaksi ini sering kali menjadi salah satu aspek paling penting dalam pariwisata budaya dan etnis. Para wisatawan

belajar dan berpartisipasi dalam kehidupan sehari-hari masyarakat yang mereka kunjungi.

Gunn (1994) dalam bukunya *Tourism Planning* juga menawarkan definisi yang lebih praktis terkait pariwisata. Ia melihat pariwisata sebagai kegiatan yang melibatkan perencanaan dan pengelolaan destinasi untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan wisatawan dan masyarakat lokal. Gunn menyoroti pentingnya perencanaan dalam memastikan bahwa pariwisata tidak hanya menguntungkan dari segi ekonomi tetapi juga bertanggung jawab terhadap lingkungan dan budaya.

b. Definisi dari UN Tourism (sebelumnya bernama UNWTO)

Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) memberikan definisi yang lebih formal dan terstruktur terkait pariwisata. Menurut UNWTO (2020), pariwisata adalah kegiatan orang yang melakukan perjalanan dan tinggal di tempat di luar lingkungan mereka yang biasa untuk jangka waktu tidak lebih dari satu tahun berturut-turut, dengan tujuan rekreasi, bisnis, atau alasan lainnya, tanpa mencari nafkah di tempat yang mereka kunjungi. Definisi ini menekankan aspek sementara dari perjalanan dan tidak adanya keterlibatan ekonomi langsung di lokasi tujuan.

Definisi ini juga membedakan antara berbagai jenis pariwisata, termasuk wisata domestik, internasional, dan pariwisata berbasis sosial seperti pendidikan dan kesehatan. Selain itu, UNWTO juga memprioritaskan pembangunan pariwisata berkelanjutan yang

mengutamakan dampak positif ekonomi sekaligus meminimalisir dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat setempat.

c. ***Definisi Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan di Indonesia***

Di Indonesia, pariwisata juga diatur dalam berbagai regulasi yang memberikan definisi lebih spesifik. Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata memberikan definisi resmi pariwisata yang diakui secara nasional. Pasal 1 ayat 3 dari UU No. 10/2009 menyatakan:

"Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah."

Definisi ini lebih luas dibandingkan dengan definisi UNWTO karena mencakup keterlibatan multi-stakeholder dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, termasuk masyarakat lokal, pengusaha swasta, serta pemerintah pusat dan daerah. Hal ini menunjukkan pentingnya kolaborasi antar sektor dalam memastikan pengelolaan pariwisata yang efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, UU No. 10/2009 juga mendefinisikan beberapa konsep penting terkait pariwisata, seperti:

- **Wisatawan:** Menurut Pasal 1 ayat 2, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan wisata.
- **Destinasi Pariwisata:** Destinasi pariwisata didefinisikan dalam Pasal 1 ayat 6 sebagai kawasan geografis yang

terletak dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, dan masyarakat yang saling terkait dan melengkapi realisasi pariwisata.

Definisi dalam UU ini menekankan pentingnya dukungan infrastruktur, daya tarik wisata, serta keterlibatan masyarakat dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang holistik dan terintegrasi.

Selain UU No. 10/2009, beberapa peraturan lainnya di Indonesia turut memberikan definisi pariwisata yang lebih rinci. Salah satu di antaranya adalah **Peraturan Pemerintah (PP) No. 50 Tahun 2011** tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataan Nasional (RIPPARNAS). PP ini mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan lintas sektor yang melibatkan berbagai komponen, termasuk transportasi, akomodasi, serta pelayanan dan pengelolaan daya tarik wisata yang semuanya harus berbasis pada prinsip keberlanjutan dan menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal serta keseimbangan dalam berbagai aspek.

Pentingnya pariwisata berkelanjutan menjadi titik fokus dari banyak regulasi yang diatur oleh pemerintah Indonesia. **Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 14 Tahun 2016** tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menegaskan bahwa setiap pengembangan destinasi wisata harus memperhatikan keberlanjutan sosial-budaya, ekonomi, dan

lingkungan. Hal ini mencakup perlindungan terhadap ekosistem alam, pelestarian budaya lokal, dan pemberdayaan masyarakat di destinasi wisata.

Pendekatan ini mencerminkan upaya Indonesia untuk selaras dengan standar internasional yang ditetapkan oleh UNWTO dalam hal pengelolaan pariwisata yang bertanggung jawab.

B. KOMPONEN-KOMPONEN PARIWISATA

Pariwisata merupakan sektor yang kompleks, terdiri dari berbagai komponen yang saling terkait untuk memberikan pengalaman yang menyeluruh bagi wisatawan. Secara umum, komponen-komponen pariwisata dapat dibagi ke dalam beberapa kategori utama, yaitu destinasi, akomodasi, transportasi, dan pelayanan wisata. Selain itu ada juga komponen lain, seperti aksesibilitas, atraksi, amenitas, dan aktivitas wisata.

1. Destinasi

Destinasi wisata adalah tempat atau lokasi yang menjadi tujuan utama wisatawan. Menurut Pitana dan Diarta (2009), destinasi pariwisata tidak hanya mencakup lokasi geografis tetapi juga seluruh atraksi dan daya tarik yang ditawarkan oleh tempat tersebut, termasuk budaya, alam, sejarah, dan fasilitas rekreasi yang ada di dalamnya. Destinasi pariwisata di Indonesia sangat beragam berdasarkan daya tarik utamanya, mulai dari situs-situs budaya seperti Candi Borobudur dan Candi Prambanan hingga

keindahan alam seperti Raja Ampat, Taman Nasional Komodo, dan Pantai Kuta, dan masih banyak lagi tempat-tempat menarik lainnya.

2. Akomodasi

Akomodasi merupakan salah satu komponen kunci dalam pariwisata, karena menyediakan tempat bagi wisatawan untuk beristirahat selama kunjungan mereka. Akomodasi dapat bervariasi mulai dari hotel mewah, resor, vila, hingga homestay yang dikelola oleh masyarakat lokal sebagai cerminan pengelolaan pariwisata yang berbasis masyarakat. Menurut Smith (1994), pilihan akomodasi sangat memengaruhi jenis wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi suatu destinasi, karena preferensi akomodasi sering kali mencerminkan gaya hidup, anggaran, dan tujuan wisata dari para wisatawan.

3. Transportasi

Transportasi adalah komponen penting yang memungkinkan wisatawan mencapai destinasi mereka dan berpindah dari satu tempat ke tempat lain selama kunjungan. Menurut Page (2009), transportasi meliputi berbagai moda, seperti pesawat terbang, kereta api, bus, dan kapal, serta infrastruktur pendukung seperti bandara, terminal, pelabuhan, dan jalan raya. Kemudahan akses ke destinasi wisata sering kali menjadi salah satu faktor kunci dalam menarik wisatawan.

4. Pelayanan Wisata

Pelayanan wisata mencakup segala bentuk layanan yang diberikan kepada wisatawan selama kunjungan mereka, mulai dari informasi wisata, pemandu wisata, hingga layanan kesehatan dan keamanan, dan sebagainya. Menurut Holloway (2004), kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan memiliki dampak langsung terhadap kepuasan wisatawan dan reputasi destinasi wisata. Di Indonesia, industri pelayanan wisata semakin berkembang, terutama dengan meningkatnya jumlah agen perjalanan, operator tur, dan pemandu wisata yang bersertifikat.

5. Aksesibilitas

Aksesibilitas mengacu pada kemudahan yang dimiliki wisatawan untuk mencapai dan bergerak di dalam suatu destinasi. Aspek ini mencakup infrastruktur transportasi seperti jalan raya, bandara, pelabuhan, dan fasilitas transportasi umum yang memadai untuk mendukung pergerakan wisatawan. Di samping itu, aksesibilitas juga menyangkut ketersediaan sinyal internet di suatu destinasi, daya tarik wisata atau sarana pariwisata yang digunakan oleh wisatawan.

Menurut **Page (2009)**, aksesibilitas adalah kunci utama dalam menentukan daya tarik suatu destinasi. Namun, **Holloway (2004)** menekankan bahwa aksesibilitas bukan hanya tentang ketersediaan transportasi tetapi juga tentang kenyamanan dan keamanan perjalanan.

6. Atraksi

Atraksi adalah elemen utama yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Atraksi dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, kegiatan rekreasi, atau festival yang unik. Menurut **Pitana dan Diarta (2009)**, atraksi merupakan daya tarik utama bagi wisatawan dan sering kali menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk memilih suatu destinasi. Atraksi di Indonesia sangat beragam, mulai dari atraksi alam seperti Pantai Kuta, Danau Toba, dan sebagainya. Atraksi budaya seperti upacara adat di Bali dan Yogyakarta. Selain itu, festival budaya seperti **Festival Pasola di Sumba** atau **Festival Dieng** semakin memperkaya pengalaman wisatawan.

7. Amenitas

Amenitas adalah fasilitas pendukung yang membuat perjalanan wisata lebih nyaman dan menyenangkan. Fasilitas ini meliputi restoran, toilet umum, pusat informasi wisata, serta fasilitas kesehatan dan keamanan. **Holloway (2004)** menekankan bahwa kualitas amenitas sangat memengaruhi tingkat kepuasan wisatawan selama kunjungan mereka. Tanpa amenitas yang memadai, sebuah destinasi mungkin tidak bisa mempertahankan tingkat kunjungan wisatawan dalam jangka panjang.

8. Aktivitas

Aktivitas adalah tambahan penting dalam komponen pariwisata, yang mencakup segala macam kegiatan yang dapat dilakukan

wisatawan selama kunjungan mereka. Menurut **Pitana dan Diarta (2009)**, aktivitas wisata menjadi elemen kunci dalam menciptakan daya tarik yang berkelanjutan untuk sebuah destinasi. Aktivitas yang inovatif dan relevan dengan tren global, seperti wisata berbasis teknologi atau *virtual tourism*, dapat menarik segmen pasar yang lebih luas dan mendukung pertumbuhan destinasi secara berkelanjutan.

C. JENIS-JENIS PARIWISATA

Jenis-jenis pariwisata yang ada di dunia sangat beragam, dengan masing-masing menawarkan pengalaman yang unik berdasarkan minat dan tujuan wisatawan. Di Indonesia, kekayaan alam, budaya, dan sejarah memungkinkan berkembangnya berbagai bentuk pariwisata yang dapat menarik wisatawan domestik maupun internasional. Berdasarkan motivasi dan aktivitas wisatawan, pariwisata dapat dikategorikan ke dalam beberapa jenis, yaitu pariwisata budaya, pariwisata alam, pariwisata sejarah, dan pariwisata ekonomi kreatif.

1. Pariwisata Budaya

Pariwisata budaya adalah jenis pariwisata yang menekankan penjelajahan warisan budaya, tradisi, seni, dan kehidupan sosial suatu komunitas atau bangsa. Menurut **Richards (1996)**, pariwisata budaya adalah salah satu bentuk pariwisata yang paling berkembang di seluruh dunia karena semakin banyak

wisatawan yang tertarik untuk memahami kebudayaan lokal di destinasi yang mereka kunjungi.

Contoh destinasi pariwisata budaya di Indonesia meliputi:

- **Bali**, dengan upacara keagamaan Hindu dan perayaan keagamaan seperti Nyepi, **Galungan** dan **Kuningan**.
- **Yogyakarta**, sebagai pusat kebudayaan Jawa dengan tradisi seperti **Wayang Kulit**, **Kraton**, dan **Candi Borobudur**.
- **Toraja**, yang terkenal dengan upacara adat **Rambu Solo'** dan rumah adat **Tongkonan**.

Pitana dan Diarta (2009) menekankan bahwa pariwisata budaya juga berperan penting dalam pelestarian budaya lokal. Ketika wisatawan berinteraksi dengan budaya setempat, mereka memberikan dorongan ekonomi yang membantu melestarikan tradisi yang mungkin akan hilang akibat modernisasi.

2. Pariwisata Alam

Pariwisata alam, atau **ekowisata**, adalah bentuk pariwisata yang melibatkan kunjungan ke destinasi yang menonjolkan keindahan dan keanekaragaman alam. **Cater (1993)** mendefinisikan pariwisata alam sebagai perjalanan yang bertujuan untuk menikmati dan mengapresiasi lingkungan alam, dengan mempertimbangkan pelestarian alam dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal.

3. Pariwisata Sejarah

Pariwisata sejarah berfokus pada eksplorasi tempat-tempat yang memiliki nilai sejarah, baik berupa situs-situs arkeologi, bangunan bersejarah, atau monumen peringatan. **Timothy dan Boyd (2003)** mendefinisikan pariwisata sejarah sebagai kunjungan ke situs yang berkaitan dengan masa lalu, yang dapat memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang peradaban dan perkembangan sosial masyarakat.

Pitana dan Diarta (2009) menekankan bahwa pariwisata sejarah di Indonesia bukan hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga berfungsi sebagai alat edukasi untuk memperkenalkan generasi muda pada sejarah bangsa.

4. Pariwisata Ekonomi Kreatif

Pariwisata ekonomi kreatif adalah jenis pariwisata yang berfokus pada pengalaman interaktif yang melibatkan kreativitas dan inovasi. Menurut **Howkins (2001)**, ekonomi kreatif melibatkan sektor-sektor yang berpusat pada kreativitas individu, seperti seni, desain, musik, dan film, yang kemudian dijadikan sebagai atraksi pariwisata.

Pitana dan Gayatri (2005) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata ekonomi kreatif dapat memperluas daya tarik sebuah destinasi wisata dengan memberikan pengalaman yang lebih interaktif dan personal bagi wisatawan, sekaligus

memberdayakan pelaku usaha kecil dan menengah di sektor ekonomi kreatif.

5. **Jenis-jenis Pariwisata berdasarkan kategorisasi oleh UN Tourism**
Organisasi Pariwisata Dunia (UN Tourism) mengklasifikasikan pariwisata ke dalam beberapa kategori berdasarkan motivasi dan tujuan wisatawan. Pembagian ini bertujuan untuk membantu memahami perilaku wisatawan serta mendorong pengembangan pariwisata yang lebih terarah dan berkelanjutan. Jenis-jenis pariwisata yang dimaksud adalah **pariwisata Rekreasi dan Relaksasi, Pariwisata Medis dan Kesehatan, Pariwisata Konvensi dan Bisnis (MICE), dan Pariwisata Agama dan Spiritual.**

6. **Jenis-Jenis Pariwisata Berdasarkan Tujuan Khusus (Special Interest Tourism - SIT)**

Kategori pariwisata ini lebih fokus pada kegiatan atau pengalaman tertentu yang ingin didapatkan oleh wisatawan. Pembagian ini sering digunakan oleh sektor pariwisata untuk mengidentifikasi target pasar yang spesifik. **Hall (1992)** menyatakan bahwa SIT menarik bagi wisatawan yang memiliki preferensi khusus atau hobi tertentu yang ingin mereka nikmati selama perjalanan. Beberapa jenis pariwisata dimaksud adalah: **Pariwisata Petualangan (Adventure Tourism), Pariwisata Kuliner, dan Pariwisata Pendidikan**

D. KONSEP DASAR PARIWISATA

Pariwisata sebagai fenomena global dan lokal tidak hanya melibatkan pergerakan wisatawan dari satu tempat ke tempat lain, tetapi juga mencakup berbagai interaksi sosial, ekonomi, dan budaya. Oleh karena itu, pemahaman mengenai konsep dasar pariwisata sangat penting untuk mengelola sektor ini secara efektif. Beberapa konsep dasar yang perlu dipahami dalam pariwisata meliputi **motivasi wisatawan**, **pengalaman wisata**, **dampak pariwisata**, dan **pariwisata berkelanjutan**.

1. Motivasi wisatawan

Motivasi wisatawan adalah alasan atau dorongan yang membuat seseorang melakukan perjalanan wisata. Menurut **Crompton (1979)**, ada dua motivasi utama yang mendorong seseorang untuk berwisata, yaitu motivasi **push** dan **pull**.

- a. **Push factors** adalah motivasi internal yang mendorong wisatawan untuk meninggalkan rutinitas sehari-hari, seperti mencari relaksasi, hiburan, atau kebebasan dari stres. Push factors biasanya mencerminkan kebutuhan pribadi wisatawan, seperti keinginan untuk melepaskan diri dari rutinitas, memperkaya diri secara intelektual, atau menjalin hubungan sosial yang baru.
- b. **Pull factors** adalah motivasi eksternal yang menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tertentu. **Pull factors** meliputi daya tarik destinasi, seperti keindahan alam, warisan budaya, atau event spesial yang diadakan di tempat

tersebut. Contoh *pull factors* di Indonesia adalah daya tarik budaya Bali dengan upacara keagamaannya, atau keunikan budaya Toraja dengan tradisi pemakaman Rambu Solo'.

Menurut **Dann (1981)**, motivasi wisatawan juga sering kali dipengaruhi oleh pencarian identitas, pencarian otentisitas, dan keinginan untuk mengalami sesuatu yang baru dan berbeda. Di Indonesia, misalnya, wisatawan domestik mungkin lebih termotivasi oleh nostalgia atau kebanggaan budaya, sedangkan wisatawan internasional mungkin lebih tertarik pada eksotisme budaya Indonesia.

2. Pengalaman Wisata

Pengalaman wisata mencakup segala bentuk interaksi dan aktivitas yang dilakukan wisatawan selama kunjungan mereka ke suatu destinasi.

Ada empat dimensi utama dari pengalaman wisata yang disampaikan oleh Pine dan Gilmore (1999):

- a. **Entertainment:** Aktivitas wisata yang bersifat menghibur, seperti menonton pertunjukan seni tradisional atau menghadiri festival.
- b. **Education:** Pengalaman yang mendidik, di mana wisatawan belajar tentang budaya lokal atau sejarah destinasi, seperti mengikuti tur ke candi atau belajar membuat kerajinan tradisional.

- c. **Escapism:** Pengalaman di mana wisatawan mencoba untuk melepaskan diri dari rutinitas dan terlibat dalam aktivitas yang benar-benar berbeda, seperti hiking di gunung atau melakukan perjalanan spiritual di tempat-tempat sakral.
- d. **Esthetics:** Pengalaman wisata yang lebih berfokus pada keindahan visual atau lingkungan fisik, seperti menikmati keindahan alam atau arsitektur budaya suatu destinasi.

3. Dampak pariwisata

Pariwisata memiliki dampak yang luas, baik dari segi ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Menurut **Wall dan Mathieson (2006)**, dampak pariwisata dapat dibagi menjadi tiga kategori utama:

a. Dampak Ekonomi

Pariwisata merupakan sumber pendapatan penting bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Dampak positifnya meliputi penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan devisa, dan pengembangan infrastruktur. Pada sisi lain, dampak negatif ekonomi juga dapat muncul, seperti ketergantungan berlebihan pada pariwisata sebagai sumber pendapatan utama, yang dapat membuat suatu daerah rentan terhadap fluktuasi jumlah wisatawan. Di Bali, misalnya, pandemi COVID-19 menyebabkan penurunan drastis dalam ekonomi lokal yang sangat bergantung pada pariwisata.

b. Dampak Sosial Budaya

Dampak positif pariwisata dari segi sosial budaya meliputi peningkatan kesadaran masyarakat lokal terhadap pentingnya pelestarian budaya dan tradisi mereka. Melalui interaksi dengan wisatawan, masyarakat lokal dapat merasa lebih bangga dengan identitas budaya mereka.

Pada sisi lain, **Greenwood (1989)** memperingatkan adanya risiko komodifikasi budaya, di mana tradisi lokal diubah menjadi produk komersial untuk kepentingan wisatawan. Hal ini dapat menghilangkan makna asli dari tradisi tersebut dan menyebabkan konflik antara pelestarian budaya dan pengembangan pariwisata.

c. Dampak Lingkungan

Dampak positif dari pariwisata terhadap lingkungan termasuk upaya pelestarian alam yang dilakukan untuk menjaga daya tarik wisata alam. Di Indonesia, misalnya, pengembangan ekowisata di beberapa taman nasional membantu dalam pelestarian flora dan fauna langka, seperti **Taman Nasional Ujung Kulon** untuk melindungi badak Jawa.

Dampak negatifnya adalah kerusakan lingkungan akibat over-tourism, di mana jumlah wisatawan yang terlalu banyak dapat merusak ekosistem alam dan menambah polusi. Salah satu contohnya adalah Pantai Kuta di Bali, yang sering kali

mengalami masalah sampah dan polusi karena lonjakan wisatawan.

4. Pariwisata berkelanjutan

Pariwisata berkelanjutan adalah konsep pariwisata yang mengutamakan keseimbangan antara manfaat ekonomi, pelestarian budaya, dan perlindungan lingkungan. Menurut **UNWTO (2020)**, pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk:

- a. **Meminimalkan dampak negatif** terhadap lingkungan dan masyarakat lokal.
- b. **Maksimalkan kontribusi ekonomi** bagi masyarakat setempat.
- c. **Mendukung pelestarian budaya** dan sumber daya alam untuk generasi mendatang.

Di Indonesia, pariwisata berkelanjutan telah diadopsi di beberapa daerah, seperti pengembangan **Desa Wisata Penglipuran** di Bali, yang dikenal sebagai salah satu desa terbersih di dunia. Di sini, masyarakat setempat berperan aktif dalam mengelola pariwisata sambil menjaga adat istiadat dan keaslian lingkungan desa. Model pariwisata berbasis komunitas ini tidak hanya melibatkan wisatawan dalam pengalaman budaya yang otentik, tetapi juga memastikan bahwa pendapatan yang diperoleh dari pariwisata dapat digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal.

Cohen (1978) juga menekankan bahwa keberlanjutan dalam pariwisata harus melibatkan partisipasi aktif masyarakat lokal

dalam pengambilan keputusan, bukan hanya pemerintah atau pelaku industri pariwisata. Ini penting untuk memastikan bahwa manfaat pariwisata berkelanjutan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat setempat tanpa mengorbankan identitas budaya mereka.

BAGIAN 2

SEJARAH PARIWISATA INDONESIA

A. SEJARAH PARIWISATA INDONESIA

Sejarah pariwisata di Indonesia mulai berkembang sejak masa penjajahan Belanda pada tahun 1910-1920 melalui keputusan Gubernur Jendral Belanda bernama Vereeneging Touristen Verkeer (VTV) mengenai dimulainya kegiatan berwisata ke Hindia Belanda (Indonesia-sekarang). Menurut Sunjayadi (2019) terdapat tiga tahapan sejarah pariwisata di Indonesia, yakni (1) tahapan masa penjajahan Belanda, (2) tahapan masa penjajahan Jepang, dan (3) tahapan masa Indonesia merdeka. Pada tahapan masa penjajahan Belanda, berawal dari terbentuknya VTV yang dibentuk dengan tujuan meningkatkan perdagangan antara Eropa dengan negara-negara Asia dengan laut Hindia sebagai jalur perdagangan yang digunakan. Seiring berjalannya waktu, masyarakat Eropa yang berkunjung ke Indonesia tidak hanya melakukan perjalanan bisnis, tetapi juga memiliki ketertarikan terhadap daya tarik wisata di Indonesia (Pitanatri, 2020). Sehingga, pada tahun 1923 pemerintah kolonial berencana untuk mengembangkan pariwisata di Indonesia dengan menerbitkan surat kabar pariwisata Indonesia dan meningkatkan permintaan orang Eropa terhadap kegiatan pariwisata. Usaha yang dilakukan juga termasuk mendirikan travel Agent di Batavia (Jakarta) pada tahun 1926 yang kemudian dikenal dengan nama Netherlands Indische Touristen Bureau (NI Tours).

Meski begitu, pariwisata di Indonesia kala itu hanya terbatas bagi ras berkulit putih dan monopoli jalur perdagangan yang dikelola oleh NI Tours. Farid (2020) memaparkan pada tahapan masa penjajahan Jepang, pemerintah Indonesia mulai berjuang menghidupkan industri-industri yang mendukung perekonomian masyarakat Indonesia, dimana salah satunya adalah sektor pariwisata yang juga mengalami penurunan jumlah peminat dikarenakan target wisatawan yang sebelumnya yang merupakan ras berkulit putih sulit memiliki akses menuju Indonesia. Sehingga, pada tahun 1959, kerja sama antara Kementerian Muda Perhubungan Darat, Pos, Telegraf, dan Telepon mulai mengembangkan pengelolaan sektor pariwisata ke dalam struktur pemerintahan. Tim tersebut dipimpin oleh Menteri Djatikusumo dalam Kabinet Kerja Soekarno. Djatikusumo menjabat hingga 1963. Hal tersebut membuat industri pariwisata di Indonesia kembali berkembang dan jumlah wisatawan asing yang berkunjung semakin bertambah.

Tahapan masa Indonesia merdeka, perkembangan pariwisata Indonesia menjadi pesat. Pada tahun 1970 pemerintah membentuk Bali Tourist Development Corporation (BTDC) yang merupakan pilot project pengembangan pariwisata Indonesia. Yuliantri, dkk (2022) menyebutkan bahwa Bali dipilih dikarenakan jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung melebihi wilayah Indonesia lainnya. Meski begitu, pemerintah juga sadar bahwa pengembangan pariwisata tidak bisa hanya dilakukan di Pulau Bali. Oleh karenanya, di tahun 1970-1980 pemerintah mulai

menggabungkan jargon-jargon seperti *“Indonesia, there is more to it than Bali”*, *“Indonesia, Bali and Beyond”*, serta *“Indonesia, Bali plus Nine”*. Hal ini didukung oleh data dari Badan Pusat Statistik, yang mencatat adanya 11 provinsi yang paling sering dikunjungi oleh para wisatawan, dimana urutan peratama adalah wilayah Bali, dengan total pengunjung dalam 3 tahun terakhir berjumlah 3,7 juta wisatawan.

B. SEJARAH PARIWISATA BALI

Tradisi dan budaya Bali dikenal melalui berbagai bentuk media promosi, seperti pertunjukan seni melalui paket tour, pengenalan budaya melalui majalah atau sosial media, film dan novel. Arini (2021) menyatakan bahwa salah satu media promosi pariwisata yang memperkenalkan budaya dan keindahan Pulau Seribu Pura ini adalah melalui film dan novel. Film yang mengangkat Bali sebagai salah satu destinasi wisata budaya berjudul ‘Eat, Pray, Love’ oleh Elizabeth Gilbert pada tahun 2010. Kepopuleran film ini, memberikan dampak yang besar bagi kepopuleran Bali sebagai daerah tujuan wisata pada skala internasional (Liu, dkk 2020). Namun, perkembangan Bali sebagai destinasi pariwisata telah dimulai pada tahun 1924 dimana jalur pelayaran antar pulau yang tadinya hanya memuat bahan baku makanan, berkembang menjadi pelayaran yang khusus memuat para penumpang dengan tujuan wisata ke Bali.

Perkembangan pariwisata di Bali bertumbuh dikarenakan keterbukaan pulau ini terhadap peluang bagi siapa pun yang ingin menjelajahi baik alam, budaya dan tradisi yang dijalani oleh para masyarakatnya (Lukitasari, 2019). Awal mula terbukanya jalur pariwisata di Bali secara khusus pada 1924, dimana pada saat itu jalur pelayaran mingguan antara Singapura, Batavia, Semarang, dan Surabaya ke Kabupaten Buleleng (pelabuhan Singaraja). Pada saat itu Maskapai Pelayaran Kerajaan yang bertugas untuk mengatur arus pelayaran antar pelabuhan di Pulau Jawa dan Bali, bersedia menerima penumpang atau wisatawan di atas kapal-kapal yang sebelumnya dikirim ke Buleleng hanya untuk mengangkut kopra, kopi, sapi, dan hewan ternak lainnya. Hal ini lah yang menyebabkan terbentuknya jalur pelayaran baru, yang nama resminya adalah Bali Express (Mulyadi dan Linda, 2019).

Paramita (2020) memaparkan bahwa pertumbuhan pariwisata di Bali terus berkembang dengan dibukanya Bali Hotel sebagai pengganti pesanggrahan Denpasar pada 1928 dengan bantuan Maskapai Pelayaran Kerajaan. Perkembangan wisatawan yang membaik, membuat pesanggrahan Kintamani dibenani, khusus untuk wisatawan yang ingin menikmati keindahan Danau Batur yang memesona. Kesuksesan dari terbukanya jalur pelayaran ke Bali, membuat adanya opsi jalur penerbangan antara Surabaya dan Bali pada 1933. Pada tahun 1934 dibuka pelayaran pulang-pergi setiap hari dengan kapal feri antara Gilimanuk, yang terletak di pengujung barat Bali dan Banyuwangi yang terletak di pengujung timur Pulau

Jawa. Jumlah kunjungan wisatawan mencapai 3 ribu per tahun yang dimulai pada tahun yang sama. Seiring waktu berjalan, pada tahun 1963 Presiden Soekarno meminta untuk dibangun sebuah hotel dengan fasilitas mumpuni di Pantai Sanur, yaitu Hotel Bali Beach dan diresmikan pada 1966.

Selama Rencana Pembangunan Lima Tahun (Repelita) I, jumlah kunjungan wisatawan meningkat dari 51 ribu pada 1968 menjadi 270 ribu pada tahun 1973. Beberapa usaha dilakukan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, sejak Repelita V pada 1989 usaha promosi digencarkan dengan kampanye Sadar Wisata melalui Sapta Pesona-nya, yaitu (1) keamanan, (2) ketertiban, (3) kebersihan, (4) kesejukan, (5) keindahan, (6) keramahtamahan, dan (7) kenangan. Sementara itu, kunjungan wisatawan ke Bali mencapai angka 2,5 juta pada tahun 1994.

Berdasarkan data statistik, Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, jumlah kunjungan wisatawan ke Bali terus meningkat setiap tahunnya. Pada 2018, jumlah wisatawan ke Bali mencapai 6 juta lebih. Selain berperan sebagai branding maupun sebagai teladan bagi pembangunan pariwisata Indonesia, Bali juga sebagai pusat penyebaran wisatawan asing ke seluruh Nusantara. Salah satunya dengan program pengembangan pembangunan lima pariwisata oleh Kemenparekraf, bertajuk Bali baru atau destinasi wisata super prioritas, yang meliputi Danau Toba, Borobudur, Mandalika, Labuan Bajo, dan Likupang.

Selain usaha-usaha yang telah dipaparkan diatas untuk mengembangkan pariwisata Bali, usaha lain yang membuat Bali lebih populer adalah memperkenalkannya melalui film. Sejak masa kolonial, sudah muncul rangkaian film yang memperkenalkan Bali sebagai wilayah yang memiliki potensi wisata. Mulyadi dan Sunarti, (2019) memaparkan pertama kali Bali diperkenalkan melalui film yang berjudul *'Bali Indonesien: Sanghijang und Ketjaqtanz'* yang diproduksi pada tahun 1926 oleh Walter Spies yang bekerjasama dengan produser berkebangsaan Belanda yaitu W Mullens. Film ini mengisahkan mengenai kremasi mayat di suatu kerajaan di Bali yang disertai tarian suci Sanghyang yang mengangkat aspek visual yang unik dan eksotis dari budaya Bali yang dihadirkan ke tengah masyarakat Eropa. *'Calon Arang'* yang dirilis pada tahun 1927 merupakan film fiksi pertama yang melukiskan Bali sebagai Pulau Dewata, dimana film ini membentuk kesan terhadap eksotisme dan budaya Bali. Film lainnya yang menjadi tonggak penting dalam mempublikasikan Bali ke mata dunia adalah film karya André Roosevelt dan Armand Denis yang berjudul *'Goon-Goon'* pada tahun 1930 atau yang juga dikenal dengan judul *'The Kris'*. Film berikutnya yang menjadikan Bali sebagai lokasi syuting dan bercerita mengenai Bali adalah *'The Island of the Demons'* pada tahun 1933 oleh Walter Spies yang juga terlibat dalam film ini hingga mencapai kesuksesan hampir di semua negara Eropa, di Amerika Serikat dan di berbagai negara lainnya, hingga yang paling terkenal *'Eat, Pray, Love'* yang dirilis pada tahun 2010.

C. PROMOSI PARIWISATA SASTRA DAN BUDAYA

Beberapa penelitian memberikan hasil yang menjelaskan bagaimana pariwisata promosi pariwisata dilakukan melalui berbagai media massa seperti YouTube, Instagram, dan Facebook. Tentunya, salah satu daya tarik wisata yang mampu dipertahankan kelestariannya secara berkesinambungan adalah daya tarik budaya dan sastra. Populernya *film tourism* merupakan salah satu media promosi yang inovatif dalam memperkenalkan suatu daya tarik wisata pada suatu daerah (Rahayu, dkk, 2019).

Yudaninggar dan Ajibulloh (2019) mengungkapkan bahwa film merupakan salah satu media yang dapat membantu mempromosikan pariwisata terutama dalam menggali potensi-potensi wisata yang belum sempat terjamah oleh banyak orang, sebab film juga merupakan salah satu media komunikasi efektif untuk promosi pariwisata. Potensi pariwisata di Indonesia sangat potensial baik dari sumber daya alamnya ataupun masyarakatnya, namun kurangnya peranan publikasi dan kesadaran akan film tourism, membuat beberapa potensi pariwisata menjadi tidak terekspos dengan baik, (Lukitasari dan Putra, 2017). Pada pembahasan selanjutnya akan memaparkan mengenai para peneliti yang melakukan penelitian terkait dengan pariwisata sastra dan budaya dalam bentuk *film tourism*.

Studi tentang film tourism di Indonesia sejauh ini berfokus pada dua studi menurut Lukitasari (2019), yakni pada 'Eat Pray Love' tahun

2010 yang dibintangi oleh Julia Roberts dan kontribusinya terhadap peningkatan pariwisata Ubud di Bali setelah film ini mendapatkan apresiasi yang begitu besar dari seluruh dunia, film lainnya adalah, film domestik Indonesia, berjudul ‘Laskar Pelangi’ tahun 2008 yang membuat wisatawan domestik Indonesia membanjiri lokasi syuting film, yakni Pulau Belitung. Pemerintah daerah Belitung bahkan mengganti nama pelabuhan Tanjung Pandan menjadi Pelabuhan Laskar Pelangi, yang persis mengikuti nama dari film sukses tersebut. Setelah film ‘Laskar Pelangi’ ini populer ribuan wisatawan lokal dan internasional berbondong-bondong ke Belitung untuk bergabung dengan beberapa paket wisata, sehingga operator tur lokal memutuskan untuk membawa produk yang populer ke pameran pariwisata luar negeri, untuk mempromosikannya ke lebih banyak wisatawan internasional pada tahun 2013. Oleh karena itu, tur film ‘Laskar Pelangi’ adalah contoh sukses bagi orang Indonesia, dalam membuat film yang mampu menarik wisatawan domestik, untuk mengunjungi pulau yang dulunya kurang dikenal.

Arini, dkk (2021) meneliti mengenai promosi pariwisata Bali Utara yang berbasis sastra melalui novel dengan judul ‘Aku Cinta Lovina’ oleh Sunaryono Basuki yang diterbitkan oleh Balai Bahasa Bali dan ‘Rumah Seribu Ombak’ oleh Erwin Arnada yang diterbitkan oleh Gagas Media, dimana kedua novel ini memiliki potensi untuk mempromosikan daerah wisata Bali Utara dalam bentuk sastra. Novel ‘Aku Cinta Lovina’ dan ‘Rumah di Seribu Ombak’ mengandung banyak informasi mengenai tempat wisata Bali Utara,

sehingga menyerupai buku panduan yang dikemas dalam bentuk cerita. Sastra pariwisata pada penelitian ini memberikan kontribusi terhadap promosi daya tarik wisata di Bali utara dalam menarik wisatawan baik domestik mau pun mancanegara.

Penelitian lainnya yang berkaitan dengan pengaruh film tourism ini diadakan oleh Boyer (2018) dengan judul 'Other ways of seeing: film as digital materiality and interlocutor for community-based tourism relationships in Bali' dengan fokus diskusi mengeksplorasi potensi etnografi digital dan visual narasi dalam film berjudul 'Paradise Paradigm' dan menangkap keterkaitannya antara fashion, travel, pariwisata, keragaman budaya, lingkungan, pengembangan berkelanjutan serta energi spiritual dalam kaitannya dengan Bali. Penelitian yang dilakukan Boyer ini menampilkan kemungkinan tindakan atau dampak yang visualisasikan pada film 'Paradise Paradigm' dimana salah satunya adalah dampak serius terhadap lingkungan akibat adanya pembangunan pariwisata di Bali. Film 'Paradise Paradigm' ini menyatukan etnografi antropologis dengan desain sosial sebagai narasi autoetnografi dan dokumenter etnografi sesuai dengan definisi dari Social Design, oleh Design Academy Eindhoven (2018) yang menyatakan bahwa mengembangkan model baru, strategi, dan produk memiliki peran penting dalam pengembangan dan transformasi masyarakat. Film ini pertama kali ditampilkan pada acara International Sustainable Tourism Conference di Belanda yang disebut Connecting the Dots, dimana konferensi ini mengeksplorasi pariwisata kontemporer, etis, dan

global kebangsaan dan dihadiri oleh lebih dari 75 peserta dari lebih dari 20 negara keliling dunia. Adapun beberapa topik diskusi yang dijabarkan oleh Boyer, diantaranya adalah sebagai berikut: 1) the language of paradise has undercurrents of othering both people and nature, 2) design, sustainable futures and stakeholder ethnography, 3) digital materiality and educational pedagogies, 4) film-making and interviews. Hingga mencapai pada kesimpulan bahwa film ini menjelaskan arah pariwisata di Bali ditentukan oleh minat serta nilai-nilai yang para stakeholder miliki dalam membuat keputusan jangka pendek terhadap pengembangan lingkungan serta dampak yang ditimbulkan kedepannya. Pada konteks modern, adanya peningkatan isu-isu mengenai politik, keamanan dan perubahan lingkungan secara global tentunya dapat mempengaruhi laju sektor pariwisata Bali.

Pada kesimpulannya pariwisata sastra dan budaya yang dikemas melalui berkembangnya teknologi dan digitalisasi pada saat ini membantu memperkenalkan daya tarik wisata dengan menarik melalui plot cerita yang sedang diminati oleh khalayak umum di era tertentu. *Film tourism* juga merupakan perkembangan dari adanya *virtual tour*, yang menyajikan itinerary virtual bagi wisatawan dengan keterbatasan tertentu, namun ingin tetap merasakan aktivitas berwisata.

BAGIAN 3

PERAN PARIWISATA DALAM PEMBANGUNAN NASIONAL

A. KONSEP DAN DEFINISI PARIWISATA

Pariwisata telah menjadi salah satu sektor kunci dalam perekonomian Indonesia. Selain memberikan kontribusi ekonomi yang signifikan, pariwisata juga memainkan peran dalam memajukan sosial dan budaya, serta membentuk citra nasional di dunia internasional. Dalam upaya memahami peran pariwisata dalam pembangunan nasional secara lebih menyeluruh, perlu dipahami konsep dasar pariwisata, sejarah perkembangan, komponen yang menyusun, dampak yang ditimbulkan, serta tantangan yang dihadapi.

1. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu realitas sosial, kebudayaan, serta perekonomian yang mencakup pergerakan orang dari lokasi asalnya ke tempat lain, baik secara domestik maupun internasional untuk tujuan rekreasi, bisnis, atau kepentingan lain. Menurut *World Tourism Organization* (UNWTO) pariwisata mencakup aktivitas orang yang melaksanakan perjalanan serta berada pada luar lingkungan kesehariannya sepanjang tidak melebihi satu tahun berturut-turut dengan tujuan selain bekerja di tempat yang dikunjungi. Definisi ini memberikan batasan yang jelas terkait durasi dan tujuan perjalanan wisata yang membedakan dari migrasi atau perjalanan yang permanen.

Selain rekreasi, pariwisata juga dapat mencakup perjalanan untuk keperluan pendidikan, kesehatan, atau religi. Di Indonesia pengertian pariwisata lebih diperluas dengan mencakup elemen berbasis budaya dan alam di mana wisatawan tidak hanya mencari pengalaman rekreasi, tetapi juga ingin mempelajari budaya lokal dan berpartisipasi dalam kegiatan yang melibatkan alam. Pariwisata berbasis alam atau ekowisata menjadi salah satu segmen penting yang sedang berkembang di Indonesia khususnya pada lokasi yang mempunyai kekayaan alam seperti Bali, Lombok, dan Raja Ampat.

Definisi pariwisata dapat dilihat dari perspektif ekonomi. Pariwisata mencakup berbagai sektor terkait seperti transportasi, perhotelan, makanan dan minuman, hiburan, dan belanja. Masing-masing sektor ini saling terkait dan bersama-sama membentuk industri pariwisata yang kompleks. Pariwisata mampu menjadi penggerak utama dalam pertumbuhan ekonomi dengan kenaikan penerimaan, pembentukan lapangan pekerjaan, serta investasi pada sarana prasarana yang mendukung sektor ini (Tang, Xu, & Li, 2022).

Pariwisata juga memiliki peran penting dalam memperkenalkan budaya suatu negara ke dunia internasional. Wisatawan yang datang ke suatu negara membawa serta pengalaman dan pengetahuan yang kemudian dibagikan kembali ke negara asal masing-masing menciptakan arus informasi budaya yang bersifat global. Di Indonesia pariwisata juga digunakan sebagai alat untuk

meningkatkan citra nasional di dunia internasional di mana pemerintah aktif mempromosikan kekayaan budaya dan keindahan alam melalui berbagai program dan kampanye promosi wisata internasional.

2. Sejarah Perkembangan Pariwisata

Perjalanan manusia dari satu wilayah menuju wilayah lainnya sudah ada sejak zaman kuno ketika perjalanan dilakukan untuk perdagangan, ziarah, atau eksplorasi. Namun demikian konsep pariwisata modern baru muncul pada abad 19 seiring dengan revolusi industri yang membawa perubahan besar dalam transportasi dan komunikasi. Dengan adanya jalur kereta api, kapal uap, dan kemudian pesawat terbang, perjalanan menjadi lebih cepat, mudah, dan terjangkau oleh masyarakat luas. Hal ini menandai awal mula pariwisata massal di mana perjalanan wisata tidak lagi hanya menjadi hak istimewa kaum elit, tetapi juga dapat dinikmati oleh kelas menengah.

Di Indonesia pariwisata mulai berkembang sejak masa kolonial terutama di Bali yang telah dikenal sebagai destinasi wisata eksotis di kalangan turis Eropa. Setelah kemerdekaan pemerintah Indonesia mulai melihat potensi pariwisata sebagai salah satu sumber devisa dan cara untuk mempromosikan citra positif negara di dunia internasional. Pada era Orde Baru pariwisata mulai digarap lebih serius dengan pembentukan Kementerian Pariwisata dan kebijakan yang mendukung pengembangan destinasi wisata.

Perkembangan TIK abad 21 semakin mempercepat pertumbuhan pariwisata global. Akses informasi yang lebih mudah melalui internet dan media sosial membuat wisatawan dapat cepat menemukan destinasi baru dan merencanakan perjalanan. Teknologi digital memungkinkan sektor pariwisata beradaptasi dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan modern terutama generasi milenial yang memakai teknologi dalam perencanaan dan pemesanan perjalanan (Gössling & Higham, 2020).

Tren pariwisata mengalami perubahan signifikan dengan munculnya konsep pariwisata berkelanjutan yang menekankan pada pelestarian lingkungan serta kebudayaan lokal. Pariwisata berbasis alam serta budaya menjadi semakin diminati oleh wisatawan yang mencari pengalaman otentik dan ingin berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Di Indonesia tren ini terlihat dari meningkatnya minat terhadap destinasi wisata yang menawarkan pengalaman ekowisata seperti Raja Ampat, Taman Nasional Komodo, dan Danau Toba.

3. Komponen Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang kompleks dan terbentuk atas beragam elemen yang sangat terkait. Komponen utama pariwisata meliputi destinasi, akomodasi, transportasi, serta atraksi dan aktivitas wisata. Tiap komponen memiliki peran penting membangun pengalaman wisata yang memuaskan wisatawan.

Destinasi wisata adalah tempat yang menjadi tujuan utama wisatawan. Destinasi ini bisa berupa kota, desa, pantai,

pegunungan, atau bahkan kawasan yang memiliki daya tarik budaya atau sejarah tertentu. Destinasi wisata sering menjadi daya tarik utama yang mendorong wisatawan untuk berkunjung baik untuk menikmati keindahan alam, mengeksplorasi budaya lokal, atau sekadar bersantai. Sebagai contoh Bali dikenal sebagai destinasi wisata internasional yang menawarkan perpaduan antara keindahan alam, budaya, dan tradisi yang kuat.

Komponen akomodasi juga memegang peranan penting dalam industri pariwisata. Akomodasi mencakup berbagai jenis layanan penginapan mulai dari hotel berbintang, villa, hingga *homestay* dan hostel. Pengalaman menginap yang nyaman dan berkualitas mempengaruhi kepuasan wisatawan terhadap destinasi yang dikunjungi. Perkembangan konsep *sharing economy* dalam sektor akomodasi seperti *platform* Airbnb mengubah cara wisatawan memilih tempat tinggal selama wisata (Choe & Kim, 2022).

Transportasi juga menjadi komponen yang tidak bisa dipisahkan dari pariwisata. Transportasi yang efisien dan mudah diakses memungkinkan wisatawan untuk mencapai destinasi dengan lebih cepat dan nyaman. Di Indonesia pengembangan infrastruktur transportasi seperti bandara, pelabuhan, dan jaringan jalan tol merupakan prioritas pemerintah mendukung sektor pariwisata. Atraksi dan aktivitas wisata adalah bagian penting dari pengalaman wisata. Atraksi dapat berupa keindahan alam, situs bersejarah, museum, atau festival budaya, sementara aktivitas wisata dapat mencakup berbagai kegiatan seperti *snorkeling*,

hiking, atau tur kuliner. Atraksi dan aktivitas ini memberikan nilai tambah bagi wisatawan karena tidak hanya tertarik pada destinasi, tetapi juga pada pengalaman yang didapatkan di sana.

4. Dampak Pariwisata

Pariwisata memiliki berbagai dampak yang signifikan baik dalam aspek ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan. Dalam aspek perekonomian, pariwisata berkontribusi besar pada PDB dan menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak negara terutama negara berkembang yang berpotensi pariwisata alam dan budaya. Pariwisata juga menciptakan lapangan kerja baik secara langsung dalam sektor perhotelan, transportasi, dan jasa pariwisata lain maupun secara tidak langsung melalui sektor pendukung seperti pertanian dan kerajinan tangan.

Dampak sosial dan budaya pariwisata juga cukup besar. Wisatawan yang datang ke suatu destinasi membawa serta budaya dan nilai masing-masing yang kemudian berinteraksi dengan budaya lokal. Pertukaran budaya ini sering membawa dampak positif seperti peningkatan pemahaman antarbudaya dan pengembangan kreativitas lokal. Namun demikian ada juga tantangan yang muncul seperti komersialisasi budaya dan kehilangan identitas budaya lokal akibat arus wisatawan yang terlalu besar (J. Li, Xu, Tang, Wang, & Law, 2021).

Pariwisata juga memiliki dampak lingkungan yang tidak bisa diabaikan. Di satu sisi pariwisata dapat membantu melestarikan lingkungan alam dengan cara meningkatkan kesadaran akan

pentingnya pelestarian lingkungan. Di sisi lain pariwisata bila tak dikelola secara baik bisa mengakibatkan kerusakan lingkungan, seperti polusi, degradasi ekosistem, dan peningkatan konsumsi sumber daya alam secara berlebihan. Adalah krusial untuk setiap destinasi wisata mengaplikasikan prinsip pariwisata berkelanjutan yang mengedepankan pelestarian lingkungan serta kesejahteraan masyarakat lokal.

5. Tantangan dalam Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata tidak lepas dari berbagai tantangan yang dihadapinya baik aspek internal ataupun eksternal. Salah satu tantangan terbesar adalah bagaimana mengelola pertumbuhan pariwisata secara berkelanjutan terutama dalam menghadapi isu perubahan iklim dan kerusakan lingkungan. Pariwisata yang terlalu berkembang tanpa perencanaan matang menyebabkan dampak negatif bagi lingkungan seperti polusi, kerusakan ekosistem, dan kenaikan emisi karbon akibat transportasi wisata.

Pandemi *COVID-19* juga menjadi tantangan besar bagi industri pariwisata global. Selama pandemi, pariwisata internasional mengalami penurunan nyata karena pembatasan perjalanan serta penyebaran virus. Hal tersebut menyebabkan banyak destinasi wisata yang kehilangan pendapatan dan harus menutup sementara aktivitas wisata. Meskipun sektor pariwisata mulai bangkit kembali, pandemi menunjukkan betapa rentannya sektor ini terhadap krisis global (Seraphin, Sheeran, & Pilato, 2023).

Kompetisi antar destinasi wisata juga menjadi tantangan tersendiri. Dalam era globalisasi wisatawan memiliki lebih banyak pilihan destinasi sehingga destinasi wisata harus menawarkan pengalaman yang unik dan berkualitas untuk menarik minat wisatawan. Pengelolaan destinasi yang inovatif dan adaptif terhadap perubahan tren pariwisata menjadi kunci keberhasilan dalam menghadapi kompetisi global.

B. PARIWISATA SEBAGAI PENDORONG PEMBANGUNAN EKONOMI

Pariwisata berperan sangatlah krusial pada pembangunan ekonomi negara. Sektor tersebut tidak hanya merupakan kontributor pokok PDB, tetapi juga menjadi sumber utama penciptaan lapangan kerja, menarik investasi, mengembangkan infrastruktur, serta pemberdayaan UMKM. Pariwisata merupakan alat efektif untuk melakukan promosi keunikan budaya dan potensi alam suatu negara yang berdampak positif untuk ekonomi nasional. Dengan keterkaitan yang kuat antara pariwisata dan sektor lain, peningkatan di sektor pariwisata akan memberikan *multiplier effect* yang luas terhadap ekonomi secara keseluruhan.

1. Kontribusi Pariwisata terhadap PDB

Sektor pariwisata sudah mengalami perkembangan pesat pada dekade terkini serta menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia. Pariwisata tidak hanya menghasilkan pendapatan melalui pengeluaran langsung wisatawan seperti akomodasi, transportasi,

dan belanja, tetapi juga melalui dampak tidak langsung yang dihasilkan oleh sektor pendukung lain. Kontribusi pariwisata pada PDB merupakan salah satu indikator utama yang menunjukkan pentingnya sektor ini mendorong kemajuan perekonomian.

Berdasar *World Travel & Tourism Council* (WTTC) tahun 2022 sektor pariwisata menyumbang sekitar 10,4% terhadap PDB global dengan total nilai ekonomi mencapai \$9,2 triliun. Data ini menunjukkan pariwisata adalah salah satu sektor pokok yang berkontribusi signifikan terhadap ekonomi global (Robert, 2022). Di Indonesia sektor pariwisata berdampak besar pula pada PDB. Data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2023 menunjukkan kontribusi pariwisata pada PDB Indonesia mencapai 4,8% pada tahun 2022. Angka ini diproyeksikan akan terus meningkat seiring dengan pemulihan sektor pariwisata pasca-pandemi *COVID-19*.

Pariwisata berperan penting dalam meningkatkan devisa negara. Wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan devisa. Pada tahun 2022 sektor pariwisata menyumbang sekitar \$14,2 miliar devisa dan menjadikan salah satu sumber devisa terbesar setelah sektor energi dan sumber daya alam. Kontribusi devisa ini menjadi sangat penting bagi stabilitas ekonomi makro terutama dalam menjaga keseimbangan neraca pembayaran.

Sektor pariwisata memberikan dampak yang luas terhadap ekonomi suatu negara karena memiliki kemampuan untuk

menciptakan efek domino yang positif bagi sektor lain. Investasi dalam pariwisata meningkatkan permintaan sektor pendukung seperti transportasi, perhotelan, restoran, dan perdagangan, yang berkontribusi semakin besar pada PDB.

2. Penciptaan Lapangan Kerja

Sektor pariwisata adalah salah satu sektor yang sangat banyak menciptakan lapangan pekerjaan. Pariwisata memiliki karakteristik sebagai sektor yang padat karya karena membutuhkan banyak tenaga kerja untuk operasionalnya. Hal tersebut memberi kesempatan sangatlah luas untuk masyarakat dalam memperoleh pekerjaan terutama di negara berkembang seperti Indonesia. Sektor pariwisata secara global menciptakan sekitar 330 juta pekerjaan pada tahun 2021 yang setara dengan sekitar 10% dari total lapangan kerja dunia.

Di Indonesia pariwisata berperan penting menciptakan lapangan kerja. Berdasarkan data BPS pariwisata Indonesia menyerap sekitar 13 juta tenaga kerja pada tahun 2023. Jumlah ini mencakup berbagai jenis pekerjaan, mulai dari pekerjaan di sektor formal seperti perhotelan dan restoran hingga pekerjaan di sektor informal seperti pemandu wisata dan pedagang souvenir. Sebagai sektor yang padat karya, pariwisata memberi peluang pekerjaan untuk beragam kelompok masyarakat seperti perempuan, pemuda, serta komunitas yang berada pada lokasi terluar.

Penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata tidak sekedar dibatasi terhadap pekerjaan langsung, tapi mencakup pula

pekerjaan tidak langsung terkait sektor pendukung lain. Misalnya peningkatan jumlah wisatawan akan meningkatkan permintaan terhadap produk lokal yang menghasilkan lapangan pekerjaan pada sektor seperti kerajinan tangan, kuliner, dan jasa transportasi. Peningkatan investasi dalam infrastruktur pariwisata dapat meningkatkan penciptaan lapangan kerja secara signifikan terutama di lokasi yang berpotensi pariwisata yang belum dimanfaatkan (Tsundoda, Hoshino, & Nakamura, 2020).

Sektor pariwisata berperan penting mengurangi pengangguran. Dalam banyak kasus sektor ini menyediakan peluang kerja bagi kelompok masyarakat yang sulit mendapatkan pekerjaan di sektor lain seperti perempuan dan pemuda. Pariwisata juga memberikan peluang masyarakat bekerja di daerah masing-masing sehingga mengurangi urbanisasi penyebab masalah sosial di perkotaan.

3. Investasi dan Infrastruktur

Investasi dalam infrastruktur adalah faktor kritical penentu kesuksesan pengembangan pariwisata. Prasarana yang memadai semisal jalan raya, bandara, pelabuhan, serta fasilitas umum lain sangat penting untuk mendukung kelancaran aktivitas pariwisata. Tanpa adanya infrastruktur yang memadai, wisatawan kesulitan akses destinasi wisata yang mengurangi minat untuk berkunjung. Investasi dalam infrastruktur pariwisata memberikan dampak yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi lokal terutama di negara berkembang. Infrastruktur yang baik tidak hanya meningkatkan aksesibilitas destinasi wisata, tapi juga memberikan

manfaat jangka panjang bagi masyarakat setempat seperti peningkatan kualitas hidup dan akses terhadap layanan publik.

Di Indonesia pemerintah menyadari pentingnya investasi dalam infrastruktur pariwisata dan telah meluncurkan berbagai program pembangunan infrastruktur untuk mendukung sektor ini. Salah satu program unggulan pemerintah adalah Program Pengembangan Destinasi Pariwisata Prioritas yang mencakup pembangunan infrastruktur di berbagai destinasi wisata unggulan seperti Labuan Bajo, Danau Toba, Mandalika, dan Borobudur. Menurut data Kementerian PUPR anggaran senilai Rp 6,4 triliun telah dialokasikan untuk pembangunan infrastruktur pariwisata pada tahun 2022. Program ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata Indonesia di pasar internasional dan menarik lebih banyak wisatawan mancanegara.

Investasi dalam infrastruktur pariwisata tidak sekedar memberi kemanfaatan perekonomian, tapi sosial pula. Infrastruktur yang baik dapat meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan yang meningkatkan citra destinasi wisata di mata wisatawan. Selain itu infrastruktur yang memadai juga mendorong investasi swasta dalam sektor pariwisata seperti pembangunan hotel, restoran, dan fasilitas hiburan lainnya yang akan memberikan dampak positif terhadap perekonomian lokal (Ritchie & Crouch, 2021).

4. Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

UMKM berperan krusial mendukung sektor pariwisata, terutama di daerah wisata. UMKM berperan sangatlah luas untuk

menghasilkan nilai tambah bagi sektor pariwisata melalui beragam produk serta pelayanan yang ditawarkan semisal kerajinan tangan, makanan khas daerah, dan jasa wisata. Menurut Badan Ekonomi Kreatif (BEKRAF), UMKM yang terintegrasi dengan sektor pariwisata memiliki potensi meningkatkan pendapatan hingga 30% lebih tinggi dibandingkan UMKM lainnya.

Di Indonesia banyak daerah wisata yang telah memanfaatkan potensi UMKM untuk memperkuat daya tarik wisata. Di Yogyakarta UMKM yang bergerak di bidang kerajinan batik dan perak merupakan salah satu daya tarik penting wisatawan lokal dan mancanegara. Produk lokal ini tidak hanya menarik minat wisatawan, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pendapatan masyarakat setempat.

Pemerintah berperan aktif dalam memberikan dukungan kepada UMKM di sektor pariwisata. Berbagai program pelatihan, akses permodalan, dan pemasaran telah disediakan untuk membantu UMKM meningkatkan daya saing. Program pelatihan keterampilan bagi pengrajin lokal telah membantu meningkatkan kualitas produk yang dihasilkan sehingga lebih kompetitif di pasar. Pemerintah juga menyediakan akses pembiayaan dengan skema KUR yang memungkinkan UMKM mengembangkan usaha.

Pengembangan UMKM di sektor pariwisata memiliki dampak positif yang luas terhadap perekonomian lokal. Selain meningkatkan pendapatan masyarakat, UMKM berperan krusial menghasilkan lapangan pekerjaan dan pemberdayaan

masyarakat terutama di lokasi terpencil yang berpotensi wisata yang tinggi (Srivastava, Gupta, & Bhatia, 2021).

5. Promosi dan Pemasaran Destinasi

Salah satu faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan sektor pariwisata adalah promosi dan pemasaran yang efektif. Dengan semakin berkembangnya teknologi informasi, promosi destinasi wisata kini telah bergeser dari metode tradisional menuju platform digital. Media sosial, *website* pariwisata, dan aplikasi *mobile* telah menjadi alat utama dalam mempromosikan destinasi wisata kepada audiens global. Menurut UNWTO lebih dari 70% wisatawan kini menggunakan *platform* digital untuk mencari informasi dan merencanakan perjalanan masing-masing.

Promosi digital memungkinkan destinasi wisata untuk lebih mudah menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam. Di Indonesia Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menerapkan berbagai strategi *digital marketing* mempromosikan destinasi wisata unggulan seperti melalui kampanye "*Wonderful Indonesia*". Kampanye ini berhasil menarik turis mancanegara serta menaikkan kunjungan wisatawan menuju Indonesia. Promosi yang efektif ini terbukti berdampak langsung pada kenaikan jumlah turis serta penerimaan sektor pariwisata.

Penggunaan strategi pemasaran digital yang tepat dapat meningkatkan kesadaran merek destinasi wisata dan secara signifikan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan. Dengan demikian promosi dan pemasaran secara efektif adalah salah satu

faktor keberhasilan pengembangan sektor pariwisata secara berkelanjutan (Kotler, Bowen, & Makens, 2020).

C. PARIWISATA DAN PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Pariwisata telah berkembang menjadi sektor yang signifikan dalam perekonomian global. Di banyak negara termasuk Indonesia, pariwisata berkontribusi besar terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, dan pertumbuhan ekonomi. Namun demikian adalah penting untuk memastikan bahwa pertumbuhan pariwisata tidak merusak lingkungan, budaya lokal, atau mengganggu keberlanjutan jangka panjang. Pariwisata berkelanjutan menekankan pada keseimbangan antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Adalah penting memahami bagaimana pariwisata berperan mendukung pembangunan berkelanjutan dan bagaimana langkah ini diimplementasikan untuk keuntungan jangka panjang.

1. Prinsip Pembangunan Berkelanjutan dalam Pariwisata

Pariwisata dan pembangunan berkelanjutan saling terkait erat terutama karena industri ini berinteraksi langsung dengan sumber daya alam, budaya, dan masyarakat lokal. Prinsip pembangunan berkelanjutan dalam pariwisata berupaya menjaga keseimbangan antara penggunaan sumber daya dan pelestarian. Tiga prinsip utama yang menjadi fokus adalah keberlanjutan ekonomi, lingkungan, dan sosial. Pariwisata berkelanjutan memastikan bahwa industri ini terus berkembang tanpa merusak lingkungan atau komunitas yang menjadi bagian dari destinasi wisata.

Prinsip keberlanjutan ekonomi menekankan pentingnya menciptakan nilai tambah bagi ekonomi lokal dan nasional. Pariwisata berkelanjutan harus menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi masyarakat setempat dan negara, tanpa mengorbankan keberlanjutan jangka panjang. Pengelolaan destinasi wisata perlu dilakukan dengan bijak dalam menjamin agar sumber daya yang ada dipakai dengan efisien. Implementasi prinsip pembangunan berkelanjutan pada pariwisata memerlukan kerangka kerja yang kuat dan partisipasi semua pihak termasuk pemerintah, industri, dan masyarakat lokal. Adalah penting kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan dalam menjaga pariwisata tetap berkelanjutan (Smith, 2021).

Keberlanjutan lingkungan dalam pariwisata mencakup upaya menjaga ekosistem dan keanekaragaman hayati. Banyak destinasi wisata yang mengandalkan keindahan alam dan tanpa perhatian yang tepat keindahan tersebut dapat hilang akibat eksploitasi berlebihan. Dengan penerapan praktik ramah lingkungan semisal pemakaian energi terbarukan serta manajemen limbah secara baik, pariwisata dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Kesadaran lingkungan juga perlu ditanamkan kepada wisatawan agar ikut berpartisipasi menjaga kebersihan dan keindahan alam. Prinsip keberlanjutan sosial juga sangat penting dalam pariwisata. Pariwisata berkelanjutan tidak hanya fokus pada aspek ekonomi dan lingkungan, tetapi juga memperhatikan kesejahteraan masyarakat lokal. Keterlibatan masyarakat dalam perencanaan

dan pengelolaan pariwisata menjadi kunci untuk menciptakan manfaat sosial yang berkelanjutan. Melibatkan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan membantu menghindari konflik antara wisatawan dan penduduk lokal serta memastikan bahwa manfaat dari pariwisata dapat dirasakan semua pihak.

Dalam upaya untuk menciptakan pariwisata berkelanjutan perlu regulasi dan kebijakan pemerintah yang jelas. Kebijakan yang baik akan mencakup pengaturan mengenai pengelolaan sumber daya alam, perlindungan lingkungan, serta pengembangan kapasitas masyarakat lokal. Kebijakan ini harus diimbangi dengan edukasi bagi pelaku industri pariwisata dan wisatawan tentang pentingnya keberlanjutan. Dengan demikian semua pihak dapat berkontribusi pada keberhasilan pariwisata berkelanjutan.

2. Ekowisata dan Pariwisata Berkelanjutan

Ekowisata telah menjadi salah satu bentuk pariwisata yang semakin populer karena fokus aspek keberlanjutan. Ekowisata menekankan pelestarian lingkungan dan budaya sambil tetap memberikan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan. Dalam praktiknya ekowisata melibatkan wisatawan dalam kegiatan yang mendukung konservasi alam serta kebudayaan lokal, dan memberi kemanfaatan ekonomi untuk komunitas tempatan. Ekowisata tidak hanya menjadi alat untuk mendatangkan pendapatan, tetapi juga cara untuk melindungi sumber daya alam yang merupakan daya atraktif penting pariwisata.

Prinsip utama ekowisata adalah minimnya dampak negatif terhadap lingkungan dan masyarakat. Hal ini berarti bahwa kegiatan pariwisata harus dirancang sedemikian rupa agar tidak merusak ekosistem, keanekaragaman hayati, dan budaya lokal. Ekowisata juga harus memperhatikan kapasitas daya dukung lingkungan agar kegiatan yang dilakukan tidak mengakibatkan kerusakan. Ekowisata dapat menjadi alat yang kuat untuk pelestarian lingkungan, namun tanpa pengelolaan yang tepat, kegiatan pariwisata yang tidak berkelanjutan dapat merusak ekosistem yang rapuh. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun ekowisata menawarkan banyak potensi, namun tantangan dalam implementasinya tetap besar terutama menjaga keseimbangan antara aktivitas wisata dan pelestarian alam (Smith, 2021).

Dalam praktiknya pengelolaan ekowisata harus melibatkan semua pemangku kepentingan termasuk pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat lokal. Kolaborasi ini penting untuk memastikan bahwa tujuan pelestarian lingkungan tercapai sambil selalu memberi kemanfaatan ekonomi untuk komunitas. Salah satu model keberhasilan ekowisata yaitu Taman Nasional Komodo di Indonesia yang berhasil menarik wisatawan dengan menawarkan pengalaman yang unik sambil menjaga keberadaan satwa langka seperti komodo. Ekowisata dapat memberi pendapatan bagi masyarakat setempat melalui aktivitas wisata sekaligus melestarikan habitat alami komodo.

Namun demikian ekowisata juga menghadapi masalah yang harus ditangani. Salah satu masalah pokok yaitu pengelolaan secara efektif. Tanpa adanya pengelolaan yang baik, kegiatan ekowisata dapat berujung pada kerusakan lingkungan, konflik sosial, dan kehilangan nilai budaya. Dibutuhkan kebijakan secara tegas serta strategi pengelolaan yang tepat untuk memastikan bahwa ekowisata dapat berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat.

Ekowisata juga harus didukung oleh kebijakan yang jelas dari pemerintah dan pemangku kepentingan. Tanpa kebijakan yang tepat, pariwisata yang berkelanjutan hanya akan menjadi retorika tanpa aksi nyata. Kebijakan tersebut harus mencakup pengelolaan limbah, penggunaan sumber daya alam secara bijaksana, dan pelestarian warisan kebudayaan serta alam. Pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat lokal tentang praktik ekowisata yang baik juga sangat penting untuk meningkatkan kesadaran dan keterlibatan dalam kegiatan pariwisata berkelanjutan.

3. Peran Komunitas dalam Pariwisata

Pariwisata berkelanjutan sangat bergantung pada keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pelaksanaan. Komunitas lokal tidak hanya menjadi penerima dampak dari kegiatan pariwisata, tetapi juga harus menjadi bagian aktif dalam pengelolaan destinasi wisata. Melibatkan masyarakat dalam pengambilan keputusan, pemberdayaan, dan pengelolaan sumber

daya lokal adalah kunci untuk memastikan bahwa pariwisata benar-benar memberikan manfaat bagi masyarakat tempatan.

Keterlibatan masyarakat lokal memberikan banyak keuntungan, terutama dalam hal keberlanjutan. Partisipasi masyarakat lokal dalam pariwisata sangat penting untuk menciptakan rasa kepemilikan dan tanggungjawab pada kelestarian sumber daya alam serta budaya. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa partisipasi lokal, pariwisata cenderung tidak berkelanjutan karena masyarakat setempat mungkin tidak merasa berkepentingan untuk melindungi sumber daya yang ada. Dengan melibatkan masyarakat lokal, pariwisata menjadi lebih inklusif dan dapat berjalan secara berkelanjutan (X. Li & Wong, 2022).

Komunitas lokal memiliki pengetahuan yang mendalam tentang lingkungan dan budaya sendiri yang dapat dimanfaatkan untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih otentik dan menarik. Pengetahuan ini juga penting dalam menjaga keaslian destinasi yang sering kali menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Pengalaman wisata budaya yang dikelola oleh masyarakat setempat memberikan pengalaman yang lebih mendalam bagi pengunjung daripada tur yang dikelola perusahaan besar.

Pentingnya partisipasi masyarakat dalam pariwisata juga dapat dilihat dari segi ekonomi. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata masyarakat lokal mendapatkan manfaat langsung dari kegiatan tersebut. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan dan membantu mempertahankan cara

hidup tradisional. Keterlibatan ini juga dapat membantu mengurangi ketimpangan sosial dan ekonomi yang sering kali terjadi akibat eksploitasi industri pariwisata.

Namun demikian tantangan tetap ada dalam melibatkan masyarakat lokal. Salah satu masalah pokok yaitu lemahnya pengetahuan serta ketrampilan mengelola pariwisata. Diperlukan program pelatihan dan pendidikan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat lokal. Pemerintah dan lembaga terkait harus memberi dukungan dan sumber daya untuk membantu masyarakat mengembangkan kegiatan pariwisata berkelanjutan.

4. Kebijakan Pemerintah dalam Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Pemerintah memiliki peran krusial dalam mendorong pariwisata berkelanjutan melalui regulasi, kebijakan, dan insentif. Regulasi yang kuat dapat membantu mengurangi dampak negatif dari pariwisata, seperti kerusakan lingkungan, kemacetan lalu lintas, dan penurunan kualitas hidup masyarakat lokal. Pemerintah harus menerbitkan regulasi pendukung pembangunan berkelanjutan termasuk pengelolaan limbah, pelestarian sumber daya alam, dan perlindungan warisan budaya.

Pemerintah juga harus menyediakan insentif bagi pelaku industri pariwisata yang menerapkan praktik berkelanjutan. Kebijakan pemerintah yang efektif menjadi pendorong utama menciptakan industri pariwisata berkelanjutan melalui insentif fiskal dan regulasi lingkungan yang ketat. Hal ini menunjukkan bahwa

kebijakan pemerintah diperlukan untuk mendorong pelaku industri agar lebih peduli terhadap aspek keberlanjutan. Insentif fiskal dapat mendorong penggunaan teknologi ramah lingkungan, sementara regulasi lingkungan dapat mencegah eksploitasi sumber daya yang berlebihan (Zhang, Lin, & Huang, 2020).

Pemerintah juga perlu bekerja sama dengan pemangku kepentingan lain termasuk komunitas lokal dan pelaku industri untuk mengembangkan strategi jangka panjang pembangunan pariwisata berkelanjutan. Kerja sama tersebut krusial agar menjamin seluruh pihak memiliki peran jelas dan berkontribusi menjaga keberlanjutan pariwisata. Pemerintah harus memantau dan mengevaluasi kebijakan untuk memastikan efektivitas dan melakukan perbaikan jika diperlukan.

Selain kebijakan dan regulasi, pendidikan dan kesadaran masyarakat juga menjadi kunci dalam mendorong pariwisata berkelanjutan. Pemerintah perlu mengikutsertakan publik sejak tahap merencanakan serta memberi informasi yang jelas tentang pentingnya keberlanjutan dalam pariwisata. Kampanye kesadaran dapat membantu mengedukasi wisatawan tentang praktik ramah lingkungan dan pentingnya menjaga budaya lokal.

Keberhasilan pariwisata berkelanjutan dapat dilihat dari berbagai studi kasus di seluruh dunia. Salah satu contoh adalah Bali yang berusaha mengimplementasikan prinsip pariwisata berkelanjutan selama beberapa dekade. Bali berhasil menarik jutaan turis tiap tahun sambil tetap menjaga sebagian besar warisan budaya dan

lingkungan alam. Namun tantangan tetap ada terutama dalam hal pengelolaan sampah dan dampak negatif pariwisata massal.

Bali menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan statusnya sebagai destinasi pariwisata berkelanjutan terutama terkait dengan pengelolaan sampah dan kemacetan lalu lintas yang semakin meningkat (Wijaya, Suarjana, & Mahendra, 2022). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Bali telah menjadi contoh sukses, masih ada tantangan yang harus diatasi untuk memastikan bahwa pariwisata di pulau ini tetap berkelanjutan.

BAGIAN 4

EKOWISATA DI INDONESIA

A. PENDAHULUAN

Ekowisata merupakan sebuah bentuk pariwisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dengan memberikan dampak positif pada pelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat setempat. Di Indonesia, ekowisata memiliki potensi besar karena kekayaan alam dan budaya yang dimiliki, mulai dari keanekaragaman hayati hingga tradisi lokal yang masih terjaga. Potensi ini tidak hanya menjadi daya tarik wisatawan domestik, tetapi juga wisatawan internasional.

Ekowisata, menurut Buckley (2020), merupakan sebuah perjalanan yang bertujuan untuk menikmati keindahan alam tanpa merusak lingkungan, serta mendukung konservasi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Di Indonesia, ekowisata sering kali dibandingkan dengan pariwisata konvensional yang cenderung menitikberatkan pada jumlah wisatawan tanpa memperhatikan dampaknya terhadap lingkungan.

Ekowisata, atau *ecotourism*, adalah suatu konsep pariwisata yang mengutamakan tanggung jawab terhadap kelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Menurut The International Ecotourism Society (TIES, 2015), ekowisata didefinisikan sebagai perjalanan ke destinasi alam yang tidak terganggu atau rusak, di

mana wisatawan dapat menikmati dan menghargai keindahan alam, dengan dampak minimal terhadap lingkungan.

Ekowisata di Indonesia menjadi instrumen penting dalam menjaga keberlanjutan lingkungan. Melalui ekowisata, konservasi lingkungan hidup bisa diwujudkan dengan cara yang lebih efektif, di mana pendapatan dari kegiatan pariwisata bisa disalurkan kembali untuk mendukung proyek pelestarian alam, baik di hutan, laut, maupun kawasan konservasi lainnya.

B. POTENSI EKOWISATA DI INDONESIA

1. Destinasi Ekowisata Unggulan

Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa, dengan hutan hujan tropis, ribuan spesies flora dan fauna, dan terumbu karang terbesar di dunia. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), Indonesia merupakan salah satu dari negara dengan keanekaragaman hayati tertinggi di dunia, menjadikannya tujuan ideal bagi ekowisata.

Beberapa contoh destinasi ekowisata unggulan milik Indonesia antara lain:

- a. Taman Nasional Komodo:** Terkenal dengan komodo, spesies reptil purba yang hanya ditemukan di Indonesia, Taman Nasional Komodo adalah destinasi ekowisata yang menggabungkan konservasi dan pariwisata.

- b. **Raja Ampat:** Raja Ampat di Papua Barat adalah surga bagi penyelam dan ekowisata bawah laut, terkenal karena keragaman spesies laut dan terumbu karangnya yang masih alami.
- c. **Taman Nasional Gunung Leuser:** Merupakan salah satu habitat terakhir bagi orangutan Sumatra yang terancam punah, kawasan ini menjadi pusat penelitian dan pariwisata berbasis alam.

Indonesia dikenal sebagai negara dengan keanekaragaman hayati yang sangat tinggi. Sebagai salah satu negara megabiodiversitas di dunia, Indonesia memiliki kekayaan alam yang luar biasa, mulai dari hutan hujan tropis, terumbu karang, hingga fauna endemik. Potensi alam yang besar ini menjadikan Indonesia sebagai destinasi ideal untuk pengembangan ekowisata.

2. Aspek Keanekaragaman Hayati dan Kekayaan Alam

Indonesia memiliki lebih dari 17.000 pulau yang tersebar di antara Samudera Hindia dan Pasifik, menjadikannya rumah bagi berbagai jenis ekosistem, seperti hutan hujan tropis, mangrove, padang lamun, hingga terumbu karang. Menurut data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (2022), Indonesia memiliki sekitar 13% spesies mamalia, 17% spesies burung, dan 10% spesies tumbuhan yang ada di dunia. Hal ini memberikan kesempatan besar bagi pengembangan ekowisata yang berfokus pada pengamatan satwa liar, trekking di hutan hujan, atau eksplorasi taman laut.

Beberapa destinasi ekowisata yang mengandalkan keanekaragaman hayati ini antara lain:

- **Hutan Hujan Tropis di Kalimantan dan Sumatra:** Kawasan ini menjadi habitat berbagai spesies langka, seperti orangutan, harimau Sumatra, dan gajah. Taman Nasional Bukit Barisan Selatan di Sumatra dan Taman Nasional Tanjung Puting di Kalimantan adalah contoh kawasan ekowisata yang terkenal dengan program konservasi satwa langka dan ekosistem alamnya.
- **Terumbu Karang dan Ekosistem Laut di Raja Ampat:** Menurut laporan Conservation International (2021), terumbu karang di Raja Ampat, Papua Barat, memiliki sekitar 75% dari seluruh spesies karang yang ada di dunia, menjadikannya destinasi unggulan bagi para penyelam internasional dan wisatawan yang ingin melihat keindahan ekosistem bawah laut.

3. Aspek Budaya dan Kearifan Lokal

Selain kekayaan alam, Indonesia juga memiliki kekayaan budaya yang menjadi daya tarik bagi ekowisata. Kearifan lokal yang ada di berbagai daerah sering kali terintegrasi dengan alam, menciptakan harmoni yang unik antara manusia dan lingkungannya. Hal ini terlihat dari cara masyarakat lokal menjaga hutan, laut, dan sumber daya alam lainnya melalui adat istiadat dan ritual tradisional.

Contoh destinasi ekowisata berbasis budaya lokal:

- **Bali dan Desa Tenganan:** Desa Tenganan di Bali merupakan salah satu contoh desa wisata yang memadukan budaya Bali kuno dengan konservasi alam. Desa ini terkenal dengan sistem subak (sistem irigasi tradisional) yang dianggap sebagai salah satu warisan budaya dunia oleh UNESCO. Wisatawan dapat belajar mengenai budaya dan cara hidup masyarakat lokal sambil berpartisipasi dalam kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan, seperti pertanian organik dan pelestarian hutan.
- **Wae Rebo di Flores:** Desa tradisional Wae Rebo merupakan contoh nyata bagaimana ekowisata berbasis budaya dapat menarik minat wisatawan. Selain menawarkan pemandangan alam yang spektakuler, desa ini juga menawarkan wisatawan kesempatan untuk berinteraksi dengan masyarakat setempat dan mempelajari kehidupan tradisional Flores yang sangat erat dengan alam.

4. Aspek Kapasitas Pengembangan Ekowisata

Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan ekowisata yang berkelanjutan. Dengan jumlah taman nasional yang mencapai 54 (Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, 2022), serta kawasan konservasi laut dan hutan yang terus berkembang, Indonesia berpeluang menjadi salah satu pusat ekowisata dunia. Menurut data UNWTO (2022), pariwisata berkelanjutan, termasuk ekowisata, diprediksi akan terus

meningkat karena semakin banyak wisatawan yang mengutamakan pengalaman autentik dan peduli terhadap dampak lingkungan.

C. MANFAAT EKOWISATA

Ekowisata memberikan dampak positif dalam hal pelestarian flora dan fauna dan juga masyarakat lokal. Menurut Goodwin (2016), destinasi yang fokus pada ekowisata biasanya memiliki program pelestarian lingkungan yang lebih baik dibandingkan dengan pariwisata massal. Pada sisi lain Surono (2021), mengungkapkan bahwa pariwisata yang dikelola secara baik mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui lapangan pekerjaan baru, pemberdayaan komunitas, dan peningkatan infrastruktur.

Dalam ekowisata, ada beberapa prinsip utama yang perlu diterapkan, seperti:

1. **Konservasi Lingkungan:** Ekowisata menekankan pentingnya melindungi keanekaragaman hayati dan ekosistem alam dari dampak negatif kegiatan manusia, termasuk kegiatan pariwisata. Hal ini bisa berupa tindakan langsung seperti pendanaan untuk konservasi, atau kegiatan yang mengurangi jejak karbon wisatawan.
2. **Pemberdayaan Masyarakat Lokal:** Salah satu aspek penting dalam ekowisata adalah melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan pariwisata. Wisatawan diharapkan dapat

mendukung ekonomi lokal melalui pembelian produk lokal, penggunaan pemandu wisata dari komunitas setempat, dan terlibat dalam budaya lokal.

3. Pendidikan dan Kesadaran Lingkungan: Ekowisata juga bertujuan untuk mendidik wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan budaya lokal. Wisatawan tidak hanya menikmati keindahan alam tetapi juga belajar tentang pentingnya pelestarian dan keseimbangan ekosistem.

Dengan demikian, ekowisata berbeda dengan pariwisata konvensional yang biasanya hanya fokus pada kunjungan massal dan keuntungan ekonomi tanpa memperhatikan dampak jangka panjang terhadap lingkungan. Ekowisata menempatkan pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat sebagai inti dari kegiatan pariwisata itu sendiri.

Ekowisata memberikan beragam manfaat yang tidak hanya terbatas pada sektor lingkungan, tetapi juga memberikan dampak signifikan terhadap sosial dan ekonomi masyarakat. Di Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang melimpah, ekowisata menjadi alat yang penting untuk mendukung konservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

1. Dampak Positif terhadap Lingkungan

Ekowisata berperan dalam mendukung upaya pelestarian lingkungan dengan cara yang lebih langsung dan terintegrasi. Menurut Buckley (2018), ekowisata di kawasan konservasi dan

taman nasional dapat memberikan pendanaan tambahan untuk proyek-proyek pelestarian flora dan fauna.

Beberapa kontribusi nyata ekowisata terhadap lingkungan antara lain:

- **Pelestarian Keanekaragaman Hayati:** Dengan menjadikan ekosistem alam sebagai daya tarik utama, ekowisata memotivasi upaya pelestarian spesies flora dan fauna endemik. Di kawasan-kawasan seperti Taman Nasional Way Kambas di Lampung, program konservasi gajah Sumatra didukung oleh kegiatan wisata edukatif yang melibatkan wisatawan dalam pelestarian satwa langka.
- **Pengurangan Jejak Karbon:** Ekowisata yang dikelola secara bertanggung jawab sering kali menerapkan praktik-praktik pariwisata yang ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah plastik, dan pengelolaan sampah yang lebih baik. Menurut laporan dari Green Indonesia Foundation (2021), beberapa destinasi ekowisata di Indonesia, seperti Eco Lodge di Bali, telah menerapkan program ramah lingkungan yang bertujuan mengurangi jejak karbon dari aktivitas wisatawan.
- **Penggunaan Dana untuk Konservasi:** Pendapatan yang dihasilkan dari kegiatan ekowisata sering kali dialokasikan untuk program-program pelestarian alam, seperti rehabilitasi hutan atau perlindungan satwa langka. Misalnya, di Taman Nasional Ujung Kulon,

pendapatan dari wisatawan yang mengunjungi kawasan ini digunakan untuk mendukung upaya pelestarian badak Jawa, salah satu spesies paling terancam punah di dunia.

2. Dampak Sosial-Ekonomi

Ekowisata tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga membawa dampak ekonomi yang signifikan bagi masyarakat lokal. Menurut Suansri (2003), ekowisata yang dikelola dengan baik dapat menciptakan lapangan pekerjaan baru dan meningkatkan taraf hidup masyarakat setempat. Di Indonesia, banyak masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan konservasi atau taman nasional mulai terlibat langsung dalam kegiatan ekowisata, seperti menjadi pemandu wisata, pengelola homestay, atau pengrajin lokal.

Beberapa dampak sosial-ekonomi dari ekowisata di Indonesia meliputi:

- **Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Lokal:** Ekowisata memberikan peluang ekonomi bagi masyarakat yang tinggal di daerah terpencil atau kawasan konservasi. Sebagai contoh, di Taman Nasional Bromo Tengger Semeru, masyarakat Tengger terlibat dalam pengelolaan akomodasi dan pemanduan wisata, yang secara langsung meningkatkan pendapatan mereka.

- **Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Pariwisata:** Ekowisata mendorong partisipasi masyarakat lokal dalam mengelola destinasi wisata. Sebagai contoh, di Desa Nglanggeran, Yogyakarta, masyarakat lokal terlibat dalam pengelolaan desa wisata berbasis ekowisata, di mana mereka menjalankan homestay, menyediakan makanan lokal, dan menjadi pemandu wisata. Model ini telah terbukti meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya menjaga kelestarian alam di sekitar mereka.

3. Pendidikan Lingkungan dan Ekowisata bagi Masyarakat dan Wisatawan

Salah satu manfaat penting ekowisata adalah memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar mengenai lingkungan dan pentingnya pelestarian alam. Menurut Honey (2018), ekowisata tidak hanya memberikan pengalaman wisata, tetapi juga pendidikan lingkungan yang bertujuan untuk menumbuhkan kesadaran wisatawan tentang isu-isu konservasi. Di Indonesia, beberapa destinasi ekowisata menawarkan program-program edukasi, seperti program penanaman mangrove di Bali atau konservasi terumbu karang di Wakatobi.

Ekowisata juga menjadi media untuk meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap budaya dan adat istiadat lokal. Misalnya, wisatawan yang mengunjungi desa adat di Flores, seperti Desa

Wae Rebo, tidak hanya menikmati keindahan alam, tetapi juga mendapatkan wawasan tentang kehidupan masyarakat tradisional yang sangat bergantung pada alam.

Kesadaran masyarakat lokal dan wisatawan mengenai pentingnya ekowisata juga masih menjadi tantangan besar. Di beberapa daerah, masyarakat lokal belum sepenuhnya memahami manfaat dari ekowisata atau bagaimana mengelola destinasi wisata secara berkelanjutan. Menurut laporan dari WWF Indonesia (2021), banyak masyarakat yang tinggal di sekitar kawasan konservasi belum mendapatkan pelatihan yang memadai untuk mengelola ekowisata dan memanfaatkan potensi ekonomi yang ada.

Selain itu, wisatawan, terutama dari dalam negeri, sering kali kurang memiliki kesadaran tentang pentingnya menjaga kelestarian alam selama berwisata. Perilaku seperti membuang sampah sembarangan, merusak lingkungan, atau tidak mengikuti aturan di kawasan konservasi sering kali terjadi, yang pada akhirnya mengancam keberlanjutan destinasi ekowisata tersebut. Pendidikan dan penyuluhan yang lebih baik kepada masyarakat lokal dan wisatawan sangat penting untuk meningkatkan kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan serta bagaimana pariwisata yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat jangka panjang.

D. TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA DI INDONESIA

1. Kurangnya Infrastruktur di Daerah Terpencil

Salah satu tantangan terbesar dalam pengembangan ekowisata di Indonesia adalah kurangnya infrastruktur yang memadai di beberapa daerah terpencil. Meskipun daerah-daerah ini memiliki potensi ekowisata yang tinggi, akses yang sulit, seperti jalan yang buruk dan terbatasnya sarana transportasi, sering menjadi hambatan utama.

Sebagian besar destinasi ekowisata di Indonesia terletak di daerah-daerah terpencil, seperti taman nasional dan kawasan konservasi di pulau-pulau yang sulit dijangkau. Hal ini menjadi kendala utama dalam pengembangan ekowisata karena kurangnya aksesibilitas dan infrastruktur pendukung seperti transportasi, akomodasi, serta fasilitas dasar lainnya. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), beberapa destinasi ekowisata di Indonesia masih mengalami keterbatasan infrastruktur, seperti jalan yang rusak atau terbatasnya sarana transportasi menuju lokasi wisata.

Contoh:

- **Taman Nasional Bukit Barisan Selatan** di Sumatra adalah salah satu contoh kawasan ekowisata yang memiliki keanekaragaman hayati tinggi namun masih sulit diakses oleh wisatawan karena terbatasnya infrastruktur jalan dan transportasi.

Kurangnya infrastruktur ini juga berdampak pada minimnya jumlah wisatawan yang berkunjung ke destinasi-destinasi ekowisata di daerah terpencil, mengurangi potensi ekonomi dan kesempatan untuk mempromosikan ekowisata sebagai alternatif pariwisata massal.

2. Potensi Kerusakan Lingkungan

Ekowisata yang tidak dikelola dengan baik justru dapat menimbulkan kerusakan lingkungan. Hal ini terbukti di beberapa lokasi, di mana tekanan terhadap ekosistem lokal meningkat karena banyaknya jumlah pengunjung. Menurut Buckley (2020), terlalu banyak wisatawan dapat merusak lingkungan dan justru mengurangi keaslian serta daya tarik ekowisata itu sendiri.

Tantangan lain yang signifikan adalah potensi kerusakan lingkungan yang disebabkan oleh pariwisata yang tidak berkelanjutan. Meskipun tujuan ekowisata adalah untuk melestarikan lingkungan, jika tidak dikelola dengan baik, pariwisata tetap bisa menimbulkan dampak negatif. Menurut Buckley (2020), salah satu risiko terbesar dalam ekowisata adalah *overtourism*, di mana terlalu banyak wisatawan datang ke satu destinasi, mengakibatkan tekanan yang berlebihan pada lingkungan lokal. Di Indonesia, fenomena ini terlihat di beberapa destinasi populer seperti:

- **Pulau Komodo**, di mana jumlah wisatawan yang meningkat tajam dalam beberapa tahun terakhir mengakibatkan

kerusakan ekosistem lokal, termasuk terumbu karang yang rusak akibat penyelaman yang tidak terkontrol dan pengelolaan limbah yang buruk.

- **Taman Nasional Bromo Tengger Semeru**, di mana polusi dan jejak karbon dari kendaraan yang digunakan wisatawan untuk mengakses kawasan gunung berapi telah menjadi masalah serius.

Tantangan ini menyoroti pentingnya regulasi dan pengawasan yang ketat dalam pengelolaan ekowisata, serta kebutuhan untuk membatasi jumlah pengunjung atau mengembangkan sistem pariwisata berbasis kuota untuk menjaga keseimbangan ekosistem.

3. Regulasi dan Kebijakan

Di Indonesia, regulasi dan kebijakan yang mendukung ekowisata masih memerlukan optimalisasi. Menurut Putra (2020), kerjasama yang baik antara pemerintah, swasta, dan masyarakat lokal sangat diperlukan untuk mengembangkan ekowisata yang berkelanjutan. Meskipun ekowisata memiliki potensi besar untuk mendukung pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal di Indonesia, pengembangan ekowisata juga menghadapi berbagai tantangan. Tantangan-tantangan ini harus diatasi untuk memastikan bahwa ekowisata dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan manfaat jangka panjang bagi semua pihak yang terlibat.

Regulasi dan kebijakan mengenai ekowisata di Indonesia masih membutuhkan penyempurnaan. Meskipun pemerintah Indonesia telah menetapkan beberapa kebijakan terkait pengelolaan pariwisata berbasis alam, implementasi di lapangan sering kali belum efektif. Menurut Putra (2020), regulasi yang ada belum secara penuh diterapkan atau diawasi, terutama di daerah-daerah terpencil yang jauh dari pusat pemerintahan. Misalnya, peraturan tentang batasan jumlah pengunjung di kawasan konservasi atau aturan mengenai pengelolaan limbah sering kali diabaikan.

Selain itu, kurangnya koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal juga menjadi kendala dalam pengelolaan ekowisata yang berkelanjutan. Banyak destinasi ekowisata yang dikelola tanpa strategi yang terintegrasi antara semua pihak terkait, sehingga mengakibatkan masalah dalam hal penegakan regulasi dan pengawasan.

4. Pengelolaan Sampah dan limbah

Salah satu tantangan yang paling menonjol dalam ekowisata di Indonesia adalah pengelolaan sampah dan limbah yang dihasilkan dari aktivitas pariwisata. Beberapa destinasi ekowisata, terutama yang terletak di pulau-pulau kecil atau kawasan konservasi terpencil, sering menghadapi masalah dalam menangani sampah wisatawan. Misalnya, di Pulau Karimunjawa, sampah plastik dari wisatawan yang berkunjung telah menjadi ancaman serius bagi kelestarian lingkungan laut dan terumbu karang.

E. PELUANG PENGEMBANGAN EKOWISATA

Pasar ekowisata terus berkembang seiring dengan meningkatnya minat masyarakat global terhadap pariwisata berkelanjutan. Menurut UNWTO (2022), ekowisata memiliki pasar yang stabil, dengan wisatawan yang cenderung menghabiskan lebih banyak waktu dan uang di destinasi yang menawarkan pengalaman otentik.

1. Potensi Pasar Wisatawan Domestik dan Internasional

Ekowisata menjadi salah satu segmen pariwisata yang tumbuh paling cepat di dunia. Menurut laporan dari UNWTO (2022), permintaan terhadap pariwisata berkelanjutan meningkat secara global, terutama di kalangan wisatawan yang berasal dari negara-negara maju. Indonesia, dengan destinasi alamnya yang beragam, memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan internasional yang mencari pengalaman otentik dan bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Selain itu, pasar wisatawan domestik juga menunjukkan pertumbuhan signifikan. Menurut data dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2022), minat wisatawan domestik terhadap pariwisata berbasis alam dan ekowisata terus meningkat, terutama di kalangan milenial yang semakin peduli terhadap dampak lingkungan. Wisatawan domestik ini tertarik dengan destinasi yang menawarkan pengalaman alam yang unik dan kegiatan yang bersifat edukatif, seperti penanaman mangrove, konservasi satwa, atau trekking di hutan tropis.

2. Kolaborasi antara Pemerintah, Swasta, dan Masyarakat Lokal

Peluang besar lainnya adalah kolaborasi yang kuat antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal dalam mengembangkan ekowisata. Menurut Goodwin (2016), salah satu kunci keberhasilan pengembangan ekowisata yang berkelanjutan adalah keterlibatan aktif dari berbagai pihak yang memiliki kepentingan dalam pengelolaan destinasi wisata. Di Indonesia, kolaborasi semacam ini semakin terlihat dalam beberapa program ekowisata, seperti di Desa Nglanggeran, Yogyakarta, di mana masyarakat lokal bekerja sama dengan pemerintah daerah dan sektor swasta untuk mengelola desa wisata berbasis alam.

Selain itu, peran komunitas lokal sangat penting dalam menjaga kelestarian destinasi ekowisata. Di beberapa daerah, masyarakat lokal telah mulai mengambil peran sebagai pengelola wisata, seperti di Wae Rebo, Flores, di mana masyarakat terlibat langsung dalam pengelolaan homestay, pemanduan wisata, serta pelestarian budaya dan lingkungan. Kolaborasi ini tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi bagi masyarakat setempat, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan wisata berjalan secara berkelanjutan.

3. Inovasi Teknologi untuk Mendukung Ekowisata

Perkembangan teknologi menawarkan peluang besar untuk mendukung pengembangan ekowisata yang berkelanjutan. Teknologi dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi

ekowisata secara lebih efisien dan menjangkau pasar global yang lebih luas. Menurut laporan dari UNWTO (2022), teknologi seperti aplikasi pariwisata hijau dapat membantu wisatawan dalam memilih destinasi yang ramah lingkungan dan melacak jejak karbon mereka selama perjalanan.

Beberapa inovasi teknologi yang bisa diterapkan dalam ekowisata di Indonesia adalah:

- **Aplikasi Ekowisata Hijau:** Aplikasi yang memberikan informasi real-time tentang destinasi ekowisata, panduan aktivitas ramah lingkungan, serta rekomendasi akomodasi dan restoran yang mendukung praktik berkelanjutan.
- **Sistem Reservasi Berbasis Kuota:** Teknologi ini memungkinkan pengelola destinasi ekowisata untuk membatasi jumlah pengunjung per hari melalui sistem reservasi berbasis kuota, seperti yang sudah diterapkan di beberapa taman nasional di dunia. Hal ini dapat mencegah terjadinya over-tourism dan memastikan bahwa jumlah wisatawan tidak melebihi kapasitas lingkungan.

4. Promosi Internasional yang Berkelanjutan dan Terfokus

Indonesia memiliki potensi besar untuk mempromosikan ekowisata di pasar internasional. Dengan semakin banyak wisatawan global yang tertarik pada pariwisata berkelanjutan, Indonesia dapat memanfaatkan momentum ini untuk memperkuat branding sebagai destinasi ekowisata utama di kawasan Asia Tenggara. Promosi internasional yang

berkelanjutan harus fokus pada pengalaman wisata alam yang autentik dan bertanggung jawab, dengan menonjolkan destinasi unggulan seperti Raja Ampat, Pulau Komodo, dan Taman Nasional Gunung Leuser.

Menurut Buckley (2020), strategi promosi internasional yang efektif harus mengedepankan keunikan setiap destinasi ekowisata, serta komitmen terhadap pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat lokal. Dalam hal ini, Indonesia bisa memanfaatkan platform digital dan media sosial untuk menarik perhatian wisatawan global yang lebih peduli terhadap dampak lingkungan.

5. Peluang Pengembangan Desa Wisata Berbasis Ekowisata

Pengembangan desa wisata berbasis ekowisata merupakan salah satu peluang besar bagi Indonesia. Desa wisata ini dapat menjadi model pembangunan berkelanjutan yang melibatkan partisipasi langsung dari masyarakat lokal dalam mengelola sumber daya alam dan budaya mereka.

Contoh desa wisata yang sukses dalam mengembangkan ekowisata adalah Desa Pentingsari di Yogyakarta, di mana masyarakat mengelola kegiatan wisata yang berfokus pada pertanian organik, pelestarian budaya lokal, dan konservasi alam. Model ini dapat diterapkan di berbagai desa lain di Indonesia untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekaligus menjaga kelestarian lingkungan.

BAGIAN 5

PARIWISATA KULINER INDONESIA

A. DEFINISI WISATA KULINER

Makanan adalah salah satu kebutuhan dasar yang esensial bagi manusia, tidak hanya saat mereka beraktivitas di rumah tetapi juga ketika bepergian. Saat menjelajahi tempat baru, baik untuk berwisata, piknik, atau sekadar jalan-jalan, pengalaman kuliner sering kali menjadi bagian penting dari perjalanan tersebut. Keberagaman kuliner yang ada di setiap negara, yang dipengaruhi oleh latar belakang agama, etnis, dan kebudayaan, menciptakan keunikan tersendiri dalam pengolahan makanan. Hal ini menjadikan makanan sebagai representasi budaya dan identitas suatu komunitas. (A. F. Zaenal, n.d.)

Wisata kuliner dapat didefinisikan sebagai jenis perjalanan yang dirancang khusus untuk menjelajahi berbagai makanan dan minuman, memberikan pengalaman gastronomi yang tak terlupakan. Dalam konteks ini, individu yang memiliki tujuan utama untuk mencari pengalaman baru dan memiliki ketertarikan mendalam terhadap kuliner disebut sebagai *foodie*. Seorang *foodie* tidak hanya menikmati makanan, tetapi juga menghargai cita rasa dan aroma dari hidangan yang disajikan secara istimewa, menambah nilai dan makna pada setiap pengalaman makan. (Hasan, Zaenal, et al., 2021)

Dalam dunia wisata kuliner, istilah yang sering digunakan mencakup *food tourism*, *culinary tourism*, dan *gastronomy tourism*. Istilah-istilah ini menggambarkan berbagai aspek eksplorasi dan pengalaman terhadap keanekaragaman kuliner di suatu daerah. Dengan memahami budaya makanan dan minuman, wisatawan dapat memperoleh wawasan lebih dalam tentang tradisi, sejarah, dan cara hidup masyarakat setempat. Hal ini menjadikan pengalaman wisata kuliner semakin kaya, menarik, dan mendalam (Wijayanti, 2020).

Pada awalnya, daya tarik suatu destinasi wisata banyak ditentukan oleh keindahan alam atau nilai sejarah yang melatarbelakanginya. Namun, dengan perkembangan zaman, kuliner lokal kini menjadi salah satu faktor penting yang menarik perhatian wisatawan (Wijayanti, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh berbagai otoritas pariwisata menunjukkan bahwa aktivitas makan di luar rumah semakin populer dan menjadi fokus perhatian bagi berbagai segmen pasar perjalanan. Ini menandakan bahwa pengalaman gastronomi kini memiliki peranan signifikan dalam menentukan pilihan destinasi wisata.

Makanan tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan dasar, tetapi juga sebagai media untuk mengekspresikan berbagai aspek budaya, emosi, dan identitas. Menjelajahi cita rasa dan jenis makanan baru dapat menciptakan pengalaman yang berkesan, setara dengan keindahan alam yang menyentuh indera penglihatan. Kelezatan kuliner yang ditawarkan memberikan kepuasan tersendiri, dan bagi banyak orang,

terdapat dorongan kuat untuk menjelajahi dunia kuliner yang beraneka ragam.

Salah satu elemen menarik dalam wisata kuliner adalah jajanan pinggir jalan (*street food*), yang telah menjadi pusat perhatian bagi masyarakat yang ingin mendapatkan pengalaman makan yang unik dan menarik. *Street food* dikenal karena harga yang terjangkau dan lokasi yang mudah dijangkau, menawarkan beragam pilihan rasa yang semakin diminati oleh wisatawan. Hal ini menjadikannya pilihan populer, terutama di kalangan anak muda dan pelancong dengan anggaran terbatas.

Kombinasi antara kelezatan dan aksesibilitas menjadikan *street food* sebagai pilihan utama bagi banyak pelancong. Mereka tidak hanya dapat menikmati keindahan destinasi wisata, tetapi juga memanjakan lidah dengan berbagai cita rasa yang ditawarkan. Dalam banyak kasus, *street food* tidak hanya menjadi pengalaman kuliner, tetapi juga sebuah petualangan yang membawa wisatawan lebih dekat kepada budaya lokal.

Wisata kuliner juga memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk memahami lebih dalam tentang cara hidup masyarakat setempat. Melalui eksplorasi makanan, mereka dapat menjalin interaksi dengan penduduk lokal dan belajar tentang tradisi serta kebiasaan yang berkaitan dengan makanan. Pengalaman ini tidak hanya memperkaya pengetahuan mereka tentang budaya lain, tetapi juga menciptakan momen berharga yang tak terlupakan.

Dengan demikian, kuliner tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan, tetapi juga sebagai cara untuk menciptakan pengalaman berharga dalam setiap perjalanan wisata. Pariwisata kuliner menjembatani hubungan antara makanan dan budaya, sehingga menjadikan setiap perjalanan lebih berarti dan memperkaya pengalaman wisata secara keseluruhan. Dengan menjelajahi keanekaragaman kuliner, wisatawan dapat merasakan keunikan suatu daerah dan memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang warisan budaya yang ada di dalamnya.

B. SEJARAH DAN PERKEMBANGAN PARIWISATA KULINER DI INDONESIA

Sejarah panjang kuliner Indonesia berakar dari perdagangan rempah-rempah yang dimulai sejak abad ke-16. Indonesia, sebagai penghasil rempah yang dicari bangsa Eropa, menjadi pusat perhatian dalam perdagangan global. Rempah-rempah seperti cengkeh, pala, dan lada, yang banyak ditemukan di Maluku dan pulau-pulau lain, tidak hanya menggerakkan perekonomian dunia, tetapi juga membawa pengaruh besar dalam menciptakan tradisi kuliner yang kaya dan beragam. Pada masa itu, hubungan Indonesia dengan negara-negara Eropa, Asia, dan Timur Tengah mulai mempengaruhi resep dan gaya masakan lokal. (Lazuardi & Triady, 2015)

Selama masa kolonialisme, khususnya oleh Belanda, kuliner Indonesia mengalami transformasi. Masakan lokal mendapatkan

sentuhan teknik pengolahan dan bahan makanan yang berasal dari Eropa. Salah satu contoh yang terkenal adalah *rijsttafel*, yaitu cara penyajian ala Belanda yang memadukan banyak masakan Indonesia dalam satu meja besar. Meskipun pengaruh kolonialisme kuat, masyarakat Indonesia tetap mempertahankan identitas lokal melalui kuliner khas yang diwariskan secara turun-temurun. Periode ini menjadi awal mula terbentuknya kuliner Indonesia yang kompleks dan penuh dengan pengaruh budaya (Lazuardi & Triady, 2015).

Kuliner Indonesia merupakan cerminan langsung dari keberagaman budaya dan tradisi yang ada di setiap daerah. Setiap suku bangsa di Indonesia memiliki makanan khas yang berbeda, baik dari segi bahan, bumbu, maupun cara pengolahannya. Misalnya, rendang dari Sumatera Barat, sate dari Jawa, hingga papeda dari Maluku.

Setiap hidangan tidak hanya memiliki nilai cita rasa, tetapi juga menjadi simbol identitas dan kebanggaan budaya lokal. Hal ini menjadikan kuliner sebagai salah satu elemen penting dalam promosi pariwisata berbasis budaya (Anas et al., 2023).

Pada awal 2000-an, pariwisata kuliner mulai bangkit dan mendapatkan perhatian luas. Salah satu faktor utama yang mendorong perkembangan ini adalah meningkatnya minat wisatawan untuk mencari pengalaman yang otentik, termasuk melalui makanan. Media massa, terutama acara televisi seperti "Wisata Kuliner", yang dipandu oleh Bondan Winarno, memegang peranan penting dalam memperkenalkan masakan Indonesia kepada

masyarakat luas. Acara ini tidak hanya menghibur, tetapi juga mengedukasi masyarakat tentang kekayaan kuliner Indonesia, sehingga menciptakan tren wisata kuliner yang terus berkembang (Hasan, 2021).

Teknologi digital, terutama media sosial, turut mempercepat perkembangan pariwisata kuliner di Indonesia. Platform seperti Instagram, *YouTube*, dan blog kuliner memungkinkan para wisatawan untuk berbagi pengalaman kuliner mereka. Gambar-gambar makanan yang menarik, video ulasan kuliner, dan rekomendasi tempat makan viral menjadi media promosi yang efektif. (Sukarana & Anas, 2021) Dengan ini, wisata kuliner menjadi lebih terakses, terutama di kalangan generasi muda yang aktif di media sosial. Hal ini juga mendorong munculnya tren kuliner baru yang lebih inovatif dan kreatif.

C. POTENSI DAN TANTANGAN PARIWISATA KULINER DI INDONESIA

Sejarah dan perkembangan kuliner Indonesia adalah kisah yang kaya akan tradisi dan inovasi. Dari perdagangan rempah-rempah di masa lalu hingga menjadi salah satu daya tarik pariwisata masa kini, kuliner Indonesia terus berkembang dan beradaptasi tanpa kehilangan akar budayanya. Melalui warisan resep, pengaruh kolonial, dan upaya pelestarian oleh pemerintah serta masyarakat, kuliner Indonesia tidak hanya menjadi bagian dari identitas nasional, tetapi juga simbol

kebanggaan yang mampu menjangkau dunia internasional (Hasan, 2020).

Tidak hanya menarik wisatawan, kuliner Indonesia juga memiliki potensi besar untuk diekspor ke pasar internasional. Beberapa makanan seperti rendang, nasi goreng, dan sate sudah mendapatkan pengakuan global. Program diplomasi kuliner, atau yang dikenal dengan "*gastro-diplomacy*", telah dimanfaatkan oleh negara-negara lain seperti Thailand dan Korea Selatan untuk mempromosikan makanan mereka ke seluruh dunia. Indonesia juga bisa mengikuti jejak ini dengan lebih aktif mempromosikan kuliner sebagai bagian dari identitas nasional, melalui partisipasi dalam festival makanan internasional dan peningkatan kualitas produk ekspor (Anas et al., 2023).

Sejumlah kota di Indonesia telah menjadi destinasi utama wisata kuliner, dengan ciri khas dan keunikan masing-masing (Hasan, Anas, et al., 2021). Jakarta dan Bandung dikenal dengan kekayaan inovasi kuliner yang memadukan masakan tradisional dan modern. Bali, yang dikenal sebagai pusat pariwisata dunia, menawarkan pengalaman kuliner yang beragam, mulai dari hidangan internasional hingga makanan tradisional Bali. Yogyakarta, dengan gudeg-nya yang terkenal, menjadi destinasi favorit bagi wisatawan yang ingin menikmati hidangan otentik dengan nuansa budaya Jawa yang kental. (Rijal et al., 2020)

Meski mengalami perkembangan pesat, pariwisata kuliner di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan. Salah satu masalah utamanya adalah kurangnya dokumentasi resep dan tradisi kuliner, yang mengancam kelestarian beberapa jenis masakan daerah.

Banyak kuliner tradisional yang hanya diwariskan secara lisan, tanpa ada pencatatan yang jelas. Selain itu, kurangnya infrastruktur di daerah terpencil juga menghambat pengembangan wisata kuliner di luar kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, dan Bali. Investasi pada infrastruktur dan pendidikan kuliner sangat diperlukan untuk memaksimalkan potensi ini. (Anas et al., 2023)

Pemerintah Indonesia, melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, telah mengambil langkah untuk mendorong kuliner sebagai bagian dari ekonomi kreatif. Kebijakan ini diwujudkan dalam berbagai program yang mempromosikan kuliner sebagai salah satu daya tarik utama pariwisata. Program "30 Ikon Kuliner Tradisional Indonesia" merupakan salah satu upaya untuk melestarikan dan mempromosikan hidangan tradisional di dalam dan luar negeri. Kebijakan ini diharapkan dapat memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata kuliner yang diakui secara global.

D. TREN GLOKALISASI DALAM KULINER INDONESIA

Glokalisasi adalah istilah yang menggabungkan dua kata, yaitu globalisasi dan lokalisasi. Dalam konteks kuliner, tren ini menggambarkan bagaimana masakan lokal dapat beradaptasi

dengan selera global tanpa kehilangan identitas asalnya. Tren glokalisasi dalam kuliner Indonesia menggambarkan masakan lokal beradaptasi dengan budaya global, sehingga menciptakan masakan yang tetap otentik namun relevan di pasar internasional (Anas et al., 2023).

Penelitian tentang dinamika dan tantangan glokalisasi kuliner di Sulawesi Selatan menggambarkan bagaimana makanan tradisional di daerah tersebut tetap bertahan, meski terpengaruh oleh globalisasi dan modernisasi (Anas et al., 2023).

Di Indonesia, tren glokalisasi kuliner berkembang pesat seiring dengan semakin terbukanya pasar internasional, meningkatnya kunjungan wisatawan, dan kemajuan teknologi komunikasi yang memungkinkan pertukaran budaya terjadi lebih cepat dan luas. Kuliner Indonesia, dengan kekayaan cita rasanya, menjadi salah satu yang mampu bersaing di kancah global sambil tetap mempertahankan keunikan lokal.

Glokalisasi dalam kuliner Indonesia tampak jelas dalam cara restoran dan pengusaha makanan menyesuaikan masakan tradisional dengan selera internasional (Hasan, Anas, et al., 2021). Beberapa restoran yang menargetkan pasar global mulai memodifikasi resep-resep tradisional agar lebih mudah diterima oleh konsumen mancanegara, tanpa mengorbankan rasa otentik masakan Indonesia (Hasan, 2022).

Rendang yang dikenal dengan rasa pedas dan kaya rempah, dibuat dengan versi yang sedikit lebih ringan dalam hal rasa pedas untuk

pasar luar negeri. Hal ini bertujuan agar masakan tetap dapat dinikmati oleh konsumen yang tidak terbiasa dengan rasa pedas intens (Hasan, Zaenal, et al., 2021).

Selain itu, kuliner Indonesia juga mengalami glokalisasi melalui penggunaan bahan-bahan lokal yang dikombinasikan dengan teknik memasak global (Hasan, 2020). Contohnya adalah makanan *fusion* yang menggabungkan elemen-elemen kuliner Indonesia dengan konsep makanan internasional.

Banyak *chef* lokal yang bereksperimen dengan menciptakan hidangan yang menggabungkan bahan-bahan lokal seperti tempe, sambal, atau kecap manis dengan teknik memasak Barat seperti *sous-vide* atau *plating* yang modern. Ini tidak hanya membuat masakan Indonesia lebih menarik secara visual, tetapi juga memberikan pengalaman rasa baru yang tetap berakar pada budaya lokal.

Peran industri kreatif dalam mempromosikan kuliner Indonesia di tingkat global juga sangat penting dalam tren glokalisasi. Melalui media sosial, *blog*, dan konten digital lainnya, masakan Indonesia diperkenalkan kepada audiens internasional dengan cara yang menarik (Sukarana & Anas, 2021).

Influencer makanan dan *chef* terkenal memanfaatkan platform seperti *Instagram* dan *YouTube* untuk memamerkan kuliner lokal dalam bentuk yang lebih modern dan kreatif. Penggunaan hashtag seperti #IndonesianFood atau #Rendang memudahkan pencarian

dan promosi masakan Indonesia kepada komunitas internasional (A. F. Zaenal, n.d.).

Tren glokalisasi ini juga terlihat dalam berkembangnya industri makanan siap saji dan produk olahan yang berbasis masakan tradisional Indonesia. Produk seperti bumbu instan rendang, sate, atau nasi goreng yang dijual di pasar internasional memudahkan konsumen global untuk mencoba memasak makanan Indonesia di rumah mereka. Produk-produk ini merupakan contoh bagaimana masakan Indonesia disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen internasional, namun tetap mempertahankan rasa asli dan autentik.

Meski demikian, glokalisasi dalam kuliner Indonesia bukan tanpa tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah menjaga keseimbangan antara mempertahankan keaslian rasa dan mengikuti tren global. Ada kekhawatiran bahwa penyesuaian rasa agar lebih sesuai dengan pasar global dapat menyebabkan hilangnya identitas kuliner asli Indonesia. Oleh karena itu, penting bagi para pelaku industri kuliner untuk tetap mempertahankan unsur-unsur tradisional dalam proses adaptasi ini, sehingga kuliner Indonesia tidak kehilangan warisannya di tengah arus glokalisasi.

Proses glokalisasi tidak hanya menyentuh rasa dan penyajian, tetapi juga cara pengelolaan dan penyebaran kuliner. Globalisasi memungkinkan restoran dan penyedia makanan untuk lebih cepat beradaptasi dengan teknologi modern, memperluas jangkauan pasar,

dan mempertahankan keaslian bahan. Meskipun pengaruh globalisasi bisa mengubah elemen budaya lokal, dalam banyak kasus, seperti di Makassar, Sulawesi Selatan, glokalisasi justru memperkuat identitas lokal melalui perpaduan modernitas dan tradisi (Anas et al., 2023)

Selain itu, dalam sektor pariwisata, perkembangan transportasi dan komunikasi memungkinkan penyebaran kuliner tradisional lebih luas. Wisatawan yang berkunjung ke Sulawesi Selatan tidak hanya mencari pengalaman budaya, tetapi juga kuliner otentik yang mencerminkan identitas lokal. Glokalisasi dalam hal ini memainkan peran penting dalam menjaga keunikan daerah, meskipun ada penyesuaian rasa dan metode penyajian untuk memenuhi selera global (Anas et al., 2023).

Secara keseluruhan, tren glokalisasi menggambarkan keseimbangan antara pelestarian tradisi dan adaptasi terhadap perkembangan global. Dengan mengombinasikan elemen modern dan lokal, kuliner Indonesia, khususnya di Sulawesi Selatan, mampu mempertahankan relevansi di dunia yang terus berubah sambil memperkuat identitas kuliner sebagai daya tarik utama pariwisata dan budaya

E. KOLABORASI PEMERINTAH DAN INDUSTRI DALAM MEMPROMOSIKAN KULINER LOKAL

Kolaborasi antara pemerintah dan industri merupakan elemen krusial dalam mendukung promosi dan pengembangan kuliner lokal di Indonesia. Di tengah arus globalisasi yang semakin deras, kuliner

lokal menghadapi tantangan dalam mempertahankan identitas dan keunikannya. Oleh karena itu, sinergi yang kuat antara pemerintah sebagai regulator dan fasilitator, serta pelaku industri kuliner yang meliputi bisnis kuliner, restoran, dan UKM, menjadi semakin penting. Melalui kolaborasi ini, kuliner lokal dapat tetap relevan di tengah persaingan global, tanpa kehilangan nilai-nilai tradisional yang melekat.

Pemerintah memiliki peran strategis dalam menciptakan kebijakan yang mendukung pengembangan ekosistem kuliner lokal. Salah satu langkah yang penting adalah memastikan bahwa produk kuliner tradisional terlindungi dan memiliki akses ke pasar yang lebih luas. Hal ini termasuk dalam strategi pemerintah untuk mendorong ekonomi kreatif melalui Rencana Pengembangan Kuliner Nasional, di mana keterlibatan aktor-aktor seperti pemerintah, industri, dan komunitas kreatif sangat ditekankan (Lazuardi & Triady, 2015). Kebijakan ini juga mencakup dukungan berupa pelatihan dan edukasi kepada pelaku industri kuliner, terutama UKM, untuk meningkatkan kualitas produk dan pemahaman tentang standar keamanan pangan. (Hasan et al., 2023)

Salah satu contoh nyata adalah penyelenggaraan festival kuliner yang didukung oleh pemerintah daerah. Festival ini tidak hanya menjadi ajang promosi, tetapi juga sebagai sarana edukasi kepada masyarakat luas tentang kekayaan kuliner lokal. Dalam festival ini, pemerintah dan industri dapat bekerja sama untuk memperkenalkan kuliner tradisional yang dikemas dengan sentuhan modern, sehingga lebih

menarik bagi turis domestik maupun mancanegara. Pemerintah juga dapat memastikan bahwa standar keamanan dan kualitas pangan tetap terjaga, sambil memberikan pelatihan kepada pelaku usaha tentang inovasi produk dan pemasaran (Hasan et al., 2023; A. F. Zaenal, n.d.)

Namun, keberhasilan dalam promosi kuliner lokal tidak hanya bergantung pada event-event besar seperti festival. Tantangan lain yang dihadapi adalah bagaimana UKM kuliner dapat terintegrasi dengan platform digital. Di era digital ini, banyak pelaku usaha kecil menengah yang kesulitan memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan produk mereka. Keterbatasan dalam literasi digital, modal, dan akses terhadap infrastruktur digital menjadi penghambat bagi UKM untuk bersaing di pasar yang lebih luas (Hasan et al., 2023)

Untuk mengatasi tantangan ini, pemerintah perlu berperan aktif dalam mendukung literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil. Sosialisasi dan pelatihan intensif mengenai penggunaan *platform e-commerce*, media sosial, dan teknologi pemasaran digital dapat membantu UKM kuliner memanfaatkan pasar online yang lebih luas. Pemerintah juga bisa berkolaborasi dengan sektor swasta dalam menyediakan infrastruktur dan akses pembiayaan yang lebih mudah bagi UKM untuk meningkatkan daya saing mereka. Dukungan ini akan sangat penting dalam memperluas jangkauan pasar produk kuliner lokal (Hasan et al., 2023; Lazuardi & Triady, 2015).

Selain integrasi digital, pemerintah juga harus terus mendukung penyelenggaraan festival kuliner lokal yang inklusif. Festival ini harus dirancang agar mampu melibatkan berbagai pihak, mulai dari pelaku industri, turis, masyarakat lokal, hingga komunitas kreatif (A. F. Zaenal, n.d.).

Namun, kolaborasi ini tidak terlepas dari tantangan koordinasi antar-pemangku kepentingan. Sering kali, kebijakan pemerintah belum sepenuhnya sinkron dengan kebutuhan pelaku industri di lapangan. Oleh karena itu, dibutuhkan dialog yang intensif dan berkelanjutan antara pemerintah, pelaku industri, dan komunitas kreatif. Melalui dialog ini, kebijakan yang dirumuskan bisa lebih relevan dan berdampak langsung pada perkembangan industri kuliner (Boari et al., 2024)

Di sisi lain, pengaruh globalisasi juga membawa tantangan dalam bentuk perubahan selera konsumen. Banyak konsumen yang mulai mengadopsi gaya hidup dan preferensi makanan dari luar negeri, sehingga produk kuliner lokal harus terus berinovasi agar tetap relevan. Dalam hal ini, kolaborasi antara pemerintah dan industri sangat penting untuk memastikan bahwa inovasi kuliner tetap mempertahankan nilai-nilai tradisional sambil memenuhi selera konsumen global (Anas et al., 2023).

Untuk itu, penting bagi pemerintah dan industri kuliner untuk terus berinovasi dalam menciptakan produk yang mampu bersaing di pasar global. Produk kuliner yang dihasilkan harus mampu

menggabungkan elemen lokal dan global dengan cermat, sehingga memiliki daya tarik yang lebih luas. Dengan cara ini, kuliner lokal dapat tetap bertahan dan bahkan berkembang di tengah arus globalisasi (Anas et al., 2023).

Pada akhirnya, kolaborasi yang kuat antara pemerintah dan industri dalam mempromosikan kuliner lokal akan memberikan dampak positif yang signifikan bagi perkembangan ekonomi dan pariwisata. Kuliner lokal tidak hanya menjadi sarana untuk memperkenalkan budaya dan identitas suatu daerah, tetapi juga berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan daerah. Dengan sinergi yang tepat, kuliner lokal Indonesia dapat terus berkembang sebagai kekuatan ekonomi kreatif yang berdaya saing tinggi di kancah global (Wijayanti, 2020).

F. *BRANDING* KOTA DAN DESTINASI KULINER

Branding kota dan destinasi kuliner adalah strategi penting dalam meningkatkan daya tarik wisata dan memperkuat identitas daerah. Dalam industri pariwisata kuliner, *branding* berperan menciptakan citra unik yang mampu menarik wisatawan lokal maupun internasional. Melalui *branding* yang efektif, kota atau daerah dapat memanfaatkan kuliner lokal sebagai salah satu daya tarik utama, yang berkontribusi pada peningkatan jumlah kunjungan wisata, pertumbuhan ekonomi lokal, serta promosi warisan budaya kuliner.

Contoh sukses *branding* kota melalui kuliner dapat dilihat dari Makassar dengan kampanye "Makassar Kota Makan Enak". Identitas kuliner Makassar yang kuat dengan hidangan khas seperti coto Makassar dan sop konro membantu memperkuat citra kota sebagai tujuan kuliner utama di Indonesia (F. A. Zaenal et al., 2024). *Branding* ini bukan hanya menarik wisatawan, tetapi juga mengangkat reputasi kota sebagai pusat kuliner yang kaya dengan pengalaman rasa lokal yang otentik.

Keberhasilan branding kota melibatkan sinergi antara pemerintah, industri kuliner, dan komunitas lokal. Pemerintah berperan dalam menciptakan regulasi, infrastruktur, dan dukungan yang memfasilitasi promosi kuliner lokal, seperti festival kuliner dan kampanye terpadu (Lazuardi & Triady, 2015) . Di sisi lain, pelaku industri kuliner bertanggung jawab memastikan produk yang ditawarkan selaras dengan citra yang dibangun. Kolaborasi ini sangat penting untuk memastikan branding yang konsisten dan efektif dalam memperkuat identitas kuliner suatu kota.

Keunikan budaya lokal adalah inti dari branding destinasi kuliner. Setiap daerah memiliki ciri khas kuliner yang dapat menjadi identitas kuat dalam promosi pariwisata. Sebagai contoh, Bali dengan ayam betutu, sate lilit dan Yogyakarta dengan gudeg mampu mengukuhkan citra kuliner mereka di benak wisatawan. Branding yang menonjolkan elemen budaya lokal membantu menciptakan pengalaman wisata yang otentik dan mendalam bagi pengunjung (Hasan et al., 2023).

Pemanfaatan media sosial dan platform digital adalah salah satu kunci sukses dalam strategi branding kuliner. Wisatawan masa kini sering kali mencari informasi melalui internet, sehingga kampanye digital yang menampilkan foto makanan yang menggugah selera, video dokumentasi, serta testimoni wisatawan dapat membantu menyebarkan citra positif dan menjangkau audiens yang lebih luas (Anas, 2024) . Penggunaan media sosial juga memungkinkan interaksi langsung antara wisatawan dan destinasi kuliner, memperkuat daya tarik dan visibilitas kota.

Penyelenggaraan festival kuliner menjadi salah satu metode efektif dalam memperkuat branding destinasi. Festival seperti ini menawarkan wisatawan kesempatan untuk mencicipi berbagai kuliner lokal dalam satu acara, sehingga meningkatkan daya tarik wisata kuliner. Selain menjadi ajang promosi, festival kuliner juga memberikan peluang bagi pelaku industri untuk memasarkan produk mereka, memperluas jaringan, dan meningkatkan penjualan(F. A. Zaenal et al., 2024). Festival semacam ini sering menarik liputan media, yang semakin memperkuat citra kota sebagai destinasi kuliner.

Namun, branding kuliner yang sukses tidak hanya berfokus pada makanan, tetapi juga pada pengalaman secara keseluruhan. Pengalaman kuliner yang mencakup interaksi dengan budaya lokal, seperti mengunjungi pasar tradisional atau melihat proses memasak makanan tradisional, dapat memperkaya kesan wisatawan dan meningkatkan nilai promosi destinasi(Hasan, Anas, et al.,

2021). Dengan menawarkan pengalaman yang beragam, kota dapat meningkatkan daya tariknya sebagai destinasi kuliner yang unik dan berkesan.

Konsistensi merupakan faktor kunci dalam proses branding. Citra kuliner yang ingin dibangun harus didukung oleh semua elemen, mulai dari kualitas makanan hingga pelayanan. Jika suatu kota ingin dikenal sebagai destinasi kuliner premium, seluruh aspek pengalaman wisata, mulai dari kebersihan hingga pelayanan, harus mencerminkan standar yang tinggi (Anas, 2024). Dengan menjaga konsistensi, kota dapat membangun reputasi jangka panjang sebagai destinasi kuliner yang unggul.

Branding kota sebagai destinasi kuliner bukanlah upaya jangka pendek. Ini memerlukan komitmen jangka panjang dari semua pihak yang terlibat, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan komunitas lokal.

Pemerintah harus terus mendukung inisiatif branding dengan mengadakan festival tahunan, menyediakan infrastruktur yang mendukung pariwisata kuliner, serta mempromosikan kota melalui platform internasional (Lazuardi & Triady, 2015). Dengan upaya yang konsisten, branding kuliner dapat menjadi kekuatan utama dalam meningkatkan daya saing kota dan strategi branding yang sukses akan membawa dampak positif yang luas bagi sektor pariwisata dan ekonomi lokal.

Dengan menciptakan citra yang kuat dan konsisten, destinasi kuliner akan menjadi magnet bagi wisatawan yang ingin menikmati kekayaan rasa dan budaya lokal. Branding yang berhasil tidak hanya akan menarik wisatawan baru, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan destinasi kepada orang lain(F. A. Zaenal et al., 2024).

Dengan demikian, branding kota dan destinasi kuliner berperan penting dalam mengembangkan potensi wisata kuliner sebagai bagian dari pariwisata secara keseluruhan. Strategi branding yang tepat dapat mengangkat kuliner lokal sebagai elemen utama daya tarik wisata, memperkuat identitas kota, serta mendorong pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat lokal(Hasan, Anas, et al., 2021; F. A. Zaenal et al., 2024).

G. PERAN MSDM DALAM PARIWISATA KULINER

Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM) memegang peran yang sangat penting dalam industri pariwisata kuliner. Dalam konteks ini, MSDM tidak hanya berfokus pada pengelolaan tenaga kerja di sektor kuliner, tetapi juga mencakup berbagai aspek yang lebih luas, seperti pelatihan, pengembangan keterampilan, manajemen talenta, hingga peningkatan kualitas pelayanan. Industri kuliner adalah salah satu sektor yang sangat bergantung pada kualitas SDM, karena pengalaman pelanggan, baik turis maupun masyarakat lokal, sangat

dipengaruhi oleh bagaimana makanan disiapkan, disajikan, dan dikomunikasikan kepada mereka.(Boari et al., 2024).

Peran utama MSDM dalam pariwisata kuliner adalah memastikan bahwa tenaga kerja yang terlibat dalam industri ini memiliki keterampilan yang memadai. Dalam industri kuliner, dibutuhkan keahlian khusus, mulai dari keterampilan memasak, pengetahuan tentang bahan makanan lokal, hingga teknik penyajian yang menarik (Hasan et al., 2023).

Pengembangan keterampilan ini menjadi krusial karena industri kuliner sangat dinamis dan terus berkembang, baik dari segi teknologi maupun tren konsumen.

Selain pengembangan keterampilan teknis, MSDM juga berperan dalam membangun *soft skills* tenaga kerja di sektor kuliner. Keterampilan seperti komunikasi, layanan pelanggan, manajemen waktu, dan kemampuan bekerja dalam tim sangat penting dalam industri pariwisata kuliner. Pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional adalah salah satu faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan (Anas, 2024).

Dalam industri kuliner, kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas pelayanan. MSDM berperan penting dalam menciptakan budaya kerja yang mendukung kualitas layanan ini. Melalui seleksi dan rekrutmen yang baik, MSDM dapat memastikan bahwa tenaga kerja yang direkrut memiliki sikap dan etos kerja yang sesuai dengan standar industri kuliner (Anas, 2024) .

Di samping pengembangan keterampilan dan karier, MSDM juga bertanggung jawab dalam memastikan keberagaman dan inklusivitas dalam sektor pariwisata kuliner. Keberagaman dalam hal latar belakang budaya, gender, dan pengalaman dapat membawa perspektif baru yang berharga dalam inovasi produk dan pelayanan (Hasan, Anas, et al., 2021)

Lebih lanjut, MSDM juga perlu beradaptasi dengan teknologi yang terus berkembang di sektor pariwisata kuliner. Digitalisasi dan otomatisasi semakin umum digunakan dalam manajemen restoran, baik untuk pemesanan, pembayaran, maupun manajemen stok bahan makanan. MSDM bertanggung jawab untuk melatih karyawan agar terbiasa dengan teknologi baru ini, sehingga operasional bisnis dapat berjalan lebih efisien (Hasan et al., 2023). Dengan penguasaan teknologi, industri kuliner dapat meningkatkan daya saingnya dan memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

Selain itu, MSDM juga berperan dalam menjaga kualitas dan keamanan pangan. Hal ini penting karena kuliner adalah sektor yang sangat sensitif terhadap masalah kesehatan dan kebersihan. MSDM harus memastikan bahwa karyawan memahami dan mematuhi standar kebersihan yang ketat, serta mendapatkan pelatihan yang tepat dalam menangani bahan makanan (Hasan et al., 2024; Lazuardi & Triady, 2015).

Dalam sektor pariwisata kuliner, pengalaman pelanggan sering kali menjadi faktor penentu keberhasilan suatu bisnis. MSDM

bertanggung jawab untuk menciptakan pengalaman pelanggan yang konsisten dan berkualitas tinggi dengan memastikan bahwa setiap karyawan, mulai dari koki hingga pelayan, memahami pentingnya peran mereka dalam menciptakan pengalaman yang positif bagi pelanggan (Anas, 2024).

Pengalaman yang baik akan mendorong pelanggan untuk kembali dan merekomendasikan tempat tersebut kepada orang lain, sehingga secara tidak langsung meningkatkan pendapatan dan pertumbuhan bisnis.

Peran MSDM juga tidak bisa dipisahkan dari peran dalam menciptakan inovasi di sektor kuliner. Inovasi, baik dalam hal menu, metode penyajian, maupun model bisnis, sangat penting untuk mempertahankan daya tarik kuliner lokal di tengah persaingan global. MSDM dapat mendorong karyawan untuk berpartisipasi dalam proses inovasi ini, baik melalui *brainstorming*, pelatihan, maupun kompetisi internal untuk menciptakan produk baru (Anas et al., 2023).

Pada akhirnya, keberhasilan sektor pariwisata kuliner sangat bergantung pada kualitas manajemen sumber daya manusia yang ada. Dengan perencanaan yang baik, pelatihan yang tepat, dan dukungan yang memadai, SDM di sektor kuliner dapat menjadi motor penggerak utama dalam menciptakan pengalaman kuliner yang luar biasa bagi pelanggan. Kolaborasi antara pemerintah, industri, dan lembaga pendidikan dalam mendukung pengembangan

SDM yang berkualitas juga sangat diperlukan untuk memastikan bahwa industri ini dapat terus berkembang dan berkontribusi secara signifikan terhadap ekonomi kreatif dan pariwisata.

BAGIAN 6

PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BARU

A. PENGEMBANGAN PARIWISATA

Pengembangan pariwisata Indonesia telah diatur dan dimuat pada Undang-Undang RI No. 10 Tahun 2009 pasal 6. Pasal enam ini memuat tentang landasan pokok pengembangan yang wajib diikuti oleh pemerintah. Pemerintah dapat melakukan pengembangan pariwisata dengan membuat rencana matang. Rencana tersebut tetap harus berpegang pada keunikan serta keanekaragaman alam dan budaya serta kebutuhan setiap orang untuk berwisata. Kebutuhan atau tujuan manusia melakukan kegiatan wisata merupakan salah satu dimensi pariwisata selain mempertimbangkan jarak tempuh, durasi dan transportasi menuju destinasi (Eddyono, 2021). Cooper (dalam Febrina, dkk., 2015) menjabarkan komponen – komponen dasar yang perlu dimiliki setiap destinasi wisata di suatu daerah yaitu keunikan daya tarik (*attractions*), fasilitas umum serta pendukung kegiatan wisata (*amenities*), kemudahan akses jalan dan transportasi menuju daya tarik tersebut (*accessibility*) serta keterlibatan pemerintah setempat terhadap keberlangsungan kepariwisataan dan layanan penunjangnya (*ancillary*).

Penjelasan *detail* terkait keterlibatan pemerintah untuk merencanakan pengembangan pariwisata tercantum pada pasal 8 hingga 11 UU RI Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan.

Pemerintah harus terlibat aktif dalam proses penyusunan dan penetapan rencana induk pembangunan pariwisata baik tingkat nasional, provinsi maupun kota/kabupaten, pembuatan dan penetapan kebijakan – kebijakan yang relevan dengan industri pariwisata, pengelolaan anggaran untuk segala macam bentuk kegiatan kepariwisataan serta memelihara dan melestarikan daya tarik di destinasi wisata. Kebijakan pemerintah mengembangkan destinasi wisata sebagai suatu produk jasa seyogyanya berlandaskan karakteristik destinasi yaitu tak berwujud (*Intangible*), *standard* kualitas yang cukup sulit diatur antara penyedia dan pemakai jasa, proses produksi konsumsi, tidak dapat disimpan ataupun dimiliki (Eddyono, 2021). Meski demikian, pemerintah tetap perlu mempertimbangkan sekaligus mengantisipasi dampak yang ditimbulkan setelah berkembangnya kegiatan wisata di destinasi. Bagian – bagian dari kehidupan masyarakat sekitar destinasi wisata yang mungkin akan terdampak oleh aktivitas kepariwisataan antara lain lingkungan, ekonomi serta sosial budaya.

Spilane (dalam Sugiarto, dkk., 2023) memaparkan interaksi antara warga lokal dengan wisatawan dapat menciptakan kesempatan bagi kedua belah pihak guna mengenal dan mempelajari budaya satu sama lain. Selain itu, kontak sosial ini juga dapat menjadi wadah pelestarian budaya, adat istiadat lokal serta penambahan pengetahuan dan pengalaman baik dari wisatawan atau pun untuk wisatawan. Dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh adanya pariwisata di destinasi tentunya menambahkan pendapatan atau

pemasukan bagi masyarakat lokal, banyak diserapnya SDM pada setiap sektor pariwisata misalnya tenaga kerja di sektor akomodasi seperti hotel, penginapan, menjadi pemilik restoran, café, pusat oleh – oleh dan sebagainya.

Berbeda dengan dampak positif pada sosial budaya dan ekonomi, aspek lingkungan sering mendapatkan efek negatif dengan bertumbuhnya pariwisata di destinasi. Dampak negatif tersebut antara lain kerusakan ekosistem (flora fauna), alih fungsi lahan yang tidak terkendali, pencemaran lingkungan, buruknya lalu lintas, kemacetan, *vandalism*. Dampak – dampak tersebut wajib dianalisis secara terperinci dan dicegah demi terciptanya pariwisata berkelanjutan.

B. PRINSIP PENGEMBANGAN DESTINASI WISATA BARU

Suryadana (dalam Nasrullah, dkk., 2023) menyebutkan bahwa tercapainya ekonomi berkelanjutan, pelestarian budaya serta lingkungan dan juga pemberian pengalaman positif dapat dilakukan dengan merencanakan pariwisata yang baik mulai dari menggabungkan konsep sekaligus prinsip untuk mengembangkan hingga mempromosikan suatu destinasi wisata. Lebih jauh, Nasrullah, dkk (2023) menjabarkan pentingnya pengembangan pariwisata berkelanjutan sebagai upaya meminimalisir efek negatif terhadap destinasi wisata dan masyarakat. Keterlibatan langsung dari warga lokal di sekitar destinasi dalam proses perencanaan, pengembangan

dan pengelolaan akan menghasilkan pemerataan efek positif pariwisata dibidang ekonomi.

Selain keterlibatan langsung penduduk di sekitar kawasan calon destinasi wisata baru, perlu adanya rencana pengembangan potensi pariwisata yang dapat dimaksimalkan antara lain sumber daya alam, kondisi demografi, ekonomi serta sosial budaya. Potensi atau keunikan pada calon destinasi wisata sebaiknya dapat memenuhi tujuan umum pariwisata serta pengelolaan terpadu dalam setiap tahapan dan proses pengembangannya (Supriadi dan Roedjinandari, 2017). Smith (1998) juga menjelaskan bahwa pengembangan daya tarik wisata sebagai suatu produk pariwisata bergantung pada minat kunjungan wisatawan ke destinasi.

Apabila wisatawan memiliki motivasi berkunjung ke suatu destinasi dan merasa puas dengan kualitas produk pariwisata baik dari segi keunikan daya tarik wisata, kualitas layanan serta *marketing mix* maka dapat dipastikan mereka juga akan berkunjung kembali ke destinasi tersebut. Hal ini senada dengan temuan penelitian oleh Dethan, dkk (2020) bahwa bauran pemasaran atau *marketing mix* dan kualitas layanan memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap kepuasan serta intensi kunjungan kembali wisatawan ke Kampung Coklat Kabupaten Blitar.

Namun, satu hal yang perlu diutamakan adalah arah pengembangan destinasi tersebut. Pengembangan destinasi di satu daerah tidak dapat disamakan dengan daerah lainnya, tetapi harus sesuai dengan

karakteristik masing – masing. (Eddyono, 2021). Jika berlandaskan konsep pemasaran, destinasi wisata memiliki karakteristik:

1. *Promotion is key*

Destinasi wisata sangat bergantung pada promosi yang dilakukan. Promosi yang dilakukan dengan efektif dan efisien dapat menarik minat kunjungan serta kepuasan wisatawan. Dethan, dkk (2020) pada penelitiannya menemukan fakta kegiatan promosi sangat berpengaruh terhadap keputusan wisatawan berkunjung ke suatu destinasi dan kepuasannya. Hasil penelitian dari Dethan, dkk (2020) tersebut juga selaras dengan penelitian dari Carolina (2015), Yulita (2016) serta Paramulia (2019).

2. Multi-sektor

Sektor yang harus didukung dari berbagai sub-sektor dan saling berkesinambungan seperti adanya akomodasi, restoran/bar, pusat informasi destinasi, dinas – dinas terkait dalam menunjang kelancaran kegiatan wisata (hukum, perhubungan, kesehatan, lain sebagainya).

3. Majemuk

Sektor yang majemuk karena berbagai destinasi wisata pasti memiliki keunikannya tersendiri. Hal ini menyebabkan atribut daya tarik destinasi wisata pun berbeda – beda di setiap daerah.

Selain karakteristik di atas, setiap pengembangan suatu destinasi wisata perlu memperhatikan unsur – unsur berikut (Eddyono, 2021):

1. *Attractions*

Pengembangan destinasi wajib mengedepankan aspek keunikan dan kearifan lokal daerahnya baik itu dari daya tarik wisata, budaya, lingkungan alami dan lainnya.

2. *Facilities*

Pengembangan destinasi wisata baru haruslah berlandaskan terpenuhinya kebutuhan, kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Pendukung kegiatan wisata yang wajib dikembangkan yakni sarana prasarana umum dan penunjang kepariwisataan seperti transportasi umum, kondisi jalan, ketersediaan jasa kepermanduan wisata, *shopping center*, *tourist information center*, sebagainya.

3. *Infrastructure*

Stakeholders wajib memastikan ketersediaan infrastruktur di destinasi seperti sistem jaringan komunikasi, fasilitas jaminan kesehatan (rumah sakit, klinik), listrik, *energy*, sanitasi, keamanan dan lainnya.

4. *Transportation*

Pemerintah setempat atau pun pengelola destinasi menyediakan transportasi umum atau tidak, bagaimana sistem keamanan penumpang transportasi umum atau juga wisatawan di destinasi (terjamin atau tidak), tariff atau harga produk yang pasti, sistem informasi perjalanan wisata dan juga peta ke destinasi.

5. *Hospitality*

Keramah-tamahan atau sikap masyarakat terhadap wisatawan yang berwisata menjadi kunci keberhasilan suatu destinasi dalam mengadakan kepariwisataan di daerah.

Sebagaimana dijelaskan pada point 5 di atas, sikap atau keramah-tamahan warga sekitar destinasi menjadi penentu sukses tidaknya destinasi. Hal ini tentu perlu dipelihara dengan baik agar masyarakat tidak mencapai tahap *antagonism* (Utama dan Trimurti, 2020). Berdasarkan teori *Doxey* yaitu *Irritation Index* yang juga dipaparkan dalam buku karya Utama dan Trimurti (2020) menekankan bahwa *stakeholders* pariwisata perlu waspada terhadap perubahan sikap masyarakat lokal. Sikap warga di destinasi yang awalnya antusias dalam menerima kedatangan wisatawan, seiring berjalannya waktu dapat berubah menjadi negatif. Teori Indeks Iritasi tersebut diklasifikasikan sebagai berikut:

1. *Euphoria* (Antusias)

Tahap pertama yang dialami masyarakat jika destinasi wisata baru dikembangkan adalah *euphoria* atau antusias. Wisatawan yang berkunjung ke destinasi sangat diterima dengan baik oleh warga lokal dan diharapkan keberlangsungan kegiatan wisata mampu memberikan dampak positif bagi penduduk sekitar destinasi.

2. *Apathy* (Acuh)

Setelah masyarakat sangat antusias menerima kedatangan wisatawan di destinasi, lebih lanjut kegiatan antara wisatawan

dan masyarakat lokal pada tahap ini menjadi bentuk hubungan komersial. Hubungan komersial ini dianggap wajar sebagai sesuatu hal yang terjadi di destinasi wisata.

3. *Annoyance (Terganggu)*

Tahap ketiga yakni *annoyance* atau bisa dikatakan bahwa masyarakat mencapai titik jenuh cenderung terganggu dengan kehadiran wisatawan dan kegiatan wisata di daerah tersebut. Jika tahap ini dibiarkan terus menerus, maka warga sekitar destinasi akan mencapai tahap *antagonism*.

4. *Antagonism*

Tahap ini adalah tahap sebelum terjadinya penolakan warga terhadap wisatawan dan kegiatan wisata di destinasi. Masyarakat lokal memandang bahwasanya wisatawan adalah sumber masalah serta mereka juga akan menjadi sangat anti dengan para wisatawan.

5. *Xenophobia*

Tahap kelima merupakan tahapan puncak dimana warga lokal sekitar destinasi wisata sangat anti dengan wisatawan dikarenakan adanya perubahan lingkungan. Masyarakat tidak segan menunjukkan sikap tidak ramah bahkan menentang kehadiran wisatawan di destinasi daerah mereka.

Berdasarkan penjabaran dan Teori Indeks Iritasi di atas, dapat disimpulkan bahwa pengembangan destinasi wisata baru sangatlah perlu mempertimbangkan berbagai faktor yaitu kebijakan yang terarah, keterlibatan dan sikap masyarakat sekitar serta instansi

terkait terhadap wisatawan atau juga kegiatan wisata, keefektifan kegiatan promosi, citra destinasi, kepuasan wisatawan serta upaya mengoptimalkan keunikan daya tarik di destinasi.

C. PERENCANAAN PENGEMBANGAN DESTINASI

Acap kali pengembangan destinasi menimbulkan masalah – masalah baru yang juga sering tidak diimbangi dengan perencanaan dan antisipasi serius dari pemerintah. Fatmah, dkk (2024) mengungkapkan pendekatan secara holistik berkelanjutan perlu dilakukan saat melakukan sebuah perencanaan pariwisata. Selain itu, dampak – dampak yang akan ditimbulkan terhadap kondisi ekonomi, sosial masyarakat, kebudayaan lokal serta lingkungan perlu dievaluasi, diteliti dengan seksama. Elemen kunci atau faktor penentu kesuksesan dalam merencanakan pariwisata juga dijelaskan lebih jauh oleh Fatmah, dkk (2024) sebagai berikut:

1. Visi

Perencanaan yang dilakukan sebaiknya berfokus pada visi untuk mencapai tujuan diadakannya pariwisata.

2. Tujuan

Selain berfokus pada visi, sebaiknya dalam merencanakan pariwisata juga harus berlandas pada tujuan jelas serta terukur. Tujuan yang terukur dan jelas juga harus dapat dipantau sekaligus dievaluasi.

3. *Integrative*

Merencanakan pariwisata maupun destinasi wisata tidak bisa dilepaskan dari isu – isu terkini khususnya yang berhubungan dengan rencana itu sendiri seperti perkembangan ekonomi, alih fungsi lahan dan infrastruktur, langkah nyata konservasi sumber daya alam serta warisan budaya.

4. **Pasar**

Pengembangan destinasi wisata sebaiknya mengikuti permintaan pasar supaya kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi dengan baik.

5. **Sumber Daya atau Aset**

Sumber daya atau aset yang dimiliki sebuah destinasi sebaiknya dibangun sedemikian rupa guna tetap memenuhi aspek perlindungan serta peningkatan atribut dan peningkatan pengalaman wisatawan.

6. **Konsultative**

Pemangku kepentingan atau *stakeholders* pariwisata wajib mendengarkan masukan dari penduduk sekitar destinasi. Hal tersebut ditujukan untuk mengetahui dan menentukan efek terhadap kehidupan warga lokal.

7. **Sistematis**

Demi memberikan dukungan prediktif untuk perencanaan kegiatan wisata pada destinasi, perlu adanya penelitian lebih lanjut diantaranya melakukan *benchmarking*.

Sebuah kegiatan perencanaan pengembangan destinasi wisata adalah hal yang dinamis serta membutuhkan kerjasama baik dari berbagai

pihak terkait dan patut dievaluasi secara berkala. Evaluasi berkala tentunya untuk mengetahui, memastikan keberlanjutan destinasi wisata baru tersebut. Tahapan – tahapan pada proses perencanaan pengembangan destinasi wisata baru dijabarkan sebagai berikut (Fatmah, dkk. 2024):

1. Penentuan Visi Misi Destinasi Wisata

Sebelum merencanakan pengembangan destinasi wisata baru, perlu ditentukan terlebih dahulu visi serta misinya. Penentuan visi dan misi sebuah destinasi wisata berguna untuk memberikan gambaran terkait tujuan jangka panjang, arah, nilai yang ingin dicapai melalui pengembangan.

2. Penetapan Tujuan Pengembangan Destinasi Wisata

Pengembangan destinasi wisata baru pun tidak dapat dilepaskan dari filosofi serta kebijakan pemerintah tentang pariwisata, sosial, lingkungan hidup dan ekonomi. Maka pada tahap kedua, *stakeholders* perlu menetapkan tujuan dan juga target atau hasil yang ingin dicapai secara realistis dalam proses pengembangan destinasi.

3. Identifikasi Potensi serta Sumber Daya Pariwisata

Tahapan kunci atau paling penting dari semua proses mengembangkan destinasi wisata baru adalah ditahap ketiga yakni mengidentifikasi potensi serta sumber daya pariwisata. *Stakeholders* pariwisata seyogyanya mampu mengumpulkan berbagai informasi pendukung kegiatan analisis, identifikasi serta inventarisasi potensi dan sumber daya pariwisata. Potensi setiap daerah pastinya berbeda namun sangat penting demi terciptanya

landasan kokoh pengembangan suatu destinasi wisata baru. Inventarisasi sumber daya tidak hanya sumber daya alam, budaya tetapi juga sumber daya manusia (SDM) sekitar destinasi.

4. Analisis Pesaing dan Pasar

Kemampuan menilai pesaing destinasi perlu ditingkatkan agar persaingan destinasi wisata yang kompetitif namun unggul dapat terpenuhi. Selain itu, analisis pasar berupa pemahaman *trend* pasar terkini, minat wisatawan serta *profil* target pasar tidak kalah pentingnya pada proses perencanaan pengembangan destinasi wisata baru.

5. Identifikasi Skenario Pariwisata Alternatif

Tahap kelima ini diawali dengan melakukan identifikasi pendahuluan terhadap nilai primer. Jika ada implikasi ekonomi, sosial serta lingkungan terhadap wilayah destinasi maka perlu adanya identifikasi skenario pariwisata *alternative* di masa depan. Penetapan tujuan serta strategi pariwisata memungkinkan untuk dilakukan apabila sumber daya pariwisata dapat diidentifikasi.

6. Pengembangan Infrastruktur serta Fasilitas Destinasi Wisata

Pembangunan, pengembangan serta peningkatan infrastruktur transportasi perlu dilakukan untuk mendukung kemudahan wisatawan mencapai destinasi wisata baru. Hal ini sejalan dengan salah satu komponen penting pariwisata yakni *accessibility*. Selain itu, komponen berikutnya yang perlu dikembangkan adalah *amenities* seperti akomodasi, restoran dan fasilitas pendukung lain.

7. *Branding, Promotion and Marketing*

Kegiatan promosi serta penyusunan rencana pemasaran, citra destinasi juga sangat krusial. Suatu destinasi wisata baru sebaiknya memiliki identitas (ciri khas) serta citra yang baik di wisatawan dan dapat dipromosikan dengan baik dan rencana matang. Dengan demikian, strategi pemasaran serta promosi sangat perlu dan menjadi ujung tombak memperkenalkan destinasi wisata baru pada calon wisatawan.

8. *Pengalaman Wisatawan*

Pengalaman wisatawan sangat patut dikelola dengan baik. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, tersedianya paket wisata yang menawarkan pengalaman unik, akan meningkatkan kepuasan wisatawan dan intensi berkunjung kembali pada destinasi wisata.

9. *Pengelolaan Budaya dan Lingkungan*

Rencana strategis pelestarian serta pengelolaan SDA dan warisan budaya adalah bagian penting dalam keseluruhan proses pengembangan destinasi wisata. *Stakeholders* sepatutnya memastikan kepariwisataan pada destinasi wisata tidak memberikan dampak berkepanjangan terhadap lingkungan, sosial budaya masyarakat sehingga pariwisata berkelanjutan pun terwujud.

10. *Keterlibatan Stakeholders dan Masyarakat*

Kolaborasi dan interaksi harmonis antara pemangku kepentingan seperti pemerintah terkait, pihak swasta, organisasi non-pemerintah serta masyarakat akan menghasilkan keberhasilan

kepariwisataan. Masyarakat lokal sekitar destinasi wisata sudah seleyaknya terlibat aktif dalam seluruh rangkaian perencanaan pengembangan. Sehingga kegiatan wisata yang dilakukan tidak hanya memberikan dampak negatif tetapi juga memberikan dampak positif nyata bagi masyarakat.

11. Evaluasi

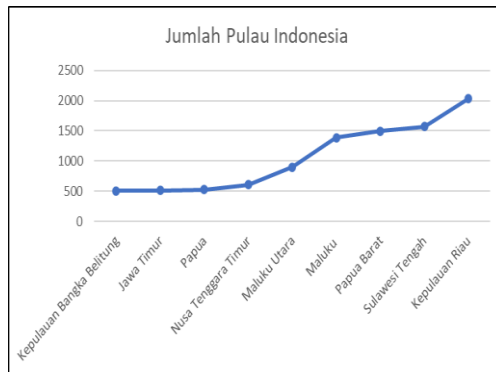
Keberhasilan destinasi wisata tentunya harus diukur menggunakan indikator kinerja dan acuan evaluasi yang jelas, parameter yang mampu diukur dengan baik. Setelah adanya evaluasi berkala, maka perlu dilakukan langkah penyesuaian atau pembaruan selanjutnya.

BAGIAN 7

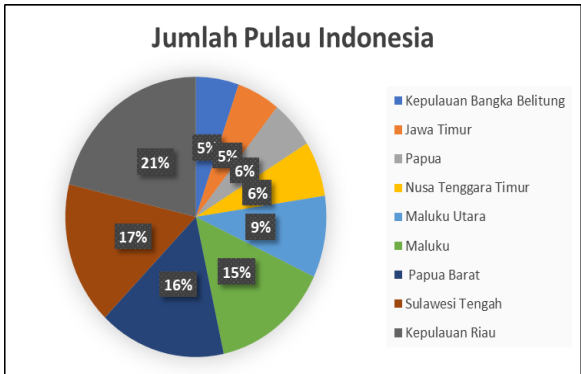
PARIWISATA BERKELANJUTAN DI MASA DEPAN

A. PENGERTIAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Indonesia adalah salah satu negara kepulauan terbesar di dunia, dengan 17.001 pulau yang tersebar di 34 provinsi. Sepuluh provinsi dengan jumlah pulau terbanyak adalah Papua Barat dengan 1.498 pulau, Kepulauan Riau dengan 2.028 pulau, Sulawesi Tengah dengan 1.572 pulau, Maluku dengan 1.388 pulau, Maluku Utara dengan 901 pulau, Nusa Tenggara Timur dengan 609 pulau, Sulawesi Tenggara dengan 590 pulau, Papua dengan 527 pulau, Jawa Timur dengan 512 pulau, dan Kepulauan Bangka Belitung dengan 507 pulau (Badan Pusat Statistik Indonesia, 2024).



Gambar 7.1 Grafik Jumlah Pulau Indonesia



Gambar 7.2 Pie Chart Jumlah Pulau Indonesia

Pulau-pulau yang dimiliki Indonesia termasuk sumber daya alam yang terkandung didalamnya merupakan kekayaan negara. Atas dasar sebagai kekayaan negara maka berimplikasi pada kehadiran negara dalam konteks hak menguasai. Penguasaan negara terhadap bumi, air dan segala kekayaan alam yang terkandung didalamnya dilakukan sepenuhnya untuk kemaslahatan seluruh rakyat Indonesia. Dalam rangka pengusahaan kesejahteraan masyarakat, pariwisata menjadi salah satu sektor yang terpenting bagi pembangunan ekonomi.

Pasal 1 angka 3 UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata memberikan definisi pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Penyelenggaraan kepariwisataan salah satunya didasarkan pada asas keberlanjutan yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan

keanekaragaman, keunikan, kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

Pariwisata mengalami ekspansi dan diversifikasi, menjadikannya salah satu sektor ekonomi dengan pertumbuhan tercepat dan terbesar di dunia. Namun, perkembangan pariwisata justru menciptakan isu tersendiri, terutama ketika pengembangannya lebih fokus pada nilai-nilai ekonomi semata. Hal tersebut mengakibatkan pengabaian terhadap pengembangan nilai-nilai etika budaya, sosial, dan kearifan lingkungan masyarakat. Berbagai upaya telah dilakukan untuk mengembalikan fungsi pariwisata yang sesungguhnya, khususnya yang sejalan dengan gerakan pariwisata berkelanjutan. (Nurhasanah, Alvi and Persada, 2017). Pariwisata berkelanjutan adalah konsep pengembangan pariwisata yang mempertimbangkan kelestarian alam dan budaya lokal, serta memperhitungkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik untuk saat ini maupun di masa mendatang (Noor and Pratiwi, 2016)

Konsep pariwisata berkelanjutan lahir tidak terlepas dari adanya dampak negatif kegiatan pariwisata massal (*mass tourism*). Pariwisata massal yang berorientasi semata-mata pada keuntungan ekonomi, seringkali mengesampingkan lingkungan, sumber daya alam serta sumber daya sosial-budaya sebagai modal dasar penyelenggaraan kegiatan pariwisata. Realitas dampak negatif pariwisata yang tidak tertangani dengan baik menjadi permasalahan yang berpotensi mengancam keberlangsungan kegiatan pariwisata di masa depan.

Pariwisata berkelanjutan sebagai sebuah konsep penyelenggaraan kepariwisataan muncul sekitar tahun 1980 an. Seiring dengan hadirnya konsep pembangunan berkelanjutan yang secara garis besar dimaknai sebagai pembangunan yang memperhatikan kebutuhan generasi sekarang dan generasi yang akan datang. Lahirnya konsep pembangunan berkelanjutan tidak dapat dilepaskan dari keberadaan Komisi *Brundtland* melalui dokumen dengan judul “*Our Common Future*”. Berkelanjutan memiliki makna sebagai keberlangsungan yang mencakup berbagai bidang kehidupan, baik dari sisi ekonomi, lingkungan alam maupun dari sisi manusia dan sosial. Perpaduan berbagai unsur dalam keberlanjutan memberi pemaknaan yang sangat jelas bahwa pembangunan harus dilaksanakan dengan memperhatikan akses keadilan bagi setiap generasi tanpa pengecualian.

Pariwisata berkelanjutan adalah pariwisata yang bertujuan untuk mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan, sosial, dan ekonomi baik bagi masyarakat lokal maupun wisatawan (Kemenparekraf/Baparekraf RI, 2021) Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 mengenai Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai pariwisata yang mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan baik saat ini maupun di masa depan. Pariwisata berkelanjutan ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat lokal, serta dapat

diterapkan pada berbagai bentuk aktivitas wisata di semua jenis destinasi, termasuk pariwisata massal dan berbagai jenis kegiatan wisata lainnya.

Konsep pariwisata berkelanjutan menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara kebutuhan wisatawan, kelestarian sumber daya alam serta budaya yang menjadi daya tarik pariwisata. Dalam prakteknya, pariwisata berkelanjutan tidak hanya berfokus pada meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti polusi dan kerusakan alam, tetapi juga berupaya untuk melibatkan masyarakat setempat secara aktif dalam pengembangan pariwisata. Hal ini bertujuan agar masyarakat lokal dapat merasakan manfaat ekonomi secara adil dari aktivitas pariwisata. Selain itu, pendekatan pariwisata berkelanjutan juga mendorong pelestarian warisan budaya dan tradisi lokal, sehingga generasi mendatang tetap dapat menikmati keindahan alam dan kekayaan budaya. Dengan kata lain, pariwisata berkelanjutan berusaha menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan sosial, dan kelestarian lingkungan dan budaya untuk kepentingan jangka panjang.

Pengembangan pariwisata berkelanjutan menjadi aspek penting dalam rangka mengurangi dampak lingkungan serta memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi di destinasi wisata. Menurut *World Tourism Organization*, konsep pariwisata berkelanjutan mendefinisikan kegiatan wisata sebagai pengelolaan sumber daya yang tepat sehingga kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika dapat

terpenuhi, dengan tetap menjaga kelestarian budaya, proses ekologi, keanekaragaman hayati, serta sistem penopang kehidupan (Kumaji, Hakim and Pangestuti, 2021).

Pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan seharusnya menjadi prioritas utama dalam pembangunan sektor pariwisata di Indonesia. Dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya melestarikan alam, budaya, dan sosial masyarakat, konsep pariwisata berkelanjutan menjadi kunci untuk mempromosikan pengembangan pariwisata yang bertanggung jawab dan memberikan dampak positif. Kekayaan sumber daya alam yang melimpah dan keragaman budaya di Indonesia menjadikannya sebagai destinasi menarik bagi wisatawan, baik internasional maupun lokal. Namun, di sisi lain, pertumbuhan pariwisata yang pesat dapat menimbulkan dampak negatif pada lingkungan dan kehidupan masyarakat, seperti *over tourism*, kerusakan lingkungan dan budaya, serta masalah sosial-ekonomi yang sering muncul sebagai akibat dari pariwisata yang tidak berkelanjutan (Sagala, 2023).

Pembangunan berkelanjutan telah menjadi agenda global dalam setiap proses pembangunan. Oleh karena itu, semua pemangku kepentingan, termasuk pemerintah dari berbagai sektor, perlu mengintegrasikan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam setiap kebijakan dan rencana pembangunan yang akan dilaksanakan, termasuk di sektor pariwisata (Puradinata, 2018).

B. TUJUAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya, kelestarian dan fungsi lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat secara adil serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global.

Pasal 4 UU Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menetapkan tujuan dari sektor pariwisata. Secara umum, tujuan tersebut mencakup peningkatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat; pengurangan kemiskinan dan penanganan pengangguran; pelestarian alam, lingkungan, dan sumber daya; pengembangan kebudayaan; peningkatan citra bangsa; penanaman rasa cinta tanah air; penguatan identitas dan kesatuan bangsa; serta peningkatan persahabatan antarbangsa.

Tujuan pariwisata berkelanjutan adalah menciptakan keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial budaya, sehingga generasi mendatang tetap dapat menikmati sumber daya yang ada. Salah satu fokus utamanya adalah pelestarian lingkungan dengan mengurangi dampak negatif dari aktivitas pariwisata terhadap alam, menjaga keanekaragaman

hayati, dan mengelola sumber daya alam secara bijak. Selain itu, pariwisata berkelanjutan bertujuan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal melalui penciptaan peluang kerja, mendorong pertumbuhan usaha kecil, dan meningkatkan pendapatan daerah. Dari segi budaya, pariwisata berupaya melestarikan budaya, tradisi, serta warisan sejarah setempat agar tidak tergerus oleh pariwisata massal (Silviana and Mubarak, 2020).

Pariwisata berkelanjutan berusaha memberikan pengalaman wisata yang autentik dan berkualitas, sekaligus mendidik wisatawan mengenai pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya. Melalui pendekatan ini, pariwisata berkelanjutan bertujuan menciptakan model pariwisata yang mendukung pertumbuhan ekonomi, melindungi lingkungan, serta memberdayakan masyarakat lokal. Selain itu, pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan bertujuan memberikan tanggung jawab yang komprehensif dalam melindungi, memanfaatkan, dan mengembangkan destinasi wisata secara berkelanjutan (Silviana and Mubarak, 2020). Penerapan konsep keberlanjutan juga diharapkan memberikan dampak positif terhadap lingkungan, ekonomi, sosial, dan kebudayaan di wilayah tersebut, produk pariwisata berkelanjutan diharapkan dapat berjalan harmonis dengan lingkungan, masyarakat, dan budaya lokal (Nurhasanah, Alvi and Persada, 2017).

Pariwisata berkelanjutan dapat dikatakan sebagai sebuah konsep atau bentuk pariwisata yang memiliki tujuan untuk memenuhi

kebutuhan generasi sekarang (wisatawan, baik lokal maupun mancanegara) tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka terutama dalam kaitan kepariwisataan. Pada perspektif tersebut mengandung maksud bahwa pariwisata harus dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, sosial dan budaya serta ekonomi. Berdasarkan pada pemaknaan termaksud, maka secara garis besar tujuan utama pariwisata berkelanjutan meliputi empat aspek, yakni:

1. Melestarikan lingkungan, menjaga keanekaragaman hayati, keindahan alam, dan sumber daya alam.
2. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan memberikan manfaat ekonomi yang berkeadilan bagi masyarakat lokal, terutama mereka yang tinggal di daerah tujuan wisata.
3. Melestarikan dan melindungi budaya serta mempromosikan nilai-nilai budaya lokal.
4. Memastikan pembangunan sektor pariwisata terus berlangsung dan dapat dinikmati oleh generasi yang akan datang.

C. PILAR PARIWISATA BERKELANJUTAN

Pembangunan kepariwisataan Indonesia diarahkan pada pendekatan pertumbuhan dan pemerataan ekonomi untuk kesejahteraan rakyat yang berorientasi pada pengembangan wilayah dan pemberdayaan masyarakat. Secara umum, pengembangan pariwisata melibatkan berbagai aspek, termasuk sumber daya manusia, pemasaran, destinasi, ilmu pengetahuan dan teknologi, hubungan antar sektor,

kerja sama antar negara, pemberdayaan usaha kecil, serta tanggung jawab dalam penggunaan sumber daya alam dan budaya.

Salah satu bentuk pertanggungjawaban pemanfaatan keanekaragaman hayati dan sumber daya alam dalam pengembangan pariwisata adalah melalui upaya yang mengedepankan sinergitas tata laksana dalam suatu sistem perlindungan dan pengelolaan yang terpadu-terintegrasi. Keanekaragaman hayati dan sumber daya alam dipandang sebagai sumber daya kepariwisataan yang harus senantiasa terjaga kelestariannya. Semua pihak dan *stakeholders* dalam pengembangan kepariwisataan wajib sepenuhnya memiliki kesadaran yang sama terhadap pentingnya posisi keanekaragaman hayati dan sumber daya alam sebagai sumber daya pariwisata. Untuk dapat dikatakan sebagai sumber daya kepariwisataan maka kelestarian menjadi sebuah syarat yang harus terus terpenuhi. Keanekaragaman hayati dan sumber daya alam hanya bisa dikatakan sebagai sumber daya pariwisata, apabila senantiasa dalam kondisi baik dan lestari.

Selain keanekaragaman hayati dan sumber daya alam, budaya asli dan khas Indonesia juga menjadi sumber daya dalam pengembangan pariwisata. Sebagai salah satu daya tarik pariwisata, budaya Indonesia mengandung nilai-nilai luhur yang perlu dilestarikan untuk meningkatkan kualitas hidup, memperkuat identitas bangsa, menumbuhkan rasa bangga nasional, memperkuat persatuan, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Kehadiran budaya

Indonesia sebagai daya tarik pariwisata menjadi realitas positif yang mampu memberi kemanfaatan bagi kehidupan masyarakat dari sisi ekonomi. Sama halnya dengan keanekaragaman hayati dan sumber daya alam yang lestari sebagai sumber daya pariwisata, maka demikian halnya dengan budaya Indonesia. Kebudayaan yang terjaga keluhuran nilai-nilainya akan menjadi sumber daya dalam pengembangan pariwisata Indonesia. Pada konteks tersebut menegaskan terdapat keterkaitan erat antara eksistensi budaya sebagai potensi pariwisata dan budaya sebagai identitas jati diri bangsa yang sarat nilai luhur kebangsaan. Pembangunan kepariwisataan yang ideal harus senantiasa bertumpu pada keanekaragaman, keunikan dan kekhasan budaya dengan tidak mengabaikan kebutuhan masa yang akan datang, sehingga harapannya mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan bagi kesejahteraan masyarakat.

Dalam upaya pengembangan kepariwisataan, Pemerintah telah mengeluarkan regulasi dalam bentuk Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia tersebut menjelaskan bahwa destinasi pariwisata berkelanjutan merupakan acuan dan pedoman bagi pemerintah pusat dalam melakukan pengembangan kepariwisataan di Indonesia. Secara umum pengaturan Pasal 2 Peraturan Menteri Pariwisata dan

Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan menyebutkan bahwa ruang lingkup pedoman destinasi pariwisata berkelanjutan mencakup empat pilar, yakni: pengelolaan berkelanjutan, keberlanjutan sosial dan ekonomi, keberlanjutan budaya, dan keberlanjutan lingkungan.



Gambar 7.3 Pilar Pariwisata Berkelanjutan

Keempat pilar pariwisata berkelanjutan harus terus dikembangkan dan dilestarikan. Dengan berpedoman pada pilar-pilar tersebut, pariwisata berkelanjutan diharapkan menjadi pilihan utama bagi wisatawan. Aktivitas wisata yang dilakukan tidak hanya sekadar untuk liburan, tetapi juga melibatkan perhatian terhadap aturan dan prinsip berwisata yang bertanggung jawab (Ningrum, 2024). Perwujudan empat pilar pariwisata berkelanjutan akan mampu

berjalan dengan baik ditentukan dari kesadaran dan komitmen semua pihak. Tidak hanya dari sisi pemerintah, namun juga dari pihak masyarakat sebagai pemangku kepentingan. Dalam melakukan aktivitas wisata, bukan hanya demi tujuan kesenangan semata, namun juga harus memperhatikan keberlanjutan dari sisi sosial ekonomi, budaya, dan lingkungan. Pilar pariwisata berkelanjutan harus senantiasa menjadi pedoman semua pihak dalam pengembangan pariwisata Indonesia.

1. Pengelolaan Berkelanjutan

Struktur dan kerangka pengelolaan berkelanjutan dalam pariwisata adalah sebuah sistem yang dirancang untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata berjalan seimbang dengan pelestarian lingkungan, pemberdayaan sosial, pelestarian budaya, dan manfaat ekonomi jangka panjang. Pengelolaan yang baik mencakup monitoring dan evaluasi secara berkala untuk menilai dampak sosial budaya, ekonomi, dan lingkungan dari pariwisata. Struktur dan kerangka pengelolaan berkelanjutan bertujuan untuk menciptakan pariwisata yang tidak hanya memberikan pengalaman berkualitas bagi wisatawan, tetapi juga melestarikan keindahan alam dan kekayaan budaya bagi generasi mendatang.

Keterlibatan pemangku kepentingan merupakan elemen sentral dalam menciptakan pengelolaan pariwisata berkelanjutan yang berdaya guna dan berjangka panjang. Pemangku kepentingan mencakup berbagai pihak yang memiliki peran langsung maupun

tidak langsung, seperti pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, wisatawan, serta lembaga non-pemerintah dan organisasi internasional. Pemerintah memegang peran penting sebagai pengarah, regulator, dan fasilitator, dengan tanggung jawab untuk merumuskan kebijakan yang mendukung pelestarian lingkungan, kesejahteraan sosial, dan pertumbuhan ekonomi yang merata. Masyarakat setempat harus mengawasi atau mengontrol pembangunan pariwisata dengan ikut terlibat dalam mengidentifikasi dan menentukan arah kepariwisataan. Masyarakat berpartisipasi dalam mengimplementasikan strategi yang telah disusun. Partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata didukung dengan program Kelompok Sadar Wisata atau Pokdarwis (Setiono *et al.*, 2021).

Masyarakat lokal merupakan pemangku kepentingan yang paling terdampak dari pengembangan pariwisata, sehingga keterlibatannya sangat penting dalam memastikan keberlanjutan. Masyarakat lokal tidak hanya sebagai penerima manfaat dari pertumbuhan ekonomi, tetapi juga sebagai penjaga tradisi, budaya, dan lingkungan setempat. Dengan demikian harus diberikan ruang untuk terlibat dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan destinasi wisata. Masyarakat lokal juga harus mendapatkan pelatihan yang memadai agar mereka dapat berpartisipasi aktif dalam sektor pariwisata secara berkelanjutan. Sebagai penjaga utama lingkungan, masyarakat lokal perlu dilibatkan dalam upaya pelestarian alam, misalnya melalui

program rehabilitasi ekosistem atau konservasi keanekaragaman hayati.

Sektor swasta memegang peranan besar dalam mendukung pengelolaan pariwisata berkelanjutan. Sektor swasta diharapkan dapat mengadopsi praktek operasional yang ramah lingkungan dan sosial, misalnya dengan mengurangi penggunaan plastik sekali pakai, mengelola limbah secara efektif, serta menggunakan sumber daya energi yang efisien. Dalam konteks sosial, sektor swasta perlu memastikan bahwa bisnisnya memberikan kontribusi nyata terhadap kesejahteraan masyarakat lokal, baik melalui penciptaan lapangan kerja, pelatihan keterampilan, maupun penggunaan produk lokal yang berkelanjutan. Swasta juga bertanggung jawab untuk berinovasi dalam menyediakan pengalaman wisata yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga edukatif, sehingga wisatawan dapat belajar mengenai pentingnya menjaga kelestarian alam dan budaya setempat (Setiono *et al.*, 2021)

Di sisi lain, wisatawan juga memiliki tanggung jawab untuk mendukung pariwisata berkelanjutan dengan bertindak secara bertanggung jawab selama perjalanan mereka. Mereka harus menyadari dampak dari aktivitas wisata terhadap lingkungan dan budaya setempat, serta mendukung usaha-usaha lokal yang menerapkan prinsip-prinsip keberlanjutan. Kesadaran wisatawan akan pentingnya pariwisata yang bertanggung jawab dapat

dipromosikan melalui kampanye edukatif yang diselenggarakan oleh pemerintah dan sektor swasta. Selain itu, lembaga non-pemerintah (NGO) dan organisasi internasional juga memiliki peran yang signifikan dalam mendukung upaya pengelolaan pariwisata berkelanjutan. NGO dapat terlibat dalam program pelatihan, advokasi, dan penelitian untuk mempromosikan praktek pariwisata yang lebih ramah lingkungan dan adil secara sosial. Organisasi internasional seperti Organisasi Pariwisata Dunia dan lembaga-lembaga multilateral lainnya memberikan panduan global mengenai standar pariwisata berkelanjutan serta mendukung negara-negara dalam pengembangan kebijakan melalui kerja sama teknis dan keuangan.

Keterlibatan semua pemangku kepentingan diperlukan untuk menciptakan sinergi yang mendukung pencapaian pariwisata yang berkelanjutan. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, wisatawan, NGO, dan organisasi internasional sangat penting untuk memastikan bahwa manfaat ekonomi dari pariwisata dapat dicapai tanpa mengorbankan lingkungan dan kesejahteraan sosial. Melalui keterlibatan yang aktif dan partisipatif, berbagai pihak dapat bersatu untuk menciptakan solusi yang mendukung pertumbuhan industri pariwisata yang lebih ramah lingkungan, inklusif, dan berkelanjutan.

2. Keberlanjutan Sosial dan Ekonomi

Sebagai mata rantai alat pemberdayaan ekonomi masyarakat, pengembangan pariwisata merupakan salah satu sektor yang dipercaya mampu mendorong tumbuh dan berkembangnya lapangan kerja baru, sumber pendapatan bagi masyarakat, aktivitas jasa industri pariwisata yang mampu meningkatkan pertumbuhan dan perkembangan aktivitas ekonomi pada daerah sekitar yang belum berkembang dan tersentuh pembangunan.

Pilar sosial dalam pariwisata berkelanjutan menekankan pada peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal serta pelestarian budaya dan tradisi. Penting bagi masyarakat untuk dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan terkait pariwisata, sehingga mereka dapat berperan aktif dan merasakan manfaat dari perkembangan sektor pariwisata. Pilar sosial berfokus pada dampak pariwisata terhadap komunitas dan budaya lokal, termasuk menjaga dan menghormati warisan budaya setempat, serta memastikan bahwa masyarakat lokal mendapatkan keuntungan dari aktivitas pariwisata. Selain itu, pariwisata juga dapat menjadi sarana untuk mempromosikan pemahaman antarbudaya serta melestarikan warisan budaya lokal. Namun, jika tidak dikelola dengan baik, pariwisata dapat mengancam identitas dan budaya lokal. Oleh karena itu, pelibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengelolaan pariwisata sangat penting untuk memastikan bahwa pariwisata menghargai dan

mendukung budaya serta tradisi setempat (Kusumawardhana, 2023).

Data dari *World Tourism Organization* (UNWTO) menunjukkan bahwa pariwisata berkelanjutan memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan. Sebagai salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia, pariwisata menciptakan satu dari sepuluh pekerjaan secara global dan menyumbang 10% dari Produk Domestik Bruto (*UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition*, 2018). Pilar ekonomi dalam pariwisata berkelanjutan berfokus pada penciptaan manfaat ekonomi yang merata dan berkelanjutan bagi masyarakat lokal, termasuk peningkatan pendapatan melalui penciptaan lapangan kerja serta pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM). Fokus utama dari pilar ini adalah memastikan bahwa manfaat ekonomi dari pariwisata tersebar secara adil dan merata di masyarakat lokal serta negara tujuan. Meskipun pariwisata memiliki potensi besar untuk mendukung pembangunan ekonomi dan menciptakan lapangan kerja, jika tidak dikelola dengan baik, hal ini juga bisa memicu gentrifikasi dan kenaikan harga yang berdampak negatif bagi masyarakat setempat. (*UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition*, 2018).

Keberadaan pariwisata di suatu daerah diharapkan dapat meningkatkan perekonomian lokal dan kesejahteraan masyarakat melalui aktivitas wisata. Pariwisata berperan sebagai magnet yang

menarik pasar, sehingga masyarakat dapat memahami permintaan dari pasar tersebut. Kebutuhan wisatawan menciptakan peluang usaha baru, seperti jasa pemandu wisata, restoran, toko kerajinan, transportasi lokal, dan berbagai jasa lainnya. Dampak ganda pariwisata diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi, baik di tingkat mikro maupun makro, di wilayah tersebut (Rahmat, 2021).

3. Keberlanjutan Budaya

Konsep pariwisata berkelanjutan bertujuan menjaga kelestarian budaya lokal, baik yang bersifat fisik (*tangible*) maupun non-fisik (*intangible*), agar tidak tergeser oleh pengaruh budaya asing yang masuk melalui kegiatan wisata. Selain melestarikan budaya lokal juga diharapkan dapat berperan aktif dalam pengembangan pariwisata. WTO (*World Tourism Organization*) menyatakan bahwa salah satu prinsip pariwisata berkelanjutan adalah menghormati keaslian budaya dan masyarakat setempat, melestarikan warisan budaya, serta berkontribusi dalam pembangunan pariwisata. Pemerintah mulai melihat budaya sebagai aset yang dapat menarik minat wisatawan. Meskipun budaya dimanfaatkan untuk kepentingan ekonomi, tetap wajib diimbangi dengan upaya pelestarian. Kelestarian cagar budaya tidak hanya menjadi tanggung jawab pemerintah, tetapi juga membutuhkan peran aktif masyarakat, terutama mereka yang tinggal di sekitar cagar budaya tersebut. Konsep cagar budaya sebagai sumber kehidupan memotivasi masyarakat untuk terlibat

dalam merawat dan melestarikannya. Ketika cagar budaya memberikan manfaat nyata bagi kesejahteraan masyarakat, mereka akan lebih terdorong untuk melestarikannya. Konsep ini sesuai dengan tujuan pelestarian yang diatur dalam Undang-Undang No. 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya dan tujuan pembangunan pariwisata dalam Undang-Undang No. 9 Tahun 2010 tentang Kepariwisata. (Rahmat, 2021).

4. Keberlanjutan Lingkungan

Keberlanjutan lingkungan menjadi perhatian utama dalam pembahasan pariwisata berkelanjutan. Setiap dinamika yang terjadi di objek atau daya tarik wisata, baik secara langsung maupun tidak langsung, akan mempengaruhi kelestarian lingkungan. Aspek ini menekankan bahwa pengembangan pariwisata harus berusaha menjaga keberlanjutan lingkungan dengan meminimalkan kerusakan fungsi ekosistem dan menghindari gangguan terhadap keseimbangan ekologis. Kawasan wisata rentan terhadap masalah degradasi lingkungan, terutama karena perubahan penggunaan lahan dan fungsi ruang di area wisata berlangsung dengan cepat.

Kawasan wisata alam memiliki sumber daya alam dan budaya lokal yang sangat unik, khas, orisinal, serta beragam, yang menjadi daya tarik utama bagi wisatawan. Potensi tersebut menciptakan peluang bagi industri pariwisata untuk mengembangkan dan memanfaatkan keindahan alam serta

budaya dari destinasi wisata. Namun, mengelola potensi pariwisata ini juga menjadi tantangan, terutama dalam memastikan pemanfaatannya sejalan dengan upaya konservasi yang berkelanjutan. Perlu disadari bahwa penurunan kualitas daya tarik alam dan budaya merupakan ancaman serius bagi kelangsungan dan keberlanjutan bisnis pariwisata (Sulistiyadi, Eddyono and Hasibuan, 2017).

D. KEBIJAKAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Kebijakan pariwisata merupakan sarana dalam rangka mencapai tujuan pengembangan kepariwisataan. Ada dua jenis kebijakan pariwisata, yakni kebijakan pariwisata fundamental dan tambahan. Secara lebih lanjut, bahwa kebijakan pariwisata dapat berada pada tingkatan makro dan mikro (Vucetic, 2008) Dari sisi karakteristiknya, kebijakan pariwisata dapat dikatakan sebagai sebuah kebijakan yang bersifat sangat kompleks, dapat dengan cepat berubah dan berpengaruh besar pada eksistensi sumber daya kepariwisataan. Kebijakan pariwisata yang ideal adalah kebijakan yang mampu memberikan kontribusi yang baik bagi pelaksanaan pariwisata. Pemerintah memiliki peran sangat strategis dalam memastikan sektor pariwisata berjalan dengan baik melalui kewenangannya dalam membuat kebijakan.

Kebijakan pariwisata merupakan regulasi, pedoman, arah, sasaran serta strategi yang memberikan kerangka dalam pengambilan

keputusan yang mempengaruhi pengembangan pariwisata dalam jangka waktu tertentu (Sri Widari, 2020). Dikaitkan dengan keberlanjutan maka kebijakan pariwisata berkelanjutan adalah kebijakan yang memberikan nilai positif dalam hal perlindungan lingkungan, sumber daya dan kesempatan untuk mengembangkan ekonomi masyarakat (Prathama, Nuraini and Firdausi, 2020)

Kebijakan pariwisata berkelanjutan di Indonesia memiliki dasar hukum yang kuat, dimulai dari landasan konstitusional hingga pengaturan spesifik di tingkat kementerian. Potensi sumber daya alam dan ekosistem yang dimiliki Indonesia perlu dikembangkan dan dimanfaatkan bagi sebesar besarnya kesejahteraan rakyat sehingga tercapai keseimbangan antara perlindungan, pengawetan dan pemanfaatan lestari (Untari, Syahiddin and Paryono, 2018)

Pengelolaan sumber daya alam di Indonesia secara konstitusional mengacu pada ketentuan Pasal 33 ayat (3) UUD 1945, dengan tetap mempertimbangkan Pasal 28H ayat (1) UUD 1945. Pasal 33 ayat (3) UUD 1945 menyatakan bahwa “Bumi, air, dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.” Hal tersebut sejalan dengan pemenuhan hak dasar warga negara yang diamanatkan dalam Pasal 28H ayat (1), yang menyatakan bahwa “Setiap orang berhak untuk hidup sejahtera lahir dan batin, memiliki tempat tinggal, dan mendapatkan lingkungan hidup yang baik dan sehat.”

Sumber daya alam, flora, dan fauna yang merupakan anugerah dari Tuhan Yang Maha Esa, serta warisan purbakala, sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki oleh bangsa Indonesia, berfungsi sebagai sumber daya dan modal untuk pembangunan pariwisata yang bertujuan meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat, sesuai dengan nilai-nilai Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Sesungguhnya, hak untuk melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang untuk berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia. Dalam konteks pemenuhan hak asasi warga negara, berhubungan dengan kewajiban pemerintah untuk memenuhi hak-hak tersebut, termasuk dalam hal pariwisata. Oleh karena itu, sektor pariwisata menjadi elemen yang penting dan integral dalam pembangunan nasional yang harus dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab, sambil tetap melindungi nilai-nilai agama, budaya yang berkembang di masyarakat, kelestarian dan kualitas lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Selain itu, pembangunan pariwisata juga diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha, mendapatkan manfaat, dan menghadapi tantangan perubahan di tingkat lokal, nasional, dan global.

Dalam upaya penyelenggaraan pembangunan ekonomi dari sektor pariwisata berkelanjutan, pemerintah telah memberlakukan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan sebagai dasar hukum kepariwisataan di Indonesia. Dalam pelaksanaan

undang-undang tersebut terhubung dengan pengaturan yang terdapat dalam peraturan yang lainnya, diantaranya adalah:

1. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
2. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2010 tentang Cagar Budaya;
3. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 9 Tahun 2015 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025;
5. Peraturan Presiden Nomor 63 Tahun 2014 tentang Pengawasan dan Pengendalian Kepariwisata;
6. Peraturan Presiden Nomor 19 Tahun 2015 tentang Kementerian Pariwisata;
7. Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 6 Tahun 2015 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Pariwisata;
8. Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2021 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.

E. PELUANG DAN TANTANGAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Indonesia sebenarnya memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri pariwisata, mengingat negara ini merupakan kawasan kepulauan terluas dan memiliki populasi penduduk terbesar keempat di dunia. Namun, kebijakan pemerintah dalam mendorong pembangunan ekonomi di sektor pariwisata dinilai belum efektif, terutama karena kemitraan antara pemangku kepentingan di sektor pariwisata belum terjalin dengan baik. Pada kenyataannya, pembangunan pariwisata di Indonesia belum merata dan adil; informasi terkait pariwisata serta strategi promosi dan pemasaran masih belum optimal; dan pemanfaatan media massa, baik cetak maupun elektronik, sebagai sarana promosi pariwisata nasional juga belum mencapai harapan (Setyawati and Safitri, 2019).

Dalam rangka merespon permasalahan, salah satu pendekatan yang penting dan strategis dalam pengembangan industri pariwisata modern adalah melalui pariwisata berkelanjutan. Konsep berkelanjutan dalam kepariwisataan tidak hanya berfokus pada pertumbuhan ekonomi semata, namun turut serta menekankan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial budaya. Pariwisata berkelanjutan mengedepankan pada komitmen pelestarian lingkungan alam dan warisan budaya lokal sebagai elemen sentral. Idealnya kepariwisataan tidak hanya berkontribusi positif bagi perekonomian, akan tetapi juga mampu menjaga kelestarian sumber daya alam dan sosial budaya sebagai aset utama.

Pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk mengintegrasikan dan menyeimbangkan konflik dengan cara yang obyektif, melalui penetapan ketentuan dalam aktivitas wisata; melindungi sumber daya alam dan budaya; serta menciptakan keuntungan ekonomi bagi masyarakat lokal. Konsep pariwisata ini mencakup pelestarian lingkungan (alam dan budaya), peningkatan partisipasi masyarakat, serta pertumbuhan ekonomi lokal. Pengembangan pariwisata berkelanjutan selalu konsisten dengan dua prinsip utama, yaitu memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat setempat dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan (Sulistiyadi, Eddyono and Entas, 2021).

Pariwisata berperan penting dalam pendapatan devisa negara, mendorong penciptaan lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Dalam konteks ini, konsep pariwisata berkelanjutan muncul untuk mengurangi kemiskinan, menghormati keaslian sosial budaya, serta menggunakan sumber daya lingkungan secara bertanggung jawab, termasuk dalam upaya memberdayakan masyarakat lokal. Kebermanfaatannya pariwisata berkelanjutan bagi masyarakat lokal mengarah pada terbukanya peluang usaha lokal dan penguatan perekonomian, terciptanya lapangan pekerjaan yang layak dan penciptaan peluang pasar, investasi yang terkendali, jejaring usaha, hingga pajak pendapatan (Sulistiyadi, Eddyono and Entas, 2021).

Melalui partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan, masyarakat lokal dapat memperoleh manfaat ekonomi langsung seperti lapangan pekerjaan, peluang usaha, dan peningkatan pendapatan. Pemberdayaan bukan hanya soal ekonomi, tetapi juga memupuk rasa memiliki terhadap destinasi wisata sehingga masyarakat lokal dapat lebih terlibat dalam menjaga kelestariannya. Hadirnya rasa memiliki pada masyarakat lokal mampu membantu memperkuat ikatan antara pariwisata dan pelestarian tradisi serta kearifan lokal. Harapan ke depan bahwa pariwisata berkelanjutan dapat menjadi alat transformasi sosial yang efektif dengan kesejahteraan masyarakat lokal berjalan seiringan dan harmonis dengan upaya perlindungan lingkungan hidup dan budaya.

Namun, untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan secara efektif, ada sejumlah tantangan yang harus diatasi seperti *overtourism*, pengelolaan sumber daya alam, dampak sosial dan budaya, perubahan iklim, serta pengelolaan limbah dan polusi. *Overtourism* adalah ketika jumlah pengunjung melebihi kapasitas lingkungan dan infrastruktur. Situasi ini dapat mengganggu kehidupan masyarakat lokal dan wisatawan. Pariwisata dapat merusak sumber daya alam dengan merusak ekosistem, hutan, terumbu karang, dan keanekaragaman hayati. Akibatnya, pengelolaan berkelanjutan sangat penting untuk memastikan pelestarian dan penggunaan yang bijak dari sumber daya alam. Pariwisata dapat berdampak sosial dan budaya yang signifikan, seperti mengubah nilai lokal, gaya hidup, dan tradisi. Pariwisata berkelanjutan memerlukan perhatian dan

keterlibatan masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan dan pembagian keuntungan yang adil. Selain itu, destinasi pariwisata terkena dampak perubahan iklim yang signifikan, seperti peningkatan suhu, perubahan pola cuaca, dan peningkatan risiko bencana alam. Pengelolaan pariwisata berkelanjutan harus mempertimbangkan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim. Terakhir sebagai tantangan pariwisata berkelanjutan adalah pengelolaan limbah dan polusi akibat meningkatnya jumlah wisatawan di area destinasi pariwisata. Oleh karena itu diperlukan strategi pengelolaan limbah yang baik untuk menjaga kebersihan dan kualitas lingkungan alam destinasi (Archi et al., 2023).

Kesuksesan pariwisata berkelanjutan membutuhkan kolaborasi yang erat antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, masyarakat lokal, dan wisatawan. Pemerintah memiliki peran penting dalam menyediakan regulasi dan insentif yang mendukung praktek pariwisata berkelanjutan. Sektor swasta berinovasi dalam menciptakan produk wisata yang ramah lingkungan. seperti paket wisata berbasis edukasi lingkungan. Masyarakat lokal juga harus dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan dan diberi akses untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan wisata, sehingga mereka merasa memiliki dan berkepentingan dalam menjaga kelestarian alam dan budaya mereka. Di sisi lain, wisatawan juga harus diedukasi tentang pentingnya perilaku bertanggung jawab selama berwisata, seperti mengurangi penggunaan plastik, tidak merusak alam, dan menghormati budaya lokal. Kesuksesan pelaksanaan pariwisata

berkelanjutan merupakan upaya bersama yang memerlukan dukungan dari semua pihak. Jika dikelola dengan baik, pariwisata berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga akan memastikan bahwa generasi mendatang masih dapat menikmati keindahan alam dan warisan budaya sebagaimana yang kita nikmati hari ini.

BAGIAN 8

POTENSI EKOWISATA

A. DEFINISI EKOWISATA DARI BEBERAPA SUMBER

1. Definisi Umum

Ekowisata adalah bentuk pariwisata yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Ini melibatkan perjalanan ke area alami yang tetap terjaga kelestariannya.

2. Menurut *The International Ecotourism Society (TIES)*

Ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ke area alami yang mempertahankan lingkungan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, dan melibatkan pendidikan serta partisipasi pengunjung dalam pelestarian.

3. Definisi UNESCO

Ekowisata adalah pariwisata yang berfokus pada pelestarian sumber daya alam dan budaya, dengan tujuan untuk mengedukasi wisatawan dan mendukung pengembangan berkelanjutan.

4. Menurut *World Wildlife Fund (WWF)*

Ekowisata adalah perjalanan ke tempat-tempat yang berharga secara ekologis yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran lingkungan dan mendukung perlindungan sumber daya alam.

5. Definisi Kementerian Pariwisata Indonesia

Ekowisata adalah pariwisata yang berbasis pada potensi alam dan budaya yang dilakukan dengan cara yang bertanggung jawab, sehingga memberikan manfaat bagi pelestarian lingkungan dan peningkatan ekonomi masyarakat lokal.

B. PENTINGNYA EKOWISATA BAGI LINGKUNGAN DAN MASYARAKAT

Ekowisata berkontribusi pada pelestarian lingkungan dengan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keanekaragaman hayati. Selain itu, ia membantu masyarakat lokal mendapatkan manfaat ekonomi, sehingga mereka terdorong untuk menjaga lingkungan.

Ekowisata telah menjadi salah satu bentuk pariwisata yang paling berkembang pesat di seluruh dunia, termasuk di Indonesia. Konsep ini tidak hanya memberikan pengalaman unik bagi pengunjung, tetapi juga memiliki dampak yang signifikan terhadap lingkungan dan masyarakat.

Ekowisata merupakan solusi yang efektif untuk menghadapi tantangan lingkungan dan sosial yang dihadapi masyarakat saat ini. Dengan fokus pada pelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan penghormatan terhadap budaya lokal, ekowisata menciptakan *win-win solution* bagi semua pihak. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah, pengelola, dan wisatawan untuk

mendukung dan mengembangkan ekowisata sebagai bagian dari upaya menjaga keseimbangan ekosistem dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.

Berikut adalah beberapa poin penting yang menunjukkan pentingnya ekowisata bagi kedua aspek tersebut:

1. Pelestarian Lingkungan

Ekowisata berperan aktif dalam pelestarian lingkungan dengan mendorong konservasi sumber daya alam. Dengan menarik wisatawan ke area alami, ekowisata dapat:

- a) **Meningkatkan Kesadaran Lingkungan:** Wisatawan yang terlibat dalam aktivitas ekowisata biasanya mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang pentingnya pelestarian lingkungan. Edukasi ini dapat menghasilkan sikap yang lebih bertanggung jawab terhadap alam;
- b) **Mendukung Konservasi:** Sebagian pendapatan dari ekowisata digunakan untuk mendanai program konservasi, termasuk perlindungan flora dan fauna, restorasi habitat, dan pengelolaan taman nasional; dan
- c) **Mengurangi Deforestasi dan Kerusakan Alam:** Dengan menciptakan alternatif ekonomi bagi masyarakat lokal, ekowisata mengurangi ketergantungan mereka pada praktik yang merusak lingkungan, seperti penebangan liar.

2. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Ekowisata memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat lokal, yang berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan:

- a) **Penciptaan Lapangan Kerja:** Dengan berkembangnya ekowisata, masyarakat setempat dapat menemukan pekerjaan di sektor pariwisata, mulai dari pemandu wisata, penyedia akomodasi, hingga penyedia makanan;
- b) **Peningkatan Pendapatan:** Keberadaan ekowisata memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk menjual produk lokal, seperti kerajinan tangan dan hasil pertanian, yang dapat meningkatkan pendapatan keluarga; dan
- c) **Partisipasi dalam Pengelolaan Sumber Daya:** Ekowisata sering kali melibatkan masyarakat dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan, sehingga mereka merasa memiliki dan bertanggung jawab terhadap sumber daya yang ada.

3. Pelestarian Budaya dan Warisan Lokal

Ekowisata tidak hanya fokus pada lingkungan, tetapi juga memperhatikan keberadaan dan pelestarian budaya lokal diantaranya:

- a) **Penghargaan terhadap Tradisi dan Adat:** Wisatawan sering kali tertarik pada budaya dan tradisi lokal, sehingga ini mendorong masyarakat untuk melestarikan praktik dan adat istiadat mereka; atau

- b) Edukasi tentang Budaya Lokal: Kegiatan ekowisata dapat mencakup tur budaya, pertunjukan seni, dan pelatihan keterampilan, yang memberikan pengunjung pemahaman mendalam tentang cara hidup masyarakat lokal.

4. Promosi Kesehatan dan Kesejahteraan

Ekowisata juga berdampak positif pada kesehatan masyarakat dan kesejahteraan yakni:

- a) Lingkungan yang Bersih dan Sehat: Dengan fokus pada pelestarian alam, ekowisata berkontribusi pada penciptaan lingkungan yang lebih bersih, yang berdampak positif pada kesehatan masyarakat; atau
- b) Peningkatan Kualitas Hidup: Pendapatan yang diperoleh dari ekowisata dapat digunakan untuk investasi dalam pendidikan, kesehatan, dan infrastruktur, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat.

5. Dampak Positif Terhadap Ekonomi Regional

Ekowisata memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional meliputi:

- a) Meningkatkan Pendapatan Daerah: Ekowisata menarik wisatawan yang siap mengeluarkan uang untuk pengalaman yang unik, sehingga meningkatkan pendapatan daerah melalui pajak dan sektor ekonomi lainnya; atau
- b) Diversifikasi Ekonomi: Dengan mengembangkan ekowisata, daerah yang sebelumnya bergantung pada sektor ekonomi

tertentu (misalnya, pertanian atau penambangan) dapat mendiversifikasi sumber pendapatannya.

C. KONSEP EKOWISATA DAN PRINSIP DASAR EKOWISATA

Ekowisata adalah bentuk pariwisata yang bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan budaya lokal. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa prinsip dasar yang menjadi panduan dalam pengembangan ekowisata. Prinsip-prinsip ini sangat penting untuk memastikan bahwa ekowisata tidak hanya memberikan manfaat bagi pengunjung, tetapi juga bagi komunitas lokal dan lingkungan.

Prinsip dasar ekowisata merupakan landasan penting untuk mengembangkan pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Dengan mematuhi prinsip-prinsip ini, ekowisata dapat memberikan manfaat yang luas tidak hanya bagi pengunjung, tetapi juga bagi masyarakat lokal dan lingkungan. Sebagai bagian dari komunitas global, penting bagi semua pihak untuk berkontribusi dalam menjaga keseimbangan antara pariwisata, lingkungan, dan budaya lokal.

Berikut adalah beberapa prinsip dasar ekowisata, diantaranya:

1. Pelestarian Lingkungan

Ekowisata harus memprioritaskan pelestarian sumber daya alam dan keanekaragaman hayati. Ini mencakup:

- a) **Konservasi Habitat:** Menghindari kegiatan yang dapat merusak ekosistem dan habitat alami; atau
- b) **Praktik Berkelanjutan:** Mengimplementasikan praktik yang minim dampak negatif terhadap lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengelolaan limbah yang baik.

2. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Ekowisata seharusnya memberdayakan masyarakat setempat dan memberikan manfaat langsung kepada mereka meliputi:

- a) **Partisipasi dalam Pengelolaan:** Masyarakat lokal harus terlibat dalam pengambilan keputusan terkait pengelolaan sumber daya alam; atau
- b) **Peningkatan Ekonomi Lokal:** Ekowisata harus memberikan peluang kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui penjualan produk lokal dan jasa pariwisata.

3. Edukasi dan Kesadaran

Edukasi adalah salah satu aspek penting dalam ekowisata, yakni:

- a) **Pengalaman Edukasi:** Menyediakan informasi dan pengalaman yang meningkatkan kesadaran pengunjung tentang lingkungan dan budaya lokal; atau
- b) **Pendidikan Lingkungan:** Mengedukasi pengunjung tentang pentingnya menjaga alam dan budaya, serta memberikan pemahaman tentang isu-isu lingkungan yang relevan.

4. Pengelolaan Sumber Daya yang Bijaksana

Pengelolaan sumber daya alam harus dilakukan dengan bijaksana untuk memastikan keberlanjutan diantaranya:

- a) Kapasitas Daya Dukung: Memastikan bahwa jumlah pengunjung tidak melebihi kapasitas daya dukung suatu area untuk mencegah kerusakan lingkungan; atau
- b) Perencanaan yang Matang: Melakukan perencanaan yang baik dalam pengembangan infrastruktur untuk ekowisata, agar tidak merusak lingkungan.

5. Keterlibatan Stakeholder

Semua pihak yang terlibat dalam ekowisata, termasuk pemerintah, komunitas lokal, dan wisatawan, harus saling berkolaborasi antara lain:

- a) Kerjasama antara Pemerintah dan Masyarakat: Kebijakan pemerintah harus mendukung keberlanjutan dan konservasi, dengan melibatkan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan; atau
- b) Partisipasi Wisatawan: Wisatawan juga memiliki peran penting dalam ekowisata dengan menghormati lingkungan dan budaya lokal, serta berkontribusi dalam kegiatan pelestarian.

6. Keberlanjutan Ekonomi

Ekowisata harus mendukung keberlanjutan ekonomi tanpa mengorbankan lingkungan dengan cara yaitu:

- a) **Diversifikasi Sumber Pendapatan:** Memberikan peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan berbagai sumber pendapatan, seperti kerajinan lokal dan produk pertanian; atau
- b) **Investasi dalam Infrastruktur Berkelanjutan:** Mendorong pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan dan mendukung ekonomi lokal.

7. Kualitas Pengalaman Wisatawan

Pengalaman pengunjung harus menjadi prioritas dalam ekowisata antara lain:

- a) **Pengalaman Otentik:** Menyediakan pengalaman yang mendalam dan otentik yang memungkinkan pengunjung berinteraksi langsung dengan alam dan budaya lokal; atau
- b) **Layanan yang Baik:** Meningkatkan kualitas layanan untuk memberikan pengalaman yang memuaskan dan berkesan bagi pengunjung.

D. PERBEDAAN ANTARA EKOWISATA DAN PARIWISATA MASSAL

Ekowisata dan pariwisata massal adalah dua konsep yang berbeda dalam industri pariwisata. Meskipun keduanya melibatkan perjalanan dan kunjungan ke tempat-tempat menarik, pendekatan,

tujuan, dan dampaknya terhadap lingkungan dan masyarakat sangat berbeda.

Perbedaan antara ekowisata dan pariwisata massal sangat mencolok. Ekowisata berupaya menciptakan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat lokal, sementara pariwisata massal sering kali mengabaikan aspek keberlanjutan dan pelestarian. Untuk masa depan pariwisata yang lebih bertanggung jawab, penting untuk mendorong praktik ekowisata dan mengurangi dampak negatif dari pariwisata massal. Sebagai wisatawan, memilih ekowisata dapat membantu mendukung konservasi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Berikut adalah beberapa perbedaan utama antara ekowisata dan pariwisata massal yaitu:

1. Tujuan dan Filosofi

a. Ekowisata:

- 1) Bertujuan untuk melestarikan lingkungan dan keanekaragaman hayati, serta memberdayakan masyarakat lokal. Ekowisata mengutamakan pengalaman yang bertanggungjawab dan berkelanjutan; atau
- 2) Menciptakan kesadaran tentang isu-isu lingkungan dan budaya melalui interaksi langsung dengan alam dan masyarakat lokal.

b. Pariwisata Massal:

- 1) Bertujuan untuk memberikan pengalaman hiburan dan relaksasi dengan mengutamakan jumlah pengunjung yang besar. Fokusnya sering kali pada keuntungan ekonomi dan peningkatan jumlah wisatawan; atau
- 2) Tidak selalu mempertimbangkan dampak jangka panjang terhadap lingkungan atau masyarakat.

2. Dampak Lingkungan

a. Ekowisata:

- 1) Mengedepankan praktik berkelanjutan yang meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Ini mencakup pengelolaan limbah yang baik, penggunaan energi terbarukan, dan perlindungan habitat; atau
- 2) Berusaha untuk memperbaiki kondisi lingkungan dan mendukung program konservasi.

b. Pariwisata Massal:

- 1) Sering kali menyebabkan kerusakan lingkungan yang signifikan, seperti pencemaran, penggundulan hutan, dan penurunan kualitas air. Infrastruktur yang dibangun untuk mendukung pariwisata massal dapat merusak ekosistem; atau
- 2) Dampaknya sering kali tidak terkelola dengan baik, sehingga dapat menyebabkan kerugian jangka panjang bagi lingkungan.

3. Keterlibatan Masyarakat Lokal

a. Ekowisata:

- 1) Memberdayakan masyarakat lokal dengan melibatkan mereka dalam pengelolaan dan pengambilan keputusan terkait ekowisata. Ini menciptakan peluang ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat; atau
- 2) Masyarakat lokal dapat menjadi pemandu wisata, penyedia akomodasi, dan pengrajin yang memproduksi barang lokal.

b. Pariwisata Massal:

- 1) Sering kali tidak melibatkan masyarakat lokal secara signifikan. Banyak keuntungan dari pariwisata massal mengalir ke perusahaan besar dan investor luar; atau
- 2) Masyarakat lokal mungkin terpinggirkan dan tidak mendapatkan manfaat ekonomi yang seimbang.

4. Kualitas Pengalaman Wisatawan

a. Ekowisata:

- 1) Menyediakan pengalaman yang mendalam dan otentik, memungkinkan pengunjung untuk belajar dan berinteraksi dengan alam dan budaya lokal; atau
- 2) Mendorong pengunjung untuk berpartisipasi dalam aktivitas konservasi dan memahami isu-isu lingkungan yang dihadapi oleh komunitas.

b. Pariwisata Massal:

- 1) Fokus pada kenyamanan dan hiburan, sering kali dengan pengalaman yang seragam dan komersial. Ini mungkin termasuk kunjungan ke tempat-tempat wisata populer yang ramai dikunjungi; atau
- 2) Pengalaman dapat terasa dangkal dan tidak memberikan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan dan budaya setempat.

5. Skala dan Kapasitas

a. Ekowisata:

- 1) Cenderung dilakukan dalam skala yang lebih kecil dengan kapasitas pengunjung yang terbatas. Hal ini membantu menjaga keseimbangan antara jumlah pengunjung dan daya dukung lingkungan; atau
- 2) Menekankan pada kualitas dibandingkan kuantitas, sehingga memberikan pengalaman yang lebih berarti bagi pengunjung.

b. Pariwisata Massal:

- 1) Beroperasi dalam skala besar, menarik ribuan hingga jutaan pengunjung ke lokasi yang sama dalam waktu singkat. Hal ini dapat menyebabkan *overcrowding* dan tekanan pada infrastruktur serta sumber daya lokal; atau
- 2) Fokus pada memaksimalkan jumlah pengunjung untuk meningkatkan pendapatan.

E. MANFAAT EKOWISATA BAGI KELESTARIAN LINGKUNGAN

Ekowisata memberikan berbagai manfaat bagi pelestarian lingkungan yang tidak hanya berdampak positif pada ekosistem, tetapi juga mendukung masyarakat lokal. Dengan mengedepankan konservasi, pendidikan, dan praktik berkelanjutan, ekowisata menjadi model pariwisata yang dapat membantu menjaga keberlangsungan lingkungan untuk generasi mendatang. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak termasuk pemerintah, pengelola ekowisata, dan wisatawan untuk mendukung dan berpartisipasi dalam pengembangan ekowisata yang bertanggung jawab.

Ekowisata adalah pendekatan yang semakin populer dalam industri pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Melalui praktik ekowisata, banyak manfaat yang dapat diperoleh untuk pelestarian lingkungan. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari ekowisata bagi pelestarian lingkungan:

1. Konservasi Sumber Daya Alam

Ekowisata berkontribusi pada konservasi sumber daya alam dengan:

- a) **Mendukung Perlindungan Habitat:** Pendapatan yang dihasilkan dari ekowisata sering kali digunakan untuk mendanai program konservasi yang melindungi habitat flora dan fauna. Contohnya: taman nasional yang dibiayai melalui tiket masuk pengunjung dapat menjaga keanekaragaman hayati; atau

- b) Restorasi Ekosistem: Program ekowisata sering mencakup proyek restorasi yang bertujuan untuk memulihkan ekosistem yang terdegradasi, seperti reforestasi dan rehabilitasi lahan.

2. Peningkatan Kesadaran Lingkungan

Ekowisata berfungsi sebagai platform untuk pendidikan lingkungan dengan cara:

- a) Edukasi bagi Wisatawan: Pengunjung diberikan informasi tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan tantangan yang dihadapi oleh ekosistem. Ini membantu membangun kesadaran dan tanggung jawab pengunjung terhadap lingkungan; atau
- b) Program Pelatihan dan Kesadaran: Banyak operator ekowisata mengadakan program pelatihan bagi masyarakat lokal dan pengunjung tentang praktik keberlanjutan, konservasi, dan perlindungan lingkungan.

3. Pengurangan Dampak Negatif

Dengan pendekatan yang berfokus pada keberlanjutan, ekowisata membantu mengurangi dampak negatif dari pariwisata tradisional diantaranya:

- a) Manajemen Daya Dukung: Ekowisata mendorong pengelolaan jumlah pengunjung agar tidak melebihi daya dukung suatu area, yang membantu menghindari overcrowding dan kerusakan lingkungan; atau
- b) Praktik Berkelanjutan: Operator ekowisata biasanya menerapkan praktik berkelanjutan, seperti pengelolaan

limbah yang baik, penggunaan energi terbarukan, dan konservasi air.

4. Mendukung Keanekaragaman Hayati

Ekowisata berperan penting dalam melindungi keanekaragaman hayati adalah:

- a) **Perlindungan Spesies Terancam:** Dengan menciptakan insentif untuk menjaga habitat alami, ekowisata dapat membantu melindungi spesies yang terancam punah. Contohnya: taman nasional yang melindungi populasi hewan langka dari perburuan dan kehilangan habitat; atau
- b) **Studi dan Penelitian:** Ekowisata dapat mendukung penelitian ilmiah yang berkaitan dengan keanekaragaman hayati, memungkinkan ilmuwan untuk mempelajari dan memahami ekosistem dengan lebih baik.

5. Pengembangan Infrastruktur Berkelanjutan

Ekowisata sering mendorong pembangunan infrastruktur yang ramah lingkungan antara lain:

- a) **Infrastruktur Ramah Lingkungan:** Kegiatan ekowisata dapat mendorong pembangunan fasilitas yang berkelanjutan, seperti penginapan yang menggunakan energi terbarukan atau transportasi ramah lingkungan; atau
- b) **Restorasi Lingkungan melalui Infrastruktur:** Pembangunan infrastruktur yang baik dapat mencakup upaya untuk memperbaiki kondisi lingkungan, seperti jalan setapak yang membantu menjaga vegetasi dan mencegah erosi tanah.

6. Penguatan Komitmen untuk Konservasi

Ekowisata menciptakan keterikatan antara masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan antara lain:

- a) Keterlibatan Komunitas: Masyarakat lokal yang terlibat dalam ekowisata cenderung lebih berkomitmen untuk melestarikan lingkungan mereka. Mereka melihat langsung manfaat ekonomi dari menjaga sumber daya alam; atau
- b) Tanggungjawab Bersama: Melalui partisipasi dalam ekowisata, masyarakat lokal merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga lingkungan dan sumber daya yang ada, yang berdampak positif pada upaya konservasi.

F. POTENSI EKOWISATA DI INDONESIA

Potensi ekowisata di Indonesia sangat besar, dengan keanekaragaman hayati, keindahan alam, dan budaya yang kaya. Dengan pengembangan yang tepat dan berkelanjutan, ekowisata dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat lokal sekaligus melestarikan lingkungan. Untuk itu, kolaborasi antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta sangat penting dalam mewujudkan potensi ini, sehingga Indonesia dapat menjadi destinasi ekowisata terkemuka di dunia.

Indonesia, sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, memiliki keanekaragaman hayati dan budaya yang sangat kaya. Potensi

ekowisata di Indonesia sangat besar, menawarkan peluang untuk pelestarian lingkungan sekaligus peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Berikut adalah beberapa aspek yang menunjukkan potensi ekowisata di Indonesia:

1. Keanekaragaman Hayati

Indonesia adalah salah satu negara dengan keanekaragaman hayati tertinggi di dunia, termasuk adalah:

- a) Taman Nasional: Dengan lebih dari 50 taman nasional, Indonesia melindungi berbagai spesies flora dan fauna. Contohnya: Taman Nasional Komodo, yang merupakan habitat bagi komodo, serta Taman Nasional Gunung Leuser yang terkenal dengan orangutan; atau
- b) Sistem Ekosistem yang Beragam: Dari hutan hujan tropis, terumbu karang, hingga pegunungan tinggi, Indonesia memiliki berbagai ekosistem yang dapat dijelajahi. Keberagaman ini menawarkan peluang bagi wisatawan untuk terlibat dalam berbagai aktivitas ekowisata, seperti trekking, snorkeling, dan pengamatan satwa.

2. Keindahan Alam

Keindahan alam Indonesia yang menakjubkan menjadi daya tarik utama bagi ekowisata yakni:

- a) Pemandangan Menawan: Gunung-gunung yang megah seperti: Gunung Bromo dan Rinjani, serta pantai-pantai eksotis di Raja Ampat dan Bali, menawarkan pengalaman alam yang luar biasa bagi pengunjung; atau

- b) Destinasi Tersembunyi: Banyak lokasi yang masih belum terjamah, seperti pulau-pulau kecil dan kawasan terpencil, memberikan pengalaman unik bagi wisatawan yang mencari petualangan.

3. Warisan Budaya dan Tradisi Lokal

Kekayaan budaya dan tradisi masyarakat Indonesia memberikan nilai tambah bagi ekowisata:

- a) Masyarakat Adat: Banyak daerah memiliki budaya dan tradisi unik yang dapat dieksplorasi oleh wisatawan, seperti tari tradisional, kerajinan tangan, dan festival lokal; atau
- b) Interaksi Budaya: Ekowisata mendorong interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal, yang membantu dalam pelestarian budaya sekaligus memberikan manfaat ekonomi bagi komunitas.

4. Pengembangan Komunitas Lokal

Ekowisata memberikan kesempatan bagi pengembangan masyarakat lokal diantaranya:

- a) Pemberdayaan Ekonomi: Melalui ekowisata, masyarakat lokal dapat terlibat dalam pengelolaan dan penyediaan layanan wisata, seperti akomodasi, pemandu wisata, dan penyedia makanan, yang meningkatkan pendapatan mereka; atau
- b) Pendidikan dan Pelatihan: Program pelatihan bagi masyarakat lokal dalam bidang pariwisata dan manajemen

lingkungan dapat meningkatkan keterampilan dan kapasitas mereka dalam mengelola sumber daya.

5. Dukungan Pemerintah dan Kebijakan

Pemerintah Indonesia semakin menyadari pentingnya ekowisata sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi dan pelestarian lingkungan:

- a) Kebijakan Pendukung: Pemerintah telah mengeluarkan berbagai kebijakan untuk mendorong pengembangan ekowisata, seperti pengurangan pajak untuk operator ekowisata yang menerapkan praktik berkelanjutan; atau
- b) Promosi Destinasi: Kementerian Pariwisata aktif mempromosikan destinasi ekowisata di dalam dan luar negeri, yang membantu meningkatkan minat wisatawan.

6. Kesadaran Global tentang Keberlanjutan

Dengan meningkatnya kesadaran global tentang keberlanjutan, Indonesia memiliki peluang besar untuk menarik wisatawan yang peduli lingkungan:

- a) Permintaan akan Pengalaman yang Bertanggungjawab: Wisatawan semakin mencari pengalaman yang ramah lingkungan dan berkelanjutan. Indonesia dapat memanfaatkan tren ini dengan menawarkan produk dan layanan ekowisata yang sesuai; atau
- b) Partisipasi dalam Inisiatif Internasional: Indonesia dapat berpartisipasi dalam inisiatif internasional untuk keberlanjutan dan konservasi, yang tidak hanya

meningkatkan citra negara tetapi juga menarik investasi dan kerjasama internasional.

G. DESTINASI EKOWISATA POPULER DI INDONESIA

Destinasi ekowisata di Indonesia tidak hanya menawarkan keindahan alam yang luar biasa, tetapi juga memberikan pengalaman yang mendalam tentang budaya dan tradisi lokal. Dengan pengelolaan yang baik, ekowisata dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat sambil melestarikan lingkungan. Oleh karena itu, penting bagi wisatawan untuk memilih destinasi yang mendukung praktik berkelanjutan, sehingga keindahan alam Indonesia dapat dinikmati oleh generasi mendatang. Indonesia memiliki banyak destinasi ekowisata yang menakjubkan, yang menawarkan pengalaman unik dan memperlihatkan keindahan alam serta kekayaan budaya.

Berikut adalah beberapa destinasi ekowisata populer di Indonesia yang patut untuk dikunjungi, diantaranya:

1. Taman Nasional Komodo

- a) Lokasi: Nusa Tenggara Timur;
- b) Daya Tarik: Taman Nasional Komodo terkenal sebagai habitat komodo, reptil terbesar di dunia. Selain itu, taman ini menawarkan pemandangan yang menakjubkan dari pulau-pulau vulkanik, pantai berpasir putih, dan terumbu karang yang kaya; dan

- c) **Aktivitas:** Pengunjung dapat melakukan trekking untuk melihat komodo di habitatnya, snorkeling, dan diving untuk menikmati keindahan bawah laut yang luar biasa.

2. Raja Ampat

- a) **Lokasi:** Papua Barat;
- b) **Daya Tarik:** Raja Ampat terkenal dengan keanekaragaman hayati laut yang sangat tinggi dan pemandangan alam yang spektakuler, termasuk pulau-pulau karst yang menawan; dan
- c) **Aktivitas:** Snorkeling dan diving adalah aktivitas utama di sini, di mana pengunjung dapat menjelajahi terumbu karang dan bertemu berbagai spesies ikan tropis. Raja Ampat juga menawarkan trekking dan tur perahu untuk menikmati keindahan alam.

3. Taman Nasional Bromo Tengger Semeru

- a) **Lokasi:** Jawa Timur;
- b) **Daya Tarik:** Dikenal dengan pemandangan gunung berapi yang dramatis, terutama Gunung Bromo dan Gunung Semeru, destinasi ini menawarkan keindahan alam yang menakjubkan, terutama saat matahari terbit; dan
- c) **Aktivitas:** Trekking ke puncak Bromo, menikmati sunrise dari Penanjakan, serta menjelajahi padang pasir di sekitarnya. Pengunjung juga dapat belajar tentang budaya masyarakat Tengger yang unik.

4. Ubud, Bali

- a) Lokasi: Bali;
- b) Daya Tarik: Ubud dikenal sebagai pusat seni dan budaya Bali, dikelilingi oleh sawah yang hijau, hutan, dan sungai yang indah. Ubud menawarkan pengalaman yang mendalam tentang budaya lokal dan tradisi; dan
- c) Aktivitas: Kunjungan ke galeri seni, mengikuti kelas memasak, yoga, dan meditasi. Pengunjung juga dapat menjelajahi hutan monyet dan melakukan trekking di jalur-jalur alam.

5. Taman Nasional Gunung Leuser

- a) Lokasi: Sumatera Utara;
- b) Daya Tarik: Taman Nasional ini merupakan bagian dari Ekosistem Leuser, yang dikenal sebagai habitat orangutan Sumatera. Keanekaragaman hayatinya sangat kaya, termasuk spesies langka dan terancam punah; dan
- c) Aktivitas: Trekking melalui hutan hujan tropis, birdwatching, serta melakukan penelitian tentang flora dan fauna. Taman ini juga menawarkan pengalaman menarik untuk melihat orangutan di habitat alami mereka.

6. Pulau Sumba

- a) Lokasi: Nusa Tenggara Timur;
- b) Daya Tarik: Sumba terkenal dengan budaya adatnya yang kaya dan lanskap yang dramatis, termasuk padang rumput yang luas dan pantai-pantai yang indah. Pulau ini juga terkenal dengan tenunan ikat tradisional; dan

- c) Aktivitas: Mengunjungi desa adat, berpartisipasi dalam festival budaya, serta trekking di alam yang masih alami. Pantai-pantai di Sumba juga cocok untuk surfing dan bersantai.

7. Taman Nasional Way Kambas

- a) Lokasi: Lampung;
- b) Daya Tarik: Taman Nasional ini adalah rumah bagi gajah sumatera dan harimau sumatera. Keanekaragaman hayati di taman ini sangat penting untuk konservasi spesies langka; dan
- c) Aktivitas: Pengunjung dapat melakukan safari untuk melihat gajah, trekking, serta mengikuti program konservasi yang melibatkan masyarakat lokal.

H. PERAN PEMERINTAH DAN NON PEMERINTAH DALAM EKOWISATA

Ekowisata merupakan bentuk pariwisata yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan dan pelestarian budaya. Dalam mencapai tujuan tersebut, peran pemerintah dan organisasi non-pemerintah (NGO) sangat penting. Keduanya memiliki tanggung jawab dan kontribusi yang berbeda, namun saling melengkapi dalam pengembangan ekowisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Peran pemerintah dan organisasi non-pemerintah dalam ekowisata sangat penting untuk menciptakan sistem yang berkelanjutan dan inklusif. Melalui kebijakan yang mendukung,

pengelolaan yang efektif, advokasi, dan pemberdayaan masyarakat, kedua pihak dapat bekerjasama untuk melindungi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Kolaborasi antara pemerintah, NGO, dan masyarakat adalah kunci untuk mengembangkan ekowisata yang bermanfaat bagi semua pihak dan lingkungan.

1. Peran Pemerintah

a. Pengembangan Kebijakan

- 1) Pemerintah memiliki tanggungjawab untuk merumuskan kebijakan yang mendukung ekowisata. Kebijakan ini mencakup regulasi terkait pengelolaan sumber daya alam, perlindungan lingkungan, serta dukungan terhadap komunitas lokal; atau
- 2) Contoh: Pemerintah dapat mengeluarkan peraturan yang membatasi jumlah pengunjung di kawasan ekowisata untuk mencegah kerusakan lingkungan.

b. Pengelolaan dan Pengawasan

- 1) Pemerintah bertanggungjawab untuk mengelola taman nasional dan area konservasi, memastikan bahwa sumber daya alam dikelola dengan baik dan berkelanjutan; atau
- 2) Pengawasan yang ketat terhadap aktivitas pariwisata dapat membantu mencegah eksploitasi yang merugikan lingkungan dan masyarakat.

c. Pembangunan Infrastruktur

- 1) Pemerintah berperan dalam membangun infrastruktur yang mendukung ekowisata, seperti jalan, fasilitas umum, dan pusat informasi wisata; atau
- 2) Infrastruktur yang baik tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga dapat mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

d. Pendidikan dan Pelatihan

- 1) Pemerintah dapat mengadakan program pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat lokal dan pelaku ekowisata untuk meningkatkan pengetahuan tentang keberlanjutan dan praktik terbaik dalam ekowisata; atau
- 2) Program ini dapat mencakup pelatihan pemandu wisata, pengelolaan usaha kecil, dan konservasi lingkungan.

e. Promosi dan Pemasaran

- 1) Pemerintah memiliki peran penting dalam mempromosikan destinasi ekowisata, baik di dalam maupun luar negeri. Ini termasuk kampanye pemasaran yang menekankan keberlanjutan dan pelestarian budaya; atau
- 2) Dengan memasarkan ekowisata, pemerintah dapat menarik lebih banyak wisatawan yang peduli dengan lingkungan.

2. Peran Non-Pemerintah (NGO)

a. Advokasi dan Kesadaran

- 1) Organisasi non-pemerintah sering kali berperan dalam mengadvokasi isu-isu lingkungan dan sosial terkait ekowisata. Mereka meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian lingkungan dan budaya lokal; atau
- 2) Contoh: NGO dapat menyelenggarakan kampanye untuk mempromosikan keberlanjutan dan dampak positif ekowisata.

b. Konservasi dan Penelitian

- 1) Banyak NGO terlibat dalam proyek konservasi yang bertujuan untuk melindungi keanekaragaman hayati dan ekosistem. Mereka melakukan penelitian untuk mengumpulkan data dan informasi yang dapat digunakan dalam pengelolaan ekowisata; atau
- 2) Melalui kolaborasi dengan pemerintah, NGO dapat membantu dalam penetapan kebijakan yang berbasis bukti.

c. Pemberdayaan Masyarakat

- 1) NGO sering kali bekerja langsung dengan masyarakat lokal untuk memberdayakan mereka dalam pengelolaan ekowisata. Mereka menyediakan pelatihan dan sumber daya untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam menjalankan usaha ekowisata; atau

- 2) Dengan memberdayakan masyarakat, NGO membantu menciptakan model ekowisata yang inklusif dan berkelanjutan.

d. Pengembangan Proyek Berbasis Komunitas

- 1) Banyak NGO mengembangkan proyek ekowisata berbasis komunitas yang melibatkan masyarakat lokal dalam semua aspek, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan. Ini menciptakan manfaat ekonomi dan sosial yang langsung bagi masyarakat; atau
- 2) Contoh: Program *homestay* yang melibatkan keluarga lokal sebagai penyedia akomodasi, memberikan pengalaman budaya kepada wisatawan.

e. Kemitraan dan Kolaborasi

- 1) NGO sering menjalin kemitraan dengan pemerintah, sektor swasta, dan komunitas untuk menciptakan program-program ekowisata yang berkelanjutan. Kolaborasi ini dapat menciptakan sinergi yang menguntungkan semua pihak; atau
- 2) Dengan menggabungkan sumber daya dan keahlian, berbagai pihak dapat bekerja bersama untuk mencapai tujuan pelestarian dan keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alvianna, S., Astuti, W., Hidayatullah, S., & Krisnanda, R. (2022). *PENGANTAR ILMU PARIWISATA (Sejarah, Jenis, Macam, Dampak, dan Istilah dalam Pariwisata)*.
- Anas, M. (2024). Customer Satisfaction in the Hotel Industry: A Case Study from Makassar City. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*, 5(1), 135–150.
- Anas, M., Zaenal, F. A., & Hasan, L. D. (2023). Managing Glocalization: Exploring the Dynamics, Transformations, and Challenges of Food in South Sulawesi. *Pusaka: Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*, 146–155.
- Archi, Y. El *et al.* (2023) 'Digital Technologies for Sustainable Tourism Destinations: State of the Art and Research Agenda', *Administrative Sciences* [Preprint]. Available at: <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:260828801>.
- Arini, Ni Nyoman., dkk. 2021. Promosi Pariwisata Bali Utara Berbasis Sastra Melalui Novel 'Aku Cinta Lovina' dan 'Rumah Di Seribu Ombak'. *Jurnal Master Pariwisata*, 8(1):305-331.
- Badan Pusat Statistic Indonesia (2024) *Luas Daerah dan Jumlah Pulau Menurut Provinsi 2023, Badan Statistic Indonesia*. Available at: <https://www.bps.go.id/en/statistics-table/3/VUZwV01tSlpPVlpsWIRKbmMxcFhhSGhEVjFoUFFUMDkjMw==/total-area-and-number-of-islands-by-province--2021.html?year=2023> (Accessed: 11 October 2024).
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Pariwisata Indonesia 2022*. Jakarta: BPS.

- Boari, Y., Djabbar, A., Hutnaleontina, P. N., Ramadani, Y., Astriecia, A., Anas, M., Rumawak, I., & Susanti, R. (2024). *Buku Ajar Ekonomi Pariwisata* (1st ed.). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Buckley, R. (2020). *Ecotourism: Principles and Practices*. Oxford University Press.
- Buckley, R. (2021). *Ecotourism Management in Protected Areas: Guidelines for Sustainability*. Gland, Switzerland: IUCN.
- Butler, R. W. (1980). *The Concept of a Tourist Area Cycle of Evolution: Implications for Management of Resources*. Canadian Geographer.
- Carolina, E., I. Santoso dan P. Deoranto. 2015. Pengaruh Marketing Mix (7P) dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Healthy Food Bar di Malang. *Wacana*, Vol. 18, No. 12 pp. 51-60. ISSN: 2338-1884.
- Cater, E. (1993). *Ecotourism in the Third World: Problems for Sustainable Development*. *Annals of Tourism Research*.
- Choe, Y., & Kim, S. (2022). Tourist engagement and its consequences in the sharing economy: Case of Airbnb. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 447–466. <https://doi.org/10.1108/JHTT-01-2021-0003>
- Cohen, E. (1972). *Towards a Sociology of International Tourism*. Oxford: Blackwell.
- Conservation International. (2021). *Raja Ampat: The Last Paradise on Earth*. Conservation International Press.
- Damanik, J. & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Damanik, J. (2013). *Wisata dan Warisan Budaya: Peluang dan Tantangan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Dethan, Antonietta Gizela., I G.A.O Suryawardani dan A.S. Wiranatha. 2020. The Effect of Marketing Mix and Service Quality on Satisfaction and Revisit Intention to Kampung Coklat, Blitar Regency. *E-Journal of Tourism* Vol. 7 No. 2. E-ISSN: 2407-392X.
- Directorate General of Forest Protection and Nature Conservation. (2021). *National Strategy for Ecotourism Development in Indonesia*. Jakarta: Ministry of Environment and Forestry.
- Eddyono, Fauziah. 2021. *Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Farid, M. (2020). Pelestarian warisan sejarah melalui sinergi antar-stakeholder dan digitalisasi warisan sebagai model pengembangan pariwisata Banda Naira. *Kamboti*, 1(1), 44-58.
- Fatmah, dkk. 2024. *Bisnis Pariwisata di Indonesia (Peluang Bisnis Destinasi Pariwisata di Indonesia)*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Febrina, N., Chair, I. M., dan Waryono. 2015. Persepsi Wisatawan Tentang Daya Tarik Wisata. *Journal of Home Economics and Tourism*, 9(2), 72552.
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Goodfellow Publishers.
- Gössling, S., & Higham, J. (2020). The low-carbon imperative: Destination decarbonization. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(1), 1–13. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1629917>
- Gunn, C. A. (1994). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.

- Haryanto, B., & Wibowo, S. (2019). The Role of Ecotourism in Biodiversity Conservation in Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 3 (1), 12-23.
- Hasan, L. D. (2020). JOURNAL-South Sulawesi Exploration Through Gastronomic Tourism: A Case Study of Application Event Hors D'oeuvres. *South Sulawesi Exploration Through Gastronomic Tourism: A Case Study of Application Event Hors D'oeuvres*, 63(1), 1195–1204.
- Hasan, L. D. (2021). JOURNAL-How Foodies Choose Popular-Commercial Food. *How Foodies Choose Popular-Commercial Food*, 27(10), 42–46.
- Hasan, L. D. (2022). Penelitian Kelompok-Fenomena Glokalisasi pada Kuliner di Sulawesi Selatan (Kota Makassar, Kota Parepare, Kabupaten Bulukumba).
- Hasan, L. D., Anas, M., & Zainuddin, M. (2021). Foodie's Point of View on Consuming Popular-Commercial Food. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 213–217.
- Hasan, L. D., Musawantoro, M., Anas, M., Zaenal, F. A., & Zainuddin Badollahi, M. (2023). Analysis of Culinary MSME Management Development and Training Programs in the Maros and Pangkep Geopark Areas. 59, 1453–1461. [www. Migration letters.com](http://www.Migrationletters.com)
- Hasan, L. D., Zaenal, F. A., & Amaliah, I. F. (2021). Foodie's Behavior and Assessment of Popular-Commercial Foods. *International Journal Papier Public Review*, 2(4), 106–113.
- Hasan, L. D., Zaenal, F. A., Manaf, S., Anas, M., Astrid, A., & Zulkarnain, R. (2024). Pendampingan Pemanfaatan Pangan Lokal sebagai Produk Kuliner Desa Wisata Langda, Kabupaten

- Enrekang. *PADAIDI: Journal of Tourism Dedication*, 1(1), 59–72.
- Holloway, J. C. (2004). *The Business of Tourism*. Essex: Pearson Education.
- Honey, M. (2018). *Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?*. Island Press.
- Howkins, J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.
- Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Tourism as an Economic Factor*. Zurich: Polygraphischer Verlag.
- Indonesia. (2009). Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11. Sekretariat Negara.
- Indonesia. (2011). Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS). Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2011 Nomor 125. Sekretariat Negara.
- Indonesia. (2016). Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 14 Tahun 2016 tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Inskeep, E. (1999). *Tourism Planning: An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York: Wiley.
- Jafari, J. (1989). *The Tourism Movement*. London: Sage Publications.

- Kememparekraf/Baparekraf RI (2021) *Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia*, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. (2022). Laporan Keanekaragaman Hayati Indonesia. Jakarta: KLHK.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). Statistik Ekowisata di Indonesia. Jakarta: Kememparekraf.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. (2020). *Marketing for Hospitality and Tourism* (8th ed.). Pearson.
- Kumaji, R.A., Hakim, L. and Pangestuti, E. (2021) 'Ecolodge Sebagai Sarana Akomodasi Pariwisata Berkelanjutan', *Profit: Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1), pp. 27–42.
- Kusumawardhana, I. (2023) 'Pariwisata Berkelanjutan dan Pemberdayaan Masyarakat Desa: Studi Kasus Di Desa Wisata Mas, Kecamatan Ubud, Gianyar', *Jurnal Administrasi Pemerintahan Desa*, 4(1), pp. 27–55. Available at: <https://doi.org/10.47134/villages.v4i1.45>.
- Lazuardi, M., & Triady, M. S. (2015). *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. In *Ekonomi Kreatif: Rencana Pengembangan Kuliner Nasional 2015-2019*. PT. Republik Solusi.
- Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S., & Law, R. (2021). Impact tourism research: A literature review. *Tourism Management*, 83, 104250. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104250>
- Li, X., & Wong, Y. (2022). Community participation in sustainable tourism development: A case study of rural tourism in China. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(4), 581–596. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2034521>

- Liu, Y., dkk. 2020. Framing Film-Induced Tourism into a Sustainable Perspective from Romania, Indonesia and Malaysia. *Journal of Tourism*, 12(23):99-10.
- Lukitasari & Putra. 2017. Bujukan Berwisata Ke Bali: Simbol-Simbol Promosi Pariwisata Film 'Eat Pray Love'. *Jurna Magister Pariwisata*, 3(2):323-338.
- Lukitasari, R. 2019. Penguatan Reputasi Masakan Padang: Simbol Promosi Pariwisata Gastronomi dalam Film *Tabula Rasa*. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 6(1):1–24.
- Lukitasari, Rumalinda., dkk. 2021. Potensi Novel *Cintaku Di Lembata Karya Sari Narulita* Sebagai Media Promosi Pariwisata Lembata – NTT. *Jurnal Master Pariwisata*, 7(2):460-483.
- Mastuti, Sri. 2020. *Managemen Wisata Budaya*. Surabaya: Unesa University Press.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical, and Social Impacts*. New York: Longman.
- Mulyadi, Muhammad., & Sunarti, Linda. 2019. Film Induced Tourism dan Destinasi Wisata di Indonesia. *Jurnal Metahumaniora*, 9(3):340-356.
- Nasrullah, dkk. 2023. *Perencanaan Destinasi Pariwisata*. Penerbit Yayasan Kita Menulis.
- Ningrum, S.P. (2024) 'Analisis Gap Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Ketapanrame Mojokerto', *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24), pp. 1–71.
- Noor, A.A. and Pratiwi, D.R. (2016) 'Konsep Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Kampung Buyut Cipageran

(Kabuci) Kota Cimahi', in *Prosiding Industrial Research Workshop and National Seminar*, pp. 178–183.

Nurhasanah, I.S., Alvi, N.N. and Persada, C. (2017) 'Perwujudan pariwisata berkelanjutan melalui pemberdayaan masyarakat lokal di Pulau Pahawang, Pesawaran, Provinsi Lampung', *Tata Loka*, 19(2), pp. 117–128.

Page, S. (2009). *Transport and Tourism*. London: Pearson Education.

Paramulia, O.C, S.L. Mandey dan F. Roring. 2019. Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Pada Obyek Wisata Rumah Alam Manado. *Jurnal EMBA*, Vol. 7, No. 3, pp. 2661-2670. ISSN: 2303-1174

Pendit, N. S. (2003). *Ilmu Pariwisata: Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.

Pendit, Nyoman. 2006. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT. Pradnya Paramita.

Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.

Pitana, I. G. & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.

Pitana, I. G. & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

Pitanatri, P. D. S. (2020). Sejarah perkembangan pariwisata dan definisi pariwisata. *Koentjaraningrat*. 2000. *Kebudayaan Mentalitas dan Pembangunan*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Prathama, A., Nuraini, R.E. and Firdausi, Y. (2020) 'Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Dalam Prespektif Lingkungan (Studi Kasus Wisata Alam Waduk Gondang di Kabupaten Lamogan).', *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Politik (JSEP)*, 1(3).
- Puradinata, E. (2018) 'Tinjauan Yuridis Kebijakan Pariwisata Di Kabupaten Bintan Provinsi Kepulauan Riau', *Journal of Law And Policy Transformation*, 3(1), pp. 1–76.
- Putra, B. (2020). *Regulasi Ekowisata di Indonesia: Studi Kasus Kawasan Konservasi*. Yayasan Obor Indonesia.
- Putra, B. (2020). *Tantangan dan Peluang Ekowisata di Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia.
- Rachman, A. (2019). *Ecotourism and Community Empowerment: The Case of Sade Village, Lombok*. *International Journal of Tourism Research*, 20(5), 661-670.
- Rahmat, K.D. (2021) 'Pelestarian Cagar Budaya Melalui Pemanfaatan Pariwisata Berkelanjutan', *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(1), pp. 26–37.
- Richards, G. (1996). *Cultural Tourism in Europe*. London: Routledge.
- Rijal, S., Fitry, L. D., & Zaenal, F. A. (2020). *Budaya Gastronomi dalam pengembangan desa wisata di Sulawesi Selatan*. *Journal of Indonesian History*, 9(1), 17–27.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2021). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI.
- Robert. (2022). *Economic Impact of Tourism 2022*. London: WTTC.

- Sagala, A.E. (2023) 'Analisis Pilar Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Taman Nasional Ujung Kulon, Indonesia', *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 11(2), pp. 17–26.
- Seraphin, H., Sheeran, P., & Pilato, M. (2023). Competitiveness of tourist destinations in the COVID-19 era: Lessons from global cases. *Current Issues in Tourism*, 26(4), 538–555. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2082457>
- Setiono, S.T. *et al.* (2021) 'Implementasi Pengelolaan Pariwisata Berkelanjutan Di Kota Semarang', *Perspektif*, 10(1), pp. 26–35. Available at: <https://doi.org/10.31289/perspektif.v10i1.3943>.
- Setyawati, R. and Safitri, K.A. (2019) 'Pengembangan wisata di Kabupaten Buru Menggunakan Analisis SWOT', *Jurnal Sosial Humaniora Terapan*, 1(2), pp. 44–55.
- Silviana, W. and Mubarak, A. (2020) 'Pengelolaan pengembangan destinasi pariwisata berkelanjutan pada objek wisata Pantai Carocok Painan', *Jurnal Manajemen Dan Ilmu Administrasi Publik*, 2(3), pp. 48–57.
- Simanjuntak, B. A., Tanjung, F., & Nasution, R. (2017). Sejarah pariwisata: menuju perkembangan pariwisata Indonesia. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Smith, A. (2021). Implementing sustainable tourism principles: The need for stakeholder collaboration. *Journal of Tourism Planning & Development*, 18(2), 200–217. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1802170>
- Smith, S. L. J. (1994). *The Tourism Product*. Annals of Tourism Research.
- Smith, Stephen L.S. 1998. *Tourism Analysis: A Handbook*. Harlow, England: Longman Group.

- Sri Widari, D.A.D. (2020) 'Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Kajian Teoritis dan Empiris', *Jurnal Kajian dan Terapan Pariwisata*, 1(1), pp. 1–11. Available at: <https://doi.org/10.53356/diparojs.v1i1.12>.
- Srivastava, A., Gupta, P., & Bhatia, V. (2021). The Role of MSMEs in Promoting Sustainable Tourism Development. *Journal of Tourism Studies*, 22(3), 45–67.
- Suansri, P. (2003). *Community Based Tourism Handbook*. Penerbit: Responsible Ecological Social Tours Project (REST), Thailand.
- Sugiarto, Agus., dkk. 2023. *Pengantar & Teori: Destinasi Pariwisata*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Sukarana, M., & Anas, M. (2021). Kreativitas Netizen dalam Strategi Pemasaran Restoran untuk Menarik Wisatawan (Studi Kasus Restoran Hotel Best Western Premier La Grande Bandung). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8(8). <https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2223666>
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F. and Entas, D. (2021) *Indikator perencanaan pengembangan pariwisata berkelanjutan*. Anugrah Utama Raharja.
- Sulistiyadi, Y., Eddyono, F. and Hasibuan, B. (2017) *Pariwisata berkelanjutan Pengelolaan Destinasi Wisata Berbasis Masyarakat*. Anugrah Utama Raharja. Available at: <https://books.google.co.id/books?id=8BM3EAAAQBAJ>.
- Sunjayadi, A. (2019). Pariwisata sejarah untuk generasi milenial dan generasi Z. *ABAD Jurnal Sejarah*, 3(2), 28-41.
- Supriadi, Bambang dan Roedjinandari, Nanny. 2017. *Perencanaan dan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Malang: Universitas Negeri Malang.

- Surono, D. (2021). *Ekowisata Berbasis Komunitas di Indonesia: Potensi dan Pengembangannya*. Penerbit Universitas Indonesia.
- Suwantoro, G. (2004). *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tang, L., Xu, L., & Li, J. (2022). Big data in tourism research: A literature review. *Tourism Management*, 83, 104250. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104250>
- The International Ecotourism Society (TIES). (2015). What is Ecotourism?. Diakses dari: www.ecotourism.org
- Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. London: Routledge.
- Tirtawinata. Moh Reza Dan Lisdiana Facharuddin. (2023). *Daya Tarik Pengelolaan Agrowisata*. Jakarta: Penebar Swadaya.
- Tsundoda, A., Hoshino, R., & Nakamura, T. (2020). Infrastructure Investment and Job Creation in Tourism Sector. *Tourism Economics*, 26(5), 789–803.
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan
- Untari, D.T., Syahiddin, M.S. and Paryono, P. (2018) ‘Strategy Development of Community Base Tourism in Tidung Island, Jakarta’, *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 5(4), p. 17. Available at: <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v5i4.159>.
- UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition* (2018). World Tourism Organization (UNWTO). Available at: <https://doi.org/10.18111/9789284419876>.

- UNWTO. (2020). *Global Tourism Trends Report*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. United Nations World Tourism Organization.
- Urry, J. (1990). *The Tourist Gaze*. London: Sage Publications.
- Utama, I Gusti Bagus Rai dan Trimurti, Christimulia Purnama. 2020. *Etika Pengembangan Agrowisata Pada Kawasan Perbatasan Hutan Konservasi*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Utman.G.B.R Dan Junaedi, E. R, (2021) *Agrowisata Sebagai Pariwisata Alternative Indonesia*. Yogyakarta Deepublish.
- Vucetic, A.. (2008) 'Impact of Tourism Policy on Development of Selective Tourism', *SSRN Electronic Journal* [Preprint]. Available at: <https://doi.org/10.2139/ssrn.3166309>.
- Widyastuty. 2021. *Pariwisata Alam dan Budaya*. Surabaya: CV Revka Prima Media
- Wijaya, I., Suarjana, I., & Mahendra, G. (2022). Sustainable tourism practices in Bali: Opportunities and challenges. *Asian Journal of Tourism Research*, 8(3), 112–129. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.1125016>
- Wijayanti, A. (2020). Wisata Kuliner sebagai strategi penguatan pariwisata di Kota Yogyakarta, Indonesia. *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 11(1), 74–82.
- World Wildlife Fund. (2020). *Ecotourism and Conservation in Indonesia*. Retrieved from <https://www.worldwildlife.org/projects/ecotourism-in-indonesia>.
- WWF Indonesia. (2021). *Ekowisata Berkelanjutan di Indonesia: Tantangan dan Peluang*. WWF Press.

- Yamin, M. (2011). *Sejarah Pariwisata di Indonesia*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yulita, H. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Pariwisata Terhadap Keputusan Untuk Berkunjung. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, Vol. 2, No. 2, pp. 165-183.
- Zaenal, A. F. (n.d.). JOURNAL-Equality Model for Developing Community Tourism (A Case Study of Kadingeh Tourism Village in Enrekang Regency, South Sulawesi). Equality Model for Developing Community Tourism (A Case Study of Kadingeh Tourism Village in Enrekang Regency, South Sulawesi).
- Zaenal, F. A., Hasan, L. D., & Anas, M. (2024). Menuju “Makassar Kota Makan Enak”: Analisis Word of Mouth, Citra Destinasi dan Kuliner. *Social, Humanities, and Educational Studies (SHES): Conference Series*, 7(2).
- Zeppel, H. (2021). Ecotourism: A Sustainable Approach to Tourism Development. *Tourism Management*, 27 (2), 334-348.
- Zhang, T., Lin, Z., & Huang, Y. (2020). Government policies for sustainable tourism: A review of recent developments in Asia. *Sustainability*, 12(9), 3839. <https://doi.org/10.3390/su12093839>

TENTANG PENULIS

Penulis Bagian 1



Drs. Darmayasa, M.Pd.

Penulis adalah dosen tetap Prodi Perjalanan Wisata, Politeknik Pariwisata Makassar (Poltekpar Makassar). Lahir di Denpasar, 29 Agustus 1965. Penulis telah mengabdikan dirinya sebagai dosen di Poltekpar Makassar sejak 1993. Pendidikan Strata 1 ditempuh di Universitas Hasanuddin, Fakultas Sastra, Selesai tahun 1989. Sedangkan program Pasca Sarjana (S2) diikutinya

di Universitas Negeri Makassar, pada Prodi Manajemen Pendidikan, selesai tahun 2001.

Diklat kepariwisataan yang diikutinya antara lain Diklat Pariwisata Dasar, Diklat Pariwisata Menengah, Diklat Klasifikasi Hotel, Diklat MICE. Di samping itu juga pernah mengikuti ToT dan kursus singkat kepariwisataan di antaranya di Singapura dan Melbourne, Australia; serta Diklat ASEAN National Trainer, dan terakhir, tanggal 7 Mei sampai 2 Juni 2024 mengikuti ToT pemanfaatan AI dalam bidang pariwisata di Suzhou, Tiongkok.

Buku dan artikel jurnal yang telah ditulisnya antara lain: buku Adaptasi dan Inovasi UMKM Ekraf; INOVASI, ADAPTASI, DAN KOLABORASI; buku Pengembangan Wisata Bahari Berbasis Inovasi, Adaptasi, dan Kolaborasi di Destinasi Super Prioritas Indonesia pada Masa Pandemi Covid-19; buku Strategi Pengembangan Daya Tarik Wisata Pantai Birta Ria Kassi Kabupaten Jeneponto; buku Kebijakan Pengembangan Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Bone tahun 2021-2036; Muara Sungai Jeneberang (Sejarah, Kebijakan Pengembangan dan Potensi Ekowisata); buku E-Commerce: Industri Pariwisata Bisnis Perjalanan (Kesiapan Lembaga Pendidikan); buku Prototipe Pengembangan Daya Tarik Wisata Sungai di Sulawesi Selatan; buku Homestay, Mozaik Pariwisata Berbasis Kerakyatan;

buku ajar Pengantar Pariwisata; dan buku ajar Kebijakan dan Manajemen Pariwisata yang juga diterbitkan oleh PT. Sonpedia Publisihing Indonesia.

Artikel *The Application of the Use of Indonesian Language in Promoting Tourist Destinations to Archipelago Tourists in North Toraja Regency*; Artikel Inovasi Pariwisata Melalui Kolaborasi Antara Perguruan Tinggi Dan Subsektor Parekraf; Implementasi Penyusunan Paket Wisata dengan Kemampuan Interpretasi “*Story Telling*” pada Destinasi Super Prioritas Likupang, Minahasa Utara; Artikel *Attitudes of Religious Tolerance in Junior High School Students*; *Competencies of Travel Department Students in e-Commerce- Based Business*; Artikel *Disaster Management for Tourism Destination in Labuan Bajo (Case Study on Super Priority Destinations)*; Artikel *Digitization of the Makassar City Creative Economy Sub-Sector Based on GIS*; Artikel *The Impact of Food Image, Customer Satisfaction, and Food Quality on Revisit Intention by Regression Analysis*; Artikel *Reconstruction of the Actor Collaboration Model in the Development of Marine Tourism Destinations in the New Normal Local Economy*; Artikel *Website learning media to enhance planning tour packages competencies: A case study from Makassar Tourism Polytechnic, Indonesia*; Artikel Transformasi Museum Kota Makassar Melalui Pengembangan Aktivitas Interpretasi Berbasis Edukasi; Artikel Profil Keterampilan Komunikasi Bahasa Inggris Pramusaji Café di Desa Wisata di Bali.

Penulis Bagian 2



Ida Ayu Etsa Pracintya, S.Pd., M.Par

Seorang Dosen Prodi Sarjana Pariwisata di Institut Pariwisata dan Bisnis Internasional, Bali. Lahir di Kota Singaraja, tahun 1996. Ketertarikannya terhadap bidang pariwisata dan bahasa asing membuat penulis menjelajah lebih jauh mengenai sastra pariwisata serta budaya yang masih dilestarikan hingga saat ini baik di dalam maupun luar negeri. Penulis menyelesaikan pendidikan program Sarjana (S-1) di Universitas Pendidikan Ganesha prodi Pendidikan Bahasa Inggris pada tahun 2018 dan menyelesaikan program Pasca Sarjana (S-2) di Universitas Udayana prodi Pariwisata konsentrasi di bidang Kajian Pariwisata pada tahun 2022.

Penulis Bagian 3



Loso Judijanto

Peneliti yang bekerja pada lembaga penelitian **IPOSS Jakarta**. Penulis dilahirkan di Magetan pada tanggal 19 Januari 1971. Penulis menamatkan pendidikan *Master of Statistics* di *the University of New South Wales, Sydney, Australia* pada tahun 1998 dengan dukungan beasiswa ADCOS (*Australian Development Cooperation Scholarship*) dari Australia. Sebelumnya penulis menyelesaikan Magister Manajemen di Universitas Indonesia pada tahun 1995 dengan dukungan beasiswa dari Bank Internasional Indonesia. Pendidikan sarjana diselesaikan di Institut Pertanian Bogor pada Jurusan Statistika – FMIPA pada tahun 1993 dengan dukungan beasiswa dari KPS-Pertamina. Penulis menamatkan Pendidikan dasar hingga SMA di Maospati, Sepanjang karirnya, Penulis pernah ditugaskan untuk menjadi anggota Dewan Komisaris dan/atau Komite Audit pada

beberapa perusahaan/lembaga yang bergerak di berbagai sektor antara lain pengelolaan pelabuhan laut, telekomunikasi seluler, perbankan, pengembangan infrastruktur, sekuritas, pembiayaan infrastruktur, perkebunan, pertambangan batu bara, properti dan rekreasi, dan pengelolaan dana perkebunan. Penulis memiliki minat dalam riset di bidang kebijakan publik, ekonomi, keuangan, *human capital*, dan *corporate governance*. Penulis dapat dihubungi melalui e-mail di: losojudijantobumn@gmail.com.

Penulis Bagian 4



Putu Ari Nugraha, S.Tr.Par., M.B.A.

Penulis adalah dosen tetap Seni Kuliner, Politeknik Pariwisata Lombok (Poltekpar Lombok). Lahir di Ujung Pandang, 05 April 1996. Penulis telah mengabdikan dirinya di Poltekpar Lombok sejak 2019. Pendidikan Diploma IV ditempuh di Sekolah Tinggi Pariwisata Nusa Dua Bali (yang sekarang Poltekpar Bali), Program Studi Administrasi Perhotelan, Selesai tahun 2018. Sedangkan program Pasca Sarjana (S2)

diikutinya di Chaoyang University of Technology, pada Prodi Leisure Service Management, selesai tahun 2021.

Diklat kepariwisataan yang diikutinya antara lain Diklat Pariwisata Dasar, Diklat ASEAN National Trainer, dan Diklat Pengelola Jurnal Abdi Wisata.

Artikel jurnal yang telah ditulisnya antara lain: *The Impact of Food Image, Customer Satisfaction, and Food Quality on Revisit Intention Under Multiple Regression Model*, pada IEEE 2021 International Conference on Social Sciences and Intelligent Management (SSIM), *Potential Identification of Community-Based Tourism Product Development in Santong Tourism Village, North Lombok Regency, Indonesia*, pada Jurnal Pariwisata Nusantara (Juwita) 2022, *Management of Pundu Nence as Mountain Tourism in Bima City: A*

Model of Visitor Management Approach, pada Jurnal Pariwisata Nusantara (Juwita) 2023, dan Pengembangan Desa Wisata Lela Mase Melalui Perancangan Pengelolaan Pengunjung dan Penguatan Digitalisasi, pada Prosiding Konferensi Nasional Pengabdian Kepada Masyarakat dan Corporate Social Responsibility (PKM-CSR) 2023.

Penulis Bagian 5



Muhammad Anas, SE, MM, CHE

Seorang penulis sekaligus dosen pada Program Studi Seni Kuliner Politeknik Pariwisata Makassar. Lahir di Makassar pada 24 Juni. penulis memiliki dedikasi tinggi dalam dunia pendidikan vokasi, khususnya di bidang Seni Kuliner. Penulis menamatkan pendidikan Sarjana (S1) di STIEM Mapaodang, Makassar dengan fokus pada Jurusan Manajemen Perbankan, kemudian melanjutkan studi Pasca Sarjana (S2) di Universitas Muhammadiyah Makassar dalam Program Magister Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Sumber Daya Manusia (MSDM).

Selain itu, penulis telah menyelesaikan berbagai program sertifikasi internasional, termasuk Certified Hotel Educator (CHE) dari American Hotel & Lodging Educational Institute (AHLEI) dan mendapatkan sertifikat CAE (Certificate Adult Educator) dalam Teaching Training Courses, SVEB Training di Schweizerische Hotelfachschule Luzern, Switzerland. Dengan latar belakang akademis dan pengalaman praktis yang kuat, penulis aktif mengajar dan terus mengembangkan kurikulum yang berfokus pada keahlian praktis di bidang kuliner, serta berperan sebagai mentor bagi mahasiswa dalam industri pariwisata dan kuliner.

Penulis Bagian 6



Antonietta Gizela Dethan, S.Pd., M.Par

Penulis merupakan Dosen Program Studi S1 Pariwisata di Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Wira Bhakti, Denpasar, Bali. Keturunan Rote Jawa yang lahir di kota kecil identik dengan sebutan “Bumi Bung Karno” dan juga “Kota Proklamator/Patria” yaitu Kota Blitar, Jawa Timur.

Menyelesaikan Program Sarjana (S1) Pendidikan Bahasa Jerman di Universitas Negeri Malang dan lulus tahun 2017. Ketertarikan dan keingintahuan tentang Bahasa Asing serta Pariwisata membuatnya melanjutkan studi Magister (S2) tahun 2018 di Universitas Udayana Prodi Kajian Pariwisata, lulus di bulan Juli 2020. Selain aktif melakukan Tri Dharma Perguruan Tinggi di STISPOL Wira Bhakti, sejak 2020 hingga sekarang, penulis juga mengajar Bahasa Jerman level A1 – A2 serta untuk pekerja di sektor pariwisata seperti staff Hotel.

Penulis Bagian 7



Dr. Indah Nur Shanty Saleh, S.H., M.Hum

Kota Yogyakarta memberikan makna yang mendalam bagi Penulis. Selain dilahirkan di Yogyakarta, Penulis juga menghabiskan masa kanak-kanak sampai Pendidikan Tinggi di Kota Yogyakarta. Latar belakang tinggal di kota pendidikan sejak lahir memberikan motivasi kuat bagi Penulis untuk menyelesaikan pendidikan hingga jenjang doktoral Ilmu Hukum di Universitas Gadjah Mada. Pada tahun 2000, Penulis menuntaskan Pendidikan Sarjana Strata Satu di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Pendidikan Magister Hukum rampung pada tahun 2004 dari Universitas Gadjah Mada. Tahun 2018 di universitas yang sama

menghasilkan disertasi dengan judul “Perencanaan Ruang Terbuka Publik dalam Perspektif Pengarusutamaan Gender di Kota Yogyakarta. Selain aktif berorganisasi dan berkesenian, sebagai dosen Penulis juga melakukan penelitian dan pengabdian. Sehari-hari, aktivitas Penulis sebagai Dosen Tetap Fakultas Hukum Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta. Selain mengajar pada Program Studi Strata Satu juga mengajar di Program Magister Hukum Universitas Ahmad Dahlan. Penulis telah menghasilkan berbagai karya ilmiah dalam bentuk buku maupun artikel ilmiah. Selain fokus pada penelitian bidang hukum, Penulis juga memiliki ketertarikan pada persoalan lingkungan hidup, pariwisata, perempuan dan anak, budaya serta kearifan lokal.

Penulis Bagian 8



Yusri, S.Sos., M.Si

Lahir di Awerange Kabupaten Barru-Sulawesi Selatan, 05 April 1976. Anak ke tiga dari pasangan **Abd. Karim Supu (Alm)** dan **Halimah (Almh)**. Memulai pendidikan Sekolah Dasar Negeri 133 Takalala, di Kabupaten Soppeng pada tahun 1989, dan Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Takalala-Marioriwawo di Kabupaten Soppeng pada tahun 1992, dan di Sekolah Menengah Tingkat Atas Negeri 5 Marioriwawo di Kabupaten Soppeng dan tamat pada tahun 1995, kemudian melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Negeri yaitu tepatnya di Universitas Hasanuddin Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Diploma Tiga (D3) Ilmu Perpustakaan. Dan dapat menyelesaikannya pada tahun 1998, pada tahun yang sama yaitu tahun 1998, ia melanjutkan pendidikannya di Program Ekstension Ilmu Perpustakaan dan Informasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar, dan ia dapat menyelesaikannya pada tahun 2000, dan pada tahun 2011, suami dari Nirwana dan bapak 3 anak ini (Nur Ulfiah, Muhammad Elbaradie, & Muhammad Aqil Elmubarak) melanjutkan lagi pendidikannya di Program

Pascasarjana (S2) di Universitas Satria Makassar (UNSAT) di Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Ilmu Komunikasi Pendidikan dan ia dapat menyelesaikannya pada Bulan Desember tahun 2013 dan menyanggah gelar Magister Sains “M.Si”. pada tahun 2019 sampai 2025 sebagai Dosen Tetap Yayasan di AMIK Luwuk Banggai, Jabatan Fungsional Terakhir **Lektor 300 Golongan IIIc** pada tahun 2024 dan mendapatkan jabatan struktural sebagai Kepala UPT Perpustakaan.
Email: yusri.acho@gmail.com

Penerbit :

PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Buku Gudang Ilmu, Membaca Solusi
Kebodohan, Menulis Cara Terbaik
Mengikat Ilmu. Everyday New Books

SONPEDIA.COM
PT. Sonpedia Publishing Indonesia

Redaksi :

Jl. Kenali Jaya No 166

Kota Jambi 36129

Tel +6282177858344

Email: sonpediapublishing@gmail.com

Website: www.buku.sonpedia.com