

BUKU  
AJAR

# EKOWISATA



GUNARDI DJOKO WINARNO  
SUGENG PRAYITNO HARIANTO



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT dan salawat serta salam kepada Rasulullah Muhammad SAW. akhirnya buku ajar ini dapat diselesaikan. Berbagai pertimbangan dalam penyusunan buku ini adalah untuk memberikan kemudahan bagi para mahasiswa untuk memahami teori ekowisata dan implementasinya di lapangan. Ekowisata bukan saja digunakan untuk memberikan persepsi baik dalam pemanfaatan sumberdaya wisata, namun untuk melindungi sumberdaya alam agar tetap berfungsi secara berkelanjutan sekaligus juga dapat memberikan kontribusi manfaat untuk kesejahteraan masyarakat.

Indonesia yang kaya akan sumberdaya wisata sangat membutuhkan perhatian dari berbagai pihak terkait agar bekerjasama untuk membangun dan mengembangkannya menjadi destinasi utama di dunia. Pesatnya sektor pembangunan ekowisata dapat diandalkan demi terciptanya bangsa yang besar, makmur secara merata di seluruh tanah air.

Akhir kata penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian buku ajar ini. Semoga bermanfaat.

Bandar Lampung, 2 Desember 2017

Penulis

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	1
DAFTAR ISI.....	2
BAB I. SEJARAH EKOWISATA.....	5
BAB II. DEFINISI.....	12
BAB III. PERENCANAAN EKOWISATA.....	25
BAB IV. DAYA DUKUNG EKOWISATA.....	40
Bab V. MANAJEMEN STAKEHOLDER SEKTOR PARIWISATA.....	61
BAB VI. EKOLABEL WISATA.....	73
BAB VII. MENJADIKAN PRODUK EKOWISATA ANDA BERHARGA.....	107
BAB VIII. MANAJEMEN LAHAN DAN EKOSISTEM (STUDI KASUS).....	115
BAB IX. PEMBANGUNAN DESTINASI EKOWISATA DI INDONESIA.....	122
BAB X. STUDI KASUS DESAIN TAPAK TAMAN NASIOANAL WAY KAMBAS.....	142
BAB XI. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN EKOWISATA.....	155

## DAFTAR TABEL

### Tabel

6.1. Skema ecolabel di industri pariwisata.....	104
6.2. Keuntungan penggunaan ecolabels.....	105
10.1. Analisis tapak di PKG TNWK.....	151

## DAFTAR GAMBAR

### Gambar

5.1. Stakeholders berkaitan dengan enterprise.....	63
6.1. Proses ekolebeling wisata.....	77
8.1. Model manajemen lahan dan ekosistem kawah putih.....	118
9.1. Contoh peta kawasan pariwisata indonesia.....	126

## I. SEJARAH EKOWISATA

Kompetensi : Mahasiswa dapat memahami sejarah ekowisata dan konsepnya.

Pariwisata pada awalnya adalah mengadakan perjalanan disebut travel atau tourism. Pada zaman Yunani kuno (600 SM sampai dengan 200 M) perjalanan dilakukan oleh para ahli fikir dan guru dari satu tempat ke tempat lain seperti Socrates, Xenophon dan lainnya. Sedangkan di dunia Timur oleh para guru agama. Di zaman Alexandria Agung (30 M sampai 200 M) perjalanan dilakukan oleh tentara, pahlawan petualang jauh melampaui batas Negara. Di zaman kebangkitan Islam perjalanan dipelopori oleh kaum sufi, ahli agama, kiai dan para haji dalam masalah hidup dunia akhirat sampai ke Afrika Utara, Semenanjung Gibraltar dan Eropa.

Baru dipertengah abad yang lalu dengan adanya kereta api di Eropa (Inggris) perjalanan ini mempunyai bentuk dengan lahirnya biro perjalanan oleh Thomas Cook, kemudian dinamakan pariwisata. Di Indonesia dimulai dengan kegiatan KPM (Koninklijke Paketwaart Maatschappij).

Sebelum perang dunia II di Eropa lalu lintas barang dan manusia melintasi perbatasan negara sudah mulai ramai. Setelah perang dunia II di Eropa banyak negara-negara hancur. Di Asia banyak negara muda lahir dan merdeka, membutuhkan pembangunan ekonomi, perdagangan, hubungan internasional, dan pariwisata. Pariwisata sebagai sarana saling pengertian, persahabatan, perbaikan ekonomi, penghasil devisa, pemupuk rasa solidaritas, cinta tanah air dan bangsa.

Suatu gejala yang dipelajari dan dihubung-hubungkan dengan gejala lain dalam suatu penelitian pariwisata melahirkan hipotesis, penemuan yang kemudian didemonstrasikan bahwa pariwisata adalah suatu ilmu. Penelitian dilakukan dalam hal-hal tujuan, ruang lingkup, fenomena, efek, akibat, anatomi, tempat dalam peraturan niaga dan dampak

pariwisata dalam kehidupan masyarakat, lingkungan kini dan masa datang.

Hector Ceballos-Lascurain melontarkan istilah 'ecotourism' pada Juli 1983, ketika dia menjabat sebagai Direktur Umum Standar dan Teknologi SEDUE (the Mexican Ministry of Urban Development and Ecology) dan Presiden donatur PRONATURA (an influential Mexican conservationist NGO). PRONATURA adalah penggagas konservasi lahan basah di Yucatan Utara sebagai tempat perkembangbiakan dan habitat bagi American Flamenco. Sumber Conservation



Ekowisata, wisata yang bertanggungjawab, wisata hutan, dan pembangunan berkelanjutan telah menjadi konsep umum sejak tahun 1980 an dan ekowisata menjadi perdebatan yang berkembang dengan pesat di semua sector industri wisata. Munculnya sebuah persepsi wisatawan yang semakin populer agar peduli terhadap lingkungan semakin meningkat dengan adanya keinginan untuk menjelajahi lingkungan alami. Suatu saat menjadi tantangan sebagai penegasan identitas social, pendidikan, dan mendatangkan pendapatan yang dapat digunakan sebagai perlindungan Hutan Hujan Tropis Amazon atau Karang Karibbean secara terus menerus.

Sejarah ekowisata dimulai dari tahun 1950an. Sebelumnya konsep ini tidak dipertimbangkan secara meluas atau dipahami. Dalam sejarahnya, eksistensi ekowisata sedikit berbeda bentuk terutama dalam mencapai pemikiran yang sama akan perjalanan ekowisata itu sendiri.

Ekowisata diawali di Afrika tahun 1950 an dengan adanya legalisasi perburuan (Miller, 2007). Kebutuhan ekowisata ini untuk mengalihkan

rekreasi berburu di zona pertama dengan maksud melindungi taman nasional. Pada tahun 1980 an konsep ekowisata menjadi berkembang luas dan terus mejadi bahan pelajaran.

Deklarasi Quebec secara spesifik menyebutkan bahwa ekowisata merupakan suatu bentuk wisata yang mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan yang membedakannya dengan bentuk wisata lain.

### **Ekowisata sebagai falsafah pelajaran**

Mengapa seseorang melakukan perjalanan, apa yang dicari ? Para ekowisatawan mempunyai motif tersendiri dan jika ada yang ideal maka mereka adalah turis yang sadar lingkungan. Mereka senang dengan pengalamannya tetapi tidak merusak apa yang dialaminya. Jelasnya ekoturs ideal ingin menapaki bumi dengan ringan kaki, dengan harapan mendapatkan kesenangan untuk mendapatkan hak istimewa seperti menikmati hutan belantara asli, berkomunikasi dengan penduduk asli yang belum terjamah pengaruh luar.

Ekowisatawanm dapat disebut industri gerakan konsumen. Jadi konsumen yang berpengetahuan luas menentukan pilihannya sendiri dan mencari operator yang bisa memenuhi kebutuhannya. Ada beberapa tour operator yang atas permintaan kliennya menuntut agar mereka tinggal di rumah penduduk setempat yang dikelola Lembaga Swadaya Masyarakat. Negara Australia yang sudah lama memiliki sistem akreditasi untuk para tour operator berdasarkan kriteria hijau, akreditasi bisa menghasilkan uang dan tercermin dalam informasi yang dikeluarkan oleh industri ini. Bila tidak memahami para ekowisatawan maka hal ini merupaka suatu kesalahan.

### **Kerangka Dasar**

Ekowisatawa dalam teori dan prakteknya tumbuh dari kritik terhadap pariwisata masal yang dipandang merusak terhadap landasan sumberdayanya yaitu lingkungan dan kebudayaan. Kritik ini melahirkan berbagai istilah baru antara lain adalah pariwisata

alternatif, pariwisata yang bertanggungjawab, pariwisata berbasis komunitas, dan ekowisatawanm. Alasan umum penggunaan konsep ini adalah karena dapat menggambarkan pariwisata yang termasuk :

1. Bukan pariwisata berskala besar.
2. Mengikuti prinsip berkelanjutan.
3. Mempererat hubungan antar bangsa.

Diantara konsep tersebut maka ekowisatawanm dianggap paling populer. Sebagian karena bisa mengaitkan kebutuhan-kebutuhan dari gerakan lingkungan yang mencari cara-cara dan alat untuk menterjemahkan prinsip-prinsip ekologi ke dalam praktek pengelolaan berkelanjutan, dengan tren pasar baru seperti perjalanan petualangan, dan gaya hidup kembali ke alam. Karena itu gerakan lingkungan menganggap konsep pariwisata ini sebagai suatu instrumen konservasi yang bersifat mandiri karena :

1. Bisa memodali sendiri kegiatan usahanya.
2. Menciptakan suatu alternatif untuk menghadapi eksploitasi sumberdaya alam baik oleh industrinya maupun penduduk setempat.
3. Sarana pendidikan masyarakat dengan memperluas basis gerakannya.

### **Konsep**

Konsep ekowisata muncul pada pertengahan tahun 1980 oleh Ceballos-Lascurain yang mengakui bahwa antara kegiatan wisata dengan lingkungan akan menimbulkan keuntungan dan kerugian. Untuk menghindari kerugian terhadap lingkungan inilah muncul konsep ekowisata. Ekowisata adalah perjalanan wisata pada kawasan alam yang tidak terganggu dan terkontaminasi dengan spesifikasi obyek pendidikan, kekaguman, keindahan terhadap tumbuhan dan satwa liar, budaya yang ada dulu dan sekarang.

Perkembangan selanjutnya adalah menurut Goodwin (1996) yang menyatakan bahwa ekowisata adalah wisata alam yang menimbulkan dampak rendah dengan kontribusi terhadap pemeliharaan spesies dan habitat lainnya, secara langsung berkontribusi terhadap konservasi dan

secara tidak langsung menciptakan pendapatan masyarakat lokal, oleh sebab itu perlindungan terhadap kawasan dunia kehidupan liar merupakan sumber pendapatan. Ekowisata merupakan konsep wisata yang memelihara apresiasi dan pengalaman untuk belajar dari lingkungan alami atau beberapa komponen termasuk budaya di dalamnya. Tampak bahwa keberlanjutan lingkungan alam dan sosial budaya perlu dipromosikan sebagai kegiatan wisata, karena lebih diminati wisatawan dan diperkirakan akan berkembang.

Konsep pariwisata dapat ditinjau dari dua sisi yaitu sisi demand dan supply. Pariwisata dari sisi demand adalah dikelompokkan berdasarkan alasan kunjungan yang meliputi waktu luang, studi wisata dan wisata kesehatan, wisata bisnis, profesional, meeting dan konferensi serta petualang. Pariwisata dari sisi supply adalah transportasi, atraksi, akomodasi, pelayanan, fasilitas, informasi, promosi, sosial budaya, daya dukung, distinasi, dampak fisik lingkungan, kebijakan dan kelembagaan.

Sementara itu umumnya industri pariwisata memahami ekowisatawanm sebagai satu tren menguntungkan serta satu cara menciptakan citra yang mendukung kesadaran lingkungan. Tentu terdapat banyak green enterpreneures yang berada di garis depan usaha konservasi ini, tetapi mereka pada umumnya belum memahami ekowisatawanm sebagai sesuatu yang lebih dari pada suatu bentuk pariwisata massal yang berdampak kecil terhadap lingkungan. Keadaan tersebut dapat dilihat dari bentuk-bentuk promosi penjualan tiket perjalanan ke kawasan pelestarian alam yang disebut ekowisata. Hal ini terjadi karena ekowisata adalah konsep yang sangat rentan terhadap berbagai interpretasi, tergantung pada siapa yang menginterpretasikan mengapa dan dimana.

Meskipun demikian dari perkembangannya dapat dikatakan beberapa kriteria standar tentang bagaimana seharusnya ekowisatawanm yang telah diterima secara umum yaitu :

1. Melestarikan lingkungan.

2. Secara ekonomis menguntungkan.
3. Memberi manfaat bagi masyarakat sekitar.

Syarat penerapan konsep ekowisata meliputi :

1. Pemanfaatan dan pelestarian lingkungan.
2. Kontribusi ekonomi pada masyarakat lokal.
3. Aspek pembelajaran berkelanjutan.
4. Kawasan terbuka atau kawasan budaya.
5. Dampak negatif minimum (Sekartjakrajini dan Legoh, 2004).

Aturan-aturan itu akan membuat ekowisatawanm lebih dari sekedar satu cara bentuk pengelolaan dan pengembangan pariwisata. Lebih jauh lagi ekowisatawanm digunakan sebagai satu instrumen untuk usaha konservasi ekologis dan ekobudaya serta bentuk pengelolaan sumberdaya alam berkelanjutan, alat pengembangan masyarakat, pengembangan wilayah, usaha hijau dan ekologi sosial terapan.

Ekowisatawan adalah falsafah lingkungan perjalanan, bukan satu desakan sesaat. Sebagian tour operator tentu beranggapan bahwa falsafah ini sebagai satu keanehan pasar yang seharusnya diindahkan bukan demi kepentingannya sendiri, tetapi jika tidak, maka dia akan kalah dengan pesaing yang melakukannya. Namun hal ini seharusnya berarti juga bagi para pencetus kebijakan nasional serta pelaku upaya konservasi. Mereka seharusnya tidak melihat para ekowisatawan hanya sebagai konsumen, melainkan sebagai mitra yang mendukung upaya konservasi dengan melakukan berbagai pilihan-pilihan kegiatan yang dapat menunjang upaya pelestarian alam dan pemberdayaan masyarakat.

Ekowisata membutuhkan perencanaan yang baik dan benar, komprehensif lintas sektora, terpadu. Jika ini berhasil maka ekowisata dapat menjadi pemicu dan landasan untuk sistem pembangunan kawasan, daerah dan wilayah secara terpadu.

Dalam perencanaan ekowisatawanm bukan satu ilmu yang pasti tetapi suatu wacana koservasi dan pemberdayaan masyarakat berdasarkan pada konsesus yang optimal. Bagaimana menggunakan ekowisatawanm adalah seni membangun konsesus ini. Kemudian konsesus ini hendaknya didasari pada persamaan hak, dan kekuatan tawar-menawar yang setara yang tidak mungkin diperoleh tanpa keadilan dalam politik, yang pada gilirannya tidak mungkin diperoleh jika komunits politik regional yang lebih besar tidak mendukung agenda kerja konservasi. Karena itu perencanaan regional merupakan satu keharusan dengan prioritas yang jelas melibatkan semua stake holders sehingga dicapai kesepakatan atas cara terbaik menerapkan upaya konservasi ini.

#### **Sumber bacaan :**

Aoyama, G. 2000. Studi Awal Pengembangan Eco-Tourism di Kawasan Konservasi di Indonesia. JICA, Dirjen PHKA dan RAKATA. Jakarta.

Conservation [http://www.youtube.com/watch?v=WOWV4LD\\_Amc](http://www.youtube.com/watch?v=WOWV4LD_Amc).

Goodwin, H. 1996. In Pursuit of Ecotourism. Biodiversty and Conservation.

Pendit, N.S. 1999. Ilmu Pariwisata : Sebuah Pengantar Perdana. PT. Pradnya Paramita. Jakarta.

Sekartjkrarini, S., dan N.K. Legoh. 2004. Rencana Strategis Ekowisata Nasional. Jakarta Pusat. Kantor Menteri Negara Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia. Jakarta.

Evaluasi :

Bagaimana sejarah ekowisata, falsafah dan konsepnya ?

## BAB II. DEFINISI

Kompetensi : Mahasiswa memahami definisi wisata, ekowisata dan wisatawan berdasarkan UU, pakar dan praktisi.

### A. Wisata, Wisatawan dan Ekowisata

Definisi wisata, wisatawan dan ekowisata sangat penting diketahui sebagai pondasi dalam pemahaman ilmu ekowisata. Beberapa pakar wisata telah mengungkapkan definisi tersebut sesuai dengan pemahaman dan pengalamannya dari waktu ke waktu dan tampak adanya perbedaan seperti tujuan marketing, kelestarian, integrasi, pembangunan berkelanjutan, kepedulian pada masyarakat dan minimal dampak negative terhadap lingkungan. Beberapa definisi wisata dari berbagai sumber adalah sebagai berikut :

1. Menurut Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu tertentu. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan Pengusaha.
2. Menurut Gun (1994:4) wisata didefinisikan sebagai *encompassing all travel with the exception of commuting*. Definisi ini sangat luas dan dibutuhkan dari sudut pandang perencanaan wisata, walaupun tidak disepakati dari sudut pandang lainnya.
3. World Tourism Organization (WTO), wisata adalah aktivitas perjalanan menuju dan tinggal di suatu tempat di luar lingkungan

rutinnya untuk *leisure*, bisnis dan tujuan lainnya. Pandangan ini secara konsep menunjukkan perpindahan sementara menuju destinasi di luar aktivitas dan lingkungan normalnya. Secara teknis definisi ini diformulasikan untuk berbagai tujuan termasuk perjalanan khusus yang berhubungan dengan tujuan, waktu dan kriteria jarak (Medlik, 2003:vii).

4. Menurut Cooper et al. (1996:8-9) wisata dipandang dari sisi permintaan adalah aktivitas perjalanan menuju dan tinggal di luar lingkungan tempat tinggalnya selama tidak lebih dari 1 tahun berurutan untuk *leisure*, bisnis, dan tujuan lainnya. Dipandang dari sisi penawaran, definisi wisata didekati dari dua hal yaitu secara konsep dan teknis. Secara konsep bahwa industri wisata terdiri perusahaan, organisasi dan fasilitas yang secara intensif melayani kebutuhan khusus dan keinginan wisatawan. Problem utama secara teknis adalah adanya spektrum bisnis wisata mulai dari siapa yang melayani wisatawan sampai pada penduduk lokal dan pasar lainnya.

Menurut Avenzora (2008: 3-4) menyatakan bahwa determinan yang sangat mempengaruhi berbagai aspek di dalam wisata adalah waktu dan ruang. Pemahaman wisata dari variabel waktu analisisnya diarahkan pada pemanfaatan waktu setiap individu atau populasi. Pola pemanfaatan waktu untuk setiap individu dibedakan menjadi 3 kelompok yaitu :

1. *Existence time* : waktu yang digunakan manusia untuk memenuhi kebutuhan dasar harian mereka seperti makan, tidur, mandi dan istirahat.
2. *Subsistence time* : waktu yang digunakan untuk melaksanakan aktivitas guna terpenuhinya kebutuhan dasar.
3. *Leisure time* : waktu dimana mereka bebas melakukan aktivitas lain setelah dua kebutuhan 1 dan 2 terpenuhi. Pemahaman *leisure time* diperlukan 2 hal yaitu pola dan pola aktivitas dalam *leisure time*. Pola untuk mengukur kebutuhan dan peluang rekreasi oleh individu. Pola aktivitasnya menggambarkan tingkat partisipasi aktif yang dilakukan individu dalam memanfaatkan waktu luang.

Adapun ruang yang dimaksud adalah sumberdaya rekreasi dengan batas-batas tertentu yang mengandung elemen-elemen ruang yang dapat menarik minat untuk rekreasi, menampung kegiatan rekreasi dan memberikan kepuasan. Adapun ruang ini termasuk dalam aspek suplay yang dapat dipahami melalui pengertian tentang :

1. Apa dan berapa banyak dapat diberikan.
2. Kapan dapat diberikan.
3. Kepada siapa dapat diberikan.

Kaitan waktu luang dengan rekreasi adalah rekreasi dilakukan di dalam waktu luang. Secara umum terdapat 5 karakteristik rekreasi :

1. Harus dilaksanakan dalam waktu luang.
2. Sukarela.
3. Menyenangkan.
4. Tidak terikat aturan tertentu.
5. Tidak untuk mencari nafkah.

Salah satu komponen lain yang penting di dalam kajian wisata adalah wisatawan. Menurut Instruksi Presiden RI No. 9 Tahun 1969 wisatawan adalah setiap orang yang bepergian dari tempat tinggalnya untuk berkunjung ke tempat lain dengan menikmati perjalanan dan kunjungan itu. Definisi ini ada kejanggalan karena tidak semua wisatawan pulang dengan perasaan puas, karena kondisi destinasi tidak seperti yang diharapkan. Menurut Undang Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.

Salah satu definisi yang telah diterima oleh banyak negara ialah definisi *UN Convention Concerning Customs Facilities for Touring* yang ditetapkan tahun 1954 bahwa wisatawan ialah setiap orang yang datang di suatu negara karena alasan yang sah kecuali untuk berimigrasi dan yang tinggal setidaknya-tidaknnya selama 24 jam dan selama-lamanya 6 bulan dalam tahun yang sama. (Soekadijo:15). Kalau disimak lebih teliti terbukti ada inkonsistensi misalnya batas waktu 24 jam menimbulkan kesulitan saat datangnya pengunjung dengan kapal pesiar yang tinggal kurang dari 24 jam. Disamping itu

banyak orang mengadakan perjalanan wisata berangkat pagi dan pulang sore atau malam harinya yang kurang dari 24 jam.

Inskeep (1991:18-19) menjelaskan bahwa walaupun tidak ada definisi wisatawan internasional yang diterima oleh semua pihak secara luas, namun UN Conference on International Travel and Tourism tahun 1963 menyatakan bahwa pengunjung adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara dengan berbagai alasan kecuali untuk bekerja. Terminologi pengunjung dibedakan menjadi dua yaitu :

1. Wisatawan (*tourists*) : pengunjung yang tinggal di suatu negara yang dikunjunginya paling sedikit 24 jam untuk tujuan : *leisure* (rekreasi, liburan, kesehatan, keagamaan, dan olah raga), bisnis, keluarga, *mission* dan *meeting*.
2. *Excursionists* : pengunjung temporal yang tinggal kurang dari 24 jam di destinasi dan tidak menginap.

Kemudian WTO menambahkan bahwa tujuan perjalanan wisata termasuk untuk konferensi dan konvensi, mengunjungi teman, studi, dan tujuan lain yang terkait. Definisi ini sangat konsisten dan komprehensif untuk perencanaan dan pembangunan wisata, karena fasilitas dan pelayanan dibutuhkan untuk mendukung *non-holiday and holiday tourists*.

Wisatawan yang berkunjung ke suatu destinasi mempunyai karakter atau tipe yang berbeda-beda dalam melakukan aktivitasnya. Untuk memahami tipologi wisatawan, Avenzora, (2008:6) telah merangkum tipe dasar wisatawan sebagai berikut :

1. *Venture-someness* : wisatawan yang melakukan eksplorasi dan penelitian serta cenderung menjadi pioner dalam perjalanan ke suatu destinasi.
2. *Pleasure-seeking* : wisatawan ini cenderung menginginkan kemewahan dalam pelayanan, akomodasi dan semua aspek selama di dalam perjalanannya.
3. *Impassivity* : wisatawan yang tanpa perencanaan detil dan segera melakukan perjalanannya.
4. *Self-confidence* : wisatawan yang berbeda dalam memilih destinasinya sebagai refleksi dari rasa percaya diri yang tinggi.

5. *Planfulness* : wisatawan dengan perencanaan yang sangat baik, tetapi lebih pada program paket-paket wisata.
6. *Masculinity* : wisatawan yang berorientasi pada aksi-aksi outdoors dan cara-cara sangat tradisional.
7. *Intellectualism* : wisatawan membayar cukup untuk atensinya pada aspek-aspek sejarah dan budaya di destinasi.
8. *People orientation* : orientasi wisatawan untuk dekat dengan masyarakat yang mereka kunjungi.

## **B. Teori Ekowisata**

Menurut pendapat beberapa penulis, tempat atau produk ekowisata bersifat alami atau relatif masih asli ataupun tidak tercemar (Boo 1990: 54; TES 1993:7; Gun 1994:92, Ceballos-Lascurain 1996:20; Indecon 1996; Betton 1998:1; Buckley 2009:2). Perdebatan ini penting untuk diketahui mengingat hal tersebut sangat menentukan apakah suatu wisata dapat dikatakan ekowisata atau bukan. Beberapa definisi ekowisata sebagai berikut :

1. Menurut pendapat Boo (1990:54) mendefinisikan ekowisata adalah perjalanan ke kawasan alam yang relatif masih asli dan tidak tercemar dengan minat khusus untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan, tumbuhan, satwa liar dan budaya.
2. *The Ecotourism Society* (1993:7) mendefinisikan ekowisata sebagai penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggung jawab ke tempat-tempat alami, yang mendukung upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.
3. Menurut Gunn (1994:92) walaupun belum ada definisi dari ekowisata yang diterima secara universal namun terdapat interpretasi secara umum, yaitu sebagai volume pengunjung yang terbatas mengunjungi daerah yang masih alami untuk mendapatkan pelajaran pengalaman baru, juga lebih menekankan pada kebutuhan perencanaan terpadu untuk keseimbangan antara perlindungan sumberdaya alam dan kebutuhan pengunjung.

4. Ceballos-Lascurain (1996:20) berpendapat ekowisata adalah perjalanan yang bertanggung jawab ke tempat-tempat alami yang relatif belum terganggu dan terpolusi, dengan tujuan spesifik untuk belajar, mengagumi dan menikmati pemandangan alam dengan tumbuhan dan satwa liar serta budaya yang ada di tempat tersebut.
5. Indonesian Ecotourism Network (1996:1) ditinjau dari segi pengelolaannya, ekowisata dapat didefinisikan sebagai penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggung jawab di tempat-tempat alami dan/atau daerah-daerah yang dibuat berdasarkan kaidah alam, yang secara ekonomi berkelanjutan, dan mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.
6. Betton (1998:1) menyatakan unsur-unsur utama dari pengertian ekowisata adalah alami, pendidikan dan interpretasi serta pengelolaan yang berkelanjutan.
7. Buckley (2009:2) menyebutkan bahwa komponen utama ekowisata adalah : produknya berbasis alam, manajemen minimal-dampak, pendidikan lingkungan, kontribusi pada konservasi.

Beberapa penulis mendefinisikan ekowisata tanpa menyebutkan persyaratan tempat yang masih alami. Pendapat tersebut diantaranya dikemukakan oleh :

1. Masyarakat Ekowisata Internasional mengartikan ekowisata sebagai perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal (*The International Ecotourism Society, 2000*). Dari definisi ini ekowisata dilihat dari tiga perspektif :
  - a. Sebagai produk, merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam.
  - b. Sebagai pasar, merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan.
  - c. Sebagai pendekatan pengembangan, merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan.

2. Menurut IUCN (*International Union for Conservation of Nature and Natural Resources*), ekowisata adalah perjalanan dan kunjungan yang bertanggungjawab terhadap lingkungan yang relatif tidak mengganggu kawasan alam dalam hal menikmati alam, studi, dan apresiasi alam termasuk aspek budayanya, untuk menunjang konservasi, yang semua aktivitas pengunjung berdampak negatif rendah dan mendukung kesejahteraan masyarakat sekitar (Ceballos-Lascurain, 1996:20).
3. Menurut Damanik dan Webber (2006: 37) pemahaman ekowisata merupakan salah satu bentuk kegiatan wisata khusus, yang menjadikannya sering diposisikan sebagai lawan dari wisata massal.
4. Western (1993: 7) menyatakan bahwa ekowisata adalah hal tentang menciptakan dan memuaskan suatu keinginan akan alam, tentang mengeksploitasi potensi wisata untuk konservasi dan pembangunan serta mencegah dampak negatif terhadap ekologi, kebudayaan dan keindahan.

Berdasarkan 85 batasan pengertian ekowisata yang dikaji oleh Fennell (2002:15) – yang dikembangkan sampai dengan tahun 1999 oleh para pakar, pemerhati dan organisasi, bermunculan secara berulang sejumlah kata-kata sama, yaitu merujuk pada : (1) tempat dimana ekowisata diselenggarakan (62,4%); (2) konservasi (61,2%); (3) budaya (50,6%); (4) manfaat untuk masyarakat setempat (48,2%); (5) pendidikan (41,2%); keberlanjutan (25,9%); dan (6) dampak (25%).

Perdebatan tentang kata “alami” atau tidak alami atau “artifisial” merupakan hak masing-masing orang atau kelompok, karena mempunyai tujuan masing-masing dalam memberikan definisi ekowisata. Ceballos-Lascurain (1995:12) menekankan bahwa ekowisata hendaknya tidak dibatasi pada kawasan-kawasan yang dilindungi. Memajukan ekowisata di kawasan alami yang tidak berstatus dilindungi dapat mendorong tindakan penduduk setempat akan lebih efektif dalam melindungi kawasan alami dan sumberdaya di lingkungan mereka atas dasar kepentingan bersama.

Western (1995:7) menyatakan bahwa dasar pengembangan ekowisata terletak pada wisata alam dan wisata ruang terbuka. Para pengunjung yang beramai-ramai datang ke Yellowstone dan Yosemite seabad yang lalu adalah ekowisatawan pemula. Wisata-wisata khusus safari, pengamatan burung, mengendarai unta, jalur-jalur alami terpadu dan lainnya terus semakin meluas. Kelompok kecil yang sedang tumbuh inilah yang kemudian disebut dengan ekowisata.

Avenzora (2008:14) menyatakan bahwa secara menyeluruh ekowisata dipandang sebagai prinsip. Secara esensial gagasan ekowisata haruslah : (1) dipandang sebagai prinsip atau bahkan roh dan jiwa bagi apapun bentuk kepariwisataan, (2) bersifat implementatif dan tidak hanya bersifat retorika belaka, dan (3) haruslah diterima sebagai *obligatorily task* bagi setiap *tourism stake holders*. Akhirnya Avenzora (2008: 13) memberikan beberapa pertimbangan dalam mengevaluasi kesempurnaan definisi tersebut sebagai berikut :

1. Dalam setiap perjalanan wisata terdapat 5 tahap yang tidak terpisahkan yaitu : perencanaan, perjalanan, kegiatan di destinasi, perjalanan pulang dan tahap relokasi. Kepuasan di destinasi hanya menyumbang 30 % dari kepuasan total. Dengan demikian maka pendefinisian suatu konsep ekowisata menjadi tidak sempurna jika hanya di fokuskan pada area tujuan wisata.
2. Konsep kelestarian mensyaratkan setiap sektor pembangunan termasuk ekowisata memelihara 3 pilar yaitu ekologi, sosial budaya dan ekonomi. Sejalan dengan 5 tahapan diatas maka ketiga pilar tersebut haruslah juga dipelihara pada setiap kesatuan ruang yang digunakan untuk terselenggaranya setiap tahapan tersebut. Untuk itu perlu memasukan konsep *regional development* dalam mengintegrasikan kesatuan ruang tersebut. Dengan demikian pendefinisian ekowisata yang hanya terfokus pada area tujuan wisata dapat dikatakan tidak adil.
3. Sesungguhnya tidak ada satu perjalanan wisatapun yang bisa melepaskan diri dari modernisasi produk secara totalitas.

Pendefinisian ekowisata yang berorientasi pada kealamiah sumberdaya dan lokasi dapat dikatakan ambigu.

4. Para wisatawan memaksimalkan kepuasan dengan mengkonsumsi beragam jasa yang dapat mereka akses. Dengan demikian maka pembatasan bentuk aktivitas wisata dalam pendefinisian ekowisata adalah di luar kenyataan.

Berbagai definisi ekowisata mengandung prinsip penting dalam pelaksanaannya. Prinsip ekowisata menurut Indonesian Ecotourism Network (1996:1) menekankan tiga prinsip dasar yaitu :

1. Prinsip konservasi, pengembangan ekowisata harus mampu memelihara, melindungi dan/atau berkontribusi untuk memperbaiki sumberdaya alam.
2. Prinsip partisipasi masyarakat, pengembangan ekowisata harus didasarkan atas musyawarah dan persetujuan masyarakat setempat serta peka dan menghormati nilai-nilai sosial budaya dan tradisi keagamaan yang dianut masyarakat di sekitar kawasan.
3. Prinsip ekonomi, pengembangan ekowisata harus mampu memberikan manfaat untuk masyarakat, khususnya masyarakat setempat, dan menjadi penggerak pembangunan ekonomi di wilayahnya untuk memastikan bahwa daerah yang masih alami dapat mengembangkan pembangunan yang berimbang (*balanced development*) antara kebutuhan pelestarian lingkungan dan kepentingan semua pihak.

Sedangkan dalam penerapan ekowisata dapat mencerminkan dua prinsip, yaitu :

1. Prinsip edukasi, pengembangan ekowisata harus mengandung unsur pendidikan untuk mengubah sikap atau perilaku seseorang menjadi memiliki kepedulian, tanggungjawab dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.
2. Prinsip wisata, pengembangan ekowisata harus dapat memberikan kepuasan dan memberikan pengalaman yang orisinal kepada pengunjung, serta memastikan usaha ekowisata dapat berkelanjutan.

Berdasarkan definisi dan prinsip ekowisata, maka supaya lebih mudah dipahami apa itu ekowisata, Fennel (2002:15) menyatakan bahwa pemahaman ekowisata pada hakekatnya, partisipasi dan belajar berdasar pengalaman yang prinsipnya terfokus pada sejarah alamiah suatu daerah, sepanjang mengutamakan hubungan antara manusia dan alam. Hal ini bertujuan untuk pembangunan berkelanjutan (konservasi dan kehidupan manusia) melalui tingkah laku program dan model pengembangan pariwisata yang beretika.

Libosada (1998: 9) menyatakan bahwa konsep ekowisata dapat diterapkan pada setiap lembaga atau individu di dalam industri wisata, mulai dari usaha perjalanan sampai dengan operator resort. Pada setiap pembangunan, dampak terhadap lingkungan harus dipertimbangkan jika pembangunan tersebut tidak akan gagal. Lingkungan adalah aset utama dari wisata, oleh sebab itu diperlukan usaha-usaha untuk menjamin minimalnya dampak pada lingkungan.

Akhirnya Avenzora *et al.*, (2013:561) menyimpulkan bahwa dalam berbagai konteks, terminology ekowisata hendaknya bukan hanya dimaknai sebagai suatu kegiatan wisata di destinasi alam, *untouched* dan *remote* saja, namun harus dimaknai sebagai roh dan jiwa dari setiap bentuk kegiatan wisata yang diwujudkan dalam bentuk menegakan 7 pilar utama – yang terdiri dari (a) pilar ekologi, (b) pilar sosial budaya, (c) pilar ekonomi, (d) pilar pengalaman, (e) pilar kepuasan, (f) kenangan dan (g) pilar pendidikan pada semua wilayah yang bersentuhan dan diakses oleh wisatawan untuk mendapatkan kepuasan optimum dalam berwisata, baik pada tahapan perencanaan, perjalanan menuju destinasi, kegiatan didestinas, perjalanan pulang, maupun tahapan rekoleksi.

Evaluasi :

Jelaskan definisi wisata, ekowisata berdasarkan UU dan pakar serta praktisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Avenzora R. 2008a. *Ecotourism: Evaluasi Tentang Konsep*. Di dalam: Avenzora R, editor. *Ekoturisme Teori dan Praktek*. Aceh (ID): BRR NAD-Nias.
- Avenzora R. 2008b. *Penilaian Potensi Objek Wisata: Aspek dan Indikator Penilaian*. Di dalam: Avenzora R, editor. *Ekoturisme Teori dan Praktek*. Aceh (ID): BRR NAD-Nias.
- Beeton, S. 2000. *Ecotourism : A Practical Guide for Rural Communities*. Australia (AU): Landlinks Press.
- Boo E. 1990. *Ecotourism : the Potensials and Pitfalls*. WWF America Serikat (US): Washington DC.
- Buckley. 2009. *Ecotourism : Principles and Practices*. United Kingdom (GB) : Cambridge University Press.
- Ceballos-Lascurain H. 1996. *Tourism, Ecotourism, and Protected Areas*. Gland, Switzerland: IUCN.
- Cooper CJ, Fletcher D, Gilbert and Wanhill S. 1996. *Tourism : Principles and Practice*. England (GB): Longman Group Limited.
- Damanik J dan Weber HF. 2006. *Perencanaan Ekowisata*. Yogyakarta (ID): Andi Offset.
- Douglass, R.W. 1982. *Forest Recreation*. New York (US): Pergamon Press.
- Fennel DA. 2002. *Ecotourism Programme Planning*. England (GB): Cromwell, Trowbridge.
- Gunn CA. 1994. *Tourism Planning: Basics, Consept, Cases*. New York (US): Crane-Russah.
- Indecon. 1996. *Hasil Simposium Ekowisata*. Gadog. Bogor (ID).
- Inskeep E. 1991. *Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach*. New York (US): Van Nostrand Reinhold.

- Jenkins JM and Pigram JJ. 2003. *Encyclopedia of Leisure and Outdoor Recreation* [Editorial]. London (UK) and New York (US): Routledge.
- Libosada Jr CM. 1998. *Ecotourism in The Philippines*. Philippines: Geba Printing.
- Medlik S. 2003. *Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality*. Great Britain (GB): Butterworth-Heinemann.
- Neil J dan Wearing S. 2000. *Ecotourism : Impacts, Potentials, and Possibilities*. London (GB): Butterworth Heinemann.
- Pigram JJ and Jenkins JM. 1999. *Outdoor Recreation Management*. London (UK) and New York (US): Routledge.
- Rahardjo TS. 2000. *Konsep Dasar Pengembangan Wisata Alam di Zona Pemanfaatan Taman Nasional Bali Barat*. Lokakarya Pengembangan Ecotourism di Taman Nasional. Bogor (ID): Direktorat PWAHK.
- Ross GF. 1998. *Psikologi Pariwisata*. Jakarta (ID) : Yayasan Obor Indonesia.
- Soekadijo RG. *Anatomi Pariwisata. Memahami Pariwisata sebagai Systemic Linkage*. Jakarta (ID): PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sunaryo B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta (ID): Penerbit Gava Media.
- The Ecotourism Society. 1993. *Ecotourism : A Guide for Planners and Managers*. North Bennington (US): The Ecotourism Society.
- UNEP-WCMC, 2010. UNEP-WCMC Species Database: CITES-Listed Species.<http://www.cites.org/eng/resources/species.html> (10 Juni 2013).
- Wearing S, and Neil J. 2000. *Ecotourism : Impacts, Potentials, and Possibilities*. Second Edition.

Western D.1993. *Memberi Batasan tentang Ekoturisme*. Di dalam *Ekoturisme :Petunjuk untuk Perencana dan Pengelola*. North Bennington (US): The Ecotourism Society.

World Tourism Organization. 1992. *National and Regional Tourism Planning : Methodologies and Case Studies*. London (GB) and New York (US): Routledge.

### **BAB III. PERENCANAAN**

Kompetensi : mahasiswa dapat memahami perencanaan ekowisata dimulai dari konsep perencanaan.

#### **Definisi**

Beberapa definisi perencanaan menurut para pakar perencanaan adalah sebagai berikut :

1. Perencanaan adalah fokus pada antisipasi dan regulasi perubahan dalam sebuah sistem untuk pembangunan seperti peningkatan keuntungan sosial, ekonomi dan lingkungan (Laws, 1995).
2. Planning, so that goals are set out and the means of achieving the goals are recognized (McLennan et al. (1987) dalam Page and Dowling (2002).
3. Menurut Chadwick (1971 : 24) dalam (McLennan et al. (1987) dalam Page and Dowling (2002), perencanaan adalah sebuah proses, sebuah proses pekerjaan (thought) manusia dan aksi yang didasari pada pekerjaan tersebut - untuk mada depan- yang mencakup aktivitas manusia.
4. Perencanaan adalah sebuah proses dengan tujuan mengantisipasi, mengatur dan memonitor perubahan yang berkontribusi pada kelestarian dari daerah tujuan wisata dan meningkatkan pengalaman wisatawan dari suatu daerah tujuan wisata (Page, S.J and Dowling R.K. 2002 : 196).
5. Avenzora (2003) secara sederhana mendefinisikan tourism planning sebagai keseimbangan permintaan dan penawaran untuk mencapai tujuan yang didesain dengan sentuhan seni tertentu, perasaan, pengetahuan dan pengalaman yang didasarkan pada argument yang rasional.

Tarigan (2008) definisi perencanaan seringkali berbeda antar buku satu dengan lainnya. Hal ini karena adanya perbedaan sudut pandang, perbedaan fokus perhatian dan perbedaan luasnya bidang yang

tercakup dalam perencanaan itu sendiri. Definisi yang sangat sederhana bahwa perencanaan itu adalah menetapkan suatu tujuan dan memilih langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Definisi itu belum menggambarkan suatu perencanaan yang rumit dan luas. Definisi ini hanya cocok untuk perencanaan sederhana yang tujuannya dapat ditetapkan dengan mudah dan tidak terdapat faktor-faktor pembatas yang berarti untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada level berikut perencanaan dapat didefinisikan sebagai menetapkan suatu tujuan yang dapat dicapai setelah memperlihatkan factor-faktor pembatas dalam mencapai tujuan tersebut, memilih serta menetapkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Pada level definisi ini masih masuk kategori perencanaan yang sederhana karena dalam proses perencanaan itu tujuan dapat ditetapkan lebih dahulu dengan tidak terlalu sulit disebabkan factor-faktor pembatasnya bersifat internal. Dalam hal ini perencanaan disusun atas dasar factor-faktor pembatas tersebut.

Pada level berikutnya definisi perencanaan adalah menetapkan suatu tujuan setelah memperhatikan pembatas internal dan pengaruh eksternal, memilih serta menetapkan langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut. Definisi ini masih belum rumit karena baik pembatas internal dan pengaruh eksternal masih dapat diantisipasi sejak awal.

Pada level berikut perencanaan adalah mengetahui dan menganalisis kondisi saat ini, meramalkan perkembangan berbagai faktor *noncontrollable* yang relevan, memperkirakan factor-faktor pembatas, menetapkan tujuan dan sasaran yang diperkirakan dapat dicapai serta mencari langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut.

Para pakar perencanaan menyebutkan arti perencanaan sebagai berikut :

Menurut Friedman perencanaan adalah cara berfikir mengatasi permasalahan sosial dan ekonomi untuk menghasilkan sesuatu di masa depan.

Menurut Conyers dan Hills perencanaan adalah suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan berbagai alternatif penggunaan sumberdaya untuk mencapai tujuan tertentu pada masa yang akan datang.

Berdasarkan definisi ini Arsyad berpendapat ada 4 elemen dasar dalam perencanaan :

1. Merencanakan berarti memilih
2. Perencanaan merupakan alat pengalokasian sumberdaya.
3. Perencanaan merupakan alat untuk mencapai tujuan.
4. Perencanaan berorientasi ke masa depan.

Perencanaan pada dasarnya mencakup dua hal yaitu pertama penentuan pilihan secara sadar mengenai tujuan kongkret yang hendak dicapai dalam jangka waktu tertentu atas dasar nilai yang dimiliki masyarakat yang bersangkutan. Kedua adalah pilihan-pilihan diantara cara-cara alternatif yang efisien serta rasional guna mencapai tujuan tersebut.

Perencanaan dibagi atas dua versi yaitu suatu teknik atau suatu profesi yang membutuhkan keahlian dan versi lain adalah perencanaan adalah kegiatan kolektif yang harus melibatkan seluruh masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung.

Tipe-tipe perencanaan dapat berbeda antar negara. Namun di Indonesia dikenal tipe yaitu top-down dan *bottom-up planning*, vertikal and horizontal planning dan perencanaan yang masyarakat secara langsung dan yang tidak melibatkan masyarakat secara langsung.

Horwich *et al.* (1995) mengusulkan perencanaan ekowisata berbasis masyarakat di pedesaan di masa yang akan datang yaitu :

1. Level pedesaan : semua rencana yang mengikutsertakan sumberdaya lokal harus direncanakan dan ditetapkan pada level desa, walaupun proyek tersebut mempunyai cakupan yang lebih luas.
2. Integrasi lokal : ekowisata yang murni harus mengintegrasikan masyarakat lokal sebagai mitra sejajar dalam disains, pelaksanaan, dan setiap aspek dari proyek yang menggunakan lahan dan sumberdaya yang juga merupakan bagian dari subsistemnya.
3. Kekuatan lokal yang sah dan berskala luas : masyarakat lokal harus berpendidikan, sehingga dapat memberikan arahan mengenai konservasi dan diperkuat dalam hal manajemen dan administrasi pekerjaan jangka panjang.:
4. Penggunaan sumberdaya yang tersedia : sumberdaya lokal yang dapat dimanfaatkan adalah ketrampilan penduduk lokal, buruh, bahan-bahan dari masyarakat lokal dan pusat wisata.
5. Cakupan atas skala yang memadai : rancangan dan pembangunan harus pada skala yang tepat dengan kondisi kehidupan setempat, struktur sosial, pandangan budaya, pola subsistem dan organisasi masyarakat.
6. Kelestarian : bekerja untuk kelestarian jangka panjang
7. Kebutuhan lokal dan konservasi dan berkesinambungan pada usaha-usaha konservasi.
8. Profesionalisme : para biologiwan, antropolog, dan peneliti lain harus ikut merancang dalam studi mereka yang dapat diikuti sertakan pekerjaan-pekerjaan praktis yang berhubungan dengan tanggungjawab dan manfaat konservasi.
9. Dukungan pemerintah : pemerintah dan juga kelompok konservasi nasional harus aktif mendorong masyarakat lokal ke dalam ekowisata.
10. Investor dan operator yang berhati-hati : operator perjalanan yang menawarkan tujuan ekowisata harus bekerja melalui struktur menyeluruh mengetahui kehidupan lokal dan ekologi dan harus memasukan pesan-pesan dalam pekerjaannya.

Perencanaan adalah sebuah proses, sebuah proses pekerjaan (thought) manusia dan aksi yang didasari pada pekerjaan tersebut - untuk masa depan- yang mencakup aktivitas manusia.

Perencanaan adalah sebuah proses dengan tujuan mengantisipasi, mengatur dan memonitor perubahan yang berkontribusi pada kelestarian dari daerah tujuan wisata dan meningkatkan pengalaman wisatawan dari suatu daerah tujuan wisata (Page, S.J and Dowling R.K. 2002 : 196). Hall (1999) dan komentator lainnya mengatakan bahwa perencanaan wisata mengikuti perencanaan regional, dan wisata tidak selalu dilihat sebagai inti dari proses perencanaan.

Proses perencanaan wisata mempunyai tipikal sebagai berikut :

1. Study preparation : seringkali pemerintah telah membuat perencanaan wisata sehingga agar tidak overlapping pembangunan dibutuhkan studi pendahuluan untuk menjamin integrasi pembangunan wisata.
2. Determination of objectives : tujuan utama perencanaan harus teridentifikasi. Pertimbangkan kondisi social budaya dan dampak lingkungan.
3. Survey of all elements : inventarisasi sumberdaya wisata dan fasilitas dan aturan pembangunan.
4. Analysis and synthesis of findings : pengumpulan data dan informasi untuk mendapatkan formulasi perencanaan.
5. Policy and plan formulation : opsi-opsi kebijakan wisata dan formulasi perencanaan perlu dipertimbangkan agar dapat mendukung kepuasan pengunjung, perlindungan lingkungan, dan adanya jaminan keberadaan untuk para pengembang dan investor.
6. Consideration of recommendation : draft perencanaan harus melalui konsultasi umum dan dapat dibaca oleh para peminat wisata untuk dapat dikomentari.
7. The implementation and monitoring of the tourism plan : Seringkali aspek kebijakan dan politik tidak dapat diduga

sehingga perlu adanya antisipasi atau alternative dalam implementasi. Monitoring sangat dibutuhkan setelah implementasi pembangunan wisata dilaksanakan.

8. The periodic review : perlu adanya review untuk mengantisipasi adanya kegagalan.

Dalam perencanaan ekowisata memasukkan aspek perencanaan lingkungan dan wisata. Sebuah perencanaan ekowisata selalu mengidentifikasi atraksi ekowisata utama, disain ekowisata regional, akses transportasi. Perencanaan nasional selalu merekomendasikan pembangunan, disain dan fasilitas standard serta elemen institusional agar implementasinya efektif dan berjalan lancar.

Menurut Avenzora (2003) dalam konteks lingkup perencanaan, maka suatu perencanaan pariwisata dapat dipilah menjadi :

1. Master plan
2. Management plan
3. Site plan
4. Design engineering

Sedangkan secara hirarki suatu perencanaan pariwisata dapat dibedakan menjadi :

1. Nasional plan
2. Regional plan
3. Regional destination plan
4. Single destination plan

Istilah perencanaan digunakan oleh beeton (2000) yaitu di dalam perencanaan bisnis dan perencanaan marketing ekowisata. Struktur dasar dalam perencanaan bisnis dan elemen-elemen yang termasuk di dalamnya meliputi :

1. Bisnis : Bisnis utama, misi, visi, factor kunci sukses, tujuan bisnis, tata waktu, analisis SWOT.
2. Industri : Sumber informasi, asosiasi

3. Pelayanan dan operasional : Pelayanan primer dan sekunder.
4. Perencanaan marketing : Pasar, profile klien, para kompetitor, strategi marketing.
5. Informasi keuangan : Balance sheets, cash-flow dan Break Even Point.
6. Manajemen : Tipe bisnis dan karyawan.

Kata perencanaan digunakan oleh Fennel (2002) dalam bukunya "Ecotourism Programme Planning" dinyatakan bahwa perencanaan meliputi "arranging (menata), charting (merencanakan) a course, designing, preparing and plotting", yang semuanya dipandang untuk masa depan.

Di dalam wisata, aspek perencanaan mencakup (1) pendekatan Boosterism (jika mungkin keuntungan yang setinggi-tingginya), (2) pendekatan ekonomi dalam rangka pembangunan ekonomi (3) pendekatan fisik dan ruang dengan meminimalisir kerusakan lingkungan (4) pendekatan masyarakat dimana wisata sebagai politik dan social yang dibangun melalui kontrol lokal.

Douglas (1982) dalam bukunya Forest Recreation menyebutkan bahwa perencanaan rekreasi hutan adalah penggunaan intelegensi dari sumberdaya hutan dalam menunjang kenyamanan, kesenangan memanfaatkan fasilitas rekreasi dan lokasi wisata pada saat sekarang dan masa depan. Perencanaan yang baik dapat membantu mendeterminasi tipe, kuantitas, lokasi, dan waktu pengembangan rekreasi.

Perencanaan juga dapat menjaga agar tidak terjadi kesalahan dalam system rekreasi dengan menghilangkan kesalahan-kesalahan penggunaan pendanaan, kepentingan sesaat atau ketidakteraturan penataan rekreasi di suatu lokasi. Perencanaan pembangunan juga untuk menghindari bahaya-bahaya bagi pengunjung.

Perencanaan dalam ekowisata menurut Wearing dan Neil (2000) menyebutkan bahwa untuk mendapatkan formulasi dokumen perencanaan harus melalui 7 tahap yaitu

1. Studi pendahuluan.
2. Penentuan tujuan.
3. Survai.
4. Analisis dan sintesis.
5. Formulasi kebijakan dan perencanaan.
6. Rekomendasi.
7. Implementasi dan monitoring.

Tujuan perencanaan untuk ekowisata adalah identifikasi isu-isu utama dimana pembangunan dan manajemen ekowisata seiring kebijakan pembangunan dan program untuk membantu menjalankan industri agar lebih berkelanjutan.

Menurut Gunn (1994) dalam Rose (1984) perencanaan didefinisikan :  
“Planning is a multidimensional activity and seeks to be integrative. It embraces (mencakup) social, economic, political, psychological, anthropological, and technological factors. It is concerned with the past, present and future”.

Perencanaan wisata dilakukan dilakukan dalam 3 skala (Gunn, 1994) :

1. Skala tapak, dilakukan pada tapak dengan luasan tertentu seperti resort, hotel dan taman.
2. Skala tujuan, dimana atraksi atraksi wisata terkait dengan keberadaan masyarakat sekitar, pemerintah daerah, dan sektor swasta yang dilibatkan.
3. Skala wilayah, diarahkan pada tata guna lahan yang terkait sumberdaya alam yang harus dilindungi dan dikembangkan.

Pada perencanaan ekowisata berbasis masyarakat disebutkan bahwa perencanaan masyarakat adalah satu tahap dalam proses pengembangan ekowisata dimana masyarakat difasilitasi untuk

mengenali potensi dan ancaman, cita-cita dan kekhawatirannya, kebutuhan serta rencana aksi dalam pengembangan ekowisata. Tujuan perencanaannya adalah :

1. Menganalisis potensi yang ada di masyarakat dan sekitarnya.
2. Mendesain tahapan pengembangan.
3. Memetakan peran, tanggung jawab serta kontribusi para pihak yang akan terlibat.
4. Mempermudah proses monitoring dan evaluasi pengembangan ekowisata
5. Mengukur kebutuhan sumberdaya yang diperlukan.

Adapun output dari perencanaan masyarakat adalah :

1. Mendapatkan dokumen rencana strategis
2. Rencana kerja jangka pendek, menengah dan panjang.
3. Bangkitnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kelestarian sumberdaya alam.
4. Meningkatnya motivasi masyarakat untuk mengimplementasikan ekowisata pada masa mendatang.

Langkah-langkah perencanaan masyarakat adalah :

1. Proses penjajagan, lokakarya desa diawali dengan membangun penyamaan pemahaman di tataran masyarakat dan fasilitator lain tentang tujuan dan dan perlunya lokakarya desa serta manfaat yang dapat diambil dari pelaksanaannya.
2. Pembentukan panitia, sedapat mungkin untuk menempatkan masyarakat sebagai panitia inti.
3. Pemilihan peserta, perlu dipertimbangkan adanya keterwakilan dari berbagai komponen masyarakat.
4. Penentuan tempat dan lama pelaksanaan, lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan kapasitas tampung yang cukup. Lamanya lokakarya biasanya berlangsung 2-3 hari.
5. Konfirmasi peserta dimaksudkan untuk memastikan kehadiran peserta.

6. Konfirmasi waktu dan tempat untuk memastikan kepastian pelaksanaannya.
7. Menyusun agenda lokakarya.
8. Identifikasi kebutuhan dan biaya.
9. Pembagian peran dan tanggungjawab.

Perencanaan, desain dan pembangunan tapak untuk wisata harus kompatibel serta jika mungkin meningkatkan lanskap lokal (Prosser, 1994).

Ceballos-Lascurain mengungkapkan perencanaan ekowisata pada tingkat regional. Dia menyebutkan bahwa perencanaan regional pada ekowisata ternyata ekosistem alam tidak membutuhkan ikatan politik yang seringkali merugikan. Kehancuran ekosistem di tingkat hulu dapat berpengaruh pada kerusakan di tingkat hilir sungai dimana hulu dan sungai seringkali terbagi menjadi dua wilayah atau negara yang berbeda. Begitupula dengan satwa liar yang melakukan migrasi tiap tahun antar negara.

Suatu perencanaan dapat bersifat menyeluruh seperti yang diungkapkan oleh Wahab (1989). Suatu perencanaan menyeluruh harus mampu menentukan zona dan proyek utama, mempersiapkan sarana dan prasarana yang dibutuhkan diberbagai daerah yang berminat mengembangkan pariwisata. Salah satu tugas yang sangat penting dari seorang perencana yakni memikirkan perkembangan yang diperlukan dimasa datang pada sektor akomodasi wisata agar dapat memenuhi pertambahan lalu lintas wisatawan di negara itu. Oleh karena itu data yang harus dicari adalah :

1. Jumlah perkiraan pengunjung dimasa datang.
2. Rata-rata lama tinggal.
3. Jumlah keseluruhan malam menginap.
4. Ciri-ciri khas musim kedatangan wisatawan.
5. Susunan kelompok wisatawan.

Menurut Sudarto (1999) perencanaan regional secara terpadu pelaksanaannya meliputi :

1. Identifikasi potensi dan dampak dari keuntungan kegiatan ekowisata terhadap kawasan pada saat proses perencanaan.
2. Memanfaatkan pendekatan ekosistem yang mengelola, menafsirkan dan mempromosikan sumberdaya alam dan budaya sebagai satu langkah dalam penggunaan sumberdaya alam secara berkesinambungan.
3. Memberikan kesempatan termasuk di dalamnya pelatihan untuk partisipasi masyarakat di dalam perencanaan kawasan untuk memasukkan unsur sosial dan budaya masyarakat setempat untuk pengembangan ekowisata.
4. Membuat dan menerbitkan panduan-panduan yang berkaitan dengan perencanaan yang sudah disepakati dan memberikan penjelasan kepada operator ekowisata yang potensial.

Proses perencanaan dalam pengembangan ekowisata merupakan tahapan yang penting karena dokumen perencanaan akan dijadikan acuan bagi kegiatan berikutnya. Proses perencanaan pengembangan ekowisata dilaksanakan secara terpadu yang meliputi berbagai kegiatan :

1. Identifikasi potensi dan hambatan
  - a. Daya tarik dan keunikan alam
  - b. Kondisi ekologis/lingkungan
  - c. Kondisi sosekbud
  - d. Peruntukan kawasan
  - e. Sarana dan prasarana
  - f. Potensi pangsa pasar ekowisata
  - g. Pendanaan.
2. Analisis potensi dan hambatan
  - a. Aspek legalitas dan dasar-dasar hukum
  - b. Potensi sumberdaya alam dan keunikannya
  - c. Analisis usaha
  - d. Analisis dampak lingkungan

- e. Analisis ekonomi
  - f. Analisis sosial dan
  - g. Analisis ruang.
3. Rancang tindak
- a. Pengembangan masyarakat
  - b. Pengembangan produk
  - c. Pengembangan usaha
  - d. Pemasaran
  - e. Pendanaan
  - f. Pemantauan dan evaluasi.

Perencanaan yang baik berarti akan menghasilkan suatu strategi peningkatan daya saing produk dan keuntungan di tingkat perusahaan atau pelaku wisata. Dalam perencanaan harus tergambar syarat-syarat apa yang perlu dijalankan oleh pelaku (Damanik dan Weber, 2006).

Sering disebutkan adalah bahwa rencana bisa bagus tetapi gagal dalam pelaksanaan. Namun kadang-kadang dilupakan adalah bahwa rencana yang sukar atau tidak bisa dilakukan bukan perencanaan yang utuh, karena faktor yang akan menjadi hambatan harus diketahui dan rencana disesuaikan. Tanpa menyadari hal itu maka perencanaan menjadi pembutan daftar panjang mengenai apa yang diinginkan dan dan seharusnya dikerjakan tanpa dilanjutkan dengan menyesuaikan daftar keinginan itu dengan apa yang mungkin dicapai dan bagaimana caranya sampai terinci. Perencanaan dapat dilihat sebagai produk dan bukan proses jangka panjang, dan ini berhubungan dengan faktor paradigma lama.

Menurut Goeldner et al. (1999) perencanaan akan membantu dalam pengembangan wisata supaya menguntungkan dengan proses perencanaan sebagai berikut :

1. Batasan sistem : skala, ukuran, pasar, karakter dan tujuan.
2. Formulasi tujuan : tujuan harus komprehensif, spesifik, dan penetapan waktu yang baik.

3. Pengumpulan data : riset, dukungan data sangat esensial dalam perencanaan pengembangan.
4. Analisis dan interpretasi : informasi yang terpisah harus dikumpulkan dianalisis dan menjadi bermakna menghasilkan kesimpulan dan rekomendasi dalam pembuatan konsep perencanaan awal.
5. Perencanaan awal : langkah awal adalah adanya model pembangunan dalam skala kecil untuk memperlihatkan pembangunan di masa depan. Perencanaan keuangan harus digambarkan berdasarkan informasi pasar. Kegiatan survey tapak, dan perencanaan tata letak untuk memperlihatkan kebutuhan investasi di dalam tiap tahap proyek, aliran keuangan dan aspek legalitas.
6. Pendekatan perencanaan : setelah terlihat bagaimana perencanaan, sketsa, model, perkiraan biaya dan keuntungan dan mengetahui bagaimana aspek kegagalan dan keberhasilannya.
7. Perencanaan final : tahap ini ditandai dengan definisi penggunaan lahan, perencanaan infrastruktur, standar arsitektur, perencanaan landscape, zonasi dan regulasi penggunaan lahan, analisis ekonomi, analisis pasar dan programing keuangan.
8. Implementasi : penerapan perencanaan, pembangunan dan operasioanalisis wisata.

Perencanaan pada berbagai level sangat penting untuk mencapai kesuksesan pembangunan dan pengelolaan wisata. Pengalaman pada berbagai daerah wisata menunjukkan bahwa pada waktu yang panjang, pendekatan perencanaan membawa keberuntungan tanpa masalah, dan menjaga kepuasan pasar wisata. Wisata mempunyai aktivitas yang kompleks dan tumpang tindih dari berbagai sektor kegiatan sosial dan ekonomi. Tanpa perencanaan dapat membawa dampak yang tidak diharapkan bisa terjadi. Dalam konsep perencanaan wisata adalah harus dipandang sebagai sebuah sistem hubungan interelasi antara

faktor demand dan suplay. Faktor-faktor permintaan meliputi pasar wisata internasional, pasar wisata domestik, permintaan masyarakat terhadap atraksi wisata setempat, pelayanan dan fasilitas. Sedangkan faktor-faktor penawaran adalah atraksi dan aktivitas, akomodasi, fasilitas dan pelayanan wisata, transportasi, infrastruktur, elemen institusi (World Tourism Organization, 1994)

Evaluasi :

Bagaimana merencanakan ekowisata di suatu destinasi ?

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aoyama, G. 2000. Studi Awal Pengembangan Eco-Tourism di Kawasan Konservasi di Indonesia. JICA, Dirjen PHKA dan RAKATA : Jakarta.
- Avenzora R. 2006. Perencanaan Pariwisata Berkelanjutan : Arahan Bagi Praktisi Non Planner. Makalah disampaikan pada Pelatihan Perencanaan Ekowisata bagi SDM Dinas Kehutanan dan Dinas Pariwisata NAD, kerjasama BRR NAD-NIAS dan Fakultas Kehutanan IPB.
- Beeton, S. 2000. Ecotourism : A Practical Guide for Rural Communities. Landlinks Press : Australia.
- Ceballos-Lascurain H. 1996. Tourism, Ecotourism and Protected Areas : The State of Nature – Base Tourism Around The World and Guidelines for its Development. IUCN, Gland, Switzerland, and Cambridge, UK.
- Damanik J dan H.F. Weber. 2006. Perencanaan Ekowisata. Andi Offset : Yogyakarta.
- Dirjen Pembangunan Daerah. 2000. Pedoman Umum Pengembangan Ekowisata Daerah. Dirjen Pembangunan Daerah : Jakarta.
- Douglass, R.W. 1982. Forest Recreation. Pergamon Press : New York.
- Fennel D.A. 1999. Ecotourism : An Introduction. New York : Routledge
- Fennel D.A. 2002. Ecotourism Programme Planning. Cromwell, Trowbridge : UK. England.

- Goeeldner C.R., J.R.N Ritchie and R.W. McIntosh. *Touriims : Principles, Practices, Philosophics*. John Wiley and Sons, Inc : New York.
- Gunn, C.A. 1994. *Tourism Planning : Basics, Consept, Cases*. New York : Crane-Russah.
- Horwich, R.H., D. Murray, E. Saqui, J. Lyon and D. Godfrey. 1995. *Ekowisata dan Pembangunan Masyarakat Pengalaman di Belize*. Penyunting Lindberg and E. Hawkins. The Ecotourism Society. Nort Bennington, Vermont.
- Laws, E. 1995. *Tourist Destination Management : Issues, Analysis and Palicies*. Routledge : London and New York.
- Page, S.J and Dowling R.K. 2002. *Ecotourism*. Person Education Limited. Edinburg Gate Harlow.
- Prosser R. 1994. *Societal Change and the Growth in Alternative Tourism in Ecotourism : A Sustainable Option*. Edited by Cater E., and G. Lowman. John Wiley and Sons : New York, Brisbane, Toronto, Singapore.
- Rahardjo, B. 2005. *Ekowisata Berbasis Masyarakat dan Pengelolaan Sumberdaya Alam*. Pustaka Latin : Bogor.
- Sudarto, G. 1999. *Ekowisata : Wahana Pelestarian Alam, Pengembangan Ekonomi Berkelanjutan dan Pemberdayaan Masyarakat*.
- Tarigan R. 2008. *Perencanaan Pembangunan Wilayah*. Bumi Aksara :Jakarta.
- Wahab S. 1989. *Manajemen Kepariwisataa*n. PT. Pradnya Paramita : Jakarta.
- Wearing S., and J. Neil. 2000. *Ecotourism : Impacts, Potentials, and Posibilities*. Second Edition.
- World Tourism Organization. 1994. *National and Regional Tourism Planning : Methodologies and Case Studies*. Routledge :. London and New York.

## **BAB IV. DAYA DUKUNG EKOWISATA**

Kompetensi : Mahasiswa dapat mengaplikasikan perhitungan daya dukung pada suatu destinasi.

### **A. Definisi**

Pengertian daya dukung menurut Undang-undang No. 23 tahun 1997 tentang pengelolaan lingkungan hidup adalah kemampuan lingkungan hidup untuk mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lain.

Wiersum (1973) daya dukung adalah banyaknya satwa yang dapat ditampung di suatu areal pada situasi dan kondisi tertentu.

Soemarwoto (1997) daya dukung adalah besarnya kemampuan lingkungan untuk mendukung kehidupan hewan yang dinyatakan dalam ekor persatuan luas.

Dasman (1964) daya dukung adalah fungsi dari habitat, sehingga penambahan dan penurunan populasi suatu spesies sangat ditentukan oleh ketersediaan komponen habitat (makanan, air dan tempat berlindung).

Dasman dkk (1977) mendefinisikan daya dukung menjadi 3 tingkatan :

1. Daya dukung maksimum atau absolut : jumlah maksimum individu yang dapat didukung oleh sumberdaya pada tingkat sekecil hidup (disebut sebagai kepadatan subsisten)
2. Daya dukung pada saat jumlah individu berada dalam keadaan kepadatan keamanan atau ambang keamanan.\
3. Daya dukung optimum adalah daya dukung yang menunjukkan bahwa jumlah individu berada dalam keadaan optimum. Pada kepadatan tersebut individu-individu dalam populasi mendapatkan segala keperluan hidupnya serta menunjukkan pertumbuhan dan perkembangan yang baik.

Soerianegara dan Kusmana (1993) daya dukung rekreasi alam adalah kemampuan sumberdaya dalam mempertahankan fungsi dan kualitasnya guna memberikan pengalaman rekreasi yang diinginkan.

World Trade Organization (1992) daya dukung kawasan wisata adalah jumlah pengunjung suatu kawasan wisata yang dapat diakomodasi dengan tingkat kepuasan pengunjung yang tinggi dan berdampak minimal pada sumberdaya.

Daniel and Reganol (2005) mendefinisikan daya dukung sebagai jumlah organisme yang dapat di dukung oleh suatu ekosistem. Daya dukung dibatasi oleh berbagai faktor seperti suplai makanan, air, tempat bersarang, kondisi iklim, dan penguraian limbah (waste assimilation).

Jr-Molles (2008), daya dukung adalah jumlah individu-individu khususnya dalam suatu populasi yang dapat didukung oleh suatu lingkungan.

Jr-Miller (2007), daya dukung adalah populasi maksimum suatu jenis pada habitat tertentu yang dapat berlangsung terus menerus tanpa adanya kerusakan pada habitat itu. "The maximum population of a given species that a particular habitat can sustain indefinitely without degrading the habitat.

Smith and Smith (2003), daya dukung didefinisikan sebagai ukuran maksimum populasi yang berkelanjutan pada suatu lingkungan.

Fandeli (2009) mengutip dari Colinvaux (1986) mendefinisikan daya dukung sebagai jumlah maksimum individu unsur hayati yang masih dapat dijamin hidup dengan baik pada kondisi lingkungan tertentu. Daya dukung ditunjukkan oleh besarnya kemampuan lingkungan untuk mendukung kehidupan hewan yang dinyatakan dalam jumlah ekor persatuan luas.

Douglas (1975) dalam Fandeli (2009), daya dukung tempat wisata adalah jumlah wisatawan yang menggunakan suatu areal untuk berwisata yang masih dapat didukung oleh areal tersebut dengan ditandai tanpa adanya perubahan pada kualitas wisata.

Douglas (1982), carrying capacity is a term used to quantify the relationship between an attraction's quality and the amount of use that the attraction receives.

Soemarmoto (1988) dalam Fandeli (2009), daya dukung lingkungan obyek wisata alam adalah kemampuan obyek wisata alam untuk dapat menampung jumlah wisatawan pada luas dan satuan waktu tertentu.

Secara konseptual daya dukung pariwisata dapat dijabarkan dalam formula (Anonim, 1996) dalam Fandeli (2009) sebagai berikut :

$$DDP = F (Q_{lh} \times T_{sd} \times J_w \times Msda \times S_w \times K_{lh}) \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

- DDP : Daya Dukung Pariwisata.
- F : Fungsi dari :
- $Q_{lh}$  : Kualitas Lingkungan.
- $T_{sd}$  : Toleransi sumberdaya alam dalam menghadapi usikan wisata.
- $J_w$  : Jumlah wisatawan yang datang dalam satuan ruang dan waktu.
- $Msda$  : Tingkat manfaat sumberdaya alam.
- $S_w$  : Sikap dan perilaku wisatawan.
- $K_{lh}$  : Tingkat kemampuan pengelolaan lingkungan

Fandeli (2009) membedakan daya dukung menjadi 3 bagian yaitu daya dukung fisik, daya dukung ekologis dan daya dukung psikologis.

Daya dukung fisik dirumuskan sebagai :

$$PCC = A \times V/a \times Rf \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

- PCC : Phyyical Carrying Capacity (daya dukung fisik)
- A : Luas area untuk umum.
- $V/a$  : 1 pengunjung per  $m^2$
- Rf : Faktor rotasi.

Kemudian rumus (2) dimodifikasi menjadi :

$$PCC = A \times 1/B \times Rf \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

PCC : Physical Carrying Capacity (daya dukung fisik)

A : Luas area untuk wisata.

B : Luas area yang dibutuhkan oleh seorang wisatawan untuk berwisata dengan tetap memperoleh kepuasan.

Rf : Faktor rotasi.

Luas area yang dibutuhkan (B) untuk berenang, berperahu, piknik dan berkemah adalah masing-masing 27 m<sup>2</sup> ; 49 m<sup>2</sup> ; 65 m<sup>2</sup>, 90 m<sup>2</sup>.

Rumus diatas tidak memasukkan faktor pemulihan lingkungan. Faktor pemulihan diperhitungkan dalam rumus daya dukung ekologis.

Daya dukung ekologis dirumuskan sebagai :

$$AR = D \times A / (Cd \times TF \times 43,560)$$

AR : Area yang dibutuhkan untuk kegiatan wisata.

D : Permintaan wisatawan untuk suatu aktivitas

A : Kebutuhan area setiap wisatawan dalam feet

Cd : Jumlah hari dalam satu tahun yang dapat dipergunakan untuk kegiatan tertentu.

Tf : Faktor pemulihan.

43,560 : Konstanta (diperoleh dari konversi acre ke feet<sup>2</sup>).

Douglas (1982), turn of factor untuk berenang, berperahu, piknik dan berkemah adalah masing-masing 1,5 ; 2,0 ; 1,5 ; 1,0.

Kebutuhan area setiap wisatawan untuk berenang, berperahu, piknik dan berkemah masing-masing 302 feet<sup>2</sup> ; 544 feet<sup>2</sup> ; 726 feet<sup>2</sup> ; 907 feet<sup>2</sup>.

McComb (2007) menjelaskan daya dukung sebagai berikut : jika diasumsikan sumberdaya konstan, kemudian populasi mencapai titik dimana kelahiran sama dengan kematian dan selisihnya menjadi nol, maka titik inilah yang dinamakan daya dukung habitat terhadap populasi.

Jr-Libosada (1998) mendefinisikan daya dukung " carrying capacity is the maximum number of individuals that can be accomodated in an area without affecting the state of the environment, the level of satisfaction of the visitor, and the social culture of the host community. Libosada (1998), daya dukung sering dibedakan menjadi dua katagori, yaitu daya dukung lingkungan dan daya dukung sosial. Daya dukung lingkungan mendakup dampak yang disebabkan oleh turis di dalam lokasi seperti sampah, konsumsi air, dampak fisik seperti erosi karena pendakian. Daya dukung social selalu diukur oleh jumlah orang yang sepenuhnya menikmati sebuah daerah tujuan wisata atau aktivitas wisata. Factor lain dari daya dukung social adalah sensitivitas pada dampak budaya yang mungkin dibawa oleh sejumlah wisatawan di daerah tujuan wisata.

UNEP, WTO, (1992) yang dikutip Jr-Libosada (1998) mempertimbangkan faktor faktor yang mempengaruhi daya dukung lingkungan adalah :

1. Ukuran lokasi dan penggunaan ruang.
2. Kepekaan lingkungan.
3. Sumberdaya satwa liar.
4. Penutupan vegetasi dan topografi.
5. Kepekaan perilaku satwa terhadap kunjungan wisatawan.

Sedangkan daya dukung sosial dipengaruhi oleh :

1. Pola view apakah mengelompok atau terkonsentrasi.
2. Variasi pillihan view bagi turis.
3. Pendapat pengunjung terhadap lokasi.
4. Ketersediaan fasilitas

$$\text{Carrying capacity} = \frac{\sum \text{specific area used by tourists}}{\text{Average individual standar per area}}$$

Matieson and Wall (1982) yang dikutip oleh Inskeep (1991) mendefinisikan daya dukung sebagai berikut : carrying capacity is the maximum number of people who can use a site without an unacceptable alteration in the physical environment and without an unacceptable decline in the quality of experience gained by visitors. Selanjutnya Inskeep (1991) menambahkan “without an unacceptable adverse impact on the society, economy, and culture of the tourism area”

World Tourism Organization (1994), dalam prakteknya batasan daya dukung tidak mudah dan tidak tepat. Hal ini tergantung pada asumsi dan sering berubah karena perubahan waktu. Daya dukung adalah cara perhitungan yang baik untuk pengembangan suatu lokasi wisata yang spesifik yang didasarkan pada aspek lingkungan, sosial dan ekonomi.

Daya dukung wisata adalah maksimum pemanfaatan berbagai tapak/lokasi wisata tanpa mengakibatkan pengaruh negatif terhadap sumberdaya, atau mengurangi kepuasan pengunjung, atau dampak negatif sosial, budaya dan ekonomi. Batas daya dukung ini seringkali sulit untuk dikuantifikasi, tetapi sangat penting untuk perencanaan lingkungan wisata dan rekreasi (Wearing and Neil, 2000). Terdapat tiga elemen utama dalam mempertimbangkan daya dukung wisata : (1) ekologi (2) sosial budaya (3) fasilitas.

Wagar (1964) dalam Ceballos-Lascurain (1996) daya dukung adalah tingkat pemanfaatan area untuk rekreasi secara berkelanjutan.

Menurut Ceballos-Lascurain (1996) daya dukung tergantung pada tempat, musim dan waktu, perilaku pengguna (pengunjung), desain fasilitas, tingkat pengelolaan, dan dinamika karakter lingkungan. Sehingga dalam prakteknya tidak mungkin dipisahkan antara aktivitas

wisatawan dengan aktivitas manusia lainnya. Jika kepuasan pengunjung berada pada level yang konstan maka kualitas lingkungan juga harus dipelihara. Secara umum jika kualitas produk wisata menurun, maka aktivitas wisata juga akan menurun.

McNeely et al. (1992) menyatakan bahwa daya dukung wisata adalah tingkat pengunjung yang memanfaatkan suatu kawasan wisata dengan perolehan tingkat kepuasan yang optimal dengan dampak terhadap sumberdaya minimal.

Cooper et.al. (1996) mendefinisikan daya dukung ekowisata adalah tingkat kedatangan wisatawan yang mengakibatkan dampak terhadap masyarakat setempat, lingkungan dan ekonomi dalam kurun waktu mendatang. Tingkat kebutuhan mutlak wisatawan yang berkaitan dengan daya dukung adalah lama tinggal, karakteristik wisatawan dan masyarakat sekitar, kondisi geografi dan musim.

Beberapa pemahaman tentang daya dukung, sebagai berikut (dikumpulkan oleh Heri dari beberapa sumber, 2010):

Menurut Tri Pangesti dkk (2008), terdapat kesulitan mengartikan istilah daya dukung ekowisata telah mengakibatkan timbulnya sejumlah definisi daya dukung dalam berbagai pustaka. Sementara tidak ada definisi yang secara umum dapat diterima dan tidak ada pendekatan baku bagaimana daya dukung tersebut dihitung. Meskipun berbeda-beda, definisi-definisi tentang daya dukung ekowisata menyarankan bahwa daya dukung perlu memuat 4 (empat) elemen, yaitu:

- Kapasitas fisik: ketersediaan lahan dan air untuk kegiatan-kegiatan khusus dan fasilitas sosial;
- Kemampuan lingkungan: ukuran maksimum kegunaan lestari tanpa suatu kemerosotan kualitas lingkungan yang tidak dapat diterima, dalam hal ini seperti habitat alam jenis-jenis rawan kelangkaan, nilai-nilai bentang alam, serta hal-hal yang menjadi kepentingan penduduk setempat.

- Kapasitas sarana prasarana; keterbatasan fasilitas tambahan, seperti jalan masuk, tempat parkir, dan akomodasi lainnya; serta
- Kapasitas sosial: jumlah maksimum pengguna yang dapat turut serta dalam suatu kegiatan di lokasi tanpa menimbulkan kemunduran kualitas pengalaman rekreasi yang tidak dapat diterima.

Daya dukung ekowisata sendiri coba didefinisikan sebagai suatu kemampuan maksimum potensi sumber daya untuk menyediakan kesempatan guna memperoleh suatu jenis pengalaman yang khas dengan tetap terpeliharanya kondisi sosial dan kondisi ekologi yang telah ditentukan dalam rencana pengelolaan kawasan. Kunci dari definisi ini berkaitan dengan tujuan pengelolaan yang mengatur bagaimana suatu bentuk rekreasi seharusnya dilakukan berkaitan dengan lingkungan bio-fisik (tingkat kualitas air, kerusakan vegetatif, dan lain-lain) serta lingkungan sosial (jenis kegiatan yang diperbolehkan, tingkat interaksi antar pengunjung, dan lain-lain).

Menurut Hutabarat A.A. dkk (2008), konsep daya dukung ekowisata mempertimbangkan dua hal, yaitu

- kemampuan alam untuk mentolerir gangguan atau tekanan dari manusia, kemampuan alam mentolerir kegiatan manusia serta mempertahankan keaslian sumberdaya ditentukan oleh besarnya gangguan yang kemungkinan akan muncul dari kegiatan ekowisata; dan
- keaslian sumberdaya alam, suasana alami lingkungan juga menjadi persyaratan dalam menentukan kemampuan tolerir gangguan dan jumlah pengunjung dalam unit area tertentu.

1. Untuk kegiatan ekowisata bahari (mengambil lokasi di TN Bunaken), menurut Lyndon de Vantier dan Emre Turak (2004), pengembangan wisata bahari dan penerapan batas pelestarian (melalui Kapasitas Dukung (CC) dan/atau Batas Toleransi Perubahan – LAC) sangat tergantung pada status/kondisi lingkungan laut.

Dampak yang berpengaruh pada kualitas lingkungan laut juga akan berdampak pada wisata bahari dan kelestariannya. Dampak-dampak tersebut berupa **dampak yang berhubungan dengan pariwisata** : kerusakan pada penyelam, kerusakan pada sauh, kerusakan akibat tabrakan perahu dan gangguan pada baling-baling yang menyebabkan pendangkalan dasar laut, dan perahu cepat yang merusak batu karang dan para penyelam, polusi akibat limbah padat, polusi akibat pembuangan kotoran (eutrophication), polusi akibat endapan hasil pembangunan penginapan, tekanan akibat penangkapan ikan yang terus meningkat untuk menyuplai para wisatawan; serta **dampak yang tidak berhubungan dengan pariwisata** : pengembangan kawasan pesisir yang tidak berhubungan dengan pariwisata, sungai yang banjir/meluap, ombak badai, penangkapan ikan yang berlebihan dan destruktif, seperti menggunakan bahan peledak dan racun; penangkapan ikan dengan menggunakan racun untuk memenuhi kebutuhan perdagangan akuarium hias, polusi dari Manado, penjarahan batu karang oleh bintang laut bermahkota atau moluska *Drupella*, pemutihan batu karang akibat fluktuasi suhu atau tekanan lainnya.

2. Dalam Buku Ekowisata, Teori dan Praktek (editorial : Ricky Avenzora) pada tulisan berjudul Petunjuk Pengembangan Ekowisata Pantai dan Rekreasi Perairan oleh I Ketut Surya Diarta dan Ika K. Permana Sari (2008), pada sub bahasan Manajemen Penanggulangan Dampak disebutkan bahwa manajemen penanggulangan dampak ekowisata pantai dan rekreasi perairan yang biasa dipakai adalah *Limits of Acceptable Change (LAC)* dan *Carrying Capacity (CC)*. Terdapat tiga tipe carrying capacity yang dapat diaplikasikan pada ekowisata yaitu :
  - o *Physical carrying capacity*, merupakan kemampuan suatu kawasan alam untuk menampung pengunjung/wisatawan, penduduk asli, aktifitas/kegiatan wisata, dan fasilitas penunjang ekowisata,

- *Biological carrying capacity*, merefleksikan interaksi ekowisata dengan kehidupan tumbuhan dan hewan/binatang dalam ekosistem, dan
  - *Social/cultural carrying capacity*, merefleksikan dampak pengunjung/wisatawan pada lifestyle komunitas local.
3. Lingkungan secara alami memiliki kemampuan untuk memulihkan keadaannya, Pemulihan keadaan ini merupakan suatu prinsip bahwa sesungguhnya lingkungan itu senantiasa arif menjaga keseimbangannya. Sepanjang belum ada gangguan “paksa” maka apapun yang terjadi, lingkungan itu sendiri tetap bereaksi secara “seimbang” Perlu ditetapkan daya dukung lingkungan untuk mengetahui kemampuan lingkungan menetralisasi parameter pencemar dalam rangka pemulihan kondisi lingkungan seperti semula. Apabila bahan pencemar berakumulasi terus menerus dalam suatu lingkungan, sehingga lingkungan tidak punya kemampuan alami untuk menetralsasinya yang mengakibatkan perubahan kualitas. Pokok permasalahannya adalah sejauh mana perubahan ini diperkenankan (Suparni Setyowati Rahayu, 2009).
4. Menurut beberapa pengertian dalam UU No 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup sebagai berikut :
- **Daya Dukung Lingkungan Hidup** adalah kemampuan lingkungan hidup untuk mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya.
  - **Pelestarian Daya Dukung Lingkungan Hidup** adalah rangkaian upaya untuk melindungi kemampuan lingkungan hidup terhadap tekanan perubahan dan/atau dampak negatif yang ditimbulkan oleh suatu kegiatan agar tetap mampu mendukung perikehidupan manusia dan makhluk hidup lain.
  - **Daya Tampung Lingkungan Hidup** adalah kemampuan lingkungan hidup untuk menyerap zat, energi, dan atau komponen lain yang masuk atau dimasukkan ke dalamnya.

- **Pelestarian Daya Tampung Lingkungan Hidup** adalah rangkaian upaya untuk melindungi kemampuan lingkungan hidup untuk menyerap zat, energi, dan/atau komponen lain yang dibuang ke dalamnya.
  - **Baku Mutu Lingkungan Hidup** adalah ukuran batas atau kadar makhluk hidup, zat, energi, atau komponen yang ada dan/atau unsur pencemar yang ditenggang keberadaannya dalam suatu sumber daya tertentu sebagai unsure lingkungan hidup,
  - **Pencemaran Lingkungan Hidup** adalah masuknya atau dimasukkannya makhluk hidup, zat, energi, dan/atau komponen lain ke dalam lingkungan hidup oleh kegiatan manusia sehingga kualitasnya turun sampai ke tingkat tertentu yang menyebabkan lingkungan hidup tidak bisa berfungsi lagi dalam menunjang pembangunan berkelanjutan,
5. Menurut Soemarwoto (1997) Carrying Capacity atau Daya dukung lingkungan mengandung pengertian kemampuan suatu tempat dalam menunjang kehidupan makhluk hidup secara optimum dalam periode waktu yang panjang. Daya dukung lingkungan dapat pula diartikan kemampuan lingkungan memberikan kehidupan organisme secara sejahtera dan lestari bagi penduduk yang mendiami suatu kawasan.
- Konsep daya dukung lingkungan berasal dari pengelolaan hewan ternak dan satwa liar.

Daya dukung dapat dibedakan dalam beberapa tingkat, yaitu

- daya dukung maksimum, menunjukkan jumlah maksimum hewan yang dapat didukung per satuan luas lahan. Dengan jumlah hewan yang maksimum, makanan sebenarnya tidak cukup. Walaupun hewan itu masih hidup, tetapi hewan itu tidak sehat, kurus, dan lemah serta mudah terserang oleh penyakit dan hewan pemangsa. Padang penggembalaan akan mengalami kerusakan, karena menjadi padat terinjak-injak; rumput dan tumbuhan lain termakan lebih cepat daripada kemampuan

regenerasi. Secara umum lingkungan menjadi rusak dan apabila berjalan terlalu lama, kerusakan itu akan bersifat takterbalikkan.

- daya dukung subsisten, jumlah hewan agak kurang. Persediaan makanan lebih banyak, tetapi masih pas-pasan. Hewan masih kurus dan ada dalam ambang batas antara sehat dan lemah. Mereka masih mudah terserang oleh penyakit dan hewan pemangsa. Lingkungan juga masih mengalami kerusakan.
- daya dukung optimum, jumlah hewan lebih rendah dan terdapat keseimbangan yang baik antara jumlah hewan dan persediaan makanan. Kecepatan dimakannya rumput atau tumbuhan lain seimbang dengan kecepatan regenerasi tumbuhan itu. Kondisi tubuh hewan baik: gemuk, kuat dan sehat. Hewan itu tidak mudah terserang oleh penyakit dan hewan pemangsa. Lingkungan tidak mengalami kerusakan.
- daya dukung suboptimum. jumlah hewan lebih rendah lagi. Persediaan makanan melebihi yang diperlukan. Karena itu kecepatan dimakannya rumput atau tumbuhan lain lebih kecil daripada kecepatan pertumbuhan. Akibatnya batang rumput dan tumbuhan lain mengayu dan menjadi keras. Mutu padang penggembalaan menurun. Jadi sebenarnya terjadi pula kerusakan. Pada umumnya kerusakan itu bersifat terbalikkan

Pengelolaan lingkungan mengusahakan untuk mendapatkan populasi hewan pada atau dekat pada daya dukung optimum. Dilampauinya batas daya dukung akan menyebabkan keambrokan kehidupan, karena tidak tersedianya sumber daya, hilangnya kemampuan degradasi limbah, meningkatnya pencemaran dan timbulnya gejolak sosial yang merusak struktur dan fungsi tatanan masyarakat.

6. Organisasi Pariwisata Dunia (The World Tourism Organisation/WTO) mengusulkan definisi berikut : daya dukung pariwisata adalah jumlah maksimum orang yang dapat mengunjungi daerah tujuan wisata pada saat yang sama, tanpa

menyebabkan kerusakan ekonomi, sosial-budaya lingkungan fisik dan penurunan tidak dapat diterima di kualitas kepuasan pengunjung.

7. Dalam tulisan John Aberlee (1998), menurut Ted Manning (seorang ahli internasional tentang pariwisata yang berkelanjutan) : hanya melalui kontrol pemerintah, manajemen industri, dan self-kebijakan yang dapat dimulai untuk melawan kerusakan akibat dampak pariwisata. Bagi manajer pariwisata, salah satu tugas yang paling menantang adalah untuk memperkirakan daya dukung suatu atraksi atau tujuan. Berapa wisatawan yang terlalu banyak? Sebagai contoh, di pantai tropis romantis di senja, tiga orang mungkin terlalu banyak. Di sisi lain, di sebuah resor pemuda di Rumania , ratusan orang di pantai mungkin tidak dianggap terlalu banyak jika para wisatawan datang untuk suasana pesta. Isu-isu manajemen kunci meliputi: Bagaimana kita secara jelas mengidentifikasi biaya jangka panjang dan manfaat untuk memutuskan berapa banyak pariwisata yang cukup? Bagaimana seseorang mengambil manfaat bagi daerah pedesaan dan masih memastikan mereka tetap pedesaan dan terpencil? Bagaimana kita mengintegrasikan perencanaan lingkungan menjadi budaya pembangunan? Dan bagaimana seseorang mengidentifikasi ancaman terhadap keberlanjutan jangka panjang? Tujuan utama, Dr Manning menyimpulkan, adalah "untuk menjaga pariwisata dari makan sendiri, dari makan aset yang membawa wisatawan ada di tempat pertama Jika kita berhasil, pariwisata menjadi berlaku untuk pembangunan yang lebih berkelanjutan-. Untuk kepentingan baik industri dan tujuan yang target. "
8. Menurut Castellani, S. Sala & D. Pitea (2006) Kegiatan wisata dapat menghasilkan dampak negative dan positif pada kondisi daerah di mana kunjungan dan kegiatan berbuah terjadi; setiap bentuk penggunaan manusia lingkungan alam menyebabkan perubahan kondisi lingkungan.

9. Evaluasi daya dukung tujuan memiliki sebagai tujuan pengukuran ambang di mana perubahan akibat aktivitas manusia menjadi tidak dapat diterima. Untuk mengevaluasi konsekuensi dari dampak kegiatan pariwisata perlu untuk mengetahui karakteristik lingkungan di mana mereka terjadi dan khususnya ketahanan, yang adalah ukuran dari gangguan bahwa lingkungan alam dapat mentolerir tanpa mengubah keadaannya. Konsep Daya dukung dihubungkan dengan ketahanan dan naik dari keharusan ukuran yang merupakan tingkat yang dapat diterima maksimum dampak bagi lingkungan atau untuk salah satu komponen dan kemampuan pemulihan kondisi sebelumnya.
10. Menurut D. Y. Patil\* and Ms. Lata S. Patil (2008) Pariwisata, jika ingin menjadi kendaraan budaya, kesejahteraan dan perdamaian, harus menghemat tanpa merusak, melindungi. tanpa menjarah, dan menciptakan tanpa merusak. Daya dukung dalam ekopariwisata memberikan manfaat local, lingkungan, budaya dan ekonomi. Ekowisata adalah "perjalanan bertanggungjawab ke area alami yang melestarikan lingkungan dan menopang kesejahteraan masyarakat lokal. "Tujuan kami adalah untuk memungkinkan orang untuk menikmati dan belajar tentang, sejarah dan budaya karakteristik alamiah dari lingkungan yang unik sementara menjaga keutuhan situs tersebut dan merangsang kesempatan pembangunan ekonomi di daerah masyarakat. Ekowisata dapat memiliki dampak yang merugikan terhadap sumber daya alam dan lingkungan hidup, jika cukup perlindungan tidak diadopsi. Di atas semua keberhasilan jangka panjang berbasis wisata alam tergantung pada seberapa baik sumber daya alam seperti hutan, satwa liar, dll, dikelola. Kombinasi harmonis dari alam dan warisan bersejarah komponen dan budaya di eko-wisata menambah nilai kepada mereka dan membuat mereka lebih menarik.

#### **B. Penghitungan daya dukung fisik dengan kompleksitas variable.**

Maldonado dan Montagnini (2004) menyatakan “Daya dukung wisata adalah jumlah maksimum kunjungan yang dapat didukung oleh suatu tapak. Daya dukung ini akan dianalisis kedalam 3 level yaitu :

1. Daya dukung fisik (*Physical Carrying Capacity* (PCC)
2. Daya dukung riil (*Real Carrying Capacity* (RCC)
3. Daya dukung efektif (*Effective Carrying Capacity* (ECC)

Physical Carrying Capacity (PCC) lebih besar dari Real Carrying Capacity (RCC) dan RCC lebih besar dari Effective Carrying Capacity (ECC), atau dengan lambing  $PCC > RCC > ECC$  (Cifuentes 1992).

Daya dukung fisik ini merupakan tapak yang memberikan ruang yang tersedia bagi pengunjung. Daya dukung riil dihitung berdasarkan pertimbangan suatu set factor koreksi pada tiap-tiap tapak yang tentunya mengurangi nilai daya dukung fisik. Sedangkan daya dukung efektif diperoleh melalui perhitungan yang berkaitan dengan aspek manajemen seperti ketersediaan infrastruktur dan personil.

Maldonado dan Montagnini (2004) menyatakan bahwa “Carrying capacity is specific to each site and has to be calculated independently for each site of public use. It is generally determined by some critical factor, given by a site or a condition that due to its limitations can determine a lower carrying capacity” (Cifuentes 1992).

The Physical Carrying Capacity (PCC) yang dimaksud adalah maksimum jumlah kunjungan pada suatu tapak yang dibatasi oleh waktu, dihitung dengan rumus :

$$PCC = S/sp * Nv$$

$S$  = area yang tersedia untuk kunjungan,

$sp$  = area yang digunakan untuk tiap pengunjung (1 m trail per pengunjung),

$Nv$  = Frekuensi suatu tapak yang dapat dikunjungi selama 1 hari.; atau jumlah jam yang diberikan taman dalam setiap kali kunjungan.

Daya dukung riil adalah jumlah maksimum kunjungan yang dapat didukung pada tapak tertentu, dihitung berdasarkan perkalian PCC dengan suatu set factor koreksi pada tiap spesifik tapak. Faktor koreksi meliputi berbagai variabel yaitu fisik, lingkungan, sosial dan manajemen.

***Factor Koreksi : Sudi kasus di Taman Nasional La Tigra National Park (LTNP) in Honduras.***

*Variabel-variabel fisik sebagai berikut :*

*Aksesibilitas :* Pengukuran dilakukan pada level beratnya pengunjung melalui sebuah trail yang menanjak. Kesulitan ini dipengaruhi oleh kondisi topografi yang berbeda-beda. Kondisi topografi dibedakan menjadi 3 kelas kelerengan yaitu : < 10% (tidak berat), 11-20% (sedang), and > 20% berat.

*Erodibilas:* pada kelas kelerengan tersebut berhubungan dengan rendah, sedang atau tingginya erodibilitas.

*Ketersediaan area :* dihitung berdasarkan panjang dan lebarnya trail yang digunakan.

*Variabel lingkungan :*

*Hujan:* merupakan faktor pembatas lingkungan untuk pengunjung. Frekuensi, intensitas dan lama hujan dipertimbangkan dalam faktor koreksi (*the correction factor for precipitation, CFpre*) :

$$CFpre = 1 - hl/ht$$

dimana *hl* = jumlah jam hujan yang membatasi kunjungan tiap tahun.

*ht* = jumlah jam suatu lokasi dibuka setiap tahun.

### *Variabel sosial*

*Besarnya ruang yang dipakai oleh tiap pengunjung.*

Diasumsikan bahwa tiap orang membutuhkan 1 m<sup>2</sup> untuk bebas sepanjang trail.

*Ukuran kelompok.:* berdasarkan karakteristik trail dan potensial resiko pada tiap pengunjung, maka diasumsikan ukuran maksimum tiap kelompok 15 orang.

*Jarak antar kelompok.* Minimum jarak antar kelompok adalah 50 meter. Jarak tersebut dengan maksud untuk menghindari bertemunya kelompok pada saat yang sama dan untuk menjaga kualitas pengalaman pengunjung.

### *Variabel Manajemen*

Jumlah kelompok (*NG*) dihitung berdasarkan rumus :

$NG = \text{total panjang trail} / \text{jarak antar kelompok untuk kunjungan tiap trail.}$

Jumlah orang yang hadir (*NP*) pada saat yang sama dalam trail dihitung berdasarkan :

$$NP = (\text{Visiting time} / \text{time needed for each visit}) \times NG \times 15$$

*Visiting time:* misalnya taman dibuka selama 9 jam dari pukul 8.00-17.00

*Time needed for each visit:* waktu ini bergantung pada panjang perjalanan, waktu pengamatan pemandangan, dan kondisi fisik trail.

***Perhitungan Daya Dukung Riil, Calculation of Real Carrying Capacity (RCC)***

Jika semua faktor koreksi telah diperoleh maka perhitungan daya dukung riil berdasarkan rumus :

$$RCC = PCC (CF1 * CF2 * CFn)$$

Dimana, *PCC* = Physical Carrying Capacity,

*CF* = correction factor 1 to n.

### ***Effective Carrying Capacity (ECC)***

Daya dukung efektif adalah jumlah maksimum kunjungan yang diperkenankan pada suatu tapak untuk mengatur mereka. Rumus yang digunakan untuk mendapatkan ECC adalah :

$$ECC = RCC * MC$$

where *RCC* = Real Carrying Capacity

*MC* = Management Capacity.

### ***Management Capacity (MC)***

“The optimal MC is defined as the ideal conditions for developing the activities that are planned for a given protected area (Maldonado 2000)”. Pada studi ini pertimbangannya adalah infrastruktur, peralatan, dan personil yang merupakan variable dalam penghitungan MC karena variabel tersebut yang dapat diukur dan berhubungan langsung dengan kunjungan. Rumus penghitungan MC adalah :

$$MC = (Infrastructure + Equipment + Personnel)/3 * 100$$

Variabel infrastruktur dan peralatan dinilai berdasarkan 4 kriteris yaitu : *amount, status, placement, and functionality*. Penilaian dikuantifikasi dengan skala penilaian 1-5 dimana 1 = tidak memuaskan dan 5 = sangat memuaskan. Evaluasi pada personil dengan kriteria : number of personnel, their level of education, years of experience in the region, level of satisfaction with working conditions, performance, availability for working, and training received. Penilaian dikuantifikasi dengan skala penilaian 1-5 dimana 1 = tidak memuaskan dan 5 = sangat

memuaskan. Sebagai contoh untuk pendidikan, jika tidak berpendidikan = 1, sedangkan jika ditambahkan dengan berbagai kursus yang relevan = 5.

## **Evaluasi :**

### **1. Bagaimana rumus mendapatkan daya dukung wisatawan ?**

#### **DAFTAR PUSTAKA**

1. Ceballos-Lascurain H. 1996. Tourism, Ecotourism and Protected Areas : The State of Nature – Base Tourism Around The World and Guidelines for its Development. IUCN, Gland, Switzerland, and Cambridge, UK.
2. Chiras D. Daniel and John P. Reganold. 2005. Natural Resource Conservation : Management For A Sustainable Future. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
3. Cooper, CJ., Fletcher, D. Gilbert and S. Wanhill. 1996. Tourism : Principles and Practice. England : Longman Group Limited.
4. Dasman RF., JP Milton, dan PH Freeman. 1977. Prinsip Ekologi untuk Pembangunan Ekonomi. Terjemahan. Jakarta : PT Gramedia.
5. Douglass, R.W. 1982. Forest Recreation. Pergamon Press : New York.
6. Fandeli C dan Muhammad. 2009. Prinsip-prinsip Dasar Kengkonservasi Lanskap. Jogjakarta : Gajah Mada University Press.
7. Inskeep E. 1991. Tourism Planning : An Integrated and Sustainable Development Approach. New York : Van Nostrand Reinhold.
8. Jr-Libosada CM. 1998. Ecotourism in The Philippines. Philippines : The Bookmark, Inc.
9. Jr-Miller GT. 2007. Living in The Environment : Principles, Connections and Solutions. Canada : Thomson Learning.

10. Jr-Molles MC. 2008. Ecology : Concepts and Applications. Third Edition. Boston : Mc Graw Hill.
11. McComb BC. 2007. Wildlife Habitat Management. Concepts and Applications in Forestry. US : Taylor and Francis Group, LLC.
12. McNeely JA, Thorsell JW, H. Ceballos-Lascurain. 1992. Guidelines : Development of National Park and Protected Area for Ecotourism. Madrid : WTO\_UNEP\_IUCN.
13. Menteri Dalam Negeri. 2009. Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah.
14. Sekertaris Negara. 1977. Undang-Undang RI No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup. Jakarta : Menteri Negara Sekertaris Negara RI.
15. Smith RL., and TM. Smith 2003. Elements of Ecology. San Francisco : Pearson Education, Inc.
16. Soemarwoto O. 1997. Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan. Jakarta : Penerbit Djambatan.
17. Soerianegara I dan C. Kusmana. 1993. Sumberdaya Hutan Mangrove di Indonesia. Karya Tulis pada Workshop Strategi Pengusahaan Hutan Mangrove untuk Ecolabelling di Hotel Pangrango. Bogor.
18. Wearing S., and J. Neil. 2000. Ecotourism : Impacts, Potentials, and Possibilities. Second Edition.
19. Wiersum KF. 1973. Sylabus Wildlife Utilization and Management in Tropical Region. Agrc. University Nature Conservation Departement. Wageningen Netherland.
20. World Tourism Organization. 1992. National and Regional Tourism Planning : Methodologies and Case Studies. Routledge :. London and New York.
21. Tri Pangesti MH., S. Rais, I. Nurmayanti. 2008. Instrumen Kontrol Usaha Ekowisata. Modul bahan ajar Diklat SECEM. Pusdiklat Kehutanan. Bogor

22. Hutabarat, A.A., F. Yulianda, A. Fahrudin, S. Harteti, Kusharjani, 2008. Pengelolaan Pesisir dan Laut Secara Terpadu. Modul bahan ajar Diklat SECEM. Pusdiklat Kehutanan. Bogor.
23. Lyndon dV, E. Turak. 2004. Managing Marine Tourism in Bunaken National Park and Adjacent Water, North Sulawesi, Indonesia. Technical Report. Natural Resources Management (NRM III) Program's Protected Areas and Agriculture Team (PA&A). Manado.
24. Diarta IKS., IKP. Sari. 2008. Ekowisata, Teori dan Praktek (Editorial : Ricky Avenzora). BRR Nangroe Aceh Darussalam-Nias.
25. Rahayu, SS. 2009. Daya Dukung Lingkungan. Jurnal Economic Environmental Law.
26. ----- . 1997. Undang-Undang No. 23 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
27. Soemarwoto, O. 1997. Ekologi, Lingkungan Hidup dan Pembangunan. Cetakan Ketujuh (Edisi Revisi). Penerbit Djambatan. Jakarta.
28. ----- . 1997. The World Tourism Organisation, Jurnal UNEP / MAP / PAP.
29. Aberlee J. 1998. Managing Tourism within a Sustainable Carrying Capacity. Buletin International Development Research Centre (IDRC), News 372 of 431.
30. Castellani V, S. Sala & D. Pitea. 2006. A new method for tourism carrying capacity assessment. Wessex Institute collection Transaction (WIT) eLibrary.
31. Patil, DY., LS. Patil. 2008. Environmental Carrying Capacity and Tourism Development in Maharashtra. Conference on Tourism in India – Challenges Ahead, 15-17 May 2008, IIMK

## V. MANAJEMEN STAKEHOLDER SEKTOR PARIWISATA

Kompetensi : Mahasiswa dapat memahami peran stakeholders untuk mendukung pariwisata.

### PENDAHULUAN

Interaksi antara pertumbuhan ekonomi dan transformasi sosial secara global telah menyebabkan perubahan dalam karakter dan perilaku organisasi dan harapan masyarakat tentang peran serta tanggung jawab korporasi. Organisasi harus berurusan dengan tidak hanya kebutuhan pemegang saham mereka, tetapi juga berbagai kelompok lainnya termasuk karyawan, pemasok, kelompok-kelompok kepentingan umum seperti organisasi lingkungan, pelanggan, mitra strategis, media, lembaga pengawasan publik, lembaga keuangan, lembaga pemerintah, pesaing, perantara, dan serikat pekerja. Oleh karena itu, langkah pertama dalam manajemen stakeholder strategis adalah menentukan stakeholder penting yang dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh organisasi.

Berdasarkan perspektif sektor pariwisata, yang merupakan sektor ekonomi yang penting bagi banyak negara untuk pertumbuhan dan kelangsungan hidup mereka, jelas bahwa isu-isu manajemen pemangku kepentingan sangat penting bagi keberhasilan bisnis. Seperti diketahui, pariwisata merupakan sektor jasa yang kebanyakan memproduksi dan menjual produk *intangible* serta umumnya didasarkan pada hubungan baik (*relationships*). Sama seperti industri lainnya, stakeholder merupakan unsur penting dalam sektor pariwisata.

Hal ini juga perlu untuk mengatakan bahwa semua organisasi di sektor pariwisata harus lebih responsif terhadap isu-isu manajemen strategis dalam bidang yang berbeda yang berhubungan dengan perkembangan dan keberhasilan industri/sektor. Walaupun penting dibutuhkan untuk keberhasilan hubungan strategis antara organisasi dan stakeholder yang sering disebutkan untuk sektor pariwisata, dapat dikatakan bahwa masih ada beberapa kelemahan dalam praktek. Konsep manajemen stakeholder strategis (aspek yang terabaikan

dalam sektor pariwisata) dalam makalah ini dibahas untuk menghasilkan saran-saran dalam rangka memperbaiki praktek-praktek manajemen stakeholder strategis di sektor ini.

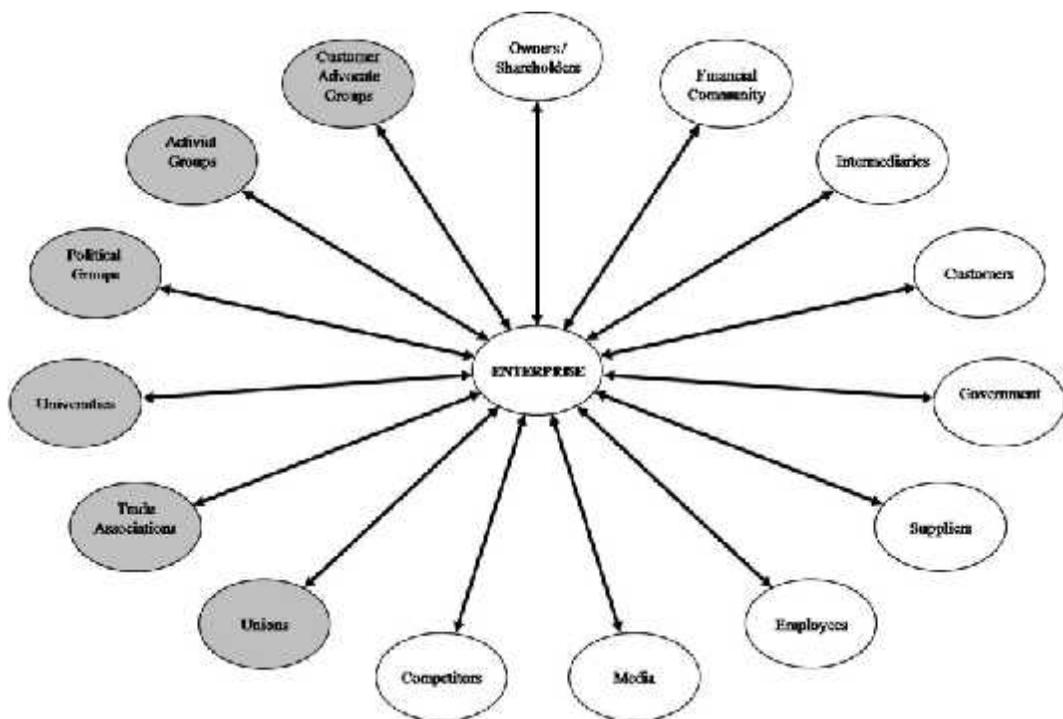
## **LATAR BELAKANG TEORITIS**

Stakeholder/pemangku kepentingan secara sederhana didefinisikan sebagai "kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh penca-paian tujuan organisasi" (Freeman, 1984; Mitchell and Cohen, 2006; Mitchell, Agle and Wood, 1997). Ungkapan "dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh" mengandung makna, bahwa "di luar" individu atau kelompok mungkin akan melihat diri mereka sebagai stakeholder dari organisasi, walaupun organisasi tidak memandang mereka sebagai stakeholder.

Itu adalah memo internal dari Stanford Research Institute pada tahun 1963, di mana istilah "stakeholders" muncul untuk menggeneralisasi gagasan pemegang saham sebagai satu-satunya kelompok yang perlu direspon oleh manajemen. Istilah "stakeholder" - merujuk pada berbagai kepentingan yang terlibat dalam bisnis - telah digunakan sejak tahun delapan puluhan dalam buku petunjuk usaha, yaitu *Strategic Management* karangan Freeman. Konsep stakeholder didefinisikan sebagai "kelompok-kelompok yang akan hilang bila tidak didukung organisasinya" dan pada awalnya termasuk *shareowners*, pegawai, pelanggan, penyandang dana, dan masyarakat. Definisi yang paling terkenal dan sering dikutip, yaitu yang diberikan oleh Evan dan Freeman dalam karangan mereka bahwa "kelompok stakeholder yang memiliki kepentingan atau hak terhadap perusahaan".

Stakeholder suatu organisasi dapat dibagi menjadi stakeholder primer dan sekunder, didasarkan atas hubungan antara kepentingan mereka dengan perusahaan. Mereka juga dapat dibagi menjadi stakeholder internal dan eksternal atas dasar keanggotaan mereka dalam perusahaan (Zhao, 2006).

Para pemangku kepentingan dari setiap organisasi yang mewakili berbagai dan beragam kepentingan mengingat bahwa setiap kelompok stakeholder memiliki harapan yang unik, kebutuhan, dan nilai-nilai. Klasifikasi yang umum dari para pemangku kepentingan adalah dengan mempertimbangkan kelompok-kelompok orang dengan perbedaan hubungan dalam perusahaan. Stakeholder yang mungkin dapat dipertimbangkan untuk sebuah organisasi dapat dilihat pada gambar berikut :



Gambar 5.1. Stakeholders Berkaitan dengan Enterprise

Prioritas masing-masing stakeholder ditentukan oleh kondisi organisasi dan bervariasi dari satu organisasi dengan yang lainnya. Selain itu, prioritas tersebut dapat berubah dalam suatu organisasi dari waktu ke waktu. Oleh karena itu, teori stakeholder tidak bisa mengklaim bahwa ada daftar tetap pemangku kepentingan bagi suatu organisasi.

**Teori Stakeholder : Normative, Instrumental, dan Descriptive**

Secara teoritis, konsep pemangku kepentingan telah diidentifikasi dengan penekanan normatif, instrumental, dan deskriptif. Donaldson dan Preston (1995) memberikan tiga argumentasi utama terkait dengan teori stakeholder :

- **Normative** : Argumen ini didasarkan kepada petunjuk moral atau filosofi dalam manajemen, dengan asumsi bahwa stakeholder diidentifikasi berdasarkan kepentingan mereka dalam organisasi apakah organisasi memiliki kepentingan fungsional terkait dengan mereka.
- **Instrumental** : Argumen ini didasarkan atas penetapan kerangkakerja untuk mengidentifikasi hubungan antara praktek manajemen stakeholder dengan pencapaian tujuan organisasinya.
- **Deskriptif** : Argumen ini didasarkan pada deskripsi karakteristik organisasi seperti sifat usaha, perspektif manajer dalam manajemen, bentuk manajemen dan sikap manajer terhadap kepentingan para stakeholder.

Analisis stakeholder adalah cara untuk mengidentifikasi aspek-aspek sosial-politik pengambilan keputusan suatu organisasi dengan cara mengenali, mengelompokkan dan pengelolaan kepentingan stakeholder yang berbeda. Stakeholder adalah individu atau kelompok orang yang tertarik pada masalah organisasi serta memberikan jalan bagaimana masalah tersebut dirancang dan diselesaikan. Ada tiga dasar pemikiran yang mendasari teori stakeholder (Simmons, 2004: 602), yaitu :

- Organisasi memiliki kelompok-kelompok stakeholder yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh mereka.
- Ada dampak akibat interaksi dengan stakeholder tertentu.
- Organisasi dan perspektif dari para stakeholder mempengaruhi kelangsungan opsi-opsi strategis.

Konflik manajemen stakeholder dapat memberikan beberapa manfaat bagi organisasi. Manajer harus memeriksa kemajuan bisnis untuk membangun hubungan dengan para pemangku kepentingan. Sejumlah penulis menggolongkan stakeholder dalam beberapa tipe yang berbeda (Lim, Ahn and Lee, 2005: 832), yaitu :

- Donaldson and Preston (1995) menggolongkan stakeholder menjadi pemerintah, investor, kelompok politik, suppliers, customers, asosiasi perdagangan, pegawai/karyawan, dan masyarakat.
- Clarkson (1995) membedakan stakeholder atas 2 kelompok utama : primer dan sekunder.
- Henriques and Sadosky (1999) memperkenalkan 4 grup stakeholder : regulatory, community, organizational, dan media.

Meskipun teori stakeholder mencakup berbagai perspektif teoritis yang berbeda, namun kesuksesan manajemen hubungan antar stakeholder sangat penting bagi organisasi. Untungnya, diskusi ilmiah tentang manajemen stakeholder tidak serumit teori stakeholder.

## **Manajemen Stakeholder**

Konsep manajemen stakeholder tergantung pada mekanisme dimana organisasi memahami dan merespons kebutuhan dan tuntutan stakeholder. Sebagai tujuan utama dari manajemen stakeholder dapat diterima sebagai pelindung dari dampak negatif aktivitas para stakeholder, organisasi perlu menggunakan beberapa teknik seperti, analisis masalah, konsultasi, komunikasi strategis dan kontrak formal atau perjanjian (Svendsen, 1998).

Dalam lingkungan bisnis yang kompleks saat ini upaya organisasi kebanyakan ditujukan untuk membangun kepercayaan dengan stakeholder kunci. Stakeholder memiliki pengaruh besar pada organisasi dan ada interaksi yang kuat antara organisasi dan para stakeholder. Dalam prakteknya, setiap organisasi untuk memperoleh

kesuksesan finansial yang dianggap sebagai tujuan paling penting dan untuk mencapai tujuan tersebut, organisasi menggunakan alat-alat dengan mengorbankan karyawan, lingkungan dan masyarakat lokal. Secara sosial, sikap tidak bertanggung jawab ini akan menyebabkan kerugian bukan hanya tidak menguntungkan pemegang saham, tetapi juga akan merusak hubungan baik yang telah terjalin. Oleh karena itu disarankan menggunakan dua variabel hubungan baik (*relationship*), yaitu potensial kooperatif dan ancaman bersaing yang menggambarkan kapasitas stakeholder untuk bekerjasama dan ancaman dalam isu-isu tertentu yang dihadapi organisasi. Biasanya, perusahaan dapat mengadopsi empat sikap yang sesuai dalam manajemen stakeholder yaitu reaktif, difensif, akomodatif, dan proaktif. Berdasarkan dengan potensi stakeholder, ancaman dan potensi untuk kerjasama, perusahaan akan menentukan sikap mereka dan strategi dalam manajemen stakeholder seperti, kepemimpinan, kolaborasi, keterlibatan, mempertahankan diri, pendidikan dan monitoring.

### **Strategi Manajemen Stakeholder : Perspektif Pariwisata**

Pariwisata adalah salah satu sektor terpenting dalam mendatangkan pemasukan bagi semua negara, selain sebagai faktor penyerap tenaga kerja. Pariwisata juga merupakan katalis untuk pembangunan. Dalam keterkaitannya dengan pemba-ngunan dan pertumbuhan, sektor pariwisata telah mencapai posisi penting, karena pariwisata menciptakan kesempatan pembangunan ekonomi dan kemakmuran, bahkan di bidang-bidang yang tidak dipertimbangkan dan digunakan sebagai sumberdaya ekonomi. Dengan kata lain yang membuat sektor pariwisata spesial dibandingkan sektor lain adalah strukturnya yang beragam yang membutuhkan tindakan koordinasi agar bisa sukses.

Sektor pariwisata dapat dianggap sebagai sebuah sistem. Menurut Mill dan Morrison (2002), ada beberapa alasan untuk menganggap pariwisata sebagai suatu sistem. Alasan pertama adalah

ketergantungan dalam pariwisata yang berarti bahwa semua organisasi di sektor pariwisata yang saling berhubungan bekerja-sama untuk mencapai tujuan. Alasan kedua adalah karakteristiknya yang terus-menerus berubah. Dengan kata lain, pariwisata dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal seperti perang, terorisme, ketidakpastian politis, hubungan inter-nasional, wabah penyakit, pembangunan teknologi dan perubahan kondisi demografis. Pada sisi lain, pariwisata adalah sektor yang kompleks dan terdiri dari berbagai tipe aktivitas dan organisasi. Karakteristik ini dianggap sebagai alasan untuk memandang pariwisata sebagai suatu sistem. Alasan keempat adalah daya saing pariwisata. Dengan semakin intensnya kompetisi dalam pariwisata, organisasi dalam pariwisata harus bersaing satu sama lain secara global. Alasan terakhir adalah kebutuhan akan daya tanggap. Seperti disebutkan sebelumnya, pariwisata merupakan sebuah mesin besar yang terdiri atas berbagai elemen yang mandiri. Perubahan pada suatu elemen akan menyebabkan perubahan pada bidang yang lain. Oleh karena itu, keserasian dari semua bagian dibutuhkan untuk kesuksesan pariwisata secara keseluruhan. Untuk menciptakan keharmonisan ini, praktik pengelolaan para pihak harus digunakan sebagai kunci untuk membuat hubungan yang kuat antara organisasi pariwisata dan para stakeholder.

### **Sebuah Penelitian Tentang Kemungkinan Aplikasi Strategi Manajemen Stakeholder di Bidang Pariwisata**

Prioritas para pihak dalam organisasi pariwisata bervariasi, pada waktu yang sama para manajer akan berpikir bahwa hubungan para pihak dan strategi manajemen isunya merupakan hal yang baru dan tidak bisa dipahami sepenuhnya. Dalam rangka menelaah pemikiran ini, sebuah penelitian mengenai kemungkinan pengaplikasian strategi manajemen stakeholder dilakukan di perusahaan peng-inapan (14 manajer telah dipilih untuk diinterview) and agen perjalanan (21 manajer telah dipilih untuk diinterview) di Izmir.

Data dikumpulkan melalui interview dengan para manajer yang telah ditentukan tersebut dengan tujuan untuk menemukan sikap mereka yang berkaitan dengan manajemen stakeholder dan praktik manajemen para pihak. Wawancara dilakukan secara langsung, melalui telepon atau surat elektronik dengan tujuan utama adalah untuk menemukan persepsi para manajer mengenai konsep tersebut.

Pertanyaan<sup>2</sup> yang diajukan kepada para manajer dan jawaban mereka dirangkum sebagai berikut:

- *Bagaimana pendapat anda mengenai nilai penting dari suatu hubungan dengan kelompok lain? Berikan 3 detil yang menjadi prioritas untuk anda lakukan.*
- Seluruh manajer setuju bahwa hubungan adalah hal yang paling penting dalam melakukan usaha di sektor pariwisata. Para manajer hotel menyatakan bahwa hubungan terutama dengan pembeli, penyuplai, pemegang saham dan media lebih penting dibandingkan dengan hal lainnya. Dengan kata lain, para manajer agen perjalanan menyatakan bahwa pemegang saham, penyuplai dan pembeli adalah penting dalam menjalani bisnis.
  
- *Apakah anda pernah mendengar mengenai konsep para pihak? Apa pendapat anda mengenai konsepnya? Anda punya ide mengenai manajemen para pihak?*
- Konsep para pihak telah didengar oleh para manajer hotel, khususnya sebagai bagian dari penerapan strategi manajemen terbaru. Banyak diantara mereka berpikir bahwa konsep tersebut sedikit sulit dan membingungkan. Jawaban serupa juga diberikan oleh para manajer agen perjalanan dan hotel.
  
- *Apakah anda berpikir bahwa hal ini akan berguna untuk organisasi anda dengan mengikutkan semua kelompok sebagai para pihak?*
- Karena konsep yang kompleks dan membingungkan, melibatkan semua kelompok dalam organisasi disadari adalah sesuatu yang sulit, kompleks dan pekerjaan yang membuang waktu.

- *Berdasarkan filosofi manajemen anda, kelompok mana yang yang dianggap sebagai yang terpenting dalam mengambil keputusan: pemegang saham atau para pihak lainnya?*
- Kebanyakan manajer setuju bahwa pengaruh para pemegang saham dalam pengambilan keputusan tidak dapat diabaikan dan biasanya para pemegang saham dipertimbangkan sebagai kelompok yang paling dominan dalam proses pengambilan keputusan.
- *Apakah anda berpikir bahwa organisasi anda mempunyai kewajiban kepada kelompok yang lain dari pada para pemegang saham?*
- Para manajer hotel menyatakan bahwa lingkungan bisnis hari ini, organisasi tidak bisa beroperasi dalam isolasi dan mereka mempunyai kewajiban kepada kepentingan kelompok. Mereka menambahkan bahwa pembeli memperoleh kekuatan besar dalam pasar hari ini dan bila ada kelompok lain yang kuat telah dikesampingkan, organisasi dapat kehilangan keunggulan kompetitif yang penting terhadap lawan mereka. Dilain pihak, para manajer agen perjalanan menegaskan nilai penting hubungan dengan individu dan kelompok berbeda dalam melakukan bisnis seperti penyuplai, pembeli dan pesaing walaupun mereka merasa tekanan dari pemilik/pemegang saham.
- *Menurut anda, apa yang seharusnya menjadi tujuan utama dari organisasi? Keuntungan atau seharusnya organisasi memiliki kewajiban sosial dan mengakomodasi kepentingan kelompok lainnya?*
- Pemaksimalan keuntungan tetap dilihat sebagai yang paling penting dan tujuan utama dari organisasi. Akan tetapi, perubahan masyarakat telah memaksa perusahaan untuk mengakomodir kepentingan kelompok lainnya (walaupun dengan yang tidak pernah ada dimasa lalu seperti LSM pecinta lingkungan, pembela pembeli, dll). Konsep dari kewajiban sosial dan etika, pertimbangan etik dalam melakukan bisnis telah menjadi sangat berpengaruh. Walaupun, isu tanggung jawab sosial telah diabaikan oleh sektor pariwisata.

- *Apakah anda berpikir bahwa manajemen para pihak dapat berguna sebagai perangkat manajemen untuk perusahaan anda dalam mendapatkan keunggulan kompetitif?*
  - Kebanyakan manajer telah mengklaim bahwa mereka tidak memiliki ide mengenai latar belakang teori tentang manajemen stakeholder di mana beberapa manajer agen wisata menyarankan agar jika konsep ini telah didukung oleh badan pemerintah dan manajer telah dilatih mengenai hal ini, manajemen stakeholder akan menjadi lebih populer dan diadopsi oleh banyak organisasi dalam sektor ini.
  
- *Apakah anda berpikir bahwa praktik manajemen stakeholder akan memfasilitasi dan mendukung proses strategi manajemen?*
  - Kebanyakan manajer akan menerima bahwa manajemen stakeholder merupakan alat manajemen yang kuat dalam mendapatkan keunggulan kompetitif. Walaupun mereka mengaplikasikan manajemen para pihak dalam perusahaan, mereka tahu mengenai nilai penting dari hubungan dengan para pihak lain dan pengaruh mengelola hubungan tersebut dalam kesuksesan bisnis. Mereka menambahkan bahwa hubungan dengan karyawan yang telah ditugaskan kepada HRD; hubungan dengan pembeli dapat dikelola dengan berbagai perangkat berbeda seperti CRM, PR, dll.
  - Secara umum, dapat dikatakan bahwa walaupun manajemen para pihak tidak diterapkan dalam perusahaan perhotelan/penginapan dan agen perjalanan di Izmir, para manajer menyadari nilai penting mengelola hubungan, dan mereka mencoba untuk mengelola kepentingan dari berbagai kelompok lain dalam rangka mendapatkan keunggulan kompetitif.

### **Kesimpulan :**

Stakeholder yang berbeda-beda dengan minat yang berbeda membuat lingkungan bisnis menjadi rumit dan membingungkan. Oleh karena itu,

agar sukses manajer harus memiliki kemampuan untuk menyelaraskan harapan yang berbeda-beda menjadi kesatuan yang menyeluruh yang mendukung tujuan perusahaan. Hanya memusatkan perhatian pada perolehan kembali nilai saham bukanlah tanggung jawab utama para manajer. Yang paling penting dari tanggung jawab manajer adalah resolusi dari konflik-konflik yang tidak terelakkan antara kelompok-kelompok stakeholder.

Pada sektor pariwisata, dimana produk intangibel dijual kepada pelanggan dan aplikasi bisnis didasarkan pada hubungan (*relationship*), stakeholder harus diper-timbangkan sebagai aktor utama dalam mencapai kesuksesan dan mendapatkan keuntungan kompetitif. Walaupun pentingnya "*relationship*" dalam praktik bisnis dan kesuksesannya sudah dialami oleh para manajer di perusahaan-perusahaan pariwisata, harus selalu diingat bahwa perubahan pada masyarakat dan organisasi bisnis masa kini membutuhkan metode dan praktik yang lebih komprehensif untuk mencapai posisi pasar yang baik.

Dapat dikatakan bahwa pada sektor pariwisata, kesuksesan hubungan "*face to face*" adalah penentu yang paling utama dalam memaksimalkan pendapatan dan keuntungan. Manajer dari organisasi pariwisata harus memasukkan kepentingan stakeholder dalam proses pengambilan keputusan mereka. Membatasi kepen-tingan "balik modal" akan menyebabkan kegagalan bisnis, kehilangan pasar dan kehilangan keuntungan kompetitif.

Walaupun mengikutsertakan stakeholder dalam proses perencanaan sering dianggap sebagai aktivitas yang sulit dan memakan waktu, kemitraan ini akan menghasilkan manfaat penting bagi kesuksesan dan pertumbuhan berkelanjutan dari pariwisata.

Di lain pihak, sering diamati bahwa karyawan selalu diabaikan oleh manajer organisasi pariwisata. Dalam pariwisata sebagai sektor tenaga

kerja intensif, karyawan memainkan peran penting dalam kesuksesan organisasi. Oleh karena itu, hubungan dengan karyawan tidak boleh hanya dibatasi pada aktivitas departemen pengelolaan sumberdaya manusia. Terlebih lagi, melewatkan hubungan karyawan akan menghasilkan penurunan kepuasan pelanggan.

Terakhir, manajer sektor pariwisata harus diberi pengetahuan mengenai pengelolaan stakeholder. Penelitian lebih lanjut dan komprehensif pada area bisnis lain di bidang pariwisata dan pada stakeholder yang berbeda dibutuhkan untuk memperoleh pengetahuan yang lebih luas mengenai praktik pengelolaan stakeholder pada sektor pariwisata.

#### **Evaluasi :**

**Bagaimana peran stakeholder dalam mendukung pariwisata?**

#### **DAFTAR PUSTAKA**

Yilmaz, B.S. dan Gunel, O. D. The Importance of Strategic Stakeholder Management in Tourism Sector: Research on Probable Applications. *An International Multidisciplinary Journal Of Tourism* Volume 4, Number 1, Spring 2009, Pp. 97-108).

## BAB VI. EKOLABEL WISATA

Kompetensi : Mahasiswa dapat memahami komponen apa yang perlu dievaluasi dalam memberikan ecolabel pada sebuah perusahaan wisata.

### Developing Countries and Tourism Ecolabels

Vinod Sasidharana<sup>a,\*</sup>, Ercan Sirakaya<sup>b</sup>, Deborah  
Kerstetter<sup>a</sup>

<sup>a</sup>Department of Recreation, Parks and Tourism, San Diego State University, 5500 Campanite Drive, San Diego, CA 92192-4531, USA <sup>b</sup>Department of Recreation, Park and Tourism, Texas A&M University, USA

Received 9 June 2000; accepted 2 January 2001

#### 1. Pendahuluan

Skema ecolabel, sertifikasi lingkungan dan penghargaan, serta jaminan kualitas lingkungan serta sistem evaluasi saat ini sedang digunakan sebagai instrument atau alat oleh industri pariwisata di negara maju untuk melindungi lingkungan alam (Morgan, 1999), dan untuk pengaturan pengembangan lingkungan yang kompatibel dengan industri pariwisata. Dorongan ke arah sertifikasi usaha pariwisata muncul sebagai akibat dari Agenda 21, KTT Bumi PBB (atau Rio Summit) disetujui oleh 182 negara tahun 1992, yang menekankan perlunya perusahaan untuk memenuhi peraturan lingkungan dan kebijakan untuk mengurangi masalah lingkungan global. Sementara beberapa negara berkembang menjadi semakin tertarik pada adopsi inisiatif ecolabeling wisata, ada tumbuh kekhawatiran juga bahwa, usaha skala kecil pariwisata negara-negara berkembang akan risau-untuk mengikuti standar lingkungan dan kriteria dibatasi oleh skema ecolabeling internasional yang berasal dari negara-negara maju. Seringkali disebut sebagai 'Pemisah Utara-Selatan'. Standar sertifikasi ditentukan oleh skema ecolabeling internasional dapat digunakan sebagai strategi

proteksi untuk melestarikan bisnis kepentingan negara maju dan perusahaan pariwisata mereka (Honey & Roma, 2000a). Mengingat keadaan ini, adalah penting untuk memahami bagaimana melindungi sumber daya yang baik di negara-negara berkembang yang mungkin bereaksi terhadap fenomena ecolabeling wisata ini yang telah mendapatkan pengakuan luas oleh negara-negara maju. Makalah ini memberikan analisis konseptual dari proses ecolabeling sambil menguji kelayakan adopsi skema ecolabeling sertifikasi perusahaan pariwisata dalam negara berkembang. Serangkaian proposisi yang menyangkut beberapa hal yaitu : (1) tahap penilaian dampak dari proses ecolabeling, (2) penyusunan kriteria dalam tahap proses ecolabeling, (3) keterlibatan stakeholder dalam skema ecolabeling , (4) representasi negara-negara berkembang dalam skema ecolabeling dan (5) potensi ekolabel untuk pendidikan wisatawan. Wacana yang disajikan dalam makalah ini adalah dimaksudkan untuk menghasilkan kesadaran yang lebih besar tentang rintangan tersembunyi yang berhubungan dengan penerapan skema ecolabeling wisata bagi negara-negara berkembang. Selain itu, proposisi yang dikembangkan diharapkan menjadi pedoman ke depan dalam penelitian untuk memeriksa kelayakan dan efektivitas skema ecolabeling di negara berkembang. Menurut Middleton dan Hawkins (1998, hal 240), industri pariwisata menggunakan ekolabel (kadang-kadang menggunakan istilah ecoseals atau penghargaan lingkungan) sebagai merek dagang atau logo untuk menyampaikan pesan lingkungan perusahaan, dengan harapan meningkatnya sikap positif pelanggan terhadap produk atau jasa mereka. Jenis strategi ini mempunyai tempat tersendiri yang dapat memberikan perusahaan suatu keuntungan lebih dari pesaing mereka. Penerbit ekolabel (misalnya, Blue Flag, Seaside Award, Green Globe, Blue Angel, Green Leaf, Green Koper, dll) biasanya dihormati untuk (1) mengendalikan pariwisata berdampak lingkungan negatif berbasis sumber daya alam di daerah tujuan oleh usaha pariwisata dan mendorong untuk mencapai standar lingkungan yang tinggi (UNEP, 1998), (2) mendidik wisatawan tentang dampak pariwisata mereka terkait tindakan dan keputusan, sehingga mendorong mereka untuk bertindak mendukung perusahaan

wisata 'ramah lingkungan' (UNEP, 1998), dan (3) mengembangkan standar untuk produk ramah lingkungan dan layanan pariwisata (Mihalic, 2000). Perusahaan pariwisata yang mendapatkan ecolabel mempromosikan lingkungan atas prestasi mereka dan dapat mengkampanye pemasaran mereka melalui pamflet, flyer, brosur, siaran pers, papan pemberitahuan, dan menampilkan logo penghargaan (Morgan, 1999).

Skema ecolabeling pariwisata, dipromosikan oleh sektor swasta dan publik, saat ini yang paling umum di antara negara-negara maju dengan empat level geopolitik yaitu - internasional, regional, nasional, dan sub-nasional (lihat Tabel 1; UNEP, 1998). Industri pariwisata negara-negara berkembang dapat mengambil manfaat mengikuti pemanfaatan yang diakui secara internasional pada skema ecolabeling (Mihalic, 2000). Adopsi pariwisata ecolabel akan cocok dengan kebijakan berkaitan dengan pengelolaan sumber daya alam, lingkungan konservasi dan perlindungan, dan pengendalian pencemaran sedangkan sesuai dengan konsep dari lingkungan pariwisata ramah lingkungan (Hashimoto, 1999). Konsep ecolabeling akan sangat menarik bagi perusahaan pariwisata negara-negara berkembang karena meningkatnya tekanan pemerintah terhadap industri pariwisata untuk meningkatkan kinerja lingkungan dengan mengadopsi pengelolaan lingkungan yang efektif (Zhang, Chong, & Ap, 1999). Selanjutnya, prestasi dan promosi penghargaan internasional lingkungan kegiatan diakui sebagai alat untuk perusahaan-perusahaan pariwisata negara-negara berkembang dalam jasa pemasaran mereka (UNEP, 1998; Mihalic, 2000) dengan harga tinggi untuk wisatawan barat yang sadar lingkungan yang bukan saja puas dengan tradisi berjemur matahari, laut dan pasir, tapi juga ramah lingkungan.

## **2. Pembangunan Pariwisata di negara-negara berkembang dan kebutuhan akan ecolabel.**

Selain menghasilkan penerimaan devisa dan investasi, pariwisata telah mendorong diversifikasi ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di

banyak komunitas di dunia. Karena sifatnya ekonomis menguntungkan dan peran vital ekonomi, pariwisata seolah-olah dipromosikan dan dipasarkan pada skala global oleh sektor swasta dan publik untuk menghasilkan wisatawan. Pengembangan pariwisata secara tidak sengaja telah memainkan peran dalam menciptakan masalah sosial budaya dan lingkungan di tujuan wisata, terutama dalam mengembangkan bangsa. Peningkatan harga tanah dan inflasi, tingginya kebocoran manfaat ekonomi, degradasi budaya dan akulturasi, introduksi spesies eksotik untuk lokal flora dan fauna, kerusakan ke situs-situs warisan budaya, kerusakan terumbu karang di Karibia, gangguan polusi peternakan unggas di Antartika, melalui limbah dan pembuangan kotoran di daerah tujuan wisata populer (Erize, 1987; Holder, 1988; Wilkinson, 1989; Brierton, 1991; Cater, 1993; Healy, 1994; Place, 1995; Sirakaya, 1997a; Hall & McArthur, 1998) adalah sedikit contoh potensi pariwisata yang merusak. Dampak merugikan pengembangan pariwisata dalam mengembangkan negara telah didokumentasikan dengan baik dan dibahas di masa lalu (De Kadt, 1979, hal 65; Britton, 1982; Mathieson & Wall, 1982; Pemegang, 1988; Butler, 1990; Sirakaya, 1997a; Akama, 1999; Shackley, 1999; Sindiga, 1999; Sindiga & Kanunah, 1999; Zhang et al., 1999). Incremental masuknya wisatawan massa dari negara-negara maju telah lebih jauh diperburuk skala, besar dan intensitas masalah (Wheeller, 1997) terkait dengan pengembangan pariwisata di negara berkembang. Menyadari lingkungan alam sebagai sumber daya vital pariwisata, sektor publik dan swasta di industri pariwisata semakin mengadopsi dan menerapkan tindakan pembangunan lingkungan yang kompatibel dalam rangka mengurangi dampak negatif lingkungan yang terkait dengan pengembangan pariwisata. Tak disangkal lagi, pembangunan pariwisata di Negara berkembang memiliki potensi menghasilkan dampak negatif lingkungan, sehingga mengubah sumber daya ekologi daerah tujuan wisata (Baker, 1997; Obua & Harding, 1997). Perlu diingat adanya kebutuhan untuk mempertahankan keseimbangan antara pengembangan pariwisata dan lingkungan di wilayah ini melalui perencanaan dan pengelolaan sumber daya pariwisata, rekomendasi

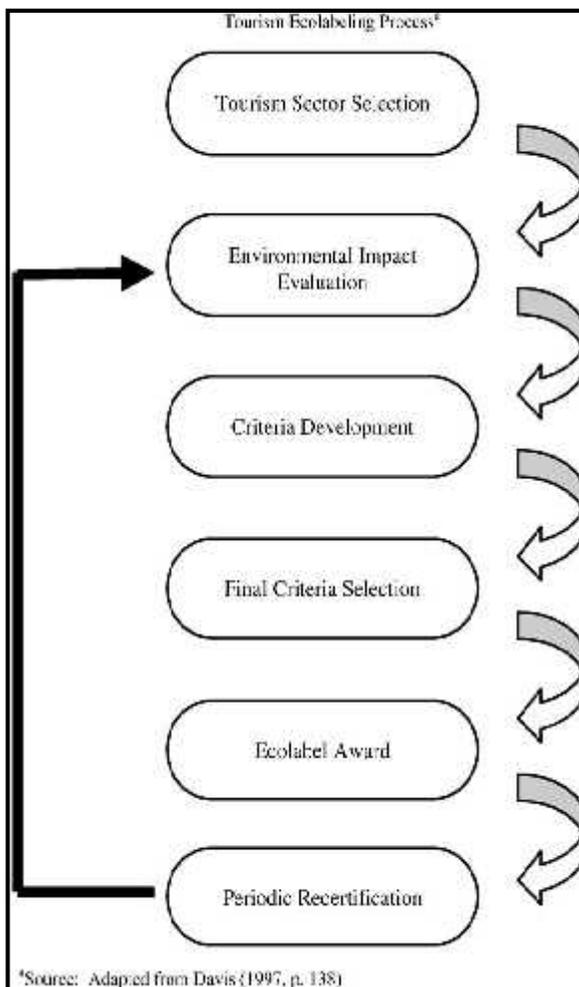
untuk mengatur dampak negatif pariwisata oleh 'ecolabeling' produk wisata yang dimasukkan dan ditetapkan oleh pihak yang berkepentingan (Middleton & Hawkins, 1998; UNEP, 1998). Di tengah kontroversi yang berkembang mengenai interpretasi lingkungan yang kompatibel (atau berkelanjutan) dengan pembangunan, sama ambiguinya dengan 'ecolabeling' (pelabelan lingkungan). Pendekatan yang diusulkan oleh sektor swasta dan beberapa lembaga public sedang diidentifikasi sebagai alat strategis resmi untuk menyetujui dan pemasaran produk yang ramah lingkungan (Jensen, Christiansen, & Elkington, 1998) sambil memastikan tindakan ke arah yang lebih berkelanjutan. Dalam konteks perjalanan dan pariwisata, di lain pihak tertarik untuk mempromosikan desain, produksi, pemasaran dan penggunaan produk pariwisata yang mempunyai dampak lingkungan kecil (selama seluruh siklus kegiatan mereka), dan memberikan konsumen dengan informasi yang 'baik' terhadap dampak lingkungan produk pariwisata (Middleton & Hawkins, 1998). Khususnya, pendekatan 'ecolabeling' mungkin diterapkan kepada perusahaan pariwisata (bisnis atau perusahaan) seperti hotel / resort / marina, agen perjalanan, tour operators, air tanah dan jasa transportasi, dan perusahaan penerbangan dan juga dapat diperpanjang untuk mengesahkan tujuan wisata yang berwawasan lingkungan dan sumber daya alam pada tujuan ini (UNEP, 1998; Mihalic, 2000). Sedangkan perusahaan pariwisata negara berkembang sebagian besar terdiri dari milik swasta, besar, rantai waralaba internasional, dan bisnis wirausaha skala kecil pada sumber daya wisata yang lain, di negara-negara ini sebagian besar dikontrol dan dioperasikan oleh sektor publik (Zhang et al, 1999). Mengingat, penerapan skema ecolabeling wisata di negara-negara berkembang untuk tujuan menjamin pengelolaan yang ramah lingkungan dan pengembangan lingkungan yang sensitive (Wildavsky, 1996). Upaya skema sertifikasi ecolabeling ini akan memunculkan isu-isu seperti konflik kepentingan antara para pemangku kepentingan (Hemmelskamp & Brockmann, 1997), ketidakpercayaan dalam akurasi penilaian (Salzhauer, 1991), dan tekanan industri untuk meringankan kriteria sertifikasi (West, 1995).

### **3. Skema ecolabel untuk industri pariwisata**

Pertumbuhan yang tidak direncanakan dan tidak diantisipasi dari industri pariwisata di negara-negara berkembang dapat mengakibatkan kerusakan, degradasi dan, dalam beberapa kasus penghancuran sumber daya alam (Shackley, 1996; Baker, 1997; Obua & Harding, 1997). Industri pariwisata pemangku kepentingan dapat mempertimbangkan penerapan skema 'ecolabeling' sebagai pilihan yang layak untuk mengendalikan dampak negatif langsung (lingkungan) pada sumber daya alam di daerah tujuan wisata (UNEP, 1998). Ecolabel ini akan memberikan informasi mengenai kinerja lingkungan perusahaan pariwisata, sehingga memungkinkan mereka untuk membuat informasi pilihan saat membeli produk dan jasa dari tour-operator, agen perjalanan, resort / hotel, dan / atau penyedia layanan lain wisata untuk liburan mereka (Rhodes & Brown, 1997; Sirakaya, 1997b; Weissman, 1997; Sirakaya & McLellan, 1998; Sirakaya & Uysal, 1998; Sirakaya, Sasidharan, & S.onmez, 1999). Sebagian besar, ecolabel tersebut akan mendorong wisatawan untuk mencari perusahaan pariwisata yang ramah lingkungan untuk kebutuhan liburan mereka. Sebagai tanggapan terhadap peningkatan permintaan dikalangan wisatawan untuk mendapatkan pariwisata yang ramah lingkungan, usaha pariwisata akan mendorong pengarahannya praktek-praktek industri dan memperbaiki standar lingkungan, sehingga wisatawan memperoleh produk dan jasa yang berdampak ringan terhadap lingkungan (West, 1995). Dalam prakteknya, sebuah perusahaan pariwisata untuk mendapatkan suatu ecolabel harus memenuhi standar dan kriteria yang diidentifikasi oleh skema akreditasi lingkungan pihak ketiga yang menawarkan label (Mihalic, 2000). Untuk melengkapi diskusi pembaca yaitu melalui langkah-langkah proses ecolabeling pariwisata.

#### **3.1. Proses ecolabeling pariwisata**

Menurut Davis (, 1997 hal 138), prosedur untuk mengikuti program ecolabeling pihak ketiga secara luas diklasifikasikan ke dalam enam langkah utama. Dalam konteks pariwisata, ecolabel akan diberikan kepada kualifikasi perusahaan pariwisata dengan pihak ketiga program ecolabeling melalui suatu proses yang sistematis dalam enam langkah ini (Gambar 6.1) :



Gambar 6.1. Proses ekolebeling wisata.

Langkah 1: Pemilihan sektor pariwisata. Langkah ini memerlukan keterlibatan yang kuat dari panel sehigga mewakili stakeholder pariwisata, termasuk perencana pariwisata dan pejabat pemerintah, perusahaan swasta dan asosiasi pariwisata, berorientasi pada lingkungan organisasi non-pemerintah, kelompok warga lokal, wisatawan, dan staf anggota organisasi ecolabeling. Stakeholder akan

memilih kategori tertentu dari daftar operator sectors-tour pariwisata, agen perjalanan, resort / hotel, dan / atau penyedia layanan wisata lainnya.

Langkah 2: Evaluasi dampak lingkungan. Pada fase ini semua proses ecolabeling, kemungkinan dampak lingkungan dari sektor pariwisata yang dipilih dalam langkah 1, misalnya, tour-operator, akan didokumentasikan menggunakan Life-cycle Assesment (LCA) atau "cradle-to-grave" metodologi akuntansi lingkungan (Grotsky, 1993; Wildavsky, 1996; Hemmelskamp & Brockmann, 1997; Rhodes & Brown, 1997; Jensen et al, 1998). Hal ini akan meliputi dampak lingkungan seperti udara, pencemaran air, polusi suara, limbah padat, perubahan komposisi flora dan fauna, erosi tanah, perubahan geofisika, pemanfaatan bahan baku, dan konsumsi energi. Selanjutnya, yang paling kritis diidentifikasi dampak lingkungan yang dihasilkan oleh sektor pariwisata.

Langkah 3: Kriteria pembangunan. Sebuah kriteria indeks awal untuk mengurangi dampak lingkungan yang terkait dengan sektor pariwisata, yang diidentifikasi pada langkah 2 adalah peer-review oleh panel stakeholder pariwisata yang terlibat dalam langkah 1.

Langkah 4: Kriteria seleksi akhir. Berdasarkan consesus stakeholder peer-reviewer, kriteria index of limited multiple-attribute (Grotsky, 1993) untuk dampak lingkungan yang berkaitan dengan sektor pariwisata ditentukan oleh lembaga ecolabeling.

Langkah 5: Penghargaan ekolabel. Sebuah perusahaan pariwisata menerapkan 'ecoseal' 'ekolabel' atau akan diberikan sama oleh badan ecolabeling jika bisnis baik atau paling tidak memenuhi kriteria akhir dampak lingkungan (Grotsky, 1993) yang terkait dengan sektor perusahaan (misalnya, operator tur) dari industri pariwisata. Jika perusahaan pariwisata memenuhi kriteria akhir yang ditetapkan oleh badan ecolabeling, kemudian membayar biaya lisensi kepada instansi

ecolabeling (Kusz, 1997; Shimp & Rattray, 1997) untuk penggunaan-sertifikasi eco-nya, simbol, logo atau bendera dalam pemasaran dan usaha promosi serta operasional sehari-hari.

Langkah 6. Sertifikasi priodik ulang. Kriteria Indeks dampak lingkungan dievaluasi, biasanya setiap tiga tahun (Shimp & Rattray, 1997), untuk menentukan apakah kriteria yang ada sesuai teknologi dan kemajuan inovatif dalam industri pariwisata yang berkaitan kepada perbaikan dampak lingkungan. Jika kriteria diperkuat (untuk mendorong tambahan lingkungan perbaikan) oleh lembaga ecolabeling, perusahaan pariwisata yang telah bersertifikat akan diwajibkan untuk mengajukan permohonan sertifikasi ulang oleh agen ecolabeling, skema ecolabeling untuk industri pariwisata akan menilai dampak lingkungan dari perusahaan pariwisata melalui seluruh siklus kegiatan mereka.<sup>1</sup> Karena ketergantungan multi-sumberdaya industri pariwisata, penilaian siklus-kegiatan tidak akan efektif dalam mengidentifikasi seluruh berbagai dampak lingkungan yang dihasilkan oleh perusahaan pariwisata. Selain itu, sebagian besar dampak yang jauh jangkauannya dan tidak mungkin untuk mengukur menggunakan tehnik penilaian daur-kegiatan. Lembaga Ekolabel harus mengenal

Catatan 1 Secara definisi, analisis teknik life-cycle teknik yang digunakan untuk menilai dampak lingkungan dari perusahaan pariwisata akan meliputi: kegiatan (1) siklus inventory-identifikasi dan kuantifikasi energi konsumsi, bahan baku yang digunakan dan limbah yang dibuang ke lingkungan oleh perusahaan selama memberikan tourismrelated jasa, (2) perhitungan dampak lingkungan analysis-dampak lingkungan kumulatif yang dihasilkan oleh input dan output atas kekegiatanan perusahaan (Salzhauer, 1991; Grodsky, 1993), dan (3) peningkatan penggunaan informasi analysis- dikumpulkan melalui langkah-langkah sebelumnya untuk mengurangi lingkungan dampak usaha pariwisata selama siklus kegiatan masing-masing (Salzhauer, 1991).

dengan benar dampak yang diproduksi oleh berbagai sector industri pariwisata sebelum melakukan dampak analisa dan perbaikan analisis fase siklus penilaian.

#### **4. Dampak pembangunan pariwisata terhadap sumber daya alam di negara-negara berkembang.**

Pembangunan pariwisata tergantung pada beragam karakteristik sumber daya yang berkaitan dengan biofisik lingkungan (kondisi iklim, topografi, ekosistem dan habitat), tidak seperti lainnya industri yang berbasis sumber daya tunggal (Wilkinson, 1994; Burton, 1995). (Zhang et al., 1999), kelangkaan sumber daya alam yang dihadapi oleh negara-negara berkembang sebagian besar mengalami kerentanan dan kerentanan ini sumber daya untuk kegiatan pengembangan pariwisata di tempat tujuan. Karena pariwisata alam kompleks multi-faceted dan pengembangan pariwisata di daerah sangat tergantung pada sumberdaya alam, maka dampak terhadap lingkungan biota dan ekosistem alami harus dihindari (Freestone, 1991; Mitchell & Barborak, 1991; Smith, 1992; Maragos, 1993; Nunn, 1994; Gilman, 1997).

Pembangunan pariwisata di negara-negara berkembang diwujudkan dalam tiga bentuk inti yaitu – berbasis alam (atau eko-) pariwisata, wisata pantai, dan wisata warisan (atau budaya) (Lumsdon & Swift, 1998). Pariwisata di negara-negara ini dipromosikan terutama pada daya tarik mereka sumber daya alam dan lansekap (Fennell & Eagles, 1990). Selain itu, pariwisata di negara-negara berkembang seringkali dibangun di sekitar ekosistem sensitif (Butler, 1990). Masalah sumber daya alam yang terkait dengan pengembangan pariwisata termasuk-degradation ekosistem (termasuk flora dan fauna) di taman nasional, hutan, menjaga dan lahan basah (Sindiga, 1999; Sindiga & Kanunah, 1999; Kousis, 2000); gangguan kendaraan pada hewan wisata (Sindiga & Kanunah, 1999); pengambilan secara intensif air tanah dan pembuangan limbah padat dan limbah cair (Sindiga & Kanunah, 1999; Kousis, 2000), penggembalaan lahan dan menipisnya sumber daya air (Ap & Crompton, 1998; Akama, 1999); hilangnya tutupan vegetasi, erosi tanah dan hilangnya mineral tanah, dan kerusakan pohon dan perakarannya (Obua & Harding, 1997); fragmentasi habitat dan degradasi, masuknya jenis eksotis (bukan asli), dan komersialisasi satwa liar yang mengarah ke penurunan dan kepunahan satwa liar (Baker, 1997), dan kebisingan, air tanah, segar dan polusi udara (Shackley, 1996; Kousis, 2000). tipe ekosistem pesisir khususnya rentan terhadap

dampak sebagai akibat dari kegiatan pariwisata terkait termasuk: garis pantai (Dobias & Bunpapong, 1990); lepas pantai perairan, muara, terumbu karang, tempat tidur rumput laut, pasir pantai (Clark, 1990; GFANC, 1997; Hinrichsen, 1998); hutan bakau (Wright, Urish, & Runge, 1991; GFANC, 1997; Hinrichsen, 1998); sempadan habitat dan lahan basah di dekat-pantai (GFANC, 1997; Hinrichsen, 1998), dan garam rawa-rawa dan bukit pasir pantai (GFANC, 1997). Sumber daya alam pesisir wilayah yang rentan terhadap dampak merugikan pariwisata karena karakteristik unik mereka: kelemahan biota (Nunn, 1994), biomes dan ekosistem, dan kuat interface dan keterkaitan antara terestrial dan lingkungan laut (Wilkinson, 1994, hal 41), gabungan dengan peningkatan kepadatan penduduk (Farrell, 1986; Yapp, 1986; WCC, 1993; Hinrichsen, 1998) dan kerangka kerja legislatif yang tidak memadai, infrastruktur administratif dan kemampuan manajemen (Hickman & Cocklin, 1992; Wilkinson, 1994; Wescott, 1998). Jelas, pembangunan pariwisata di negara-negara berkembang memiliki potensi menghancurkan sumber daya alam dan lingkungan biofisik maka diperlukan kesinambungan industri pariwisata, termasuk ekosistem yang berfungsi sebagai habitat bagi manusia dan jumlah flora yang besar, fauna dan spesies air. Karakter inheren memiliki tujuan unik di negara berkembang yaitu kekhasan dan karakteristik dari industri pariwisata dipelihara didaerah biasa ini telah memainkan peran pelengkap dalam memproduksi dampak lingkungan endemik (Wong, 1993). Sementara beberapa dari dampak tersebut (misalnya, total jumlah energi yang dikonsumsi dan jumlah padatan sampah yang dihasilkan) yang mudah untuk dihitung, penilaian dampak lainnya (misalnya, mikro dan tingkat makro efek emisi di udara dan kualitas air, kesehatan masyarakat, ekosistem alami, atau iklim global) sering tidak dapat dipastikan (Salzhauer, 1991). Dengan demikian, prospek menentukan dampak lingkungan perusahaan pariwisata selama perjalanan seluruh siklus kegiatan seringkali tidak pasti. Selain itu, ecolabel untuk penghargaan pariwisata sering didasarkan pada kriteria dan tidak membahas semua indikator lingkungan yang terukur (Williams & Morgan, 1995). Kurangnya teknik ilmiah yang sesuai untuk

menganalisis seluruh spektrum dampak lingkungan yang terkait dengan perusahaan pariwisata akan menimbulkan hambatan serius bagi lembaga ecolabeling selama fase program penting mereka.

## **5. Masalah praktis yang berhubungan dengan ecolabeling wisata di negara-negara berkembang.**

Pengenalan skema ecolabeling berfokus pada pariwisata di negara-negara berkembang akan memberikan kesempatan bagi wisatawan potensial untuk meninjau lingkungan sensitivitas jasa pariwisata dan produk terkait sebelum membuat perjalanan akhir mereka (mengambil) keputusan, sementara mendorong sektor industri pariwisata memenuhi standar lingkungan yang ditetapkan yang akan meminimalkan dampak mereka pada sumber daya alam. Namun, analisis kelayakan ekolabel yang dipergunakan untuk sertifikasi perusahaan pariwisata di negara-negara berkembang membawa ke permukaan sejumlah isu dijalankan berkaitan dengan konsep keseluruhan, seperti adanya perrentangan peran yang dimainkan oleh para pemangku kepentingan dalam proses ecolabeling yang tidak akurat digunakan untuk mengembangkan kriteria evaluasi. Berdasarkan Sasidharan dan Font's (2001) penelaahan terhadap potensi kesalahan dalam program ecolabeling, diskusi menyajikan analisis konseptual dari proses ecolabeling untuk negara-negara berkembang. Selain itu, isu-isu kunci dan potensi kendala yang bisa sangat membebani proses ecolabeling di negara-negara berkembang diperkenalkan sebagai hipotesis belum diuji. Hipotesis diusulkan dengan tujuan untuk memfasilitasi dan membimbing penelitian kedepan untuk mengevaluasi efektivitas dari ekolabel, pada umumnya, dan dengan penekanan khusus pada kelayakan untuk mengadopsi skema ecolabeling sertifikasi perusahaan pariwisata di negara-negara berkembang.

5.1. Kriteria penilaian dampak : kepentingan bisnis vs perlindungan lingkungan.

Kurangnya metodologi penilaian ilmiah tentang dampak lingkungan yang diterima secara universal (West, 1995; Wildavsky, 1996) yang diproduksi oleh perusahaan pariwisata sepanjang siklus kegiatan seluruhnya, mengakibatkan identifikasi indikator dan kriteria untuk lingkungan penilaian dampak fase proses ecolabeling seringkali didasarkan pada kebijaksanaan badan ecolabeling (Salzhauer, 1991; Dudley, Elliott, & Stolton, 1997). Tidak tersedianya database persediaan untuk mendokumentasikan siklus kegiatan berbagai sektor industri pariwisata dan rendahnya tingkat kerja sama dari perusahaan pariwisata terhadap pengungkapan informasi operasi yang berhubungan dengan efek negatif akan akurasi ilmiah dari persediaan dan dampak penilaian analisis fase siklus kegiatan untuk pariwisata perusahaan. Hal ini akan mengarah pada identifikasi dampak lingkungan yang berbeda, dengan demikian analisis perbaikan tidak dapat diandalkan (Salzhauer, 1991) untuk usaha bisnis di dalam industri pariwisata.

Identifikasi dampak lingkungan dan pengembangan kriteria evaluasi untuk usaha pariwisata akan sangat dipengaruhi oleh preferensi para pihak dengan kepentingan dalam industri pariwisata. Dominasi lobi pariwisata sektor swasta dalam program ecolabeling akan membentuk penilaian dampak kriteria sebagai produk yang dibuat melalui kompromi antara perlindungan lingkungan dan berorientasi pada keuntungan agenda bisnis pariwisata (West, 1995; Dudley et al, 1997; Kusz, 1997), daripada sebagai alat untuk menilai standar lingkungan pariwisata suatu perusahaan (Kusz, 1997). Sebagai contoh, di bawah ISO 14001, sistem manajemen lingkungan standar terhadap bisnis pariwisata yang bersertifikat, perusahaan akan dapat memenuhi Standar Internasional Organisasi (ISO) persyaratan dan mendapatkan sertifikasi, bahkan jika berada dalam sengketa hukum atau bertentangan dengan lingkungan dan lokal komunitas tujuan wisata (Honey & Roma, 2000a). Oleh karena itu, yang menimbulkan dampak yang tidak konsekuensi ekonomi yang diinginkan kepada perusahaan pariwisata akan ditujukan kepada tingkat yang lebih besar dibandingkan dengan kepentingan ilmiah seperti dampak terhadap

spesies, keanekaragaman hayati, migrasi, dll Sebagai contoh, salah satu kriteria penting untuk menerima sertifikasi dari Blue Flag, program internasional untuk sertifikasi pantai dan marina, adalah bahwa tidak ada pencemaran industri atau pembuangan limbah yang dapat mempengaruhi pantai daerah tujuan wisata (Honey & Roma, 2000a). Sedangkan dampak lingkungan dari suatu perusahaan pariwisata pada daerah pantai dapat diprioritaskan oleh lembaga ecolabeling terutama bidang ekologi, estetika dan ekonomi, dampak yang merugikan perusahaan pariwisata yaitu pada kawasan ekosistem pesisir dan sekitar perairan yang tidak mendapat perhatian yang memadai dan sering diremehkan. Dengan demikian, lokasi orientasi spesifik dan kepentingan bisnis pariwisata akan berkonsentrasi pada program ecolabeling di situs khusus dampak lingkungan, bukan dampak tingkat makro (seperti perubahan iklim global) tetapi dampak sosial-budaya seperti identitas budaya, pengembangan lanskap budaya dan situs warisan, mengubah pemikiran masyarakat lokal yang cenderung meremehkan bahkan mengabaikan, maka program ecolabeling yang dapat mengukur dampak tersebut dan menyelesaikan mereka. Efektivitas skema wisata ecolabeling akan tergantung pada penerapan siklus ilmiah yang dapat diandalkan melalui penilaian teknik yang mengidentifikasi kedua lingkungan serta dampak sosial-budaya yang terkait dengan perusahaan pariwisata. Berdasarkan tinjauan ini, proposisi pertama dapat disajikan sebagai berikut:

Proposisi 1. kriteria penilaian dampak akan muncul sebagai bahan untuk dibicarakan, dan belum tentu sebagai altruistik berarti untuk mengevaluasi sebuah kinerja lingkungan perusahaan pariwisata secara keseluruhan.

## 5.2. Keputusan ekolabel: dominasi oleh hak istimewa.

Para anggota dewan dan lembaga ecolabeling stakeholder dari industri pariwisata yang terlibat dalam proses ecolabeling terdiri dari wakil-wakil baik dari sektor publik dan industri pariwisata umum.

Keterlibatan pariwisata sebagai pemangku kepentingan industri yang mewakili beragam kepentingan (misalnya, konservasi lingkungan, keterlibatan pengembangan masyarakat, revitalisasi ekonomi, dll) dapat menimbulkan potensi konflik selama proses pengambilan keputusan ecolabeling. Konflik-konflik akan mengakibatkan kesulitan dalam prosedur pemilihan kategori masalah di sektor pariwisata dan kriteria final. Sementara sebagian besar pemangku kepentingan industri pariwisata, mewakili skala besar di usaha sektor swasta akan terlibat dalam proses ecolabeling (Grotsky, 1993) sehingga akan bekerja menuju standar perkembangan lingkungan yang terbaik sesuai dengan kepentingan bisnis mereka, rasa takut akan kegagalan dalam memenuhi standar yang ditetapkan akan mencegah perusahaan yang berskala kecil berpartisipasi dalam fase program inisiasi ecolabeling (Kusz, 1997). Misalnya industri lokal representasi dan partisipasi dalam program ecolabeling pariwisata global seperti Green, Globe 21 Ecotel atau Blue Flag sangat diabaikan di destinasi pariwisata di Afrika (Honey & Roma, 2000a). Dengan demikian, keputusan ecolabeling mencerminkan penghakiman dari kelompok sumber daya (personil dan keuangan) untuk berpartisipasi dalam proses ecolabeling (West, 1995). Program sertifikasi seperti Green Globe 21 dikembangkan, dibiayai dan dikelola oleh asosiasi industri perdagangan pariwisata, seperti jaringan hotel yang dalam industri pariwisata terdiri dari mayoritas pemangku kepentingan yang terlibat dalam desain dan implementasi dari skema ecolabeling (Honey & Roma, 2000a). Kebanyakan skema wisata ecolabeling rentan terganggu oleh masalah keterlibatan perusahaan yang berskala besar dari sektor swasta ditambah dengan rendahnya representasi dari usaha kecil (Grotsky, 1993) dan kelompok lain, seperti personil pemerintah, kelompok warga dan wisatawan, yang terhalang dalam mengisi sumber daya (waktu, uang dan personil) serta sesi bekerja yang intensif selama fase program ecolabeling (West, 1995). Akibatnya keputusan akhir yang diambil selama berbagai tahapan dari proses ecolabeling jarang mewakili konsensus antara para pemangku kepentingan industri pariwisata. Sebagai contoh, tiga sertifikasi berjenjang pendekatan, didukung oleh Internasional

Ekowisata Masyarakat (Dasi), Rainforest Alliance, dan Program Ekowisata dan Akreditasi Alam Australia (Pasut), yang secara terpisah menyatakan ekowisata yang berkelanjutan dan usaha pariwisata massal tidak diterima oleh orang lain yang terlibat dalam program sertifikasi (Honey & Roma, 2000a). Ahli ekowisata lingkungan di Amerika Tengah dan Sri Lanka percaya bahwa hanya ada satu tingkat di Program sertifikasi, meliputi rentang seluruh konvensional untuk bisnis ekowisata dari tiga tingkatan sertifikasi. Dalam rangka mengklaim dan membangun kredibilitas bisnis maka diperlukan program ecolabeling untuk mempertahankan independen dan status yang netral, sementara sertifikasi menghindari bias yang timbul dari perbedaan dalam komposisi perwakilan (misalnya, lebih besar skala perusahaan perwakilan dari orang lain) (West, 1995). Ketidacukupan waktu, uang dan personil sumber daya juga akan mempengaruhi sejauh mana stakeholder yang terlibat dalam dampak lingkungan dapat diidentifikasi pada fase program ecolabeling.

Terbatasnya jumlah sumber daya yang tersedia untuk kebanyakan stakeholder dalam melakukan hal yang sama, sekali lagi perusahaan skala besar dari sektor swasta akan memainkan peran utama dalam merekomendasikan dan pendanaan ilmuan lingkungan, peneliti dan spesialis, dengan keahlian dalam masalah sumber daya alam dan lingkungan untuk menganalisis dampak lingkungan yang terkait dengan sektor pariwisata. Dalam kasus ISO 14001, lingkaran perwakilan industri pariwisata bertanggung jawab atas penetapan standar lingkungan internasional, dan partisipasi akuntansi dalam pengambilan keputusan dari pemerintah dan non-pemerintah dari negara-negara berkembang (Honey & Roma, 2000a). Dengan demikian, hanya beberapa yang dipilih sebagai personil dan sponsor keuangan perusahaan berskala besar yang makmur, sehingga perusahaan tersebut bertanggung jawab untuk melakukan dan menafsirkan analisis dampak lingkungan, sehingga melumpuhkan pemangku kepentingan lainnya yang berpartisipasi dalam usaha sama. Usaha pariwisata kecil lainnya yang kekurangan sumber daya dan stakeholder

yang terlibat dalam proses ecolabeling akan banyak datang untuk membuat keputusan tentang ambang batas yang diijinkan dari kerusakan lingkungan / dampak untuk sektor pariwisata, dalam hal skala dan besarnya skema ecolabel harus mengakui preferensi prioritas lingkungan kurang mampu menggunakan sumber daya alam selama seluruh proses sertifikasi (Morgan, 1999). Berdasarkan review, proposisi kedua yaitu sebagai berikut:

Proposisi 2. Keputusan ecolabel akan mencerminkan pendapat suatu kelompok yang mempunyai waktu dan sumber daya (personil dan keuangan) yang cukup untuk berpartisipasi dalam proses ecolabeling.

### 5.3. Kriteria Sertifikasi : penyusunan kembali standar sertifikasi

Skala kecil operator wisata, agen perjalanan, pondok-pondok, hotel, dll (Friel, 1999) merupakan bagian utama dari industri pariwisata dalam mengembangkan suatu negara. Sebagian besar usaha kecil dan lembaga akan tidak mampu memenuhi standar kriteria yang dikembangkan oleh skema ecolabeling, biasanya karena kurangnya kemampuan keuangan untuk mengoperasikan jasa pariwisata yang ramah lingkungan. Tingginya biaya wisata operasi eko-sensitif pada proyek-proyek di negara berkembang sering terjangkau hanya untuk perusahaan berskala besar dan perusahaan multinasional. Ketidacukupan finansial dan ketidakmampuan perusahaan pariwisata kecil di negara-negara tersebut untuk memenuhi standar dan kriteria yang ditetapkan oleh skema ecolabeling serta ketidakmampuan mereka untuk menyerap inisiasi dan biaya pemantauan terkait dengan proses ecolabeling (Grodsky, 1993) akan mencegah mereka untuk berpartisipasi dalam program wisata ecolabeling. Menurut sebuah studi Pacific Institute, biaya keuangan untuk mencapai sertifikasi dari ISO 14001 (sebuah program yang mempromosikan meningkatkan kinerja lingkungan) yaitu (mulai dari \$ 500 sampai \$ 15.000) dan terjangkau hanya untuk hotel terbesar dan biaya ini mungkin terlalu tinggi sehingga membatasi akses pasar bagi usaha kecil dan menengah

dan perusahaan di negara berkembang (Honey & Roma, 2000a). Perusahaan-perusahaan wisata yang berhasil memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh skema ecolabeling dan berpotensi afiliasi dalam melanjutkan kembali dengan ecolabeling karena tingginya biaya sertifikasi dan program lisensi yang harus dibayar kepada instansi ecolabeling untuk pemberian dan menerbitkan ekolabel kepada perusahaan pariwisata, kemungkinan dari non-sertifikasi ulang untuk masa depan karena standar yang tidak memuaskan dari praktek-praktek yang gagal memenuhi yang baru, sehingga dibangun kembali kriteria yang terkait untuk sertifikasi periodik ulang (biasanya setelah satu sampai tiga tahun) (Salzhauer, 1991; Shimp & Rattray, 1997). Selain itu, prevalensi konflik antara pemangku profitoriented dan kepentingan sektor swasta dan pro-lingkungan stakeholder dengan agenda antibusiness (Salzhauer, 1991) sehingga akan peningkatan ketertarikan program industri ecolabeling. Menanggapi kepedulian lingkungan yang terpinggirkan dari proses ecolabeling dan efek penghambatan standar kriteria dan keterlibatan stakeholder di industri pariwisata, pemangku kepentingan lingkungan harus memudahkan mereka menetapkan standar dan membangun kembali kriteria baru untuk tingkat yang dapat diterima dampak lingkungan. Akhirnya, program ecolabeling akan terdorong ke dalam menurunkan standar sertifikasi (West, 1995) saling hapus dalam peningkatan non-keterlibatan para pemangku kepentingan industri pariwisata di skema ecolabeling, khususnya di kalangan skala perusahaan kecil (Kusz, 1997) dan akibat ketidakmampuan sponsor untuk pendanaan inisiatif ecolabeling, penurunan kriteria standar sertifikasi akan meningkatkan partisipasi industri dalam skema ecolabeling sehingga memperluas jarak program tersebut. Program wisata ecolabeling memiliki resiko tersembunyi yang menghambat inisiatif yang inovatif dalam industri ameliorating terhadap dampak negatif lingkungan terkait dengan pengembangan pariwisata. Sejak ekolabel yang diberikan kepada perusahaan pariwisata sama terlepas dari apakah mereka memenuhi standar sensitifitas lingkungan tertinggi atau standar minimal diidentifikasi dalam kriteria evaluasi (Shimp &

Rattray,1997), sebagian besar perusahaan ecolabele akan sedikit mengepentingan diri mereka sendiri untuk melakukan upaya-upaya masa depan dalam mengidentifikasi yang lebih baik, cara-cara inovatif untuk mengurangi sumber dampak kerugian (Wildavsky, 1996). Selain itu, program sertifikasi lingkungan dapat melakukan usaha tambahan seperti eko-pondok-pondok yang sudah menjaga keunggulan standar lingkungan jauh lebih tinggi daripada pesaing mereka yang tidak mematuhi lingkungan- sensitif dalam praktek bisnis (Honey & Roma, 2000a). Kebanyakan pariwisata usaha kecil di negara berkembang akan terhambat dari masa depan sertifikasi ulang oleh program ecolabeling karena mereka kekurangan keuangan untuk memenuhi biaya yang terkait dengan penerapan langkah-langkah inovatif untuk memenuhi kriteria yang ketat dan standar di masa depan, dengan tetap menjaga memadai profit margin (Salzhauer, 1991). Berdasarkan tinjauan ini, proposisi ketiga dapat ditawarkan sebagai berikut:

Proposisi 3. Tidak terlibatnya pemangku kepentingan usaha kecil di bidang skema ecolabeling wisata dan akibat kurangnya sponsor untuk pendanaan program ecolabeling akan mengakibatkan penurunan standar sertifikasi untuk meningkatkan partisipasi industri dan program tersebut menjadi sulit terjangkau.

#### 5.4. Ekolabel: Pasar eksklusif melalui ecoprotectionism.

Skema ekolabel dan program sebagian besar berasal dari negara maju misalnya, Amerika Serikat, Kanada, Jerman, Austria, Swedia, Perancis, Jepang, Australia, (Lal, 1996; Eiderstr oem, 1997;. Hemmelskamp & Brockmann, 1997; Kusz, 1997; Parris, 1998). Demikian pula, sebagian besar skema ecolabeling pariwisata memiliki asal-usul mereka dan / atau sumber-sumber pendanaan berasal dari negara-negara maju. Skema ecolabeling wisata oleh negara-negara berkembang seringkali didukung, melalui manajemen dan pendanaan, dengan program serupa yang berbasis di negara-negara maju. Sebagai contoh, Karibia Aliansi Pariwisata Berkelanjutan (CAST), anak perusahaan nirlaba perusahaan Karibia Hotel yang bertanggung jawab untuk hotel Asosiasi sertifikasi,

bekerja bersama-kemitraan dengan Green Globe 21, sebuah badan untuk-profit yang berbasis di Amerika (Honey & Roma, 2000b). Kosta Rika Sertifikasi for Sustainable Tourism (CST), akomodasi lembaga sertifikasi yang bekerja erat dengan Blue Flag (dimiliki dan dioperasikan oleh Yayasan Pendidikan Lingkungan Kegiatan di Eropa atau FEEE), adalah dioperasikan oleh Kosta Rika Institute dan Pariwisata INCAE, sebuah sekolah bisnis yang berhubungan dengan Amerika, Harvard University (Honey & Roma, 2000b). Demikian pula, ISO 14001: Sri Lanka Pilot Project, sebuah program sertifikasi untuk resor pantai di Sri Lanka, didanai oleh USAID (Honey & Roma, 2000b), sebuah independen Amerika Serikat agen federal pemerintah yang melakukan bantuan asing dan bantuan kemanusiaan untuk memajukan kepentingan-kepentingan politik dan ekonomi Amerika Serikat. Lingkungan standar dan kriteria ditetapkan oleh skema ecolabeling wisata sebagian besar akan mengecilkkan perspektif pengembangan industri lokal negara, dan akan terutama diarahkan terhadap bisnis kepentingan negara-negara maju (West, 1995; Lal, 1996). Selanjutnya, konflik ekonomi, politik, sosial, dan agenda lingkungan (dan prioritas) yang dikembangkan dan negara-negara berkembang akan menghambat upaya untuk mengatur inisiatif ecolabeling wisata yang saling diterima oleh kedua belah pihak. Ketatnya standar sertifikasi untuk praktik industri, condong ke arah dipolitisir kriteria yang telah ditentukan oleh negara maju, diberlakukan oleh skema ecolabeling dalam profit oriented kebijakan pembangunan pariwisata di negara berkembang akan tak terjangkau bagi kebanyakan logistik lokal perusahaan pariwisata negara-negara berkembang (West, 1995).

Program ekolabel di negara berkembang menjalankan risiko dipengaruhi oleh strategi bisnis proteksionis perusahaan pariwisata berskala besar seperti sebagai resort, jaringan hotel, tour operator dan instansi travel serta orientasi lingkungan kebanyakan wisatawan dari barat, negara-negara maju. Perusahaan pariwisata skala besar dimiliki dan dioperasikan oleh perusahaan yang berasal dari negara-negara maju bisa menggunakan eco-sertifikasi mereka sebagai strategi, yaitu,

eko-protectionism, untuk mendorong 'sadar lingkungan' bagi wisatawan barat dan juga memenangkan kompetisi menarik wisatawan seperti dari usaha wisata lokal non-ecolabeled di negara berkembang (Lal, 1996; Wildavsky, 1996). Dengan demikian, ecolabel badan usaha asing akan mengakuisisi jumlah yang cukup besar dari 'sadar lingkungan'. Pangsa pasar wisata 'dengan memfitnah non-ecolabeled lokal bisnis berdasarkan ketidakcocokan lingkungan mereka sedangkan mempromosikan dirinya sebagai eco-sensitif. Ancaman bisnis profitabilitas diajukan ke non-ecolabeled, perusahaan lokal melalui pengecualian pasar dan hilangnya yang 'wisata sadar lingkungan' pasar saham dan penurunan berikutnya akan berpotensi menyebabkan pengucilan skema ecolabeling asing oleh bisnis lokal dan pemerintah negara-negara berkembang. Hal ini akan diikuti oleh pembentukan lokal dimiliki dan dikuasai program ecolabeling wisata untuk menangkal upaya skema asing. Misalnya, di Kosta Rika, empat ecolabeling program yang berbeda yaitu, CST, New Key, Green Globe, dan Ecotel, memiliki semua akomodasi pengenalan dan bersertifikat dan hotel berdasarkan standar lingkungan mereka (Honey & Roma, 2000a). Kehadiran sejumlah besar ecolabel, lingkungan sertifikasi, dan badan-badan pemberian akan menghalangi kemampuan wisatawan 'memahami dengan jelas sensitivitas lingkungan perusahaan pariwisata. Akibatnya, wisatawan akan mendasarkan keputusan mereka dan keputusan pada jumlah fakta dan data, diungkapkan oleh lembaga sertifikasi lingkungan, tentang lingkungan kinerja dan dampak yang terkait ecolabeled usaha pariwisata. Berdasarkan hasil penelaahan ini, proposisi keempat dapat disajikan sebagai berikut:

Proposisi 4. Kriteria sertifikasi yang ditetapkan oleh skema ecolabeling wisata akan didasarkan pada kepentingan lokal di negara maju dan tidak akan memperhitungkan kepentingan negara berkembang dan perspektif industri lokalnya.

5.5. Keterbukaan informasi : tidak komprehensif dan membingungkan.

Informasi yang diberikan melalui ecolabel pariwisata dimaksudkan untuk membantu wisatawan dalam mengidentifikasi dan memilih produk ramah lingkungan dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan pariwisata dengan menekankan pada indikator kinerja lingkungan yang berkaitan dengan karakteristik operasional perusahaan ini (Lynch, 1997). Kriteria yang dikembangkan untuk mengukur dan mengevaluasi perusahaan pariwisata di lingkungan sensitif akan muncul sebagai produk negosiasi dan kompromi antara pemangku kepentingan industri dan pendukung lingkungan, informasi lengkap oleh ecolabel pariwisata akan memberikan informasi dampak lingkungan yang terkait dengan usaha pariwisata. Dengan demikian, ecolabel pariwisata tidak akan menerangkan turis dengan deskripsi dari seluruh dampak lingkungan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan pariwisata tertentu atau dengan kata lain tidak komprehensif. Selain itu, beberapa aspek lingkungan dinilai subjektif dan dikategorikan sebagai cocok atau tidak cocok dengan lembaga ecolabeling (Morgan, 1999). Subyektifitas harus disaring (Wildavsky, 1996; Davis, 1997) terhadap skema ecolabeling wisata yang ditawarkan agar dapat menghilangkan persepsi lain bagi wisatawan, penilaian komprehensif sensitifitas lingkungan, sehingga terjaga dari mis informasi mereka tentang isu-isu lingkungan yang terkait (Shimp & Rattray, 1997). Sebagai contoh, Green Globe 21 memungkinkan pariwisata dan tujuan perusahaan yang menjadi anggota untuk menggunakan logo dari waktu mereka secara resmi berkomitmen untuk menjadi bersertifikat (Honey & Roma, 2000a, p. 21). Ecotel menawarkan fasilitas penginapan dengan logo yang berbeda untuk masing-masing lima tema (1) manajemen limbah padat, (2) efisiensi energi, (3) konservasi air, (4) pendidikan lingkungan bagi karyawan dan masyarakat, dan (5) kepatuhan perundang-undangan lingkungan dan pelestarian tanah, masing-masing termasuk logo adalah produk dari sistem penilaian tiga tingkat, 'Anggota yang memungkinkan untuk menampilkan kombinasi logo karena mereka maju ke tingkat yang berbeda di masing-masing dari lima daerah' (Honey & Roma, 2000a, hal 22). Kosta Rika CST peringkat

perusahaan yang disertifikasi pariwisata dengan skor mereka pada skala satu sampai lima untuk kinerja mereka dalam empat yang berbeda daerah (Honey & Roma, 2000a, hal 22). Jargon sarat teknis (misalnya, didaur ulang, bebas polusi, berkelanjutan, dll) yang digunakan oleh berbagai program ecolabeling wisata dan bertentangan dengan informasi yang disebarkan oleh skema tersebut akan menyebabkan turis tidak percaya akan legitimasi perusahaan pariwisata ' yang mengklaim sensitivitas lingkungan (Wildavsky, 1996) selain memperburuk kebingungan mereka, pariwisata di negara-negara berkembang akan meningkatkan kecurigaan dan ketidakpercayaan di antara wisatawan terhadap kredibilitas ekolabel (Rumah & Herring, 1995; Morgan, 1999). Selanjutnya, wisatawan akan menjadi semakin acuh tak acuh terhadap klaim lingkungan yang diajukan oleh ecolabel perusahaan pariwisata dan program eko-sertifikasi.

Karena kebanyakan wisatawan tetap menyadari tentang adanya ekolabel pariwisata dan sertifikasi program dan hanya sedikit yang memahami arti, pemangku kepentingan yang sama industri pariwisata harus melakukan tugas unggulan mendidik wisatawan berkaitan dengan utilitas, kebutuhan, maksud, tujuan dan ruang lingkup ekolabel pariwisata (Morris, Hastak & Mazis, 1995; Eisen, 1997) bersama upaya untuk menciptakan atau mengadopsi program ecolabeling wisata. Berdasarkan tinjauan ini, dalil kelima mungkin ditawarkan sebagai berikut:

Proposisi 5. Skema ecolabeling wisata akan menyajikan kepada wisatawan potensial dengan hanya sebuah subyektifitas dan narasi yang telah disaring terhadap dampak lingkungan yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan wisata tertentu, sehingga terjadi mis-informasi dan mengurangi validasi mereka, dalam analisis dampak lingkungan.

## **6. Kesimpulan**

Pemanfaatan ekolabel wisata akan sangat kompatibel dengan

pariwisata lingkungan yang kompatibel dengan inisiatif negara-negara berkembang (Jensen et al., 1998). Potensi ecolabel untuk mempertahankan dan bahkan meningkatkan lingkungan fisik dengan mendidik wisatawan potensial mengenai atribut lingkungan perusahaan pariwisata dan mendorong lingkungan yang sensitif terhadap operasi bisnis antara perusahaan-perusahaan semacam itu untuk membuat konsep menarik khususnya untuk negara berkembang (lihat Tabel 2). Tujuan utama dari diskusi disajikan dalam tulisan ini adalah untuk menghasilkan kesadaran mengenai masalah yang terkait dengan program adopsi ecolabeling oleh negara-negara berkembang. Seperti yang ditekankan oleh proposisi yang disajikan dalam bagian sebelumnya dari makalah ini, beberapa hambatan tersembunyi berkaitan dengan penerapan dan workability skema ecolabeling wisata bagi negara berkembang menjadi terlihat pada proses menganalisis ecolabeling. Isu-isu ecolabel yang dihadapi oleh negara-negara berkembang akan bervariasi tergantung pada sumber daya lingkungan individu negara serta karakteristik sosial-budaya mereka, ekonomi, dan politik iklim. Terlepas dari kenyataan bahwa lembaga ecolabeling terus melakukan advokasi manfaat lingkungan dari skema mereka, saat ini tidak ada bukti untuk mendukung mereka yang tegas mengklaim bahwa ecolabel memperbaiki lingkungan (Weissman, 1997). Selanjutnya, penelitian ilmu pengetahuan sosial menunjukkan bahwa pendidikan lingkungan konsumen dan kesadaran lingkungan kegiatan yang makin tidak merangsang perilaku pembelian yang bertanggung jawab terhadap lingkungan (Hemmelskamp & Brockmann, 1997). Demikian pula, meskipun potensi edukatif lingkungan yang berorientasi ecolabel pariwisata, wisatawan potensial mungkin tidak merespon baik untuk ecolabel dan usaha bahwa pasar layanan eko-pariwisata mereka dan produk-produk sensitif (House & Herring, 1995; Morgan, 1999). Wisatawan dapat menanggapi positif skema ecolabeling yang didirikan oleh kelompok-kelompok yang telah dikenal dan dihormati untuk upaya melindungi lingkungan alam di negara berkembang (Salzhauer, 1991). Namun, tinggi biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pariwisata di proses perolehan ecolabel (Shimp & Ratray, 1997) dan

biaya yang terkait dengan menjalankan lingkungan operasi yang sensitif ditambah dengan bisnis bertujuan untuk meningkatkan margin keuntungan akan menyebabkan perusahaan berecolabel untuk meningkatkan harga layanan wisata mereka dan produk yang ditawarkan kepada wisatawan. Tambahan biaya untuk wisatawan, mencakup jasa untuk 'membeli' ecolabeled (Hemmelskamp & Brockmann, 1997) mungkin menghalangi mereka dari keputusan dalam mendukung ecolabeled perusahaan pariwisata. perusahaan non-ecolabeled pariwisata pada akhirnya akan mendapatkan manfaat dari pertumbuhan kepekaan wisatawan terhadap tingginya harga layanan ecolabeled.

Yang terpenting, tingkat besarnya ketidakpastian dan tidak dapat diandalkan secara ilmiah yang berkaitan dengan analisis dampak lingkungan dilakukan oleh ecolabeling lembaga wisata akan memiliki efek buruk pada tingkat partisipasi pemangku kepentingan dalam program ecolabeling. Selanjutnya, konflik kepentingan antar stakeholder terlibat dalam proses ecolabeling dan keunggulan yang kepentingan pariwisata berorientasi profit industri akan mempengaruhi fokus lingkungan dan agenda dari skema ecolabeling dalam jangka panjang. Selain itu, ketidakcukupan sumber daya usaha pariwisata skala kecil negara-negara berkembang terasa berat untuk membuat investasi teknologi yang dibutuhkan untuk perlindungan perlindungan dengan tetap menjaga margin keuntungan yang memadai akan menghalangi usaha tersebut dari standar dan kriteria yang ditentukan oleh skema ecolabeling. Jadi, ekolabel akan memfasilitasi munculnya perusahaan besar, perusahaan multi-nasional pariwisata sebagai 'penguasa lingkungan pasar', sehingga memberikan peluang pemasaran atas usaha skala kecil di negara-negara berkembang. Secara keseluruhan, ekolabel pariwisata akan berfungsi sebagai strategi proteksi untuk perusahaan skala besar dalam upaya mereka menangkap pangsa pasar pariwisata, terlepas dari potensi dampak lingkungan mereka. Alih-alih memberikan kontribusi lingkungan pariwisata sensitif pembangunan dan perlindungan alam sumber daya

negara-negara berkembang yang merugikan dampak lingkungan pariwisata, ekolabel adalah cenderung berfungsi sebagai tidak lebih dari alat tipu muslihat pemasaran untuk perusahaan berskala besar yang tumbuh di industri pariwisata.

Evaluasi :

Bagaimana ekolabeling dapat diterapkan di negara berkembang?

## Referensi

- Akama, J. S. (1999). Marginalization of Maasai in Kenya. *Annals of Tourism Research*, 26, 716–718. Ap, J., & Crompton, J. L. (1998). Developing and testing a tourism impact scale. *Journal of Travel Research*, 37, 120–130.
- Baker, J. E. (1997). Trophy hunting as a sustainable use of wildlife resources in Sourn and Eastern Africa. *Journal of Sustainable Tourism*, 5, 304–321.
- Brierton, U. A. (1991). Tourism and environment. *Contours*, 5, 18–19.
- Britton, S. G. (1982). political economy of tourism in Third World. *Annals of Tourism Research*, 9, 331–358.
- Burton, R. (1995). *Travel geography* (2nd ed.). Singapore: Longman Singapore Publishers Pte. Ltd.
- Butler, R. (1990). Alternative tourism: Pious hope or Trojan horse? *Journal of Travel Research*, 28, 40–45.
- Cater, E. (1993). Ecotourism in Third World: Problems for sustainable tourism development. *Tourism Management*, 14, 85–90.
- Clark, J. R. (1990). Carrying capacity: Defining limits to coastal tourism. In M. L. Miller, & J. Auyong (Eds.), *Proceedings of 1990 congress on coastal and marine tourism* (pp. 117–131). Newport, OR: National Coastal Resources Research and Development Institute.
- Davis, G. (1997). How green label? *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 137–140.
- De Kadt, E. (Ed.). (1979). *Tourism: Passport to development?* New York: Oxford University Press.

- Dobias, R. J., & Bunpapong, S. (1990). Turn of tide: Making tourism work for marine park conservation. In M. L. Miller, & J. Auyong (Eds.), *Proceedings of 1990 congress on coastal and marine tourism* (pp. 175–179). Newport, OR: National Coastal Resources Research and Development Institute.
- Dudley, N., Elliott, C., & Stolton, S. (1997). A framework for environmental labeling. *Environment*, 39, 16–20; 42–45.
- Eiderstr.oem, E. (1997). Ecolabeling: Swedish style. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 141–144.
- Eisen, M. (1997). Ecolabeled products find home at depot. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 124–127.
- Erize, F. (1987). impact of tourism on Antarctic environment. *Environment International*, 13, 133–136.
- Farrell, B. H. (1986). Cooperative tourism and coastal zone. *Coastal Zone Management Journal*, 14, 113–146.
- Fennell, D. A., & Eagles, P. F. J. (1990). Ecotourism in Costa Rica: A conceptual framework. *Journal of Park and Recreation Administration*, 8, 23–34.
- Freestone, D. (1991). Problems of coastal zone management in Antigua and Barbuda. In G. Cambers, & O. T. Magoon (Eds.), *Coastlines of Caribbean* (pp. 61–69). New York: American Society of Civil Engineers.
- Friel, M. (1999). Marketing practice in small tourism and hospitality firms. *International Journal of Tourism Research*, 1, 97–109.
- German Federal Agency for Nature Conservation (GFANC) (Ed.). (1997). *Biodiversity and tourism: Conflicts on world's seacoasts*. New York: Springer.
- Gilman, E. L. (1997). Community based and multiple purpose protected areas: A model to select and manage protected areas with lessons from Pacific Islands. *Coastal Management*, 25, 59–91.
- Grodsky, J. (1993). Certified green: law and future of environmental labeling. *Yale Journal on Regulation*, 10, 147–227.
- Hall, C. M., & McArthur, S. (1998). *Integrated heritage management*. London: Stationary Office.

- Hashimoto, A. (1999). Comparative evolutionary trends in environmental policy: Reflections on tourism development. *International Journal of Tourism Research*, 1, 195–216.
- Healy, R. G. (1994). 'common pool' problem in tourism landscapes. *Annals of Tourism Research*, 21, 596–611.
- Hemmelskamp, J., & Brockmann, K. (1997). Environmental labels-German 'Blue Angel'. *Futures*, 29, 67–76.
- Hickman, T., & Cocklin, C. (1992). Attitudes toward recreation and tourism development in coastal zone: A New Zealand study. *Coastal Management*, 20, 269–289.
- Hinrichsen, D. (1998). *Coastal waters of world: Trends, threats, and strategies*. Washington, DC: Island Press.
- Holder, J. S. (1988). Pattern and impact of tourism on environment of Caribbean. *Tourism Management*, 9, 119–127.
- Honey, M., & Rome, A. (2000a). Ecotourism and sustainable tourism certification: Where are we today? Draft report, prepared for ecotourism and sustainable certification workshop, November 17–19, Mohonk Mountain House, New Paltz, New York.
- Honey, M., & Rome, A. (2000b). Ecotourism and sustainable tourism certification: Case studies. Draft report, prepared for ecotourism and sustainable certification workshop, November 17–19, Mohonk Mountain House, New Paltz, New York.
- House, M. A., & Herring, M. (1995). Aestic pollution public perception survey. Report to Water Research Center, Flood Hazard Research Center, Middlesex University, Middlesex.
- Jensen, A., Christiansen, K., & Elkington, J. (1998). Life cycle assessment: A guide to approaches, experiences and information sources. Environmental issues series no. 6. Copenhagen: European Environment Agency.
- Kousis, M. (2000). Tourism and environment: A social movement perspective. *Annals of Tourism Research*, 27, 468–489.
- Kusz, J. (1997). Ecolabel investments: Whats behind label? *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 133–136.
- Lal, R. (1996). Eco-labelsFan instrument to hasslefree marketing. *Colourage*, 43, 15–18.

- Lockhart, D. G. (1997). Islands and tourism: An overview. In D. G. Lockhart, & D. Drakakis-Smith (Eds.), *Island tourism: Trends and prospects* (pp. 3–20). London: Pinter (Cassell imprint).
- Lumsdon, L. M., & Swift, J. S. (1998). Ecotourism at a crossroads: case of Costa Rica. *Journal of Sustainable Tourism*, 16, 155–172.
- Lynch, J. (1997). Environmental labels: A new policy strategy. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 121–123.
- Maragos, J. E. (1993). Impact of coastal construction on coral reefs in U.S.-affiliated Pacific Islands. *Coastal Management*, 21, 235–269.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Harlow: Longman.
- Middleton, V. T., & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: A marketing perspective*. Oxford: Butterworth-Heinemann (Reed Elsevier plc group).
- Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21, 65–78.
- Mitchell, B. A., & Barborak, J. R. (1991). Developing coastal park systems in tropics: Planning in Turks and Caicos Islands. *Coastal Management*, 19, 113–134.
- Morgan, R. (1999). A novel, user-based rating system for tourism beaches. *Tourism Management*, 20, 393–410.
- Morris, L. A., Hastak, M., & Mazis, M. B. (1995). Consumer comprehension of environmental advertising and labeling claims. *Journal of Consumer Affairs*, 29, 328–350.
- Nunn, P. D. (1994). *Oceanic islands*. Oxford: Blackwell.
- Obua, J., & Harding, D. M. (1997). Environmental impact of ecotourism in Kibale National Park, Uganda. *Journal of Sustainable Tourism*, 5, 213–223.
- Parris, T. (1998). Seals of approval: Environmental labeling on net. *Environment*, 40, 3–4.
- Place, S. E. (1995). Ecotourism for sustainable development: Oxymoron or plausible strategy? *GeoJournal*, 35, 161–174.

- Rhodes, S., & Brown, L. (1997). Consumers look for ecolabel. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 109–115.
- Salzhauer, A. (1991). Obstacles and opportunities for a consumer ecolabel. *Environment*, 33, 10–15; 33–37.
- Sasidharan, V., & Font, X. (2001). Pitfalls of ecolabeling. In X. Font, & R. Buckley (Eds.), *Tourism ecolabeling: Certification and promotion of sustainable management*. Wallingford: CAB International, pp. 105–118.
- Shackley, M. (1996). Community impact of camel safari industry in Jaisalmar, Rajasthan. *Tourism Management*, 17, 213–218.
- Shackley, M. (1999). Tourism development and environmental protection in Sourn Sinai. *Tourism Management*, 20, 543–548.
- Shimp, R., & Rattray, T. (1997). Ecoseals: Little more than a pretty package. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 128–132.
- Sindiga, I. (1999). Alternative tourism and sustainable development in Kenya. *Journal of Sustainable Tourism*, 7, 108–127.
- Sindiga, I., & Kanunah, M. (1999). Unplanned tourism development in sub-Saharan Africa with special reference to Kenya. *Journal of Tourism Studies*, 10, 25–39.
- Sirakaya, E. (1997a). Attitudinal compliance with ecotourism guidelines. *Annals of Tourism Research*, 24, 919–950.
- Sirakaya, E. (1997b). Assessment of factors affecting conformance behavior of ecotour operators with industry guidelines. *Tourism Analysis*, 2, 17–36.
- Sirakaya, E., & McLellan, R. W. (1998). Modeling tour operations voluntary compliance with ecotourism principles: A behavioral approach. *Journal of Travel Research*, 36, 42–55.
- Sirakaya, E., Sasidharan, V., & Sonmez, S. (1999). Redefining ecotourism: need for a supply-side view. *Journal of Travel Research*, 38, 168–172.
- Sirakaya, E., & Uysal, M. (1998). Can sanctions and rewards explain conformance behavior of tour operator's with ecotourism guidelines? *Journal of Sustainable Tourism*, 5, 322–332.

- Smith, R. A. (1992). Conflicting trends of beach resort development: A Malaysian case. *Coastal Management*, 20, 167–187.
- United Nations Environment Programme (UNEP). (1998). *Ecolabels in tourism industry*. United Nations Publication, UNEP, Industry and Environment, 39–43 quai André Citroën, 75739 Paris Cedex 15, France.
- Weissman, A. (1997). Greener marketplace means cleaner world. *Forum for Applied Research and Public Policy*, 12, 116–120.
- Wescott, G. (1998). Reforming coastal management to improve community participation and integration in Victoria, Australia. *Coastal Management*, 26, 3–15.
- West, K. (1995). Ecolabels: industrialization of environmental standards. *Ecologist*, 25, 16–20.
- Wheeller, B. (1997). Tourism's troubled times: Responsible tourism is not answer. In L. France (Ed.), *Earthscan reader in sustainable tourism* (pp. 61–67). London: Earthscan Publications Ltd.
- Wildavsky, B. (1996). Sticker shock. *National Journal*, 28, 532–535.
- Wilkinson, P. F. (1989). Strategies for tourism in island microstates. *Annals of Tourism Research*, 16, 153–177.
- Wilkinson, P. F. (1994). Tourism and small island states: Problems of resource analysis, management and development. In A. V. Seaton, C. L. Jenkins, R. C. Wood, P. U. C. Dieke, M. M. Bennett, L. R. MacLellan, & R. Smith (Eds.), *Tourism: state of art* (pp. 41–51). Chichester, UK: Wiley.
- Williams, A. T., & Morgan, R. (1995). Beach awards and rating systems. *Shore and Beach*, 63, 29–33.
- Wong, P. (Ed.). (1993). *Tourism vs. environment: case for coastal areas*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- World Coast Conference (WCC). (1993). *Preparing to meet coastal challenges of 21st century*. Conference report of Intergovernmental Panel on Climate Change, April 1994.

- Wright, R. M., Urish, D. W., & Runge, I. (1991). hydrology of a Caribbean mangrove island. In G. Cambers, & O. T. Magoon (Eds.), *Coastlines of Caribbean* (pp. 170–184). New York: American Society of Civil Engineers.
- Yapp, G. A. (1986). Aspects of population, recreation, and management of Australian coastal zone. *Coastal Zone Management Journal*, 14, 47–66.
- Zhang, H. Q., Chong, K., & Ap, J. (1999). An analysis of tourism policy development in modern China. *Tourism Management*, 20, 471–485.

Tabel 6.1. Skema ekolabel di industri pariwisata

Skema ekolabel	Jenis Lembaga Daerah	fokus area
<b>Internasional</b>		
Audubon Cooperative Sanctuary System	LSM	Semua
Audubon Cooperative Sanctuary Program	NGO LSM	Semua
Ecofriendly Hotels Worldwide	Swasta	Fasilitas (akomodasi)
Ecotel	Swasta	Fasilitas (akomodasi)
Green Globe	Persatuan Industri	Semua
<b>Regional</b>		
Blue Flag (Europe)	LSM	Lokasi (pantai)
Committed to Green (Europe)	Persatuan Industri	Lokasi (lapangan golf)
Penghargaan Lingkungan Kleinwalsler Valley (Jerman dan Austria)	Otoritas public	Fasilitas (akomodasi)
PATA Green Leaf (Asia Pacific)	Persatuan Industri	Semua
Lingkungan Tyrolean Seal Mutu (Austria dan Italia)	Otoritas publik	Fasilitas (akomodasi, katering)

**Nasional**

Austrian Ecolabel for  
Tourism (Austria)

Otoritas publik

(akomodasi dan katering)

David Bellamy Award  
(United Kingdom)

Persatuan Industri Swasta

Fasilitas (taman liburan,  
perkemahan)

Table 6.2. Keuntungan penggunaan ecolabels

Sumber	Keuntungan
Industri Pariwisata	Dampak negatif lingkungan industri kepariwisataan mendorong perusahaan untuk mencapai standar lingkungan tinggi dengan menggunakan tekanan pada industri pariwisata untuk meningkatkan prestasi lingkungan dengan efektif dan nyata melalui teknik pengelolaan lingkungan dengan mengembangkan industri melalui bisnis operasi yang baik. Peningkatan pengembangan industri melalui bisnis operasi yang baik secara lingkungan membantu industri pariwisata dalam membangun standar lingkungan pariwisata dengan memberikan jasa dan barang yang sesuai konsep kepariwisataan di samping manajemen sumber daya alam, lingkungan konservasi dan perlindungan, hal ini merupakan strategi untuk mempromosikan desain, produksi, pemasaran dan penggunaan secara ramah lingkungan sehingga dampak negatif lingkungan dapat dikurangi dan tujuan untuk menjaga lingkungan dapat terwujud.
Perusahaan Kepariwisataan	Surat perintah diberikan kepada perusahaan-perusahaan yang memiliki keuntungan atas persaingan dalam mempromosikan prestasi-prestasi lingkungan melalui cara kampanye pemasaran (seperti brosur, surat kabar, papan pengumuman, logo-logo dan bendera). Menjadi sebuah perusahaan-perusahaan intensif untuk memelihara dan meningkatkan standar prestasi lingkungan, dengan demikian mengurangi dampak-dampak lingkungan

sehingga perusahaan dalam memasarkan jasa-jasa yang ramah lingkungan melalui barang-barang dan jasa sehingga turis dapat tertarik atas perusahaan tersebut.

Turis-turis

Turis-turis mengetahui negara-negara pariwisata dan mengetahui dampak dan tindakan perusahaan kepariwisataan, sehingga mengetahui informasi yang lebih baik dan tindakan-tindakan serta ketetapan-ketetapan dalam pembelian produk perusahaan. Memungkinkan turis-turis mengetahui informasi ketika memilih perusahaan-perusahaan kepariwisataan untuk liburan.

---

## **BAB VII. MENJADIKAN PRODUK EKOWISATA ANDA BERTARUHAN**

Kompetensi : Mahasiswa dapat memahami teori produk ekowisata dan memberikan nilai pada produk tersebut.

### **A. PENDAHULUAN**

Beberapa operator wisata masuk kedalam industri wisata, bukan untuk mendapatkan uang tetapi untuk gaya hidup atau alasan-alasan peradaban. Wisata membolehkan mereka untuk menjaga kehidupan pedesaan dengan produk-produk yang didasarkan pada preferensi personal dibandingkan ekonomi. Akan tetapi kondisi seperti itu suatu saat akan mengalami kegagalan usaha atau kerugian. Batas keuntungan untuk para operator yang kecil ini sangat tipis dan industri dapat terpisah-pisah (fragmented) karena intensitas kerja yang kurang dan kondisi letak para operator yang jauh. Selain itu ongkos perkapita perjalanan berbasis alam lebih mahal dari pada volume wisatanya. Hal ini karena ukuran kelompok yang kecil, lokasinya jauh, peralatan dan transportasinya sulit, jarangunya pemandu wisata yang kompeten dan kontribusi pemeliharaan terhadap sumberdaya wisatanya mahal.

Bab ini akan menjelaskan prinsip-prinsip pemberian harga dan pertimbangan-pertimbangan utama yang layak dan relevan untuk ekowisata dan wisata pada umumnya.

Bisnis-bisnis wisata harus untung, dapat membayar komisi dan ini belum dipertimbangkan pelanggan sebagai nilai yang diukur dengan uang. Jika elemen-elemen tersebut tidak seimbang, bisnis wisata akan mengalami kebangkrutan. Beberapa produk-produk wisata di Australia dan New Zealand masih dibawah harga dengan profit margin mereka di bawah level fisibel. Ini dapat mempengaruhi keberlangsungan bisnis pada jangka panjang, tetapi para operator takut untuk menantang pasar dengan harga tinggi diatas para kompetitornya. Mereka takut mengalami kerugian. Semua biaya termasuk biaya hidup personal

harus dipertimbangkan terutama untuk keberlangsungan bisnis jangka panjang.

Ruang lingkup ini membutuhkan pertimbangan termasuk basic cost, keinginan pengembalian, harga para kompetitor, apakah pasar akan menerima, komisi-komisi untuk agen dan posisi produk anda di pasaran.

## **B. Distribusi**

### **1. Domestik**

Ini tidak disarankan untuk menjual produk anda, mengandalkan pada pelanggan untuk mengontak anda. Alasan ini karena hampir semua produk-produk wisata dijual melalui agen. Untuk pasar wisata domestik rantai distribusinya relatif simpel. Pelanggan dapat membooking (memesan) secara langsung melalui operator, atau melalui ritel agen perjalanan, atau melalui pusat informasi wisatawan atau agen pemesanan. Agen-agen yang mendapat izin dari agen-agen perjalanan atau servis pemesanan yang dijual secara umum.

### **2. International**

Pendistribusian produk-produk anda pada pasar internasional sedikit lebih kompleks dibandingkan secara domestic. Pelanggan memesan melalui ritel agen perjalanan di Negara mereka yang menjadi sumber dari produk anda via inbound tour operator berbasis di Australia/New Zealand yang menjelaskan produk anda secara langsung dari anda atau melalui penjual tour. Sebagai contoh jika anda menjual perjalanan anda ke Jerman, sebuah agen penjualan akan memasukkan ke dalam paket perjalanan melewati inbound operator yang mempunyai tata bisnis dengan agen travel di Jerman yang kemudian dijual menjadi paket pelanggan mereka.

- Working with an Inbound Tour Operator (ITO).

Inbound Tour Operator adalah jaringan anda dengan pasar internasional. Sebuah inbound operator dapat mengusahakan produk

anda pada suatu lokasi yang anda mungkin tidak mempunyai akses kesana karena tingginya biaya promosi, atau mempromosikannya pada pasar internasional.

Keuntungan menggunakan ITO adalah :

- a. Pengalaman dan berpengetahuan.
- b. Perpanjangan tangan bisnis anda.
- c. Mudah masuk pasar dan dapat melihat produk lainnya.
- d. Akses mudah untuk anda klien internasional anda
- e. Biaya komunikasi yang murah
- f. Centralisasi pembayaran dan ITO membayar anda, tidak melalui agens.
- g. Pengalaman budaya dalam memilih pasar.

### **3. Booking Sources**

Pemesanan datang dari berbagai sumber seperti :

- a. Ritel agen perjalanan\
- b. Pusat Pelayanan Pemesanan
- c. Pusat Travel Pemerintah.
- d. Asosiasi motoring
- e. Pusat Informasi Pengunjung.
- f. Penjual Tour.
- g. Sistem reservasi computer.
- h. Internet.
- i. Pemesanan langsung melalui bisnis wisata.

Sejumlah tata aturan pada tiap-tiap agen serungkali bias berbeda. Sebagai contoh anda boleh saja ingin mengontak mereka sebelum mengkonfirmasi pemesanan untuk menjaga kelebihan pengunjung. Akan tetapi jika anda ke bisnis wisata untuk pemesanan akomodasi, atraksi atau perjalanan maka tidak akan selalu direspon

### **4. Distribution and Booking Networks**

Para operator wisata sepakat untuk menempatkan sumberdaya mereka dan bekerja bersama dalam jaringan-jaringan kerjasama secara

mantap. Misalnya jika diluar aktivitas wisata pada pelayanan tiket yang mempromosikan dan menjual tiket pada berbagai even dan kepanitiaan.

### **C. Commissions**

Semua agen, wholesalers dan inbound operators yang mempromosikan dan memasarkan produk anda dibayar ketika mereka mendapatkan pesanan-mereka dibayar sesuai hasilnya-itu yang dinamakan komisi. Komisi akan dibayar biasanya berkisar 30 % dari produk anda, dengan perincian 10 % untuk agen ritel, 10 % wholesaler dan 10 % untuk inbound operator. Meskipun ini terasa sangat tinggi tapi ingat mereka yang mempromosikan produk anda dan mereka dibayar jika ada hasil, jika mereka tidak menjual mereka tidak perlu dibayar.

### **D. Packaging**

Pengemasan sering berhubungan dengan bungkus-membungkus suatu produk, tetapi di dalam wisata berkaitan dengan kebersamaan dalam suatu paket wisata. Paket wisata berkonotasi pada wisata masal. Namun pada ekowisata paket dikemas dalam sebuah bentuk yang menguntungkan antara operator dan para pelanggannya. Mereka biasanya mendapat akomodasi yang menarik berdasarkan kesepakatan bersama masyarakat dan anda juga.

Tantangan para operator ekowisata adalah menjamin sebuah paket bukan seperti pada wisata masal, tetapi dalam bentuk paket spesial dalam ukuran kelompok yang kecil, bebas dalam perjalanannya dan menghindari keramaian pengunjung.

### **E. Some Broad Legal Consideration**

Jaminan hukum dan peraturan-peraturan yang berkaitan dengan wisatawan bertujuan untuk melindungi pelanggan dan operator.

#### **1. Consumer Protection**

Legislasi perlindungan konsumen di Australia yaitu Trade Practices Act 1974 (Federal) dan Fair Trading Act (State). Pasal-Pasal yang berhubungan dengan wisata antara lain :

Pasal 53 : False or Misleading Representation (incorect statements) :  
Kesalahan dalam pelayanan. Misalnya adanya pergantian alat transportasi yang menyebabkan tidak nyaman. Operator harus cepat dapat mengantisipasi agar tidak ada keluhan lagi.

Pasal 58 : Acceptance of Payment without intending to supply as ordered. Pelayanan yang tidak sesuai dengan yang telah dibayarkan. Misalnya karena adanya perbaikan fasilitas hotel seperti adanya perbaikan kolam renang, fasilitas senam, karaoke, dan lainnya.

## 2. Travel Advertising Guidelines (TAG)

Pedoman periklanan perjalanan ini didesain bukan untuk melarang atau membatasi dalam publikasi namun namun untuk menjamin agar tidak ada penipuan atau penyesatan. Ruang lingkup TAG meliputi :

- a. Peringatan terhadap berbagai harga. Berbagai harga sesuai dengan kualitasnya.
- b. Harga yang representatif sesuai dengan item yang tercantum. Konsumen perlu tahu jika makan bagi tidak disediakan tambahan menu lainnya.
- c. Representatif pelayanan. Contoh kecil soal toilet.
- d. Representatif tentang durasi wisata. Tiba pukul 6.30 sore dan berangkat pukul 7.30 pagi.
- e. Representatif tentang keuangan. Jangan digunakan kata-kata rata-rata perorang.
- f. Bait advertising, iklan yang berlebihan menarik perhatian.
- g. Over booking.

## 3. Use of Confidential Information

Penggunaan informasi yang terpercaya. Informasi yang dipercaya dilindungi oleh undang-undang.

## 4. Copyright Protection

Perlindungan hak cipta. Contoh brosur dan rencana perjalanan dilindungi hak cipta.

## 5. Contracts

- Requirements of a Contract – Offer and Acceptance

Kebutuhan kontrak – penerimaan dan pemutusan hubungan kerja.

- Term of Contract

Kontrak ibarat perjanjian yang harus dipenuhi dan ada kompensasi jika dilanggar.

## F. Public Liability

Pertanggungjawaban publik. Sebagai pertanggungjawaban publik dapat digunakan asuransi kepada pelanggan atau wisatawan. Perusahaan juga butuh asuransi sebagai perlindungan harga suatu kompensasi dari suatu kecelakaan.

### 1. When is a Business Liable ?

Sebagai operator berpengalaman tidak boleh lalai dalam melaksanakan tugasnya. Penggunaan tenaga yang professional sangat dibutuhkan dalam wisata ini.

### 2. Areas Covered by Public Liability

Pertanggungjawaban public berkaitan dengan area yang digunakan umum. Contoh

- a. keselamatan di dalam gedung dan sekitarnya.
- b. keselamatan aktivitas

### 3. Your Liability on Government Land

Pertanggungjawaban anda kepada pemerintah

Pemerintah meminta pertanggungjawaban anda jika terjadi kecelakaan atau luka-luka yang terjadi pada wisatawan. Para operator di Victoria harus menyediakan uang sedikit nya 5 juta dollar sebagai pertanggungjawaban sebelum mereka mendapat izin.

### 4. Limiting Liability (Australia)

Batas pertanggungjawaban. Batas ini ada manakala terjadi insiden karena bencana alam, angin ribut, perubahan cuaca yang semua tidak bias dikontrol. Kondisi ini harus dijelaskan sejak semula.

### **G. European Union (EC) Directive**

Instruksi Negara-negara Uni Eropa

Semua segmen industri pariwisata memasukkan aspek organisasi, peringatan dan panduan pelanggan yang menyatu di dalam Trade Practices Act, Occupational Health and Safety Act and Under Common Law, khususnya peraturan di dalam kontrak. The European Union Directive dikenal sebagai EC Directive yang telah dikembangkan oleh European Countries berusaha untuk membuat peraturan dalam kontrak ini. ECD ini telah diakui di seluruh dunia. Tujuan instruksi ini adalah standard ukuran minimal untuk paket perjalanan dan perlindungan konsumen dan kompensasi untuk mereka jika rencana mereka terhenti dan operator bangkrut atau tidak sanggup meneruskannya. Kata paket ini didefinisikan sebagai kombinasi dari beberapa aspek yaitu transpor, akomodasi, servis wisata lainnya selama satu hari atau lebih. Ruang lingkup disini adalah tertera pada brosur yang berisi :

1. Harga
2. Tujuan
3. Transportasi
4. Tipe dan lokasi akomodasi
5. Rencana menu
6. Rencana perjalanan (itinerary)
7. Pasport dan Visa
8. Detil pembayaran
9. Jumlah minimal untuk tour.

Jika ada wisatawan Eropa maka anda harus tahu mengenai Instruksi EC ini.

### **H. Kesimpulan**

Memahami sistem distribusi industri wisata akan memungkinkan untuk para operator membuat perencanaan dan memanfaatkannya dalam rangka mendapatkan keuntungan yang sebaik mungkin. Penggunaan pelayanan antara ini sangat penting dalam pengembangan produk anda, dikenal luas, harga komisi yang relevan, Metode ini sangat efektif dalam pemasaran dan penggunaan sistem distribusi produk paket anda dengan pelayanan yang baik. Ada pertimbangan legal yang berkaitan dengan operasi wisata dari Trade Practices Act dan juga dari EC Directive yang di dalamnya mencakup legalitas dan pertanggungjawaban opertor dan kepuasan wisatawan yang sangat penting untuk dipertimbangkan.

#### **EVALUASI :**

Bagaimana membuat produk ekowisata bernilai?

Beeton S. 1998. Ecotourism : A Practical Guide for Rural Communities)

## BAB VIII. MANAJEMEN LAHAN DAN EKOSISTEM (STUDI KASUS)

Kompetensi : Mahasiswa dapat mengelola destinasi ekowisata dengan baik berdasarkan studi kasus.

### A. Destinasi Kawah Putih

Lokasi kawah putih dapat ditempuh melalui perjalanan sejauh 46 km atau 2,5 jam ke arah selatan kota Bandung. Dari pintu masuk utama, masih ada sekitar 5,7 km yang harus dilalui. Sepanjang perjalanan tersebut terdapat hutan hujan tropis dan Eucalyptus. Kawah putih adalah sebuah danau kawah dari Gunung Patuha dengan ketinggian 2.434 m dpl yang berjarak 46 km dari Bandung. Kawah ini terbentuk akibat letusan yang terjadi pada abad XII. Hamparan kawah yang sangat indah dan sejuk ini berwarna hijau dengan aroma belerang yang tajam. Keindahan danau

Kawah Putih, memang sangat mempesona dan menakjubkan. Suhnya sepanjang hari (bersuhu sekitar 8-22 °C). Bulan Juli Agustus temperature bisa turun serendah 10 °C pada siang hari dan 5°C pada malam hari. Kawah ini dikelilingi oleh tebing



batu dan vegetasi cantigi yang mengelilingi kawah. Berbagai jenis flora dan fauna turut memperkaya keberadaan tempat wisata ini. Beberapa jenis flora antara lain Cantigi, Lemo (berbau seperti minyak lawang dan dapat digunakan untuk mengusir ular), Vaccinium (tanaman khas yang hidup didaerah kawah), serta Eidelweis yang tumbuh di puncak gunung. Sedangkan jenis fauna antara lain elang, monyet, kancil dan babi hutan.

Untuk mempertahankan kawasan ini dibutuhkan komitmen bersama dari pihak pengelola, pemerintah daerah setempat, pengunjung dan masyarakat sekitar. Pihak pengelola perlu menetapkan blok pemanfaatan kawasan wisata ini berdasarkan pertimbangan sebagai berikut :

1. Keberadaan vegetasi yang harus pertahankan dan direboisasi.
2. Topografi.
3. Aliran air di bawah tanah.
4. Kondisi kestabilan tanah dan bebatuan.
5. Kerawanan perambahan hutan.
6. Kerawanan api.

Selanjutnya dibuat pembagian blok-blok antara lain :

1. Blok perlindungan : berisi vegetasi yang masih baik kondisinya, lokasi rawan longsor, lokasi dekat kawah dalam radius 400 meter.
2. Blok pemanfaatan : kawasan untuk menunjang wisata (infrastruktur, akomodasi, fasilitas dan pelayanan) dan budidaya tanaman maupun tanaman produksi kayu-kayuan.
3. Blok rehabilitasi : areal yang terbuka dan rusak.

Pembagian kawasan ini perlu disepakati dan dipatuhi oleh para pihak. Pemerintah daerah menetapkan kawasan ini dalam tata ruang wilayah yang jelas dan konsisten. Pemasangan rambu-rambu dan tanda batas blok-blok tersebut dengan jelas. Tanda tersebut mudah dibaca dan awet. Sangsi tegas secara hukum bagi pelanggaran kesepakatan ini.

Pengelola juga perlu menetapkan aturan-aturan yang menyangkut



etika wisata agar tidak merusak kawasan kawah ini secara menyeluruh. Disekitar kawah tidak perlu dibuat tempat duduk dan dilarang membawa makanan dan minuman. Makanan dan minuman hanya boleh dibawa sampai disekitar parkir dekat kawah. Penjagaan ketat terhadap pengunjung yang membawa makan dan minuman agar tidak dibuang di area ini, tetapi sisa sampah dibawa kembali pulang.

Pengelola perlu menetapkan daya dukung kawasan wisata ini. Pada musim puncak kunjungan ini akan nyata terlihat pemadatan pengunjung di sekitar kawah. Untuk menghindari pemusatan pengunjung perlu di buka areal lain yang dapat menampung pemadatan kunjungan tetapi tetap aman dan tidak merusak kawasan. Alternatif lain adalah adanya pembatasan waktu melihat kawah ini.

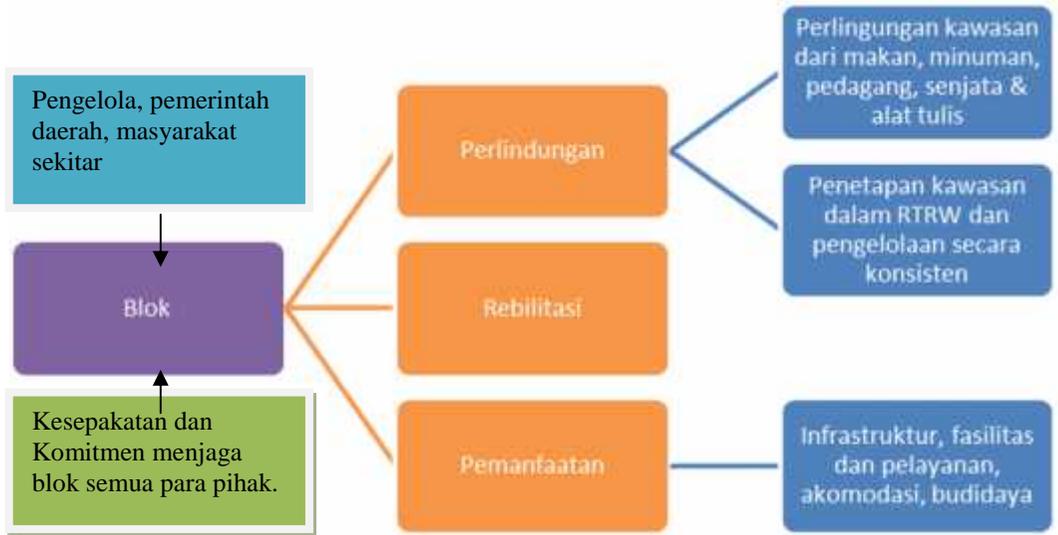
Ketentuan terhadap masyarakat adalah tidak diperkenankan berjualan di sekitar kawah ini. Beberapa pedagang belerang hadir di dalam kawasan wisata. Ini kawatirkan mereka akan semakin berkembang apabila permintaan barang ini semakin meningkat. Untuk itu kedepan belerang tidak boleh diambil dari kawasan ini, karena akan berdampak buruk bagi lingkungan. Pedagang hanya boleh beraktivitas di blok pemanfaatan terutama di lokasi parkir pintu gerbang utama dan sekitarnya.

Secara garis besar model manajemen lahan dan ekosistem kawah putih dapat digambarkan sebagai berikut (Gambar 1).

### **3. Penangkaran kupu-kupu**

Taman kupu-kupu Cihanjuang ini beralamat di Jalan Raya Cihanjuang Km 3,3 Kota Cimahi. Dari arah Bandung, menuju Cimahi melewati Cimindi, sedikit menaik ke pertigaan Cihanjuang, kemudian belok kanan. Sekitar 500 m dari pertigaan itulah Taman kupu-kupu bisa kita jumpai. Jika dari arah masjid agung Cimahi kita tinggal lurus saja menuju Bandung, sampai di pertigaan Cihanjuang belok kiri menempuh jalan yang sama. Selain rute tersebut, kita juga bisa mengambil arah dari Parongpong. Dari arah Lembang atau Bandung Utara, rute melalui jalan Sersan Bajuri menuju Parongpong. Sekitar 200 mm dari pasar

Parongpong menuju Univ. Advent, kemudian dari seberang kampus tersebut belok kiri masuk ke jalan menuju Cihanjuang.



Gambar 8.1. Model Manajemen Lahan dan ekosistem kawah putih

Luas keseluruhan area Taman Kupu-kupu ini mencapai 1,7 hektar. Kandang penangkaran kupu-kupu hanya 800 m<sup>2</sup> dan ada sekitar 300 kupu-kupu dari 42 jenis yang diperoleh dari Papua, Sulawesi Selatan, Bali, dan Pulau Jawa. Taman ini ditutupi semacam jaring agar kupu-kupu tidak terbang keluar. Lingkungan dan tempat hidup kupu-kupu harus benar-benar terjaga agar kita dapat menikmati keindahan mereka lebih lama. Umur kupu-kupu sangat singkat sekitar 2 minggu sampai 2 bulan saja.



Semakin sedikitnya taman, polusi, perubahan iklim, temperatur naik, dan makin berkembangnya manusia membuat kupu-kupu jarang ditemukan. Dari data yang dikumpulkan oleh Kelompok Pengawas Kupu-kupu (Butterfly Monitoring Scheme), penurunan jumlah kupu-kupu paling drastis telah terjadi dalam 25 tahun



terakhir. Kupu-kupu adalah binatang yang sensitif. Daya penciumannya tajam bisa sampai 15 km. Jika tercium polusi, mereka pergi dan mencari tempat yang benar-benar bersih dan layak untuk berkembang biak.

Selain lahan untuk taman yang menampung kupu-kupu ada pula taman seluas 1.000 m<sup>2</sup> yang berisi puluhan kelinci dari berbagai Negara (**Taman Kelinci**).

Kelinci-kelinci tersebut berada pada deretan kandang pada sudut taman. Pengelola memang masih memajang kelinci dalam sangkar. Akan tetapi, pengelola berencana melepas kelinci-kelinci tersebut dalam kompleks taman di masa mendatang.



Pengunjung nantinya bisa berinteraksi dengan kelinci seperti memberi makan.

Pemanfaatan lahan selain untuk penangkaran tersedia juga fasilitas bermain untuk anak-anak diantaranya mini flying fox, jembatan

goyang, dan sepeda mini untuk berkeliling disekitar taman bermain. Selain itu terdapat :

- Green house untuk penakaran ulat.
- Taman pinus & Taman gazebo
- Function hall yang berkapasitas 600-1000 orang,
- Food court – terdapat berbagai jajanan sosis.
- Toko souvenir yang menjual berbagai pernik kupu-kupu yang cantik.
- Musholla.
- Toilet yang rapih bersih dan berseni tinggi.
- Lahan parkir yang luas, yang dapat menampung sekitar 300 kendaraan,
- Kemudian ada tempat wisata **outbound Katumiri**. Di katumiri anak-anak bisa berkuda, panjat tebing, hiking, flying fox, juga bermain ATV.

Pemanfaatan lahan efisien dan efektif ini perlu ditambah dengan penanaman pohon yang besar untuk mengendalikan polusi terumata di lahan parkir. Penanaman jenis kenari, suren sangat baik untuk kesehatan lingkungan.

Perlindungan penangkaran kupu-kupu adalah difokuskan pada pengawasan pengunjung yang akan masuk dalam kandang berjaring ini. Pengunjung sebaiknya tidak diperbolehkan membawa makanan dan minuman, rokok serta tas dan jaket ke dalam kandang. Hal ini untuk mencegah kejahatan terhadap kupu-kupu dan kandang secara total. Biasanya rokok selalu luput dari pengawasan, ini membuat kupu-kupu tidak nyaman di dalam kandang.

Evaluasi :

Komponen apa yang perlu dikelola dari suatu destinasi agar menjadi baik dan berkelanjutan?

## Daftar Pustaka

[http://alikastore.multiply.com/photos/album/98/Aya\\_Taman\\_Kupu-kupu\\_Cihanjuang](http://alikastore.multiply.com/photos/album/98/Aya_Taman_Kupu-kupu_Cihanjuang). Diakses tanggal 25 Juni 2011.

<http://yoanorvel.wordpress.com/2010/04/21/taman-kupu-kupu-cihanjuang/>. Diakses tanggal 25 Juni 2011.

<http://lamanicha.blogspot.com/2010/08/kupu-kupu-yang-lucu-kelahiran.html>. Diakses tanggal 25 Juni 2011.

## **BAB IX. PEMBANGUNAN DESTINASI EKOWISATA DI INDONESIA**

Kompetensi : Mahasiswa memahami berbagai kawasan destinasi ekowisata di seluruh Indonesia.

### **A. Penetapan Kawasan Strategis Destinasi Pariwisata**

Destinasi ekowisata di Indonesia tersebar dari Sabang (Aceh) sampai Merauke (Papua). Pembangunan destinasi ini diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 50 tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional (RIPPARNAS) Tahun 2010-2025 merupakan penjabaran dari amanat dari Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Destinasi pariwisata nasional diarahkan pada 222 Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional (KPPN) di 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN), dan 88 Kawasan Strategis Pariwisata Nasional (KSPN). KPPN menunjukkan kawasan pengembangan pariwisata di seluruh Indonesia yang diwujudkan dalam bentuk DPN dan KSPN.

Antara KPPN, DPN dan KSPN dijelaskan pada rincian wilayah sebagai berikut:

1. Sumatera, terdiri dari 55 KPPN di 11 DPN dan 20 KSPN;
2. Jawa, terdiri dari 48 KPPN di 11 DPN (termasuk DPN Krakatau-Ujung Kulon) dan 23 KSPN;
3. Bali dan Nusa Tenggara, terdiri dari 33 KPPN di 8 DPN dan 21 KSPN;
4. Kalimantan, terdiri dari 25 KPPN di 7 DPN dan 9 KSPN;
5. Sulawesi, terdiri dari 28 KPPN di 5 DPN dan 8 KSPN; dan
6. Maluku dan Papua, terdiri dari 33 KPPN di 8 DPN dan 7 KSPN.

KSPN menjadi fokus pengembangan pariwisata sesuai amanat pada PP Nomor 50 Tahun 2011 tentang RIPPARNAS, untuk itu perlu dilakukan dukungan berupa penyusunan rencana induk dan rencana detail pengembangan KSPN.

## **B. Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025**

RIPPARNAS diperlukan sebagai acuan operasional pembangunan pariwisata bagi pelaku pariwisata dan pelaku ekonomi, sosial dan budaya, baik di pusat maupun di daerah, baik yang terlibat langsung maupun tidak langsung dengan pembangunan kepariwisataan nasional. Visi pembangunan kepariwisataan nasional adalah **“terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat”**.

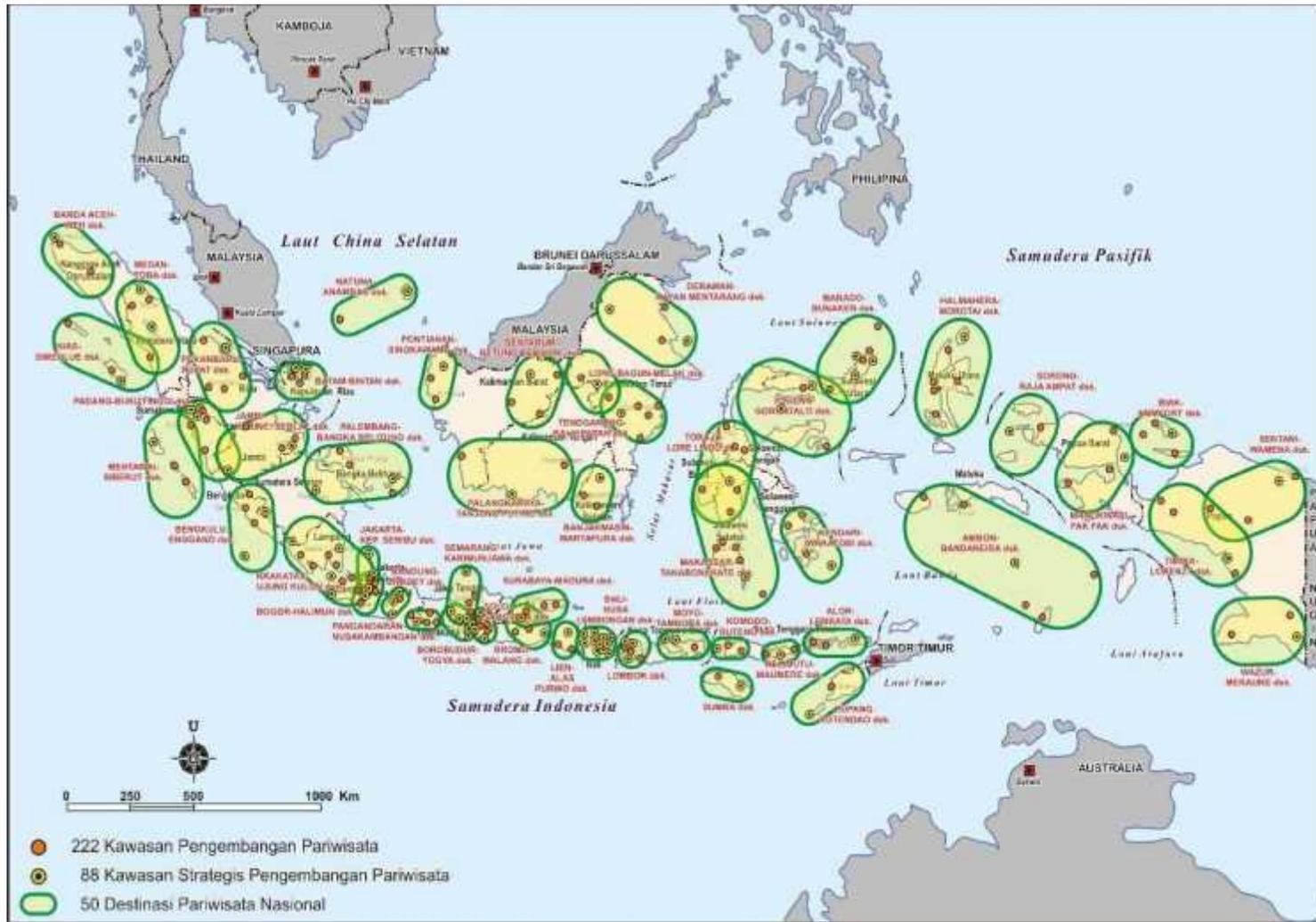
Dalam mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional, misi pembangunan kepariwisataan nasional meliputi pengembangan:

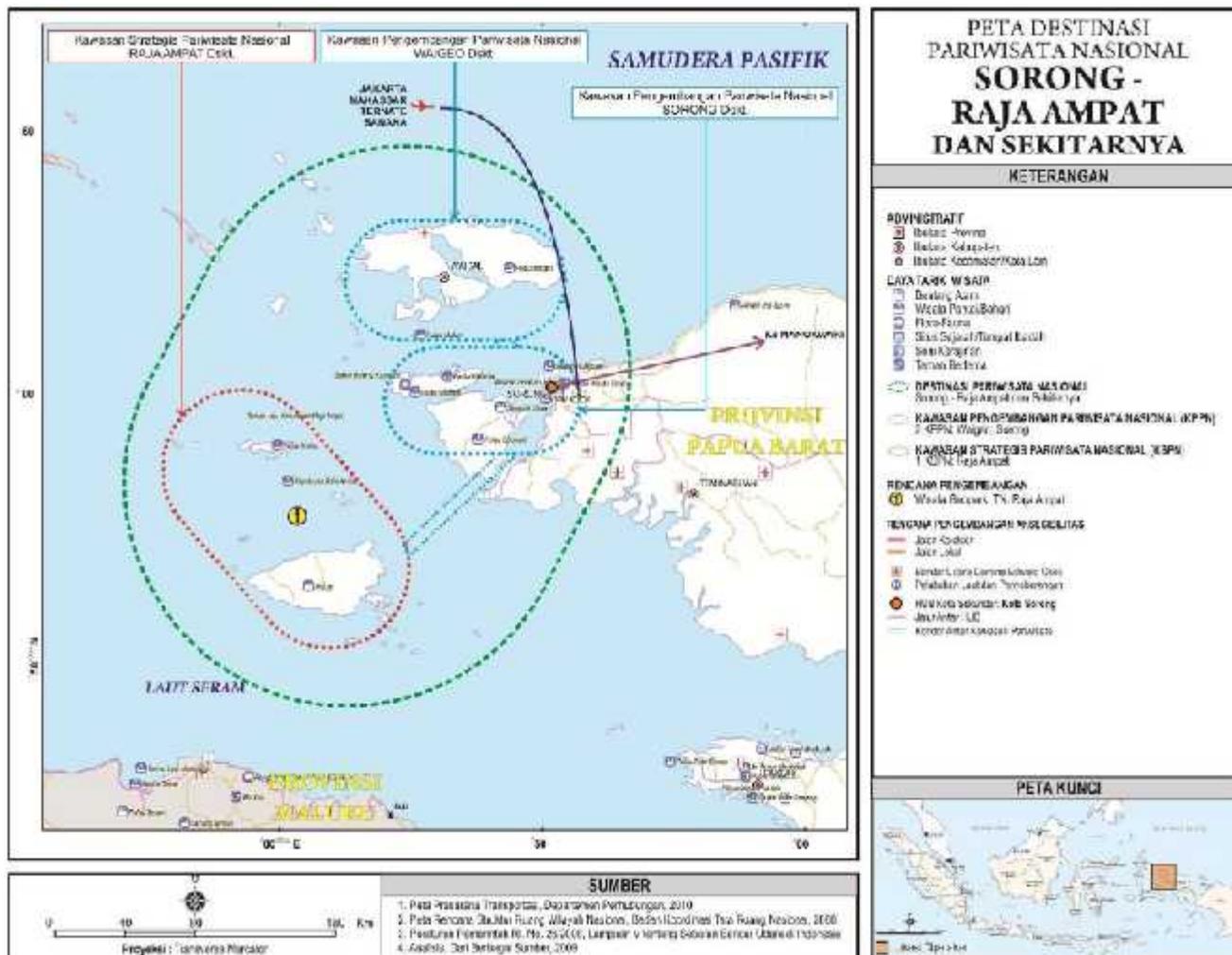
- a. Destinasi Pariwisata
- b. Pemasaran Pariwisata
- c. Industri Pariwisata
- d. Organisasi

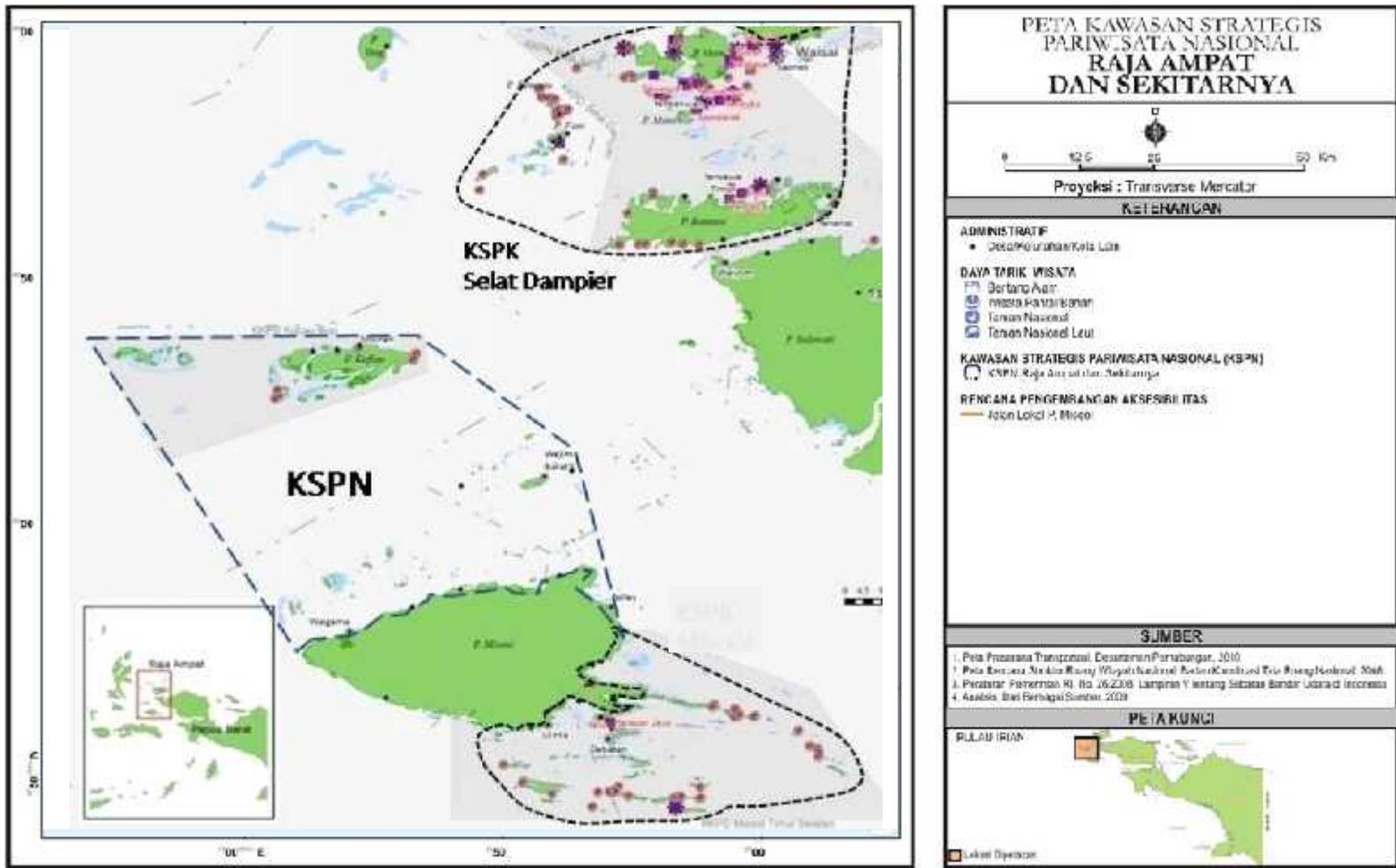
### **2.1.2 Destinasi Pariwisata Nasional**

Pembangunan destinasi pariwisata nasional meliputi:

- a. Perwilayahan Pembangunan DPN;
- b. Pembangunan Daya Tarik Wisata;
- c. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata;
- d. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata;
- e. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisata; dan
- f. pengembangan investasi di bidang pariwisata.







Gambar 9.1. Contoh Peta KSPN Raja Ampat dan Sekitarnya

### **2.1.3 Pemasaran Pariwisata**

Pembangunan Pemasaran Pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisataaan seluruh pemangku kepentingannya.

Pembangunan Pemasaran Pariwisata nasional meliputi:

- a. pengembangan pasar wisatawan;
- b. pengembangan citra pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata;
- d. pengembangan promosi pariwisata.

### **2.1.4 Industri Pariwisata**

Pembangunan Industri Pariwisata adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka mendorong penguatan struktur Industri Pariwisata, peningkatan daya saing produk pariwisata, penguatan kemitraan usaha pariwisata, penciptaan kredibilitas bisnis, dan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Pembangunan Industri Pariwisata nasional meliputi :

- a. penguatan struktur Industri Pariwisata;  
Arah kebijakan penguatan struktur Industri Pariwisata diwujudkan dalam bentuk penguatan fungsi, hierarki, dan hubungan antar mata rantai pembentuk Industri Pariwisata untuk meningkatkan daya saing Industri Pariwisata.
- b. peningkatan daya saing produk pariwisata;  
Arah kebijakan peningkatan daya saing Daya Tarik Wisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha Daya Tarik Wisata.
- c. pengembangan kemitraan Usaha Pariwisata;

Arah kebijakan pengembangan kemitraan Usaha Pariwisata diwujudkan dalam bentuk pengembangan skema kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat.

d. penciptaan kredibilitas bisnis;

Arah kebijakan penciptaan kredibilitas bisnis diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen dan pelayanan Usaha Pariwisata yang kredibel dan berkualitas.

e. pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

Arah kebijakan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen Usaha Pariwisata yang mengacu kepada prinsip-prinsip Pembangunan pariwisata berkelanjutan, kode etik pariwisata dunia dan ekonomi hijau.

### **2.1.5 Kelembagaan Pariwisata**

Pembangunan Kelembagaan Kepariwisataan adalah upaya terpadu dan sistematis dalam rangka pengembangan Organisasi Kepariwisataan, pengembangan SDM Pariwisata untuk mendukung dan meningkatkan kualitas pengelolaan dan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisataan di Destinasi Pariwisata.

Pembangunan Kelembagaan Kepariwisataan meliputi:

- a. penguatan Organisasi Kepariwisataan;
- b. pembangunan SDM Pariwisata;
- c. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan

Beberapa contoh destinasi ekowisata di Indonesia sebagai berikut :

#### **1. Taman Nasional Gunung Leuser**

Taman Nasional Gunung Leuser dikelola oleh Balai TN Gunung Leuser. Merupakan gugusan Pegunungan Bukit Barisan yang merupakan perwakilan ekosistem yang masih utuh sebagai habitat satwa-satwa langka dan endemik. Potensi keanekaragamannya pada tingkat global sehingga ditetapkan sebagai Cagar Alam.

Potensi flora dan fauna:

TN Gunung Leuser diperkirakan mempunyai 3000-4000 jenis tumbuhan yang terdiri dari pohon komersial, buah, rotan, palm, tanaman obat, dan buah-buahan. Fauna di TN Gunung Leuser terdapat 34 ordo, 144 famili, 177 jenis dan 89 jenis dan berapa diantaranya langka dan endemik meliputi kukang; harimau sumatera; orang utan; gajah sumatera; siamang; serundung; rusa; kucing emas; musang congkok; kijang dll. Jenis flora meliputi durian hutan; mentang; dukuh; mangga; soera; kapur dll.

Potensi wisata:

Gurah (melihat dan menikmati panorama alam, sumber air panas, air terjun dan aneka satwa). Rehabilitasi orang utan bahorok. Kluet (bersampan di sungai dan danau). Sekundur (berkemah, wisata goa). Ketambe dan suak belimbing (penelitian satwa). Pendakian Gn Leuser dan GN Kemiri. Dan sungai Alas (arung jeram).

Alamat kantor pengelola Jl. Raya Balangkejeren No. 37 Tanah Merah Km 3 Provinsi Nangro Aceh Darusalam.



## 2. Taman Nasional Batang Gadis

Taman Nasional Batang Gadis (TNBG) dikelola oleh Balai TNBG selaku unit pelaksana teknis. TNBG adalah merupakan zona pengungsian satwa di sekitar daerah ini yang telah kehilangan habitatnya dan merupakan wilayah hibridisasi satwa khas Sumatera Selatan, Utara dan Timur.



### **Potensi flora dan fauna:**

TNBG mempunyai keanekaragaman fauna yang tinggi dan merupakan habitat berbagai hewan endemik Sumatera dan beberapa diantaranya terancam punah. Diantara satwa tersebut yaitu harimau; macan dahan; ajag; kambing hutan; rusa; kucing emas; beruang madu; monyet ekor panjang; tapir; bangau tongtong; trenggiling; dll. TNBG diperkirakan mempunyai 225 jenis tumbuhan diantaranya yaitu bunga padma/raflesia; kantong semar; meranti merah; gugusan tegakan bania; suren; damar laut; kapur; agathis; dll.

### **Potensi wisata:**

Keindahan puncak Gunung Sorik Merapi, memiliki kaldera dengan keindahan yang khas. Gua-gua alam dengan ornamen stalaktit dan stalakmit dan terdapat gua buatan zaman jepang sebagai bukti

sejarah. Keindahan panorama alam sapotinjak dan sekitarnya. Dan flora berumur ratusan tahun yang terdapat di kaki Gunung Sorik Merapi.

Alamat Kantor pengelola berada di JL. Willem Iskandar, Kel. Pidoli Dolok Penyambungan Sumatera Utara.

### 3. Taman Nasional Tesso Nillo

Taman Nasional Tesso Nillo dikelola oleh Balai TN Tesso Nillo sebagai Unit Pelaksana Teknis. TN Tesso Nillo adalah areal bekas Hutan Produksi yang mempunyai keanekaragaman hayati yang cukup tinggi. Memiliki kekhasan hutan dataran rendah yang masih tersisa di provinsi Riau bahkan hutan dataran rendahnya mempunyai peringkat tertinggi biodiversitasnya.



Potensi flora dan fauna:

Terdapat 360 jenis flora tergolong dalam 165 marga dan 57 suku dalam setiap hektarnya. Beberapa diantaranya terancam punah, meliputi kayu bata; kempas; jelutung; kayu kulim; tembesu; gaharu; ramin; keranji dll. Serta satwa harimau sumatera; gajah sumatera; buaya sinyulong; rangkong badak; elang ular; beruang madu; kijang; babi hutan; owa; lutung simpai; beruk dll.

Potensi wisata:

Potensi yang dapat dinikmati yaitu atraksi kehidupan liar gajah, melihat panorama hutan, dan atraksi satwa.

Alamat Balai TN Tissu Nilo Jl. Sebrantas Km 8,5 Pekan Baru Riau.

#### 4. Taman Nasional Siberut

Taman Nasional Siberut dikelola oleh Balai TN Siberut sebagai Unit Pelaksana Teknis. 60 persen kawasannya tertutupi hutan primer dipterocarpaceae, hutan primer campuran, rawa, hutan pantai, dan hutan mangrove. Hutanya masih alami dengan dominasi pohon dengan ketinggian mencapai 60 meter. Selain itu merupakan rumah masyarakat mentawai yang tetap melestarikan budaya tradisional yang selaras dengan alam. Sistem pengelolaannya dibagi menjadi zona inti, rimba, pemanfaatan tradisional, dan pemanfaatan intensif. Potensi flora dan fauna:

Diperkirakan 15% tumbuhan di Siberut merupakan spesies endemik. Terdapat sekitar 28 spesies mamalia dan 65% diantaranya endemik pada tingkat genus. Beberapa satwa endemik seperti bilou; siamang kecil; lutung mentawai dll.

Potensi wisata:



Tracking dengan berjalan kaki sambil menikmati pemandangan pepohonan yang asri. Wisata bahari (surving di pulau nyang-nyang) berenang, memancing, dan menikmati indahnya pasir putih. Pengamatan burung. Pengamatan primata yang berada di zona pemanfaatan intensif. Susur sungai dengan perahu motor. Dan jelajah hutan serta penelitian.

Alamat kantor pengelola Jl. Raden Saleh No.8c Padang Sumatera Barat.

##### **5. Taman Nasional Kerinci Seblat**

Taman Nasional Kerinci Seblat dikelola oleh Balai TNKS. TNKS merupakan Taman Nasional terbesar di Sumatera, karena besarnya taman nasional ini membentang di empat provinsi, yaitu Sumatera Barat, Jambi, Bengkulu dan Sumatera Selatan. Ekowisata yang terdapat di TNKS antara lain yaitu berbagai mata air panas, sungai beraliran deras, bermacam gua, air terjun, dan danau kaldera tertinggi di Asia Tenggara.



## 6. Taman Nasional Ujung Kulon

Taman Nasional Ujung Kulon memiliki luas total kurang lebih 122.956 Ha. TN. Ujung Kulon telah ditetapkan menjadi Situs Warisan Dunia, hal ini berdasarkan karena relik hutan dataran rendah Pulau Jawa yang masih asli dan perawan. Ujung Kulon menjadi satu-satunya tempat yang mengayomi kelestarian satwa endemik yang terancam punah Badak Jawa (*Rhinoceros sondaicus*) masih hidup secara alami. Selain satwa badak terdapat juga satwa lain yaitu Banteng, Merak, Ayam hutan, Babi hutan, dan Kera ekor panjang.

Potensi wisata:

Potensi unggulan Ujung Kulon yaitu menyaksikan satwa bercula satu itu di atas ranggon atau panggung dari bambu setinggi 5 – 7 meter. Batang air menjadi pilihan lain buat menjelajahi hutan dengan perahu. Saat menembus hutan rawa air tawar, aneka burung akan menyambut pengunjung. Jika beruntung, menemukan jejak Badak Jawa, yang wujudnya menjadi inspirasi cenderamata Ujung Kulon. Pantai-pantai di taman nasional ini dikenal berpasir putih dan berair bening. Pulau Peucang salah satunya. Pulau kecil ini berada di



sebelah barat laut semenanjung Ujung Kulon, dengan perairan berlimpah terumbu karang. Sebagai salah satu pusat rekreasi terpenting, Pulau Peucang telah dilengkapi penginapan, dermaga, pusat informasi, penerangan dan komunikasi. Kita juga dapat menyaksikan kesenian debus yang dilakukan oleh masyarakat setempat didekat TN. Ujung Kulon.

Alamat Kantor Balai Taman Nasional Ujung Kulon: Jl. Perintis Kemerdekaan No.51 Labuan Pandeglang, Banten 42264 Telp : 0253-801731 Fax : 0253-804651 Email : info@ujungkulon.org dan balai\_tnuk@yahoo.com.

## 7. Taman Nasional Kepulauan Seribu

Taman Nasional Kepulauan Seribu memiliki luas total kurang lebih 107.489 Ha. Taman Nasional Kepulauan Seribu memiliki keindahan ibarat Oase di tengah padang pasir. Alam kepulauan yang berpasir putih, dengan alam bawah laut menawarkan sekeping surga bagi para pelancong yang berkunjung ke Jakarta. Berada di perairan utara ibukota negara, Kepulauan Seribu pantas menjadi tempat wisata saat akhir pekan. Keindahan bawah lautnya menjadi objek yang memikat untuk dinikmati para penyelam. Pantai yang landai menjadi tempat favorit satwa penyu untuk mendarat dan bertelur. Keindahan sejati tersimpan di kedalaman laut Kepulauan Seribu. Mata para penyelam berjumpa dengan keindahan terumbu karang dan ikan-ikan.



Satwa yang hidup di Kepulauan Seribu antara lain pecuk ular, ikan badut, penyu laut, dan berbagai kehidupan biota laut lainnya.

Potensi wisata:

Pulau-pulau kecil berpasir putih berpadu dengan perairan dangkal. Gugusan Kepulauan Seribu dibentuk oleh pulau kecil, gosong pulau dan hamparan laut dangkal berpasir putih. Pulau-pulainya yang kecil dan landai dikerumuni hutan mangrove. Selain itu kita dapat melihat konservasi penyu laut untuk menyelamatkan telur-telur penyu, taman nasional melakukan penetasan semi alami di Pulau Pramuka dan Pulau Kelapa Dua. Pulau-pulau di kawasan taman nasional ini menawarkan kelegaan jiwa bagi pecinta alam bahari. Di segala penjuru pulau-pulau, pengunjung akan terpesona dengan panorama mentari pagi dan senja. Di beberapa pulau telah berkembang resor wisata, dermaga, anjungan, restoran dan pondok-pondok inap. Wahana perahu 'pisang' memberi cara lain menyesap alam perairan di gugusan Kepulauan Seribu. Alamat Kantor Taman Nasional Kepulauan Seribu: Jl. Salemba Raya No.9 Lt.III Jakarta Pusat 10440. Telp : 021-3915773, 3103574 Fax : 021-3915773 Email : tnlks@indo.net.id dan informasi@tnlkepulauanseribu.net.

## **8. Taman Nasional Gunung Halimun Salak**

Taman Nasional Gunung Halimun Salak memiliki luas total kurang lebih 113.357 Ha. TNGHS adalah sebagai hutan hujan pegunungan tropis yang tersisa di Pulau Jawa. Bentang alam Gunung Halimun Salak ditumbuhi hutan alam Jawa yang bergelimang plasma nutfah. Hutan yang lebat dihuni primata langka: Owa Jawa (*Hylobates moloch*) dan Surili (*Presbytis comata*). Taman nasional ini juga menjadi habitat satwa langka dan dilindungi yaitu Elang Jawa (*Nisaetus bartelsi*) dan Macan Jawa (*Panthera pardus melas*). Di bawah naungan hutan Halimun Salak yang lembab, hidup berbagai spesies jamur yang memikat. Dengan kelembaban yang tinggi, aneka jamur hapir dapat dilihat sepanjang tahun, khususnya selama musim hujan antara September hingga Mei. Beberapa spesies jamur menampilkan keunikan alam pegunungan Jawa bagian barat. Salah

satunya, pada waktu-waktu tertentu, jamur bercahaya di sekitar Cikaniki.



Potensi wisata:

Di tempat ini terdapat jembatan Benteng yang dipancangkan pada pohon-pohon berketinggian 40 meter yang semakin mendekatkan pengunjung kepada detak kehidupan tajuk belantara. Malam Gunung Halimun Salak dimeriahkan berbagai satwa liar, seperti sepasang katak *Racophorus reinwardti*. Dua kilometer dari Cikaniki membentang perkampungan Citalahab, yang mengajak pengunjung berwisata desa, berkemah atau menginap di rumah inap milik warga. Dua belas kasepuhan yang berada di sekitar taman nasional masih mengikuti pola agraris peninggalan leluhur. Setiap tahun, masyarakat tradisonal kasepuhan menggelar upacara adat Seren Taun. Ritual ini untuk menjaga ketahanan pangan kasepuhan, dengan menyimpan hasil panen warga ke Leuwi.

Alamat Kantor Balai Taman Nasional Gunung Halimun Salak: Jl. Raya Cipanas, Kec. Kabandungan Kotak Pos 2 Sukabumi 43368, Jawa Barat  
Telp : 0266-621256 Fax : 0266-621257 Email :  
tnhalimunsalak@gmail.com [tnhalimunsalak@yahoo.com](mailto:tnhalimunsalak@yahoo.com).

## 9. Taman Nasional Gunung Gede Pangrango

Gunung Gede Pangrango memiliki luas total kurang lebih 22.851,03 Ha. TNGGP memiliki kemudahan aksesnya dari Jakarta, Bogor dan Sukabumi membuat taman nasional ini tersohor. Bagi kebanyakan pengunjung, tak mengejutkan, bertandang ke Taman Nasional Gunung Gede Pangrango merupakan perjalanan penuh romansa. Dua gunung kembarnya, Gunung Gede (2.958 mdpl) dan Gunung Pangrango (3.019 mdpl) menampilkan bentang alam dataran tinggi Jawa bagian barat yang sempurna. Kawasan hutan dengan aneka tumbuhan merupakan rumah bagi banyak jenis mamalia, serangga,



amfibi, reptil dan burung. Macan Jawa, Banteng, Elang Jawa (*Nisaetus bartelsi*) yang sepintas mirip lambang negara, juga berumah di hutan Gunung Gede-Pangrango. Di antara rimbunnya tajuk hutan, Owa Jawa (*Hylobates moloch*), serta rusa adalah sebagian mamalia yang dapat ditemukan di TNGGP..

Potensi wisata:

Potensi utama yang terdapat di TNGGP yaitu pendakian ke puncak Gunung Gede akan melewati hutan lumut yang lebat. Lumut resam, Doranopteris, Usnea akan membawa pendaki gunung seolah-olah

berada di negeri peri. Di puncak Gunung Gede, hamparan Cantigi gunung akan menyambut para pendaki. Dan pesona alam Gede Pangrango ada di hamparan bunga Edelweis, yang memikat para pendaki. Selain pendakian, Taman Nasional Gunung Gede Pangrango juga menawarkan pengalaman wisata alam yang tak biasa. Keunikan panorama pegunungan, murninya udara, dan keheningan yang beku teramat sayang untuk dilewatkan begitu saja.

Alamat Kantor Balai Besar Taman Nasional Gunung Gede Pangrango:  
Jl. Raya Cibodas Kotak Pos 3 Sdl Cipanas Cianjur 43253 - Jawa Barat  
Telp : 0263-512776 Fax : 0263-519415 Email :  
tngp@cianjurwasantara.net.id dan [info@gedepangrango.org](mailto:info@gedepangrango.org).

## 10. Taman Nasional Gunung Ciremai

Taman Nasional Gunung Ciremai memiliki luas total 15.500 Ha. Gunung Ciremai memiliki rupa bumi nan cantik bergelombang, berbukit, dan bergunung kerucut yang menjulang 3.078 mdpl. Kawasan ini berlatar teras-teras persawahan, berhawa sejuk, dengan sungai-sungai jernih. Dengan kawasan seluas 15 ribu hektare, taman nasional ini menjadi daerah tangkapan air bagi kehidupan di sekitarnya. Gunung Ciremai menjadi hulu 43 batang sungai, serta menghidupkan 156 titik mata air, yang 147 di antaranya mengalirkan air sepanjang tahun dengan kualitas air minum. Air yang keluar dari kawasan ini penting bagi masyarakat yang hidup di tiga kabupaten:



Kuningan, Majalengka dan Cirebon. Sumber air dari Ciremai mendukung kehidupan masyarakat untuk pertanian, perikanan, air minum dan industri. Di Taman Nasional ini ditemukan jejak-jejak

Macan kumbang (*Phantera pardus*) dan Elang jawa (*Nisaetus bartelsi*) yang kerap mengambang di angkasa. Tak hanya keindahan alam, curug cisuria ini juga menyimpan satwa endemik Jawa Barat, Kodok merah (*Leptophryne cruentata*) yang hidup disela bebatuan di sekitar air terjun.

Potensi wisata:

Kawasan taman nasional ini menyimpan banyak obyek terkenal, seperti Linggarjati, Telaga Remis, serta pesona keindahan air terjun Curug Sawer dan Curug Sabuk. Salah satu yang belum tereksplorasi adalah Curug Cisuria, di Blok Ipukan. Blok Ipukan hanya 30 menit perjalanan dari pusat kota Kuningan. Panorama kaki gunung Ciremai menyambut di Ipukan. Air Curug Cisuria yang jatuh dari ketinggian 40 meter benar-benar meneduhkan jiwa.

Alamat Kantor Balai Taman Nasional Gunung Ciremai: Jl. Raya Kuningan-Cirebon Km.9 No.1 Manis Lor Jalaksana Kuningan 45554 - Jawa Barat. Telp : 0232-613152 Fax : 0232-613152 Email: [Taman Nasional\\_gciremai@ymail.com](mailto:Taman_Nasional_gciremai@ymail.com).

## 11. Taman Nasional Karimun Jawa

Taman Nasional Karimun Jawa memiliki luas total 110.117,30 Ha. Kepulauan Karimunjawa memiliki keindahan terumbu karang Laut Jawa yang tersimpan damai di dasar laut. Selain Kepulauan Seribu, taman nasional ini bisa menjadi pilihan bagi para penyelam untuk surga Laut Jawa. Jadi, palingkan sejenak wajah ke kawasan ini. Keindahan terumbu karang dapat dinikmati dengan bersnorkeling dan menyelam.

Potensi wisata:

Para penyelam dapat menjelajahi taman bawah laut sampai 20 meter di perairan Pulau Menjangan Kecil, Cemara Besar dan Pulau Tengah. Kita bisa berjumpa Penyu hijau (*Chelonia mydas*) dan Penyu sisik (*Eretmochelys imbricata*). Tak hanya itu kita juga dapat berwisata, dengan melepas tukik atau anak penyu, pengunjung turut

serta melestarikan reptil purba itu. Pada daratan pulau-pulaunya, Taman Nasional Karimunjawa menawarkan jelajah hutan dan berkemah. Jalur jelajah membentang di Bukit Bendera, Bukit Tengkorak, Bukit Maming dan jalur darat mangrove di Terusan.



Sedangkan di Pulau Kemujan, jalan papan sepanjang 1.500 meter mengajak pengunjung menyusuri hutan mangrove. Kawasan hutan mangrove ini juga dilengkapi dengan arboretum seluas 1 hektare. Sementara perkemahan Legon Lele menjadi tempat yang tepat untuk mendirikan tenda. Berbagai avifauna khas Karimunjawa bakal menambah khazanah daftar jenis para pengamat burung, seperti Pergam ketanjar (*Ducula rosaceae*), Trocokan (*Picnonotus govier var. karimunjawa*) dan Betet karimunjawa (*Psitacula alexandri var. karimunjawa*).

Alamat Kantor: Jl. Sinar Waluyo Raya No.248 Semarang 50273 Jawa Tengah Telp/Fax : 024-76738248 Telp : 024-76738248 Fax : 024-76738248 Email : [info@karimunjawanationalpark.org](mailto:info@karimunjawanationalpark.org).

### Daftar Pustaka

Kementrian Pariwisata Deputi Pengembangan Destinasi. 2015. Penyusunan Rencana Induk dan Rencana Detail Kawasan Strategis Pariwisata Nasional Raja Ampat Papua Barat. Jakarta

## **BAB X. STUDI KASUS PEMBUATAN DESAIN TAPAK PADA TAMAN NASIONAL WAY KAMBAS**

Kompetensi : Mahasiswa dapat memahami pembuatan desain tapak pada suatu destinasi kawasan ekowisata.

Desain tapak dapat dibuat pada suatu kawasan pelestarian alam diantaranya taman nasional dan tahura berdasarkan Undang-undang maupun peraturan pemerintah yang berlaku. Syarat ini harus menjadi acuan untuk menjamin keberlangsungan pemanfaatan berdasarkan ketentuan hukum dan kelestarian alam. Pada bab ini akan dideskripsikan bagaimana desain tapak pada Taman Nasional Way Kambas. Beberapa hal yang perlu diketahui dan disajikan dalam penyusunan desain tapak adalah sebagai berikut :

### **A. MAKSUD DAN TUJUAN**

#### **1. Maksud**

Perencanaan Tapak Kawasan Wisata Taman Nasional Way Kambas dimaksudkan untuk memberikan pada masyarakat secara umum dan pemerintah secara khusus kondisi eksisting terkait dengan potensi dan permasalahan kawasan terhadap rencana pengembangan Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

#### **2. Tujuan**

Tujuan Penyusunan Desain Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung adalah:

- a. Memberikan arahan dan gambaran yang jelas tentang rencana pengembangan Taman Nasional Way Kambas (TNWK) sebagai salah satu Kawasan Wisata Unggulan (KWU) Provinsi Lampung.
- b. Untuk menentukan ruang publik dan ruang usaha penyediaan jasa/sarana wisata alam di Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

- c. Menyusun rancangan peta desain tapak kawasan pengelolaan wisata alam di Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

## **B. SASARAN**

Sasaran dari kegiatan Penyusunan Desain Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung ini adalah:

1. Terdatanya potensi dan permasalahan dalam segala aspek dalam rencana pengembangan kawasan wisata Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung;
2. Teridentifikasinya jenis-jenis fasilitas dan atraksi yang dapat dikembangkan dalam kawasan wisata tersebut;
3. Terbentuknya suatu zoning penggunaan lahan yang sesuai dengan kebutuhan dan juga aturan tata ruang kawasan;
4. Tersusunnya suatu perencanaan kawasan wisata yang dapat menarik pengunjung dalam kontribusinya mendukung PAD dan juga ekonomi masyarakat sekitar;
5. Terbentuknya sebuah kawasan wisata yang dapat memenuhi kebutuhan rekreatif pengunjung dengan menawarkan tingkat kenyamanan yang tinggi.

Terumuskannya suatu perencanaan global kawasan yang tetap berlandaskan pada kelestarian alam dan berkonsep konservasi terhadap sumber daya alam, sehingga pengembangannya yang dilakukan dapat meningkatkan mutu lingkungan.

## **C. MANFAAT**

1. Pemerintah, dalam hal mendayagunakan sumber daya alam/wilayah, khususnya untuk mengembangkan kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung sebagai salah satu kawasan pelestarian alam dan kawasan pengembangan ekowisata agar dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meningkatkan PAD dan PNBPK Kehutanan, menjaga kelestarian ekosistem kawasan TNWK sehingga pemerintah

daerah memiliki acuan dan arahan yang jelas dalam pengembangan Taman Nasional Way Kambas;

2. Swasta/masyarakat, dalam rangka membuka usaha baru yang berkaitan dengan pengembangan usaha jasa/sarana kepariwisataan;
3. Sebagai acuan dalam pengendalian pemanfaatan ruang di Taman Nasional Way Kambas serta acuan dalam penyusunan rencana dan/atau pembangunan fisik Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung;
4. Tersedianya instrumen/alat untuk mengkoordinasikan, mengintegrasikan serta mensinergikan penyusunan dan pelaksanaan program pemanfaatan ruang kawasan wisata.

#### **D. RUANG LINGKUP**

##### **1. Ruang Lingkup Wilayah Perencanaan**

Ruang lingkup wilayah perencanaan kegiatan Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam ini adalah pada Pusat Konservasi Gajah, Zona Pemanfaatan RPTN Margahayu, SPTN 3 Kuala Penet Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

##### **2. Ruang Lingkup Pekerjaan**

Ruang lingkup kegiatan Penyusunan Desain Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung, yaitu:

###### **a. Tahap Persiapan**

Tahap persiapan merupakan tahapan perumusan berbagai rencana pekerjaan yang dilakukan, yang selanjutnya menjadi pedoman bagi tahapan-tahapan pelaksanaan pekerjaan selanjutnya. Tahap persiapan meliputi:

- Pemahaman terhadap Kerangka Acuan Kerja (KAK), hal ini dimaksudkan untuk memperoleh cara pandang yang benar terhadap maksud, tujuan, ruang lingkup dan keluaran dari pekerjaan ini, sehingga hasil yang diperoleh benar-benar sesuai dengan kerangka acuan kerja yang diberikan.

- Identifikasi dan atau penajaman metode yang akan digunakan pada masing-masing tahapan pekerjaan. Mengingat setiap tahapan pekerjaan diperlukan metode-metode tertentu untuk melaksanakannya, maka sebaiknya terlebih dahulu dilakukan identifikasi ketepatan metode yang akan diterapkan dalam setiap langkah yang akan dilakukan.
- Jadwal pelaksanaan pekerjaan, merupakan penjabaran langkah-langkah kegiatan dalam jangka waktu tertentu. Hal ini perlu dilakukan agar pekerjaan dapat dilaksanakan sesuai dengan lama waktu yang telah ditetapkan dalam kerangka acuan kerja (KAK).
- Mobilisasi tenaga ahli dan jadwal penugasan tenaga ahli. Mengingat pekerjaan ini meliputi beberapa tenaga ahli, maka perlu penjadwalan kerja bagi masing-masing tenaga ahli agar dapat bekerja secara efektif dan efisien.
- Melakukan inventarisasi dan identifikasi data-data awal baik itu berupa data kondisi biofisik wilayah, data statistik pariwisata, data literatur, data statistik sosial ekonomi dan budaya masyarakat maupun informasi mengenai berbagai permasalahan yang ada di Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas dari berbagai sumber literatur. Penyusunan Rencana Tapak (*Site-Plan*) dilakukan pada semua wilayah yang termasuk dalam areal Taman Nasional Way Kambas; dimana untuk mencapai suatu desain tapak yang baik, selain memperhatikan kondisi biofisik tapak yang terdapat pada Taman Nasional Way Kambas, maka proses pengelaborasi desain juga perlu dilakukan dengan memperhatikan aspek *comparative advantage* Taman Nasional Way Kambas terhadap berbagai daya tarik wisata lain, serta memperhatikan aspek permintaan serta kepuasan pengunjung.

## **b. Tahap Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dilakukan melalui survei primer maupun sekunder untuk menunjang keberhasilan pelaksanaan dan tujuan

penelitian. Sebelum dilakukan survei, terlebih dahulu dilakukan konsultasi awal dengan pihak-pihak yang berkompeten di dalam masalah pengembangan wisata untuk memperoleh data mengenai informasi pengembangan wisata terkini, persepsi, preferensi, permasalahan pembangunan, dan arahan singkat untuk melakukan pekerjaan lapangan.

#### **c. Tahap Analisis dan Kajian**

Pada aspek makro tapak (kebutuhan ruang, massa dan komposisinya pada tapak serta tata ruang luar (*landscape*) kawasan, analisis kesesuaian tapak, analisis aksesibilitas, analisis tautan obyek wisata yang ada di kawasan Taman Nasional Way Kambas, analisis konsep jenis-jenis objek wisata, analisis pemetaan partisipasi masyarakat, analisis pengunjung dan analisis keterpaduan dengan prasarana dan sarana, analisis pembiayaan, serta kaitannya dengan objek wisata lain di sekitar Taman Nasional Way Kambas.

#### **d. Tahap Penyusunan Konsep Desain Tapak**

Penyusunan konsep desain tapak berupa desain tapak kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

#### **e. Tahap Pemaparan**

Melakukan paparan untuk pembahasan Laporan Akhir Penyusunan Desain Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

### **E. KELUARAN**

Keluaran dari pekerjaan ini adalah berupa Dokumen Buku Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam pada Pusat Konservasi Gajah, Zona Pemanfaatan RPTN Margahayu, SPTN 3 Kuala Penet Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung.

## **F. DASAR HUKUM**

Peraturan dan Perundangan yang menjadi dasar hukum dalam Penyusunan Desain Tapak Kawasan Taman Nasional Way Kambas, Provinsi Lampung yaitu:

1. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Hayati dan Ekosistemnya untuk Mendukung Kesejahteraan dan Mutu Hidup Masyarakat;
2. Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan;
3. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2004 tentang Pengelolaan Sumberdaya Air;
4. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;
5. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008;
6. Undang-Undang Nomor 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang;
7. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata;
8. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
9. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintah Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota;
10. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang;
11. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang Pengelolaan KSA dan KPA;
12. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alamdi Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Nasional;
13. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional Tahun 2010;
14. Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.48/Menhut-II/2011 jo Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.4 Menhut-II/2012 tentang

- Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Marga Satwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
15. Peraturan Direktur jenderal perlindungan hutan dan konservasi alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
  16. Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.2/IV-SET/2012 tentang Pembangunan Sarana Pariwisata Alam di Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
  17. Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.5/IV-Set/2015 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
  18. Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 1 Tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Lampung Tahun 2009-2029.

## **ANALISIS DESAIN TAPAK**

### **A. ANALISIS WILAYAH DESAIN TAPAK**

Dalam mengelaborasi Desain Tapak di Taman Nasional ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan sebagai dasar pemikiran dan gagasan serta kreasi penggubahan yang akan dibangun, yaitu: (a) kondisi biofisik kawasan, (b) potensi rekreasi dan wisata yang dimiliki, (c) permintaan rekreasi dan wisata; baik yang bersifat aktual maupun yang bersifat potensial, (d) *comparative advantage* dan *competitive advantage*, (e) kondisi sosial ekonomi masyarakat sekitar kawasan dan (f) *management objectives* dari pengelolaan serta perusahaan kawasan. Kondisi dan karakter berbagai hal tersebut sangat mempengaruhi keputusan pilihan opsi desain tapak yang akan dilakukan pada suatu Taman Nasional.

Dengan memperhatikan berbagai hal dasar tersebut di atas, maka proses pemikiran desain tapak suatu Taman Nasional secara sederhana dapat didekati dan dibedakan atas pendekatan sumberdaya, pendekatan permintaan, pendekatan perilaku dan atas pendekatan kebijakan. Meskipun

proses elaborasi suatu pemikiran desain tapak suatu kawasan Taman Nasional adalah dapat dibedakan atas empat pendekatan tersebut, namun sesungguhnya berbagai tipologi pendekatan tersebut adalah hanya merupakan *starting point* dalam proses elaborasi pemikiran; dimana dalam proses secara keseluruhan keempat tipologi perspektif pemikiran tersebut adalah harus dipertimbangkan secara terintegrasi satu sama lain.

Pengintegrasian keempat tipologi perspektif tersebut adalah menjadi sangat penting pada suatu proses desain tapak dari suatu kawasan Taman Nasional yang berada dalam fase pengembangan. Selain berbagai kondisi biofisik yang bisa dijadikan sebagai pasokan bagi berbagai kegiatan rekreasi dan wisata yang akan dikembangkan, maka berbagai bentuk permintaan dan perilaku rekreasi serta wisata yang ada selama ini juga menjadi sangat penting untuk dipertimbangkan dalam mengelaborasi suatu gagasan desain tapak Taman Nasional tersebut. Selain itu, berbagai visi dan misi pengelolaan yang dimiliki oleh segenap *shareholder* maupun *stakeholder* dari kawasan tersebut juga akan sangat menentukan strategi pencapaian yang harus dilakukan melalui proses desain tapak yang akan dielaborasi.

Selain untuk mendapatkan suatu konsep penataan yang komprehensif maka pengintegrasian tersebut juga sangat diperlukan untuk melakukan dan mencapai efisiensi dan efektifitas pembangunan serta pengembangan yang akan dilakukan. Melalui perspektif dan pola perencanaan tersebut maka berbagai potensi yang ada akan dioptimalkan fungsi dan manfaatnya, serta berbagai kekurangan atau kelemahan yang terjadi selama ini akan dieliminir dan diminimalisir serta dicarikan solusi terbaiknya.

## **B. PEMBAGIAN RUANG PADA DESAIN TAPAK**

Dikaitkan dengan aspek pengusahaan dan pengelolaan pelayanan serta pemanfaatan jasa wisata alam serta jasa lingkungan lainnya di dalam tapak tersebut di atas, maka Peraturan Pemerintah Nomor 36 tahun 2010 serta Perdirjen PHKA Nomor 3 tahun 2011 mengisyaratkan tentang pembagian Ruang Publik dan Ruang Usaha. Pemahaman Ruang Publik secara prinsip adalah bagian dari tapak PKG yang dapat diakses secara gratis oleh para pengunjung dalam melakukan kegiatan rekreasinya di PKG. Adapun Ruang

Usaha dimaknai sebagai bagian dari tapak PKG yang Hak Pengelolaannya dikerjasamakan dengan pihak swasta; dimana atas hal tersebut akses pengunjung untuk menikmati berbagai potensi rekreasi sertawisata alam dan jasa lingkungan yang ada di dalam bagian tapak tersebut dapat dikenai biaya jasa rekreasi dan wisata alam.

Dalam perencanaan Desain Tapak PKG diputuskan untuk melakukan tata kelola dengan pendekatan pembagian Ruang Usaha dan Ruang Publik. Pengelolaan dan pengusahaan berbagai jasa wisata yang terdapat di dalam PKG ini direncanakan untuk dilakukan dengan pendekatan *Integrated Collaborative Management*, yaitu sebagai berikut:

- a. Semua proses pengelolaan dan pengusahaan jasa rekreasi dan wisata di dalam PKG adalah berada di dalam suatu *Integrated Collaborative Management Organization* (ICMO) yang bertanggungjawab atas berbagai proses pembangunan serta pengembangan, pemanfaatan serta pengusahaan jasa rekreasi dan wisata yang terdapat di dalam PKG
- b. ICMO adalah disyahkan oleh pemerintah sebagai kumpulan SDM yang diberi wewenang dan tanggungjawab untuk melaksanakan berbagai rencana strategis pembangunan dan pengembangan serta pengelolaan jasa rekreasi dan wisata serta jasa lingkungan lainnya di dalam suatu PKG.
- c. ICMO adalah terdiri dari pihak Kementerian Kehutanan (Kepala BKSDA sebagai *ex-officio*), Masyarakat Lokal (Camat sebagai *ex-officio*) Pemerintah Daerah (KaDisPar sebagai *ex-officio*) dan pihak-pihak swasta yang berkeinginan untuk ikut berkolaborasi dalam pengelolaan dan pengusahaan jasa rekreasi dan wisata alam serta berbagai jasa lingkungan lainnya di dalam PKG.
- d. Dalam ICMO ini kontribusi investasi dari pihak swasta adalah dilakukan melalui pengalokasian investasi fasilitas rekreasi dan produk wisata.

Pihak ketiga yang mengusahakan areal tapak tersebut tentunya harus mengemas sesuatu yang ada saat ini menjadi sesuatu sangat menarik untuk kegiatan wisata. Tentunya hal tersebut membutuhkan dana dan komitmen

yang baik yang dapat dilakukan oleh pihak swasta. Adapun arahan dan alternatif pengembangan pada tapak akan dijabarkan pada sub-bab berikutnya.

### C. ANALISIS TAPAK DAN POTENSI PENGEMBANGAN

Desain tapak Zona Pemanfaatan RPTN Margahayu, SPTN 3 Kuala Penet mengacu pada zonasi Taman Nasional Way Kambas yang ada. Selanjutnya analisis tapak yang berisi potensi aktivitas wisata disajikan pada **Tabel 1**. Paling tidak terdapat 5 lokasi penting yang dapat menjadi andalan dalam pengembangan ekowisata di PKG yaitu kandang gajah, kolam pemandian gajah, padang savana, hutan dataran rendah dan rawa. Walaupun kandang gajah dan kolamnya merupakan obyek wisata artifisial namun atraksi gajah di dalamnya dapat menjadi daya tarik wisatawan. Pengunjung dapat mengamati bagaimana gajah tidur pada malam hari dan wisatawan dapat melintas diantara begitu banyak gajah di dalam kandangnya yang luas. Begitupula dengan kolam pemandian dengan atraksi gajah yang rutin mandi di kolam menjadi menarik bila wisatawan dapat ikut serta memandikan gajah.

**Tabel 10.1.** Analisis Tapak di PKG TNWK.

Lokasi	Kondisi	Potensi Aktivitas Wisata/Rekreasi Potensial
<b>Kandang Gajah</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kandang gajah sebanyak 1 unit</li> <li>• Luas 4 Ha datar dan berumput</li> <li>• Parit mengelilingi kadang</li> <li>• Tidak beratap</li> <li>• Tidak berdinding</li> <li>• Tidak bersekat</li> <li>• patok untuk 1 gajah</li> <li>• Seringkali didatangi burung kuntul, babi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Melihat hamparan kandang</li> <li>✓ Mempelajari aktivitas gajah makan pada sore hari</li> <li>✓ Mempelajari aktivitas gajah minum saat pagi hari</li> <li>✓ Mempelajari gajah tidur saat malam hingga dini hari</li> <li>✓ Mempelajari satwa lain yang hadir di kadang gajah pada malam hari</li> <li>✓ Treking di dalam kadang gajah ditemani pawang, melalui jalur diantara banyak gajah yang sedang berdiri</li> </ul>

Lokasi	Kondisi	Potensi Aktivitas Wisata/Rekreasi Potensial
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kadang-kadang didatangi kijang dan rusa</li> <li>• Fese gajah yang bertumpuk</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Mempelajari feses gajah dan kegunaannya</li> <li>✓ Pengenalan nama-nama gajah dan perilakunya</li> <li>✓ Kuliner ubi dengan tungku di depan kandang gajah</li> </ul>
<b>Kolam Pemandian</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kolam pemandian gajah 0,5 Ha</li> <li>• Kedalaman 2 meter</li> <li>• Berdinding beton</li> <li>• Air berwarna coklat</li> <li>• Seringkali feses di dalam kolam.</li> <li>• Air berasal dari rawa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Memandikan gajah di kolam</li> <li>✓ Memandikan gajah di pinggir kolam dengan shower.</li> <li>✓ Mempelajari gajah mandi</li> <li>✓ Menyiram gajah dengan selang</li> <li>✓ Berenang bersama gajah</li> <li>✓ Bersiraman dengan gajah</li> </ul>
<b>Padang Savana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamparan padang savana yang luas sejauh mata memandang (karakter PKG Way Kambas)</li> <li>• Dibatasi hutan sekunder dan kebun</li> <li>• Tumbuh berbagai macam rumput dan semak.</li> <li>• Banyak burung dan herbovora</li> <li>• Berbagai macam tumbuhan obat</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Treking dengan gajah</li> <li>✓ <i>Birdwatching</i></li> <li>✓ <i>Mammalwatching</i></li> <li>✓ Mempelajari tumbuhan</li> <li>✓ Pengamatan alam dari menara pandang;</li> <li>✓ rekreasi keluarga (piknik, bermain, <i>family gathering</i>);</li> <li>✓ Mempelajari tumbuhan obat;</li> <li>✓ <i>Photo hunting</i>; Treking pada malam hari; bermain bersama burung, memberi pakan burung, kreasi membuat sarang burung.</li> </ul>
<b>Hutan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Berbagai jenis pohon hutan</li> <li>• Berbagai jenis herba hutan</li> <li>• Berbagai jenis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Treking</i> dengan gajah</li> <li>✓ <i>Bird watching</i></li> <li>✓ <i>Mammal watching</i></li> <li>✓ Mempelajari tumbuhan</li> <li>✓ <i>Jungle survival games</i> (cara</li> </ul>

Lokasi	Kondisi	Potensi Aktivitas Wisata/Rekreasi Potensial
	serangga <ul style="list-style-type: none"> <li>• Berbagai macam herbivora</li> <li>• Berbagai macam burung</li> <li>• Berbagai jenis tumbuhan berguna</li> </ul>	membuat bivak, cara memperoleh air, cara mendapatkan makanan, cara membuat api, pengetahuan orientasi medan, cara mengatasi gangguan binatang, cara mencari pertolongan) <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Jungle games</i> (panjat pohon dan berayun di antara pepohonan, bersantai di rumah-pohon, bermain titian tali di antara pepohonan, membuat kreasi dari material hutan yang ada)</li> </ul>
<b>Rawa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamparan genangan air yang dikunjungi berbagai burung dan mamalia.</li> <li>• Area penting saat musim kemarau</li> <li>• Berbagai ikan rawa</li> <li>• Populasi lintah yang berlimpah</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ <i>Poto hunting untuk berbagai flora fauna dan view yang indah</i></li> <li>✓ <i>Bird watching</i> pengamatan populasi burung kuntul yang sering hadir di rawa</li> <li>✓ <i>Mammalia watching</i></li> <li>✓ Treking gajah</li> <li>✓ Memancing</li> <li>✓ Pengobatan dengan lintah</li> </ul>

#### D. ARAHAN PENGEMBANGAN

Berbagai tapak dengan segala kondisinya tersebut dapat dikembangkan dengan berbagai macam alternatif. Alternatif tersebut dapat berupa konsep fungsi habitat tematik yang kompak dan terintegrasi satu sama lain, baik dalam hal keseimbangan ekosistem maupun kekayaan aktivitas rekreasi. Setidaknya terdapat lima konsep taman alternatif yang dipelajari dari tipe dan fungsi habitat alami gajah. Lima konsep taman itu terdiri dari (1) taman hutan (sebagai fungsi istirahat, makan, kawin, bersembunyi), (2) taman savana (sebagai fungsi makan, pergerakan atau penjelajahan), (3) taman rawa (fungsi menggaram, berkubang dan fungsi

sosial), (4) taman kolam (sebagai sumber air minum dan mandi), dan (5) taman kandang gajah (fungsi perlindungan dan istirahat).

## **DESAIN TAPAK**

Berbagai pertimbangan hingga analisis tapak, menghasilkan desain tapak dengan ketentuan adanya ruang publik dan ruang usaha, sebagaimana tertuang pada Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor: P.5/IV-SET/2015 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam. Misalnya **Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam pada Pusat Konservasi Gajah, di Taman Nasional Way Kambas Provinsi Lampung** dibagi ke dalam Ruang Publik dengan luas 764 Ha dan Ruang Usaha dengan luas 36 Ha. Sehingga total desain tapak untuk pariwisata alam seluas 800 Ha dari keluasan PKG 2.030 Ha. Ruang publik diplotkan pada areal tapak yang memiliki potensi wisata ke lima tema habitat yaitu taman hutan, taman savana, taman rawa, taman kolam dan taman kandang) yang sudah dikonsepsikan pada bab sebelumnya. Pada ruang usaha dapat dibangun berbagai akomodasi, dan fasilitas serta pelayanan untuk usaha wisata. Secara visual desain tapak disajikan dalam bentuk peta.

Evaluasi :

Komponen apa saja yang perlu disajikan dalam penyusunan desain tapak?

Daftar pustaka

Institut Pertanian Bogor. 2015. Desain Tapak Pusat Konservasi Gajah Sumatera di Taman Nasional Way Kambas. Bogor. Dinas Pariwisata Propinsi Lampung dan IPB.

## **XI. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN EKOWISATA**

Kompetensi : Mahasiswa dapat mengetahui peraturan perundang undangan yang berkaitan dengan pembangunan ekowisata.

Dalam pembangunan ekowisata tentu akan mempertimbangkan peraturan yang berlaku di suatu tempat tertentu misalnya di kawasan hutan pelestarian alam, hutan lindung maupun hutan produksi. Ketentuan yang harus dipenuhi agar tidak melanggar peraturan dalam membangun sarana dan prasarana ini sangat penting. Beberapa peraturan perundang-undangan ini akan disajikan sebagai berikut :

1. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Hayati dan Ekosistemnya untuk Mendukung Kesejahteraan dan Mutu Hidup Masyarakat;
2. Undang-Undang Nomor 41 Tahun 1999 tentang Kehutanan;
3. Undang-Undang Nomor 7 tahun 2004 tentang Pengelolaan Sumberdaya Air;
4. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional;
5. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah sebagaimana diubah dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008;
6. Undang-Undang Nomor 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang;
7. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata;
8. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2009 tentang Perlindungan dan Pengelolaan Lingkungan Hidup;
9. Peraturan Pemerintah Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintah Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota;

10. Peraturan Pemerintah Nomor 15 Tahun 2010 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang;
11. Peraturan Pemerintah Nomor 28 Tahun 2011 tentang Pengelolaan KSA dan KPA;
12. Peraturan Pemerintah Nomor 36 Tahun 2010 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Nasional;
13. Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Nasional Tahun 2010;
14. Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.48/Menhut-II/2011 jo Peraturan Menteri Kehutanan Nomor P.4 Menhut-II/2012 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Suaka Marga Satwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
15. Peraturan Direktur jenderal perlindungan hutan dan konservasi alam Nomor P.3/IV-SET/2011 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
16. Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutandan Konservasi Alam Nomor P.2/IV-SET/2012 tentang Pembangunan Sarana Pariwisata Alam di Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
17. Peraturan Direktur Jenderal Perlindungan Hutan dan Konservasi Alam Nomor P.5/IV-Set/2015 tentang Pedoman Penyusunan Desain Tapak Pengelolaan Pariwisata Alam di Suaka Margasatwa, Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam;
18. Peraturan Daerah Provinsi Lampung Nomor 1 Tahun 2010 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Provinsi Lampung Tahun 2009-2029.

Berikut ini disajikan beberapa contoh Undang-undang yg terkait dengan ekowisata

**UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA NOMOR 10 TAHUN 2009  
TENTANG  
KEPARIWISATAAN**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

Menimbang :

- a. bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b. bahwa kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia;
- c. bahwa 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 yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional;
- d. bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global;
- e. bahwa Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan tidak sesuai lagi dengan tuntutan dan perkembangan kepariwisataan sehingga perlu diganti;
- f. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a, huruf b, huruf c, huruf d, dan huruf e perlu membentuk Undang-Undang tentang Kepariwisataan;

Mengingat : Pasal 20 dan Pasal 21 Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

Dengan Persetujuan Bersama  
DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA  
dan  
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

MEMUTUSKAN:  
Menetapkan : UNDANG-UNDANG TENTANG KEPARIWISATAAN.

BAB I  
KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Undang-Undang ini yang dimaksud dengan:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
5. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
9. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

10. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
11. Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.
12. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.
13. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
14. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.
15. Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang kepariwisataan.

## BAB II

### ASAS, FUNGSI, DAN TUJUAN

#### Pasal 2

Kepariwisataan diselenggarakan berdasarkan asas:

- a. manfaat;
- b. kekeluargaan;
- c. adil dan merata;
- d. keseimbangan;
- e. kemandirian;
- f. kelestarian;
- g. partisipatif;
- h. berkelanjutan;
- i. demokratis;

- j. kesetaraan; dan
- k. kesatuan.

#### Pasal 3

Kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat.

#### Pasal 4

Kepariwisataan bertujuan untuk:

- a. meningkatkan pertumbuhan ekonomi;
- b. meningkatkan kesejahteraan rakyat;
- c. menghapus kemiskinan;
- d. mengatasi pengangguran;
- e. melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya;
- f. memajukan kebudayaan;
- g. mengangkat citra bangsa;
- h. memupuk rasa cinta tanah air;
- i. memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa; dan
- j. mempererat persahabatan antarbangsa.

### BAB III

#### PRINSIP PENYELENGGARAAN KEPARIWISATAAN

#### Pasal 5

Kepariwisataan diselenggarakan dengan prinsip:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;

- e. memberdayakan masyarakat setempat;
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

#### BAB IV

#### PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN

##### Pasal 6

Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan asas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 yang diwujudkan melalui pelaksanaan rencana pembangunan kepariwisataan dengan memperhatikan keanekaragaman, keunikan, dan kekhasan budaya dan alam, serta kebutuhan manusia untuk berwisata.

##### Pasal 7

Pembangunan kepariwisataan meliputi:

- a. industri pariwisata;
- b. destinasi pariwisata;
- c. pemasaran . .
- d. kelembagaan kepariwisataan.

##### Pasal 8

- (1) Pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan yang terdiri atas rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi, dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota.
- (2) Pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana pembangunan jangka panjang nasional.

##### Pasal 9

- (1) Rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Pemerintah.

- (2) Rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah provinsi.
- (3) Rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 ayat (1) diatur dengan Peraturan Daerah kabupaten/kota.
- (4) Penyusunan rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) dilakukan dengan melibatkan pemangku kepentingan.
- (5) Rencana induk pembangunan kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (4) meliputi perencanaan pembangunan industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran, dan kelembagaan kepariwisataan.

#### Pasal 10

Pemerintah dan Pemerintah Daerah mendorong penanaman modal dalam negeri dan penanaman modal asing di bidang kepariwisataan sesuai dengan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, provinsi, dan kabupaten/kota.

#### Pasal 11

Pemerintah bersama lembaga yang terkait dengan kepariwisataan menyelenggarakan penelitian dan pengembangan kepariwisataan untuk mendukung pembangunan kepariwisataan.

### BAB V KAWASAN STRATEGIS

#### Pasal 12

- (1) Penetapan kawasan strategis pariwisata dilakukan dengan memperhatikan aspek:
- a. sumber daya pariwisata alam dan budaya yang potensial menjadi daya tarik pariwisata;
  - b. potensi pasar;
  - c. lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan bangsa dan keutuhan wilayah;
  - d. perlindungan terhadap lokasi tertentu yang mempunyai peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
  - e. lokasi strategis yang mempunyai peran dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya;
  - f. kesiapan dan dukungan masyarakat; dan

- g. kekhususan dari wilayah.
- (2) Kawasan strategis pariwisata dikembangkan untuk berpartisipasi dalam terciptanya persatuan dan kesatuan bangsa, keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia serta peningkatan kesejahteraan masyarakat.
  - (3) Kawasan strategis pariwisata harus memperhatikan aspek budaya, sosial, dan agama masyarakat setempat.

#### Pasal 13

- (1) Kawasan strategis pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (1) dan ayat (2) terdiri atas kawasan strategis pariwisata nasional, kawasan strategis pariwisata provinsi, dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota.
- (2) Kawasan strategis pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan bagian integral dari rencana tata ruang wilayah nasional, rencana tata ruang wilayah provinsi, dan rencana tata ruang wilayah kabupaten/kota.
- (2) Kawasan strategis pariwisata nasional ditetapkan oleh Pemerintah, kawasan strategis pariwisata provinsi ditetapkan oleh Pemerintah Daerah provinsi, dan kawasan strategis pariwisata kabupaten/kota ditetapkan oleh Pemerintah Daerah kabupaten/kota.
- (3) Kawasan pariwisata khusus ditetapkan dengan undang-undang.

### BAB VI USAHA PARIWISATA

#### Pasal 14

- (1) Usaha pariwisata meliputi, antara lain:
  - a. daya tarik wisata;
  - b. kawasan pariwisata;
  - c. jasa transportasi wisata;
  - d. jasa perjalanan wisata;
  - e. jasa makanan dan minuman;
  - f. penyediaan akomodasi;
  - g. penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi;
  - h. penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran;
  - i. jasa informasi pariwisata;
  - j. jasa konsultan pariwisata;

- k. jasa pramuwisata;
  - l. wisata tirta; dan
  - m. spa.
- (2) Usaha pariwisata selain sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

#### Pasal 15

- (1) Untuk dapat menyelenggarakan usaha pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, pengusaha pariwisata wajib mendaftarkan usahanya terlebih dahulu kepada Pemerintah atau Pemerintah Daerah.
- (2) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diatur dengan Peraturan Menteri.

#### Pasal 16

Pemerintah atau Pemerintah Daerah dapat menunda atau meninjau kembali pendaftaran usaha pariwisata apabila tidak sesuai dengan ketentuan tata cara sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15.

#### Pasal 17

Pemerintah dan Pemerintah Daerah wajib mengembangkan dan melindungi usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dalam bidang usaha pariwisata dengan cara:

- a. membuat kebijakan pencadangan usaha pariwisata untuk usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi; dan
- b. memfasilitasi kemitraan usaha mikro, kecil, menengah, dan koperasi dengan usaha skala besar.

### BAB VII HAK, KEWAJIBAN, DAN LARANGAN Bagian Kesatu Hak

#### Pasal 18

Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah mengatur dan mengelola urusan kepariwisataan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## Pasal 19

(1) Setiap orang berhak:

- a. memperoleh kesempatan memenuhi kebutuhan wisata;
- b. melakukan usaha pariwisata;
- c. menjadi pekerja/buruh pariwisata; dan/atau
- d. berperan dalam proses pembangunan kepariwisataan.

(2) Setiap orang dan/atau masyarakat di dalam dan di sekitar destinasi pariwisata mempunyai hak prioritas:

- a. menjadi pekerja/buruh;
- b. konsinyasi; dan/atau
- c. pengelolaan.

## Pasal 20

Setiap wisatawan berhak memperoleh:

- a. informasi yang akurat mengenai daya tarik wisata;
- b. pelayanan kepariwisataan sesuai dengan standar;
- c. perlindungan hukum dan keamanan;
- d. pelayanan kesehatan;
- e. perlindungan hak pribadi; dan
- f. perlindungan asuransi untuk kegiatan pariwisata yang berisiko tinggi.

## Pasal 21

Wisatawan yang memiliki keterbatasan fisik, anak-anak, dan lanjut usia berhak mendapatkan fasilitas khusus sesuai dengan kebutuhannya.

## Pasal 22

Setiap pengusaha pariwisata berhak:

- a. mendapatkan kesempatan yang sama dalam berusaha di bidang kepariwisataan;
- b. membentuk dan menjadi anggota asosiasi kepariwisataan;
- c. mendapatkan perlindungan hukum dalam berusaha; dan
- d. mendapatkan fasilitas sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## Bagian Kedua

## Kewajiban

### Pasal 23

Pemerintah dan Pemerintah Daerah berkewajiban:

- a. menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan kepada wisatawan;
- b. menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi, dan memberikan kepastian hukum;
- c. memelihara, mengembangkan, dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergalai; dan
- d. mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

(2) Ketentuan lebih lanjut mengenai pengawasan dan pengendalian kepariwisataan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf d diatur dengan Peraturan Presiden.

### Pasal 24

Setiap orang berkewajiban:

- a. menjaga dan melestarikan daya tarik wisata; dan
- b. membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata.

### Pasal 25

Setiap wisatawan berkewajiban:

- a. menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;
- b. memelihara dan melestarikan lingkungan;
- c. turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan; dan
- d. turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum.

### Pasal 26

Setiap pengusaha pariwisata berkewajiban:

- a. menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat;
- b. memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab;
- c. memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif;
- d. memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan, dan keselamatan wisatawan;
- e. memberikan perlindungan asuransi pada usaha pariwisata dengan kegiatan yang berisiko tinggi;
- f. mengembangkan kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan;
- g. mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri, dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal;
- h. meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan;
- i. berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pemberdayaan masyarakat;
- j. turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum di lingkungan tempat usahanya;
- k. memelihara lingkungan yang sehat, bersih, dan asri;
- l. memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya;
- m. menjaga citra negara dan bangsa Indonesia melalui kegiatan usaha kepariwisataan secara bertanggung jawab; dan
- n. menerapkan standar usaha dan standar kompetensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### Bagian Ketiga Larangan

#### Pasal 27

- (1) Setiap orang dilarang merusak sebagian atau seluruh fisik daya tarik wisata.
- (2) Merusak fisik daya tarik wisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah melakukan perbuatan mengubah warna, mengubah bentuk, menghilangkan spesies tertentu, mencemarkan lingkungan, memindahkan, mengambil, menghancurkan, atau memusnahkan daya tarik wisata sehingga berakibat

berkurang atau hilangnya keunikan, keindahan, dan nilai autentik suatu daya tarik wisata yang telah ditetapkan oleh Pemerintah dan/atau Pemerintah Daerah.

## BAB VIII KEWENANGAN PEMERINTAH DAN PEMERINTAH DAERAH

### Pasal 28

Pemerintah berwenang:

- a. menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional;
- b. mengoordinasikan pembangunan kepariwisataan lintas sektor dan lintas provinsi;
- c. menyelenggarakan kerja sama internasional di bidang kepariwisataan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- d. menetapkan daya tarik wisata nasional;
- e. menetapkan destinasi pariwisata nasional ;
- f. menetapkan norma, standar, pedoman, prosedur, kriteria, dan sistem pengawasan dalam penyelenggaraan kepariwisataan;
- g. mengembangkan kebijakan pengembangan sumber daya manusia di bidang kepariwisataan;
- h. memelihara, mengembangkan, dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergalai;
- i. melakukan dan memfasilitasi promosi pariwisata nasional;
- j. memberikan kemudahan yang mendukung kunjungan wisatawan;
- k. memberikan informasi dan/atau peringatan dini yang berhubungan dengan keamanan dan keselamatan wisatawan;
- l. meningkatkan pemberdayaan masyarakat dan potensi wisata yang dimiliki masyarakat;
- m. mengawasi, memantau, dan mengevaluasi penyelenggaraan kepariwisataan; dan
- n. mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

### Pasal 29

Pemerintah provinsi berwenang:

- a. menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi;

- b. mengoordinasikan penyelenggaraan kepariwisataan di wilayahnya;
- c. melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata;
- d. menetapkan destinasi pariwisata provinsi;
- e. menetapkan daya tarik wisata provinsi;
- f. memfasilitasi promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya;
- g. memelihara aset provinsi yang menjadi daya tarik wisata provinsi; dan
- h. mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

#### Pasal 30

Pemerintah kabupaten/kota berwenang:

- a. menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota;
- b. menetapkan destinasi pariwisata kabupaten/kota;
- c. menetapkan daya tarik wisata kabupaten/kota;
- d. melaksanakan pendaftaran, pencatatan, dan pendataan pendaftaran usaha pariwisata;
- e. mengatur penyelenggaraan dan pengelolaan kepariwisataan di wilayahnya;
- f. memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya;
- g. memfasilitasi pengembangan daya tarik wisata baru;
- h. menyelenggarakan pelatihan dan penelitian kepariwisataan dalam lingkup kabupaten/kota;
- i. memelihara dan melestarikan daya tarik wisata yang berada di wilayahnya;
- j. menyelenggarakan bimbingan masyarakat sadar wisata; dan
- k. mengalokasikan anggaran kepariwisataan.

#### Pasal 31

- (1) Setiap perseorangan, organisasi pariwisata, lembaga pemerintah, serta badan usaha yang berprestasi luar biasa atau berjasa besar dalam partisipasinya meningkatkan pembangunan, kepeloporan, dan pengabdian di bidang kepariwisataan yang dapat dibuktikan dengan fakta yang konkret diberi penghargaan.

- (2) Penghargaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan oleh Pemerintah atau lembaga lain yang tepercaya.
- (3) Penghargaan dapat berbentuk pemberian piagam, uang, atau bentuk penghargaan lain yang bermanfaat.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai pemberian penghargaan, bentuk penghargaan, dan pelaksanaan pemberian penghargaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Presiden.

#### Pasal 32

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah menjamin ketersediaan dan penyebarluasan informasi kepada masyarakat untuk kepentingan pengembangan kepariwisataan.
- (2) Dalam menyediakan dan menyebarkan informasi, Pemerintah mengembangkan sistem informasi kepariwisataan nasional.
- (3) Pemerintah Daerah dapat mengembangkan dan mengelola sistem informasi kepariwisataan sesuai dengan kemampuan dan kondisi daerah.

### BAB IX KOORDINASI

#### Pasal 33

- (1) Dalam rangka meningkatkan penyelenggaraan kepariwisataan Pemerintah melakukan koordinasi strategis lintas sektor pada tataran kebijakan, program, dan kegiatan kepariwisataan.
- (2) Koordinasi strategis lintas sektor sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
  - a. bidang pelayanan kepabeanan, keimigrasian, dan karantina;
  - b. bidang keamanan dan ketertiban;
  - c. bidang prasarana umum yang mencakupi jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan;
  - d. bidang transportasi darat, laut, dan udara; dan
  - e. bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri.

#### Pasal 34

Koordinasi strategis lintas sektor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 ayat (1) dipimpin oleh Presiden atau Wakil Presiden.

## Pasal 35

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kerja, mekanisme, dan hubungan koordinasi strategis lintas sektor sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 dan Pasal 34 diatur dengan Peraturan Presiden.

## BAB X

### BADAN PROMOSI PARIWISATA INDONESIA

#### Bagian Kesatu

#### Badan Promosi Pariwisata Indonesia

## Pasal 36

- (1) Pemerintah memfasilitasi pembentukan Badan Promosi Pariwisata Indonesia yang berkedudukan di ibu kota negara.
- (2) Badan Promosi Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga swasta dan bersifat mandiri.
- (3) Pembentukan Badan Promosi Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

## Pasal 37

Struktur organisasi Badan Promosi Pariwisata Indonesia terdiri atas 2 (dua) unsur, yaitu unsur penentu kebijakan dan unsur pelaksana.

## Pasal 38

- (1) Unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37 berjumlah 9 (sembilan) orang anggota terdiri atas:
  - a. wakil asosiasi kepariwisataan 4 (empat) orang;
  - b. wakil asosiasi profesi 2 (dua) orang;
  - c. wakil asosiasi penerbangan 1 (satu) orang; dan
  - d. pakar/akademisi 2 (dua) orang.
- (2) Keanggotaan unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Indonesia diusulkan oleh Menteri kepada Presiden untuk masa tugas paling lama 4 (empat) tahun.

(3) Unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Indonesia dipimpin oleh seorang ketua dan seorang wakil ketua yang dibantu oleh seorang sekretaris yang dipilih dari dan oleh anggota.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kerja, persyaratan, serta tata cara pengangkatan dan pemberhentian unsur penentu kebijakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Menteri.

#### Pasal 39

Unsur penentu kebijakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 membentuk unsur pelaksana untuk menjalankan tugas operasional Badan Promosi Pariwisata Indonesia.

#### Pasal 40

(1) Unsur pelaksana Badan Promosi Pariwisata Indonesia dipimpin oleh seorang direktur eksekutif dengan dibantu oleh beberapa direktur sesuai dengan kebutuhan.

(2) Unsur pelaksana Badan Promosi Pariwisata Indonesia wajib menyusun tata kerja dan rencana kerja.

(3) Masa kerja unsur pelaksana Badan Promosi

Pariwisata Indonesia paling lama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa kerja berikutnya.

(4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kerja, persyaratan, serta tata cara pengangkatan dan pemberhentian unsur pelaksana sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Badan Promosi Pariwisata Indonesia.

#### Pasal 41

(1) Badan Promosi Pariwisata Indonesia mempunyai tugas:

a. meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia;

b. meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa;

c. meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan;

d. menggalang pendanaan dari sumber selain Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan

e. melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.

- (2) Badan Promosi Pariwisata Indonesia mempunyai fungsi sebagai:
- a. koordinator promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha di pusat dan daerah; dan
  - b. mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

#### Pasal 42

- (1) Sumber pembiayaan Badan Promosi Pariwisata Indonesia berasal dari:
- a. pemangku kepentingan; dan
  - b. sumber lainnya yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Bantuan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah bersifat hibah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Pengelolaan dana yang bersumber dari non-Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan non-Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah wajib diaudit oleh akuntan publik dan diumumkan kepada masyarakat.

#### Bagian Kedua

#### Badan Promosi Pariwisata Daerah

#### Pasal 43

- (1) Pemerintah Daerah dapat memfasilitasi pembentukan Badan Promosi Pariwisata Daerah yang berkedudukan di ibu kota provinsi dan kabupaten/kota.
- (2) Badan Promosi Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan lembaga swasta dan bersifat mandiri.
- (3) Badan Promosi Pariwisata Daerah dalam melaksanakan kegiatannya wajib berkoordinasi dengan Badan Promosi Pariwisata Indonesia.
- (4) Pembentukan Badan Promosi Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan dengan Keputusan Gubernur/Bupati/Walikota.

#### Pasal 44

Struktur organisasi Badan Promosi Pariwisata Daerah terdiri atas 2 (dua) unsur, yaitu unsur penentu kebijakan dan unsur pelaksana.

#### Pasal 45

- (1) Unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Daerah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 berjumlah 9 (sembilan) orang anggota terdiri atas:
  - a. wakil asosiasi kepariwisataan 4 (empat) orang;
  - b. wakil asosiasi profesi 2 (dua) orang;
  - c. wakil asosiasi penerbangan 1 (satu) orang; dan
  - d. pakar/akademisi 2 (dua) orang.
- (2) Keanggotaan unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Daerah ditetapkan dengan Keputusan Gubernur/Bupati/Walikota untuk masa tugas paling lama 4 (empat) tahun.
- (3) Unsur penentu kebijakan Badan Promosi Pariwisata Daerah dipimpin oleh seorang ketua dan seorang wakil ketua yang dibantu oleh seorang sekretaris yang dipilih dari dan oleh anggota.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kerja, persyaratan, serta tata cara pengangkatan dan pemberhentian unsur penentu kebijakan sebagaimana dimaksud pada ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Gubernur/Bupati/ Walikota.

#### Pasal 46

Unsur penentu kebijakan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45 membentuk unsur pelaksana untuk menjalankan tugas operasional Badan Promosi Pariwisata Daerah.

#### Pasal 47

- (1) Unsur pelaksana Badan Promosi Pariwisata Daerah dipimpin oleh seorang direktur eksekutif dengan dibantu oleh beberapa direktur sesuai dengan kebutuhan.
- (2) Unsur pelaksana Badan Promosi Pariwisata Daerah wajib menyusun tata kerja dan rencana kerja.
- (3) Masa kerja unsur pelaksana Badan Promosi Pariwisata Daerah paling lama 3 (tiga) tahun dan dapat diangkat kembali untuk 1 (satu) kali masa kerja berikutnya.
- (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata kerja, persyaratan, serta tata cara pengangkatan dan pemberhentian unsur pelaksana sebagaimana dimaksud pada

ayat (1), ayat (2), dan ayat (3) diatur dengan Peraturan Badan Promosi Pariwisata Daerah.

#### Pasal 48

- (1) Badan Promosi Pariwisata Daerah mempunyai tugas:
- a. meningkatkan citra kepariwisataan Indonesia;  
  
meningkatkan kunjungan wisatawan mancanegara dan penerimaan devisa;
  - b. meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan pembelanjaan;
  - c. menggalang pendanaan dari sumber selain Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
  - d. melakukan riset dalam rangka pengembangan usaha dan bisnis pariwisata.
- (2) Badan Promosi Pariwisata Daerah mempunyai fungsi sebagai:
- a. koordinator promosi pariwisata yang dilakukan dunia usaha di pusat dan daerah; dan
  - b. mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah.

#### Pasal 49

Sumber pembiayaan Badan Promosi Pariwisata Daerah berasal dari:

- a. pemangku kepentingan; dan
  - b. sumber lainnya yang sah dan tidak mengikat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (2) Bantuan dana yang bersumber dari Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah bersifat hibah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
- (3) Pengelolaan . . .
- (3) Pengelolaan dana yang bersumber dari non-Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara dan non-Anggaran Pendapatan dan Belanja Daerah wajib diaudit oleh akuntan publik dan diumumkan kepada masyarakat.

### BAB XI

#### GABUNGAN INDUSTRI PARIWISATA INDONESIA

#### Pasal 50

(1) Untuk mendukung pengembangan dunia usaha pariwisata yang kompetitif, dibentuk satu wadah yang dinamakan Gabungan Industri Pariwisata

Indonesia.

(2) Keanggotaan Gabungan Industri Pariwisata

Indonesia terdiri atas:

- a. pengusaha pariwisata;
- b. asosiasi usaha pariwisata;
- c. asosiasi profesi; dan
- d. asosiasi lain yang terkait langsung dengan pariwisata.

(3) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berfungsi sebagai mitra kerja Pemerintah dan Pemerintah Daerah serta wadah komunikasi dan konsultasi para anggotanya dalam penyelenggaraan dan pembangunan kepariwisataan.

(4) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia bersifat mandiri dan dalam melakukan kegiatannya bersifat nirlaba.

(5) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia melakukan kegiatan, antara lain:

- a. menetapkan dan menegakkan Kode Etik gabungan Industri Pariwisata Indonesia;
- b. menyalurkan aspirasi serta memelihara kerukunan dan kepentingan anggota dalam rangka keikutsertaannya dalam pembangunan bidang kepariwisataan;
- c. meningkatkan hubungan dan kerja sama antara pengusaha pariwisata Indonesia dan pengusaha pariwisata luar negeri untuk kepentingan pembangunan kepariwisataan;
- d. mencegah persaingan usaha yang tidak sehat di bidang pariwisata; dan
- e. menyelenggarakan pusat informasi usaha dan menyebarluaskan kebijakan Pemerintah di bidang kepariwisataan.

#### Pasal 51

Ketentuan lebih lanjut mengenai bentuk, keanggotaan, susunan kepengurusan, dan kegiatan Gabungan Industri Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 diatur dalam anggaran dasar dan anggaran rumah tangga.

## BAB XII

PELATIHAN SUMBER DAYA MANUSIA, STANDARDISASI, SERTIFIKASI, DAN TENAGA KERJA

### Bagian Kesatu

#### Pelatihan Sumber Daya Manusia

#### Pasal 52

Pemerintah dan Pemerintah Daerah menyelenggarakan pelatihan sumber daya manusia pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

### Bagian Kedua

#### Standardisasi dan Sertifikasi

#### Pasal 53

Tenaga kerja di bidang kepariwisataan memiliki standar kompetensi.

- (1) Standar kompetensi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui sertifikasi kompetensi.
- (2) Sertifikasi kompetensi dilakukan oleh lembaga sertifikasi profesi yang telah mendapat lisensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 54

Produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha pariwisata memiliki standar usaha.

- (2) Standar usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan melalui sertifikasi usaha.
- (3) Sertifikasi usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dilakukan oleh lembaga mandiri yang berwenang sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

#### Pasal 55

Ketentuan lebih lanjut mengenai sertifikasi kompetensi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53 dan sertifikasi usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 54 diatur dalam Peraturan Pemerintah.

### Bagian Ketiga

#### Tenaga Kerja Ahli Warga Negara Asing

#### Pasal 56

Pengusaha pariwisata dapat mempekerjakan tenaga kerja ahli warga negara asing sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

- (1) Tenaga kerja ahli warga negara asing sebagaimana dimaksud pada ayat (1) terlebih dahulu mendapat rekomendasi dari organisasi asosiasi pekerja profesional kepariwisataan.

### BAB XIII PENDANAAN

#### Pasal 57

Pendanaan pariwisata menjadi tanggung jawab bersama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, pengusaha, dan masyarakat.

#### Pasal 58

Pengelolaan dana kepariwisataan dilakukan berdasarkan prinsip keadilan, efisiensi, transparansi, dan akuntabilitas publik.

#### Pasal 59

Pemerintah Daerah mengalokasikan sebagian dari pendapatan yang diperoleh dari penyelenggaraan pariwisata untuk kepentingan pelestarian alam dan budaya.

#### Pasal 60

Pendanaan oleh pengusaha dan/atau masyarakat dalam pembangunan pariwisata di pulau kecil diberikan insentif yang diatur dengan Peraturan Presiden.

#### Pasal 61

Pemerintah dan Pemerintah Daerah memberikan peluang pendanaan bagi usaha mikro dan kecil di bidang kepariwisataan.

### BAB XIV SANKSI ADMINISTRATIF

#### Pasal 62

- (1) Setiap wisatawan yang tidak mematuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 dikenai sanksi berupa teguran lisan disertai dengan pemberitahuan mengenai hal yang harus dipenuhi.
- (2) Apabila wisatawan telah diberi teguran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan tidak diindahkannya, wisatawan yang bersangkutan dapat diusir dari lokasi perbuatan dilakukan.

#### Pasal 63

Setiap pengusaha pariwisata yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 dan/atau Pasal 26 dikenai sanksi administratif.

- (1) Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) berupa:

- a. teguran tertulis;
  - b. pembatasan kegiatan usaha; dan
  - c. pembekuan sementara kegiatan usaha.
- (3) Teguran tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a dikenakan kepada pengusaha paling banyak 3 (tiga) kali.
- (4) Sanksi pembatasan kegiatan usaha dikenakan kepada pengusaha yang tidak mematuhi teguran sebagaimana dimaksud pada ayat (3).
- (5) Sanksi pembekuan sementara kegiatan usaha dikenakan kepada pengusaha yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (3) dan ayat (4).

## BAB XV KETENTUAN PIDANA

### Pasal 64

Setiap orang yang dengan sengaja dan melawan hukum merusak fisik daya tarik wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 dipidana dengan pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan denda paling banyak Rp10.000.000.000,00 (sepuluh miliar rupiah).

- (1) Setiap orang yang karena kelalaiannya dan melawan hukum, merusak fisik, atau mengurangi nilai daya tarik wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 27 dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).

## BAB XVI KETENTUAN PERALIHAN

### Pasal 65

Badan Promosi Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 36 ayat (1) harus telah dibentuk paling lambat 2 (dua) tahun setelah Undang-Undang ini diundangkan.

### Pasal 66

Pembentukan Gabungan Industri Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 50 untuk pertama kalinya difasilitasi oleh Pemerintah.

- (1) Gabungan Industri Pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus telah dibentuk dalam waktu paling lambat 2 (dua) tahun setelah Undang-Undang ini diundangkan.

## BAB XVII KETENTUAN PENUTUP

Pasal 67

Peraturan pelaksanaan Undang-Undang ini harus telah ditetapkan dalam waktu paling lambat 2 (dua) tahun sejak Undang-Undang ini diundangkan.

Pasal 68

Pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku, Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3427) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 69

Pada saat Undang-Undang ini mulai berlaku semua peraturan perundang-undangan yang merupakan peraturan pelaksanaan dari Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1990 Nomor 3427), dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan dalam Undang-Undang ini.

Pasal 70

Undang-Undang ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan. Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Undang-Undang ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Disahkan di Jakarta pada tanggal 16 Januari 2009

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,  
ttd.

DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

Diundangkan di Jakarta pada tanggal 16 Januari 2009

**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA NOMOR 50 TAHUN 2011 TENTANG  
RENCANA INDUK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL TAHUN 2010 - 2025**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan ketentuan Pasal 9 ayat (1) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional Tahun 2010 - 2025;

Mengingat : 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;

2. Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 11, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4966);

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG RENCANA INDUK  
PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL TAHUN  
2010-2025.

**BAB I  
KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Kepariwisataaan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
2. Pembangunan adalah suatu proses perubahan ke arah yang lebih baik yang di dalamnya meliputi upaya-upaya perencanaan, implementasi dan pengendalian, dalam rangka penciptaan nilai tambah sesuai yang dikehendaki.
3. Rencana Induk Pembangunan Kepariwisataaan Nasional yang selanjutnya disebut dengan RIPPARNAS adalah dokumen perencanaan pembangunan kepariwisataan

nasional untuk periode 15 (lima belas) tahun terhitung sejak tahun 2010 sampai dengan tahun 2025.

4. Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat Daya Tarik Wisata, Fasilitas Umum, Fasilitas Pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya Kepariwisataaan.
5. Destinasi Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah Destinasi Pariwisata yang berskala nasional.
6. Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat KSPN adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
7. Perwilayahan Pembangunan DPN adalah hasil perwilayahan Pembangunan Kepariwisataaan yang diwujudkan dalam bentuk DPN, dan KSPN.
8. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
9. Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.
10. Prasarana Umum adalah kelengkapan dasar fisik suatu lingkungan yang pengadaannya memungkinkan suatu lingkungan dapat beroperasi dan berfungsi sebagaimana semestinya.
11. Fasilitas Umum adalah sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktifitas kehidupan keseharian.
12. Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.
13. Pemberdayaan Masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan Kepariwisataaan.
14. Pemasaran Pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan

wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.

15. Industri Pariwisata adalah kumpulan Usaha Pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
16. Kelembagaan Kepariwisataan adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisataan.
17. Organisasi Kepariwisataan adalah institusi baik di lingkungan Pemerintah maupun swasta yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisataan.
18. Sumber Daya Manusia Pariwisata yang selanjutnya disingkat SDM Pariwisata adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan Kepariwisataan.
19. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
20. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan dan pengelolaan Kepariwisataan.
21. Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
22. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan urusan pemerintahan di bidang Kepariwisataan.
23. Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

## BAB II

### PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL

#### Pasal 2

- (1) Pembangunan kepariwisataan nasional meliputi:
  - a. Destinasi Pariwisata;
  - b. Pemasaran Pariwisata;
  - c. Industri Pariwisata; dan
  - d. Kelembagaan Kepariwisataan.

- (2) Pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan berdasarkan RIPPARNAS.
- (3) RIPPARNAS sebagaimana dimaksud pada ayat (2) memuat:
- a. visi;
  - b. misi;
  - c. tujuan;
  - d. sasaran; dan
  - e. arah pembangunan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu tahun 2010 sampai dengan tahun 2025.
- (4) Visi pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf a adalah terwujudnya Indonesia sebagai negara tujuan pariwisata berkelas dunia, berdaya saing, berkelanjutan, mampu mendorong pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.
- (5) Dalam mewujudkan visi pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (4) ditempuh melalui 4 (empat) misi pembangunan kepariwisataan nasional meliputi pengembangan:
- a. Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, menarik, mudah dicapai, berwawasan lingkungan, meningkatkan pendapatan nasional, daerah dan masyarakat;
  - b. Pemasaran Pariwisata yang sinergis, unggul, dan bertanggung jawab untuk meningkatkan kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara;
  - c. Industri Pariwisata yang berdaya saing, kredibel, menggerakkan kemitraan usaha, dan bertanggung jawab terhadap lingkungan alam dan sosial budaya; dan
  - d. Organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi, dan mekanisme operasional yang efektif dan efisien dalam rangka mendorong terwujudnya Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan.
- (6) Tujuan pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf c adalah: a. meningkatkan kualitas dan kuantitas Destinasi Pariwisata;
- b. mengkomunikasikan Destinasi Pariwisata Indonesia dengan menggunakan media pemasaran secara efektif, efisien dan bertanggung jawab;
  - c. mewujudkan Industri Pariwisata yang mampu menggerakkan perekonomian nasional; dan
  - d. mengembangkan Kelembagaan Kepariwisata dan tata kelola pariwisata yang mampu mensinergikan Pembangunan Destinasi Pariwisata, Pemasaran Pariwisata, dan Industri Pariwisata secara profesional, efektif dan efisien.
- (7) Sasaran pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf d adalah peningkatan:

- a. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara;
  - b. jumlah pergerakan wisatawan nusantara;
  - c. jumlah penerimaan devisa dari wisatawan mancanegara;
  - d. jumlah pengeluaran wisatawan nusantara; dan
  - e. produk domestik bruto di bidang Kepariwisata.
- (8) Arah pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (3) huruf e meliputi pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan:
- a. dengan berdasarkan prinsip Pembangunan Kepariwisata yang berkelanjutan;
  - b. dengan orientasi pada upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan;
  - c. dengan tata kelola yang baik;
  - d. secara terpadu secara lintas sektor, lintas daerah, dan lintas pelaku; dan
  - e. dengan mendorong kemitraan sektor publik dan privat.

#### Pasal 3

Pelaksanaan RIPPARNAS sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 diselenggarakan secara terpadu oleh Pemerintah dan Pemerintah Daerah sesuai kewenangannya, dunia usaha, dan masyarakat.

#### Pasal 4

- (1) RIPPARNAS menjadi pedoman bagi pembangunan kepariwisataan nasional.
- (2) RIPPARNAS sebagaimana dimaksud pada ayat (1) menjadi pedoman penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi.
- (3) RIPPARNAS dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) menjadi pedoman penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota.

#### Pasal 5

Untuk mensinergikan penyusunan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota, sebagaimana dimaksud dalam Pasal 4, Pemerintah Daerah dapat melakukan konsultasi dan koordinasi dengan Menteri.

#### Pasal 6

Indikator sasaran pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (7) tercantum dalam Lampiran I yang tidak terpisahkan dari Peraturan Pemerintah ini.

#### Pasal 7

Arah pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (8) menjadi dasar arah kebijakan, strategi, dan indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu tahun 2010 sampai dengan tahun 2025 yang meliputi Pembangunan: a. DPN;

- b. Pemasaran pariwisata nasional;
- c. Industri pariwisata nasional; dan
- d. Kelembagaan kepariwisataan nasional.

### BAB III PEMBANGUNAN DPN

#### Bagian Kesatu Umum

#### Pasal 8

Pembangunan DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 huruf a meliputi:

- a. Perwilayahan Pembangunan DPN;
- b. Pembangunan Daya Tarik Wisata;
- c. Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata;
- d. Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata;
- e. Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisataan; dan
- f. pengembangan investasi di bidang pariwisata.

#### Bagian Kedua Perwilayahan Pembangunan DPN

#### Pasal 9

Perwilayahan Pembangunan DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 huruf a meliputi:

- a. DPN; dan
- b. KSPN.

## Pasal 10

- (1) DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf a ditentukan dengan kriteria:
  - a. merupakan kawasan geografis dengan cakupan wilayah provinsi dan/atau lintas provinsi yang di dalamnya terdapat kawasan-kawasan pengembangan pariwisata nasional, yang diantaranya merupakan KSPN;
  - b. memiliki Daya Tarik Wisata yang berkualitas dan dikenal secara luas secara nasional dan internasional, serta membentuk jejaring produk wisata dalam bentuk pola pemaketan produk dan pola kunjungan wisatawan;
  - c. memiliki kesesuaian tema Daya Tarik Wisata yang mendukung penguatan daya saing;
  - d. memiliki dukungan jejaring aksesibilitas dan infrastruktur yang mendukung pergerakan wisatawan dan kegiatan Kepariwisataaan; dan
  - e. memiliki keterpaduan dengan rencana sektor terkait.
- (2) KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf b ditentukan dengan kriteria:
  - a. memiliki fungsi utama pariwisata atau potensi pengembangan pariwisata;
  - b. memiliki sumber daya pariwisata potensial untuk menjadi Daya Tarik Wisata unggulan dan memiliki citra yang sudah dikenal secara luas;
  - c. memiliki potensi pasar, baik skala nasional maupun khususnya internasional;
  - d. memiliki posisi dan peran potensial sebagai penggerak investasi;
  - e. memiliki lokasi strategis yang berperan menjaga persatuan dan keutuhan wilayah;
  - f. memiliki fungsi dan peran strategis dalam menjaga fungsi dan daya dukung lingkungan hidup;
  - g. memiliki fungsi dan peran strategis dalam usaha pelestarian dan pemanfaatan aset budaya, termasuk di dalamnya aspek sejarah dan kepurbakalaan;
  - h. memiliki kesiapan dan dukungan masyarakat;
  - i. memiliki kekhususan dari wilayah;
  - j. berada di wilayah tujuan kunjungan pasar wisatawan utama dan pasar wisatawan potensial nasional; dan
  - k. memiliki potensi kecenderungan produk wisata masa depan.
- (3) Pembangunan DPN dan KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dilaksanakan secara bertahap dengan kriteria prioritas memiliki:
  - a. komponen destinasi yang siap untuk dikembangkan;
  - b. posisi dan peran efektif sebagai penarik investasi yang strategis;
  - c. posisi strategis sebagai simpul penggerak sistemik Pembangunan Kepariwisataaan di wilayah sekitar baik dalam konteks regional maupun nasional;

- d. potensi kecenderungan produk wisata masa depan; kontribusi yang signifikan dan/atau prospek yang positif dalam menarik kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara dalam waktu yang relatif cepat;
- e. citra yang sudah dikenal secara luas;
- f. kontribusi terhadap pengembangan keragaman produk wisata di Indonesia; dan
- g. keunggulan daya saing internasional.

#### Pasal 11

- (1) Perwilayahan DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 terdiri dari:
- a. 50 (lima puluh) DPN yang tersebar di 33 (tiga puluh tiga) provinsi; dan
  - b. 88 (delapan puluh delapan) KSPN yang tersebar di 50 (lima puluh) DPN.
- (2) Peta perwilayahan DPN sebagaimana dimaksud pada ayat (1) tercantum dalam Lampiran II dan Lampiran III yang tidak terpisahkan dari Peraturan Pemerintah ini.

#### Pasal 12

Arah kebijakan Pembangunan DPN dan KSPN meliputi:

- a. perencanaan Pembangunan DPN dan KSPN;
- b. penegakan regulasi Pembangunan DPN dan KSPN; dan
- c. pengendalian implementasi Pembangunan DPN dan KSPN.

#### Pasal 13

- (1) Strategi untuk perencanaan Pembangunan DPN dan KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf a meliputi:
- a. menyusun rencana induk dan rencana detail nPembangunan DPN dan KSPN; dan
  - b. menyusun regulasi tata bangunan dan tata lingkungan DPN dan KSPN.
- (2) Strategi untuk penegakan regulasi Pembangunan DPN dan KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf b dilakukan melalui monitoring dan pengawasan oleh Pemerintah terhadap penerapan rencana detail DPN dan KSPN.
- (3) Strategi untuk pengendalian implementasi rencana Pembangunan DPN dan KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 huruf c dilakukan melalui peningkatan koordinasi antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, pelaku usaha dan masyarakat.
- (4) KSPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 huruf b ditetapkan dengan Keputusan Presiden.

Bagian Ketiga  
Pembangunan Daya Tarik Wisata

Pasal 14

- (1) Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 huruf b meliputi:
  - a. Daya Tarik Wisata alam;
  - b. Daya Tarik Wisata budaya; dan
  - c. Daya Tarik Wisata hasil buatan manusia.
- (2) Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dilaksanakan berdasarkan prinsip menjunjung tinggi nilai agama dan budaya, serta keseimbangan antara upaya pengembangan manajemen atraksi untuk menciptakan Daya Tarik Wisata yang berkualitas, berdaya saing, serta mengembangkan upaya konservasi untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan sumber dayanya.

Pasal 15

Arah kebijakan Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 ayat (1), meliputi:

- a. perintisan pengembangan Daya Tarik Wisata dalam rangka mendorong pertumbuhan DPN dan pengembangan daerah;
- b. Pembangunan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan kualitas dan daya saing produk dalam menarik minat dan loyalitas segmen pasar yang ada;
- c. pemantapan Daya Tarik Wisata untuk meningkatkan daya saing produk dalam menarik kunjungan ulang wisatawan dan segmen pasar yang lebih luas; dan
- d. revitalisasi Daya Tarik Wisata dalam upaya peningkatan kualitas, keberlanjutan dan daya saing produk dan DPN.

Pasal 16

- (1) Strategi untuk perintisan pengembangan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf a, meliputi:
  - a. mengembangkan Daya Tarik Wisata baru di Destinasi Pariwisata yang belum berkembang  
Kepariwisataannya; dan
  - b. memperkuat upaya pengelolaan potensi Kepariwisataannya dan lingkungan dalam mendukung upaya perintisan.

- (2) Strategi untuk Pembangunan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf b, meliputi:
- a. mengembangkan inovasi manajemen produk dan kapasitas Daya Tarik Wisata untuk mendorong akselerasi perkembangan DPN; dan
  - b. memperkuat upaya konservasi potensi Kepariwisata dan lingkungan dalam mendukung intensifikasi Daya Tarik Wisata.
- (3) Strategi untuk pemantapan Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf c, meliputi :
- a. mengembangkan diversifikasi atau keragaman nilai Daya Tarik Wisata dalam berbagai tema terkait; dan
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi Kepariwisata dan lingkungan dalam mendukung diversifikasi Daya Tarik Wisata.
- (4) Strategi untuk revitalisasi Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 huruf d, meliputi:
- a. revitalisasi struktur, elemen dan aktivitas yang menjadi penggerak kegiatan Kepariwisata pada Daya Tarik Wisata; dan
  - b. memperkuat upaya penataan ruang wilayah dan konservasi potensi Kepariwisata dan lingkungan dalam mendukung revitalisasi daya tarik dan kawasan di sekitarnya.

Bagian Keempat  
Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata

Pasal 17

- (1) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata, meliputi:
- a. penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api;
  - b. penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api; dan
  - c. penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api.
- (2) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimaksudkan untuk mendukung pengembangan Kepariwisata dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam DPN.

Pasal 18

Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) huruf a, meliputi:

- a. pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN; dan
- b. pengembangan dan peningkatan kenyamanan dan keamanan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN.

#### Pasal 19

(1) Strategi untuk pengembangan dan peningkatan kemudahan akses dan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf a, meliputi:

- a. meningkatkan ketersediaan moda transportasi sebagai sarana pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar;
- b. meningkatkan kecukupan kapasitas angkut moda transportasi menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di Destinasi Pariwisata sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan
- c. mengembangkan keragaman atau diversifikasi jenis moda transportasi menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di Destinasi Pariwisata sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar.

(2) Strategi untuk pengembangan dan peningkatan kenyamanan dan keamanan pergerakan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 huruf b, meliputi mengembangkan dan meningkatkan kualitas:

- a. kenyamanan moda transportasi menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan
- b. keamanan moda transportasi untuk menjamin keselamatan perjalanan wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN.

#### Pasal 20

Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) huruf b, meliputi:

- a. pengembangan dan peningkatan kemudahan akses terhadap prasarana transportasi sebagai simpul pergerakan yang menghubungkan lokasi asal wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN;
- b. pengembangan dan peningkatan keterhubungan antara DPN dengan pintu gerbang wisata regional dan/atau nasional maupun keterhubungan antar komponen daya tarik dan simpul-simpul pergerakan di dalam DPN; dan

- c. pengembangan dan peningkatan kenyamanan perjalanan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam DPN.

#### Pasal 21

- (1) Strategi untuk pengembangan dan peningkatan kemudahan akses terhadap prasarana transportasi sebagai simpul pergerakan yang menghubungkan lokasi asal wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf a, meliputi meningkatkan:
  - a. ketersediaan prasarana simpul pergerakan moda transportasi pada lokasi-lokasi strategis di DPN sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan
  - b. keterjangkauan prasarana simpul pergerakan moda transportasi dari pusat-pusat kegiatan pariwisata di DPN.
- (2) Strategi untuk pengembangan dan peningkatan keterhubungan antara DPN dengan pintu gerbang wisata regional dan/atau nasional maupun keterhubungan antar komponen daya tarik dan simpul-simpul pergerakan di dalam DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf b, meliputi mengembangkan dan meningkatkan:
  - a. jaringan transportasi penghubung antara DPN dengan pintu gerbang wisata regional dan/atau nasional maupun keterhubungan antar komponen daya tarik dan simpul-simpul pergerakan di dalam DPN; dan
  - b. keterpaduan jaringan infrastruktur transportasi antara pintu gerbang wisata dan DPN serta komponen yang ada di dalamnya yang mendukung kemudahan transfer intermoda.
- (3) Strategi untuk pengembangan dan peningkatan kenyamanan perjalanan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 20 huruf c, meliputi mengembangkan dan meningkatkan kualitas dan kapasitas:
  - a. jaringan transportasi untuk mendukung kemudahan, kenyamanan dan keselamatan pergerakan wisatawan sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar; dan
  - b. fasilitas persinggahan di sepanjang koridor pergerakan wisata di dalam DPN sesuai kebutuhan dan perkembangan pasar.

#### Pasal 22

Arah kebijakan penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) huruf c, meliputi:

- a. peningkatan kemudahan pergerakan wisatawan dengan memanfaatkan beragam jenis moda transportasi secara terpadu; dan

- b. peningkatan kemudahan akses terhadap informasi berbagai jenis moda transportasi dalam rangka perencanaan perjalanan wisata.

#### Pasal 23

- (1) Strategi untuk peningkatan kemudahan pergerakan wisatawan dengan memanfaatkan beragam jenis moda transportasi secara terpadu sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 huruf a diwujudkan dalam bentuk Pembangunan sistem transportasi dan pelayanan terpadu di DPN.
- (2) Strategi untuk peningkatan kemudahan akses terhadap informasi berbagai jenis moda transportasi dalam rangka perencanaan perjalanan wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 huruf b, meliputi mengembangkan dan meningkatkan:
  - a. ketersediaan informasi pelayanan transportasi berbagai jenis moda dari pintu gerbang wisata ke DPN; dan
  - b. kemudahan reservasi moda transportasi berbagai jenis moda.

#### Pasal 24

- (1) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 17 ayat (1) diselenggarakan oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, Badan Usaha Milik Negara, Badan Usaha Milik Daerah, swasta dan masyarakat.
- (2) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundanganundangan.

#### Bagian Kelima

##### Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata

#### Pasal 25

Arah kebijakan Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata meliputi:

- a. pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan pengembangan DPN;
- b. peningkatan Prasarana Umum, kualitas Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata yang mendukung pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing DPN; dan
- c. pengendalian Prasarana Umum, Pembangunan Fasilitas Umum, dan Fasilitas pariwisata bagi destinasi-destinasi pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung.

#### Pasal 26

- (1) Strategi untuk pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 huruf a, meliputi:
  - a. mendorong pemberian insentif untuk pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung perintisan Destinasi Pariwisata;
  - b. meningkatkan fasilitasi Pemerintah untuk pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata atas inisiatif swasta; dan
  - c. merintis dan mengembangkan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata untuk mendukung kesiapan Destinasi Pariwisata dan meningkatkan daya saing Destinasi Pariwisata.
- (2) Strategi untuk peningkatan kualitas Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung pertumbuhan, meningkatkan kualitas dan daya saing DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 huruf b, meliputi:
  - a. mendorong dan menerapkan berbagai skema kemitraan antara Pemerintah dan swasta;
  - b. mendorong dan menerapkan berbagai skema kemandirian pengelolaan; dan
  - c. mendorong penerapan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan berkebutuhan khusus.
- (3) Strategi untuk pengendalian Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata bagi destinasi-destinasi pariwisata yang sudah melampaui ambang batas daya dukung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 huruf c, meliputi:
  - a. menyusun regulasi perijinan untuk menjaga daya dukung lingkungan; dan
  - b. mendorong penegakan peraturan perundangundangan.

#### Pasal 27

Pemberian insentif dalam Pembangunan Prasarana Umum, Fasilitas Umum, dan Fasilitas Pariwisata didasarkan pada ketentuan peraturan perundangundangan.

#### Bagian Keenam

#### Pemberdayaan Masyarakat Melalui Kepariwisata

#### Pasal 28

Arah kebijakan Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisata meliputi:

- a. pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat melalui Pembangunan Kepariwisata;
- b. optimalisasi pengarusutamaan gender melalui Pembangunan Kepariwisata;

- c. peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal melalui pengembangan usaha produktif di bidang pariwisata;
- d. penyusunan regulasi dan pemberian insentif untuk mendorong perkembangan industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal sesuai dengan ketentuan peraturan perundangundangan;
- e. penguatan kemitraan rantai nilai antar usaha di bidang Kepariwisataaan;
- f. perluasan akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal;
- g. peningkatan akses dan dukungan permodalan dalam upaya mengembangkan produk industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal;
- h. peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait dalam mewujudkan sapta pesona untuk menciptakan iklim kondusif Kepariwisataaan setempat; dan
- i. peningkatan motivasi dan kemampuan masyarakat dalam mengenali dan mencintai bangsa dan tanah air melalui perjalanan wisata nusantara.

#### Pasal 29

(1) Strategi untuk pengembangan potensi, kapasitas dan partisipasi masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf a, meliputi:

- a. memetakan potensi dan kebutuhan penguatan kapasitas masyarakat lokal dalam pengembangan Kepariwisataaan;
- b. memberdayakan potensi dan kapasitas masyarakat lokal dalam pengembangan Kepariwisataaan; dan
- c. menguatkan kelembagaan masyarakat dan Pemerintah di tingkat lokal guna mendorong kapasitas dan peran masyarakat dalam pengembangan Kepariwisataaan.

(2) Strategi untuk optimalisasi pengarusutamaan gender sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf b, meliputi:

- a. meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang pengarusutamaan gender dalam pengembangan pariwisata; dan
- b. meningkatkan peran masyarakat dalam perspektif kesetaraan gender dalam pengembangan Kepariwisataaan di daerah.

(3) Strategi untuk peningkatan potensi dan kapasitas sumber daya lokal sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 28 huruf c, meliputi:

- a. meningkatkan pengembangan potensi sumber daya lokal sebagai Daya Tarik Wisata berbasis kelokalan dalam kerangka Pemberdayaan Masyarakat melalui pariwisata;
  - b. mengembangkan potensi sumber daya lokal melalui desa wisata;
  - c. meningkatkan kualitas produk industri kecil dan menengah sebagai komponen pendukung produk wisata di Destinasi Pariwisata; dan
  - d. meningkatkan kemampuan berusaha pelaku Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah yang dikembangkan masyarakat lokal.
- (4) Strategi untuk penyusunan regulasi dan pemberian insentif sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf d, meliputi:
- a. mendorong pemberian insentif dan kemudahan bagi pengembangan industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
  - b. mendorong perlindungan terhadap kelangsungan industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah di sekitar Destinasi Pariwisata.
- (5) Strategi untuk penguatan kemitraan rantai nilai antar usaha sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf e, meliputi:
- a. mendorong kemitraan antar usaha Kepariwisataan dengan industri kecil dan menengah dan usaha mikro, kecil dan menengah; dan
  - b. meningkatkan kualitas produk industri kecil dan menengah dan layanan jasa Kepariwisataan yang dikembangkan usaha mikro, kecil dan menengah dalam memenuhi standar pasar.
- (6) Strategi untuk perluasan akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf f, meliputi:
- a. memperkuat akses dan jejaring industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah dengan sumber potensi pasar dan informasi global; dan
  - b. meningkatkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dalam upaya memperluas akses pasar terhadap produk industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah.
- (7) Strategi untuk peningkatan akses dan dukungan permodalan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf g, meliputi:
- a. mendorong pemberian insentif dan kemudahan terhadap akses permodalan bagi Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah dalam pengembangan usaha sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan; dan
  - b. mendorong pemberian bantuan permodalan untuk mendukung perkembangan industri kecil dan menengah dan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah di sekitar Destinasi Pariwisata.

- (8) Strategi untuk peningkatan kesadaran dan peran masyarakat serta pemangku kepentingan terkait sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf h, meliputi:
- a. meningkatkan pemahaman, dan kesadaran masyarakat tentang sadar wisata dalam mendukung pengembangan Kepariwisataaan di daerah;
  - b. meningkatkan peran serta masyarakat dalam mewujudkan sadar wisata bagi penciptaan iklim kondusif Kepariwisataaan setempat;
  - c. meningkatkan peran dan kapasitas masyarakat dan polisi pariwisata dalam menciptakan iklim kondusif Kepariwisataaan; dan
  - d. meningkatkan kualitas jejaring media dalam mendukung upaya Pemberdayaan Masyarakat di bidang pariwisata.
- (9) Strategi untuk peningkatan motivasi dan kemampuan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 28 huruf i, meliputi:
- a. mengembangkan pariwisata sebagai investasi pengetahuan; dan
  - b. meningkatkan kuantitas dan kualitas informasi pariwisata nusantara kepada masyarakat.

#### Bagian Ketujuh

#### Pengembangan Investasi di Bidang Pariwisata

#### Pasal 30

Arah kebijakan pengembangan investasi di bidang pariwisata meliputi:

- a. peningkatan pemberian insentif investasi di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan;
- b. peningkatan kemudahan investasi di bidang pariwisata; dan
- c. peningkatan promosi investasi di bidang pariwisata.

#### Pasal 31

(1) Strategi untuk peningkatan pemberian insentif investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 30 huruf a, meliputi:

- a. mengembangkan mekanisme keringanan fiskal untuk menarik investasi modal asing di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan di bidang keuangan; dan
- b. mengembangkan mekanisme keringanan fiskal untuk mendorong investasi dalam negeri di bidang pariwisata sesuai dengan ketentuan peraturan perundang undangan di bidang keuangan.

(2) Strategi untuk peningkatan kemudahan investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 30 huruf b, meliputi:

- a. melaksanakan debirokratisasi investasi di bidang pariwisata; dan
- b. melaksanakan deregulasi peraturan yang menghambat perizinan.

(3) Strategi untuk peningkatan promosi investasi di bidang pariwisata sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 30 huruf c, meliputi:

- a. menyediakan informasi peluang investasi di Destinasi Pariwisata;
- b. meningkatkan promosi investasi di bidang pariwisata di dalam negeri dan di luar negeri; dan
- c. meningkatkan sinergi promosi investasi di bidang pariwisata dengan sektor terkait.

#### BAB IV

### PEMBANGUNAN PEMASARAN PARIWISATA NASIONAL

#### Bagian Kesatu Umum

Pasal 32

Pembangunan Pemasaran Pariwisata nasional meliputi:

- a. pengembangan pasar wisatawan;
- b. pengembangan citra pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata; dan
- d. pengembangan promosi pariwisata.

#### Bagian Kedua Pengembangan Pasar Wisatawan

Pasal 33

Arah kebijakan pengembangan pasar wisatawan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf a, diwujudkan dalam bentuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar untuk mengoptimalkan pengembangan Destinasi Pariwisata dan dinamika pasar global.

Pasal 34

Strategi untuk pemantapan segmen pasar wisatawan massal dan pengembangan segmen ceruk pasar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 33 meliputi:

- a. meningkatkan pemasaran dan promosi untuk mendukung penciptaan Destinasi Pariwisata yang diprioritaskan;
- b. meningkatkan akselerasi pemasaran dan promosi pada pasar utama, baru, dan berkembang;
- c. mengembangkan pemasaran dan promosi untuk meningkatkan pertumbuhan segmen ceruk pasar;

- d. mengembangkan promosi berbasis tema tertentu;
- e. meningkatkan akselerasi pergerakan wisatawan di seluruh Destinasi Pariwisata; dan
- f. meningkatkan intensifikasi pemasaran wisata konvensi, insentif dan pameran yang diselenggarakan oleh sektor lain.

### Bagian Ketiga Pengembangan Citra Pariwisata

#### Pasal 35

Arah kebijakan pengembangan citra pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf b, meliputi: a. peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Indonesia secara berkelanjutan baik citra pariwisata nasional maupun citra pariwisata destinasi; dan b. peningkatan citra pariwisata Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing.

#### Pasal 36

- (1) Strategi untuk peningkatan dan pemantapan citra pariwisata Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf a, meliputi:
  - a. meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra pariwisata nasional di antara para pesaing; dan
  - b. meningkatkan dan memantapkan pemosisian citra pariwisata destinasi.
- (2) Peningkatan dan pemantapan pemosisian citra pariwisata nasional di antara para pesaing sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a didasarkan kepada kekuatan-kekuatan utama yang meliputi:
  - a. karakter geografis kepulauan;
  - b. nilai spiritualitas dan kearifan lokal;
  - c. keanekaragaman hayati alam dan budaya;
  - d. kepulauan yang kaya akan rempah-rempah; dan
  - e. ikon-ikon lain yang dikenal luas baik secara nasional maupun di dunia internasional.
- (3) Peningkatan dan pemantapan pemosisian citra pariwisata destinasi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b didasarkan kepada kekuatan-kekuatan utama yang dimiliki masing-masing Destinasi Pariwisata.
- (4) Strategi untuk peningkatan citra pariwisata Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata yang aman, nyaman, dan berdaya saing sebagaimana dimaksud dalam Pasal 35 huruf b, diwujudkan melalui promosi, diplomasi, dan komunikasi.

#### Bagian Keempat Pengembangan Kemitraan Pemasaran Pariwisata

#### Pasal 37

Arah kebijakan pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf c diwujudkan dalam bentuk pengembangan kemitraan pemasaran yang terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan.

#### Pasal 38

Strategi untuk pengembangan kemitraan pemasaran terpadu, sinergis, berkesinambungan dan berkelanjutan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 37, meliputi meningkatkan:

- a. keterpaduan sinergis promosi antar pemangku kepentingan pariwisata nasional; dan
- b. strategi pemasaran berbasis pada pemasaran yang bertanggung jawab, yang menekankan tanggung jawab terhadap masyarakat, sumber daya lingkungan dan wisatawan.

### Bagian Kelima Pengembangan Promosi Pariwisata

#### Pasal 39

Arah kebijakan pengembangan promosi pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 32 huruf d, meliputi:

- a. penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri; dan
- b. penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di luar negeri.

#### Pasal 40

- (1) Strategi untuk penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 huruf a, meliputi:
  - a. menguatkan fungsi dan peran promosi pariwisata di dalam negeri; dan
  - b. menguatkan dukungan, koordinasi dan sinkronisasi terhadap Badan Promosi Pariwisata Indonesia dan Badan Promosi Pariwisata Daerah.
- (2) Strategi untuk penguatan dan perluasan eksistensi promosi pariwisata Indonesia di luar negeri sebagaimana dimaksud dalam Pasal 39 huruf b, meliputi:
  - a. menguatkan fasilitasi, dukungan, koordinasi, dan sinkronisasi terhadap promosi pariwisata Indonesia di luar negeri, dan
  - b. menguatkan fungsi dan keberadaan promosi pariwisata Indonesia di luar negeri.
- (3) Penguatan fungsi dan keberadaan promosi pariwisata Indonesia di luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b dilakukan melalui fasilitasi program

kemitraan antara pelaku promosi pariwisata Indonesia di dalam negeri dengan pelaku promosi pariwisata Indonesia yang berada di luar negeri.

## BAB V PEMBANGUNAN INDUSTRI PARIWISATA NASIONAL

### Bagian Kesatu Umum

#### Pasal 41

Pembangunan Industri Pariwisata nasional meliputi : a. penguatan struktur Industri Pariwisata;

- b. peningkatan daya saing produk pariwisata;
- c. pengembangan kemitraan Usaha Pariwisata;
- d. penciptaan kredibilitas bisnis; dan
- e. pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.

### Bagian Kedua Penguatan Struktur Industri Pariwisata

#### Pasal 42

Arah kebijakan penguatan struktur Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf a diwujudkan dalam bentuk penguatan fungsi, hierarki, dan hubungan antar mata rantai pembentuk Industri Pariwisata untuk meningkatkan daya saing Industri Pariwisata.

#### Pasal 43

Strategi untuk penguatan fungsi, hierarki, dan hubungan antar mata rantai pembentuk Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 42, meliputi:

- a. meningkatkan sinergitas dan keadilan distributif antar mata rantai pembentuk Industri Pariwisata;
- b. menguatkan fungsi, hierarki, dan hubungan antar Usaha Pariwisata sejenis untuk meningkatkan daya saing; dan
- c. menguatkan mata rantai penciptaan nilai tambah antara pelaku Usaha Pariwisata dan sektor terkait.

### Bagian Ketiga Peningkatan Daya Saing Produk Pariwisata

#### Pasal 44

Peningkatan daya saing produk pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf b, meliputi:

- a. daya saing Daya Tarik Wisata;
- b. daya saing Fasilitas Pariwisata; dan
- c. daya saing aksesibilitas.

#### Pasal 45

Arah kebijakan peningkatan daya saing Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 huruf a diwujudkan dalam bentuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha Daya Tarik Wisata.

#### Pasal 46

Strategi untuk pengembangan kualitas dan keragaman usaha Daya Tarik Wisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 45, meliputi:

- a. mengembangkan manajemen atraksi;
- b. memperbaiki kualitas interpretasi;
- c. menguatkan kualitas produk wisata; dan
- d. meningkatkan pengemasan produk wisata.

#### Pasal 47

Arah kebijakan peningkatan daya saing Fasilitas Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 huruf b diwujudkan dalam bentuk pengembangan kapasitas dan kualitas fungsi dan layanan Fasilitas Pariwisata yang memenuhi standar internasional dan mengangkat unsur keunikan dan kekhasan lokal.

#### Pasal 48

Strategi untuk pengembangan kapasitas dan kualitas fungsi dan layanan Fasilitas Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 47 meliputi:

- a. mendorong dan meningkatkan standardisasi dan Sertifikasi Usaha Pariwisata;
- b. mengembangkan skema fasilitasi untuk mendorong pertumbuhan Usaha Pariwisata skala usaha mikro, kecil dan menengah; dan
- c. mendorong pemberian insentif untuk menggunakan produk dan tema yang memiliki keunikan dan kekhasan lokal.

#### Pasal 49

Arah kebijakan peningkatan daya saing aksesibilitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 44 huruf c diwujudkan dalam bentuk pengembangan kapasitas dan kualitas layanan jasa transportasi yang mendukung kemudahan perjalanan wisatawan ke Destinasi Pariwisata.

#### Pasal 50

Strategi untuk pengembangan kapasitas dan kualitas layanan jasa transportasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 49 dilaksanakan melalui peningkatan etika bisnis dalam pelayanan usaha transportasi pariwisata.

#### Bagian Keempat Pengembangan Kemitraan Usaha Pariwisata

##### Pasal 51

Arah kebijakan pengembangan kemitraan Usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf c diwujudkan dalam bentuk pengembangan skema kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat.

##### Pasal 52

Strategi untuk pengembangan skema kerja sama sebagaimana dimaksud dalam Pasal 51 meliputi:

- a. menguatkan kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat;
- b. menguatkan implementasi kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat; dan
- c. menguatkan monitoring dan evaluasi kerja sama antara Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat.

#### Bagian Kelima Penciptaan Kredibilitas Bisnis

##### Pasal 53

Arah kebijakan penciptaan kredibilitas bisnis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf d, diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen dan pelayanan Usaha Pariwisata yang kredibel dan berkualitas.

#### Pasal 54

Strategi untuk pengembangan manajemen dan pelayanan Usaha Pariwisata yang kredibel dan berkualitas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 53 meliputi:

- a. menerapkan standardisasi dan Sertifikasi Usaha Pariwisata yang mengacu pada prinsip-prinsip dan standar internasional dengan mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya lokal;
- b. menerapkan sistem yang aman dan tepercaya dalam transaksi bisnis secara elektronik; dan
- c. mendukung penjaminan usaha melalui regulasi dan fasilitasi.

Bagian Keenam  
Pengembangan Tanggung Jawab Terhadap Lingkungan

Pasal 55

Arah kebijakan pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 41 huruf e diwujudkan dalam bentuk pengembangan manajemen Usaha Pariwisata yang mengacu kepada prinsip-prinsip Pembangunan pariwisata berkelanjutan, kode etik pariwisata dunia dan ekonomi hijau.

Pasal 56

Strategi untuk pengembangan manajemen Usaha Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 55 meliputi:

- a. mendorong tumbuhnya ekonomi hijau di sepanjang mata rantai Usaha Pariwisata; dan
- b. mengembangkan manajemen Usaha Pariwisata yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.

## BAB VI PEMBANGUNAN KELEMBAGAAN KEPARIWISATAAN NASIONAL

Bagian Kesatu  
Umum

Pasal 57

Pembangunan Kelembagaan Kepariwisataan meliputi: a. penguatan Organisasi

Kepariwisataan;

- b. pembangunan SDM Pariwisata; dan
- c. penyelenggaraan penelitian dan pengembangan.

Bagian Kedua

## Penguatan Organisasi Kepariwisata

### Pasal 58

Arah kebijakan penguatan Organisasi Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf a, meliputi: a. reformasi birokrasi kelembagaan dan penguatan mekanisme kinerja organisasi untuk mendukung misi Kepariwisata sebagai portofolio pembangunan nasional;

- b. memantapkan Organisasi Kepariwisata dalam mendukung pariwisata sebagai pilar strategis pembangunan nasional;
- c. mengembangkan dan menguatkan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Pemasaran Pariwisata;
- d. mengembangkan dan menguatkan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Industri Pariwisata; dan
- e. mengembangkan dan menguatkan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Destinasi Pariwisata.

### Pasal 59

(1) Strategi untuk akselerasi reformasi birokrasi kelembagaan dan penguatan mekanisme kinerja organisasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 58 huruf a, meliputi:

- a. menguatkan tata kelola Organisasi Kepariwisata dalam struktur kementerian;
- b. menguatkan kemampuan perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program Pembangunan Kepariwisata; dan
- c. menguatkan mekanisme sinkronisasi dan harmonisasi program Pembangunan Kepariwisata baik secara internal kementerian maupun lintas sektor.

(2) Strategi untuk pemantapan Organisasi Kepariwisata dalam mendukung pariwisata sebagai pilar strategis pembangunan nasional sebagaimana dimaksud dalam Pasal 58 huruf b, meliputi:

- a. menguatkan fungsi strategis Kepariwisata dalam menghasilkan devisa;
- b. meningkatkan Usaha Pariwisata terkait;
- c. meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat; dan
- d. meningkatkan pelestarian lingkungan.

(3) Strategi untuk pengembangan dan penguatan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang

Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 58 huruf c, meliputi:

- a. menguatkan struktur dan fungsi organisasi bidang pemasaran di tingkat Pemerintah;
- b. memfasilitasi terbentuknya Badan Promosi Pariwisata Indonesia; dan

- c. menguatkan kemitraan antara Badan Promosi Pariwisata Indonesia dan Pemerintah dalam pembangunan kepariwisataan nasional.
- (4) Strategi untuk pengembangan dan penguatan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 58 huruf d, meliputi:
  - a. memfasilitasi pembentukan Gabungan Industri Pariwisata Indonesia; dan
  - b. menguatkan kemitraan antara Gabungan Industri Pariwisata Indonesia dan Pemerintah dalam pembangunan kepariwisataan nasional.
- (5) Strategi untuk pengembangan dan penguatan Organisasi Kepariwisata yang menangani bidang Destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 58 huruf e, meliputi:
  - a. menguatkan struktur dan fungsi organisasi bidang pengembangan destinasi di tingkat Pemerintah;
  - b. memfasilitasi terbentuknya organisasi pengembangan destinasi; dan
  - c. menguatkan kemitraan antara organisasi pengembangan destinasi dan Pemerintah dalam pembangunan kepariwisataan nasional.

### Bagian Ketiga

#### Pembangunan Sumber Daya Manusia Pariwisata

##### Pasal 60

Pembangunan SDM Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf b, meliputi:

- a. SDM Pariwisata di tingkat Pemerintah; dan
- b. SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat.

##### Pasal 61

Arah kebijakan Pembangunan SDM Pariwisata di tingkat Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60 huruf a, diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM Pariwisata.

##### Pasal 62

Strategi untuk peningkatan kapasitas dan kapabilitas SDM Pariwisata di lingkungan Pemerintah sebagaimana dimaksud dalam Pasal 61, meliputi:

- a. meningkatkan kemampuan dan profesionalitas pegawai
- b. meningkatkan kualitas pegawai bidang Kepariwisata; dan

c. meningkatkan kualitas sumber daya manusia pengelola pendidikan dan latihan bidang kepariwisataan

#### Pasal 63

Arah kebijakan Pembangunan SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam Pasal 60 huruf b diwujudkan dalam bentuk peningkatan kualitas dan kuantitas SDM Pariwisata.

#### Pasal 64

Strategi untuk Pembangunan SDM Pariwisata di dunia usaha dan masyarakat sebagaimana dimaksud dalam

Pasal 63, meliputi:

- a. meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya manusia yang memiliki sertifikasi kompetensi di setiap Destinasi Pariwisata;
- b. meningkatkan kemampuan kewirausahaan di bidang Kepariwisata; dan
- c. meningkatkan kualitas dan kuantitas lembaga pendidikan Kepariwisata yang terakreditasi.

### Bagian Keempat

#### Penyelenggaraan Penelitian dan Pengembangan

#### Pasal 65

Arah kebijakan penyelenggaraan penelitian dan pengembangan untuk mendukung Pembangunan Kepariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 57 huruf c, meliputi:

- a. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Destinasi Pariwisata;
- b. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Pemasaran Pariwisata;
- c. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Industri Pariwisata; dan
- d. peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan kelembagaan dan SDM Pariwisata.

#### Pasal 66

(1) Strategi untuk peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Destinasi Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 huruf a, meliputi:

- a. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan Daya Tarik Wisata;
- b. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan aksesibilitas dan/atau transportasi Kepariwisata dalam mendukung daya saing DPN;

- c. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan Fasilitas Pariwisata dalam mendukung daya saing DPN;
  - d. meningkatkan penelitian dalam rangka memperkuat Pemberdayaan Masyarakat melalui Kepariwisata; dan
  - e. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan dan peningkatan investasi di bidang pariwisata.
- (2) Strategi untuk peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Pemasaran Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 huruf b, meliputi:
- a. meningkatkan penelitian pasar wisatawan dalam rangka pengembangan pasar baru dan pengembangan produk;
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan dan penguatan citra pariwisata Indonesia;
  - c. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan kemitraan Pemasaran Pariwisata; dan
  - d. meningkatkan penelitian dalam rangka peningkatan peran promosi pariwisata Indonesia di luar negeri.
- (3) Strategi untuk peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan Industri Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 huruf c, meliputi:
- a. meningkatkan penelitian dalam rangka penguatan Industri Pariwisata;
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka peningkatan daya saing produk pariwisata;
  - c. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan kemitraan Usaha Pariwisata;
  - d. meningkatkan penelitian dalam rangka penciptaan kredibilitas bisnis; dan
  - e. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan tanggung jawab terhadap lingkungan.
- (4) Strategi untuk peningkatan penelitian yang berorientasi pada pengembangan kelembagaan dan SDM Pariwisata sebagaimana dimaksud dalam Pasal 65 huruf d, meliputi:
- a. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan Organisasi Kepariwisata; dan
  - b. meningkatkan penelitian dalam rangka pengembangan SDM Pariwisata.

BAB VII  
 INDIKASI PROGRAM  
 PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL

Pasal 67

- (1) Rincian indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional dalam kurun waktu tahun 2010 sampai dengan tahun 2025 sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) dan Pasal 7 dan penanggung jawab pelaksanaannya tercantum dalam Lampiran IV yang tidak terpisahkan dari Peraturan Pemerintah ini.
- (2) Indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan sesuai dengan tahapan Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) dan Rencana Pembangunan Jangka Menengah (RPJM).
- (3) Dalam pelaksanaan indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1), kementerian/lembaga sebagai penanggung jawab didukung oleh kementerian/lembaga terkait lainnya dan Pemerintah Daerah.
- (4) Dalam pelaksanaan indikasi program pembangunan kepariwisataan nasional sebagaimana dimaksud pada ayat (1), dapat didukung oleh dunia usaha dan masyarakat.

## BAB VIII PENGAWASAN DAN PENGENDALIAN

### Pasal 68

- (1) Pemerintah melakukan pengawasan dan pengendalian pelaksanaan RIPPARNAS.
- (2) Pengawasan dan pengendalian dilakukan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

## BAB IX KETENTUAN PERALIHAN

### Pasal 69

Pada saat Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku:

- a. semua peraturan perundang-undangan yang terkait dengan Pembangunan Kepariwisataan yang telah ada dinyatakan tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan atau belum diganti berdasarkan Peraturan Pemerintah ini.
- b. semua perjanjian kerja sama yang telah dilakukan antar Pemerintah dan/atau dengan pihak lain yang berkaitan dengan Pembangunan Kepariwisataan di luar Perwilayahan Pembangunan DPN sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 tetap berlaku sampai dengan berakhirnya masa perjanjian.

## BAB X KETENTUAN PENUTUP

### Pasal 70

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta pada tanggal 2 Desember 2011

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

DR. H. SUSILO BAMBANG YUDHOYONO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 2 Desember 2011  
MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,

ttd.

AMIR SYAMSUDIN

## GLOSSARY

Aksesibilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari wilayah asal wisatawan ke Destinasi Pariwisata maupun pergerakan di dalam wilayah Destinasi Pariwisata dalam kaitan dengan motivasi kunjungan wisata.

Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

Destinasi Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat DPN adalah Destinasi Pariwisata yang berskala nasional.

Ekowisata adalah roh dan jiwa dari setiap bentuk kegiatan wisata yang diwujudkan dalam bentuk menegakan 7 pilar utama – yang terdiri dari (a) pilar ekologi, (b) pilar sosial budaya, (c) pilar ekonomi, (d) pilar pengalaman, (e) pilar kepuasan, (f) kenangan dan (g) pilar pendidikan.

Fasilitas Pariwisata adalah semua jenis sarana yang secara khusus ditujukan untuk mendukung penciptaan kemudahan, kenyamanan, keselamatan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke Destinasi Pariwisata.

Fasilitas Umum adalah sarana pelayanan dasar fisik suatu lingkungan yang diperuntukkan bagi masyarakat umum dalam melakukan aktifitas kehidupan keseharian.

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

Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yang selanjutnya disingkat KSPN adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata nasional yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

Kelembagaan Kepariwisataan adalah kesatuan unsur beserta jaringannya yang dikembangkan secara terorganisasi, meliputi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta dan masyarakat, sumber daya manusia, regulasi dan mekanisme operasional, yang secara berkesinambungan guna menghasilkan perubahan ke arah pencapaian tujuan di bidang Kepariwisataan.

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

Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.

Menteri adalah menteri yang tugas dan tanggung jawabnya di bidang kepariwisataan.

Organisasi Kepariwisataan adalah institusi baik di lingkungan Pemerintah maupun swasta yang berhubungan dengan penyelenggaraan kegiatan Kepariwisataan.

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

Pemasaran Pariwisata adalah serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan produk wisata dan mengelola relasi dengan wisatawan untuk mengembangkan Kepariwisataan dan seluruh pemangku kepentingannya.

Pemberdayaan Masyarakat adalah upaya untuk meningkatkan kesadaran, kapasitas, akses, dan peran masyarakat, baik secara individu maupun kelompok, dalam memajukan kualitas hidup, kemandirian, dan kesejahteraan melalui kegiatan Kepariwisataan.

Pemerintah Daerah adalah Gubernur, Bupati atau Walikota, dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

Pemerintah Pusat, selanjutnya disebut Pemerintah, adalah Presiden Republik Indonesia yang memegang kekuasaan pemerintahan negara Republik Indonesia sebagaimana dimaksud dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

Perwilayahan Pembangunan DPN adalah hasil perwilayahan Pembangunan Kepariwisataan yang diwujudkan dalam bentuk DPN, dan KSPN.

Prasarana Umum adalah kelengkapan dasar fisik suatu lingkungan yang pengadaannya memungkinkan suatu lingkungan dapat beroperasi dan berfungsi sebagaimana semestinya.

Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.

Sumber Daya Manusia Pariwisata yang selanjutnya disingkat SDM Pariwisata adalah tenaga kerja yang pekerjaannya terkait secara langsung dan tidak langsung dengan kegiatan Kepariwisataan.

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

Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.

## RIWAYAT HIDUP



Dr. Ir. Gunardi Djoko Winarno, M.Si. Dilahirkan di Jakarta, 17 Desember 1969, mulai sekolah S1 di IPB tahun 1987 dan mendapat gelar sarjana kehutanan bidang konservasi hutan tahun 1992. Penulis sempat bekerja di PT Inhutani selama 8 tahun. Masuk Pendidikan S2 tahun 2001 dibidang Ilmu Kehutanan dan mendapat gelar Magister Sains Tahun 2004. Penulis menjadi dosen di Universitas Lampung diangkat menjadi PNS tahun 2005. Pada tahun 2010 melanjutkan sekolah S3 di IPB dan lulus pada tahun 2015 pada program studi Manajemen Ekowista dan Jasa Lingkungan.



Prof. Dr. Ir. Hi. Sugeng P. Harianto, M.S. Dilahirkan di Pringsewu, 23 September 1958. Mulai sekolah S1 di IPB dan mendapat gelar sarjana kehutanan bidang manajemen hutan tahun 1981. Penulis masuk Pendidikan S2 dibidang Ilmu Perakayuan dan Pengelolaan Hutan, mendapat gelar Magister Sains Tahun 1987. Penulis melanjutkan sekolah S3 di UPLB Philippines dan lulus pada tahun 1994 mendapat gelar Doctor of Philosophy Forest Resources Management. Penulis bekerja sebagai Staf Pengajar Fakultas Pertanian Unila (November 1982 sampai Sekarang).