

PENGEMBANGAN PARIWISATA YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN:

Tinjauan teoritis dan praktis



Penulis

Dr. Yunus Winoto, M.Pd.
Andri Yanto, S.Sos., M.Ikom.
Dr. Ute Lies Siti Khadijah, M.Si.

Copyright@2024, Yunus Winoto, Andri Yanto, Ute Lies Siti Khadijah
Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang.
Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruhnya isi buku
tanpa izin tertulis dari penerbit.

Cetakan ke 1, 2024
Diterbitkan oleh Unpad Press
Grha Kandaga, Gedung Perpustakaan Unpad
Jatinangor, Lt I
Jl. Raya Bandung – Sumedang (Ir. Soekarno) KM 21, Jatinangor – Sumedang
45363 –Jawa Barat Indonesia
Telp. (022) 84288888 ext 3806, Situs: <http://press.unpad.ac.id>
email: press@unpad.ac.id/pressunpad@gmail.com/
pressunpad@yahoo.co.id
Anggota IKAPI dan APPTI

Editor : Encang Saepudin
Tata Letak : Falih Ijlal Septian
Desain : Falih Ijlal Septian

Katalog Dalam Terbitan (KDT)

338.479

WIN

p

Pengembangan Pariwisata Yang Berdayasaing...

WINOTO, Yunus

Pengembangan pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan :
tinjauan teoritis dan praktis, Oleh Yunus Winoto, Andri Yanto, Ute Lies
Siti Khadijah,- Editor : Encang Saepudin,--Cet. 1,-- Bandung : Unpad
Press,
2024.

vii, 137 Hal.; ill

ISBN : 978-623-352-514-5

I. Perpustakaan II. Andri Yanto III. Ute Lies Siti

PRAKATA

Puji Syukur kami panjatkan ke Hadirat Ilahi Rabbi yang telah memberikan berbagai nikmat kehidupan bagi kita, khususnya kepada penulis karena telah diselesaikannya tulisan dalam bentuk buku dengan judul, **“Pengembangan Pariwisata Yang Berdaya saing dan Berkelanjutan : tinjauan teoritis dan praktis”**.

Dalam membangun daya saing dan keberlanjutan sebuah destinasi pariwisata, terdapat lima elemen yang berpengaruh yakni : 1) Determinan kualifikasi dan penguatan (*qualifying and amplifying determinants*), yakni konsep yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan destinasi pariwisata; 2) Kebijakan destinasi, perencanaan dan pengembangan (*destination policy, planning and development*) yakni sebuah kerangka kerja dan proses yang digunakan untuk mengelola, merencanakan, dan mengembangkan destinasi pariwisata; 3) Manajemen destinasi (*destination management*) yaitu konsep yang fokus pada pengelolaan destinasi wisata secara holistik, yang mencakup perencanaan, pengembangan, pemasaran, operasi, dan pemeliharaan destinasi pariwisata; 4) Sumberdaya dan penarik inti (*core resources and attractors*), Konsep ini bertujuan untuk membantu dalam memahami faktor-faktor apa yang membuat suatu destinasi pariwisata menjadi daya tarik bagi pengunjung; serta 5) Faktor-faktor dan sumberdaya pendukung (*supporting factors and resources*). Adapun dalam konteks pariwisata, konsep "*supporting factors and resources*" adalah salah satu dari lima elemen dalam daya saing dan keberlanjutan destinasi.

Dengan selesainya buku ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, Oleh karena itu ucapan terima kasih tentu saja tidak lupa penulis sampaikan kepada semua rekan sejawat, sekolega, dan sekelompok kecil dosen di Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi khususnya, dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada umumnya, yang telah banyak menginspirasi penulis untuk mengemukakan ide-ide yang mudah-mudahan bermanfaat bagi banyak orang.

Secara khusus penulis sampaikan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada nama-nama di bawah ini atas kontribusinya terhadap disusunnya buku ini. Tanpa sumbangsih mereka, buku ini tidak bisa hadir di hadapan pembaca. Mereka adalah:

- (1) Direktur DRPMI Universitas Padjadjaran yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk memperoleh hibah penulisan buku pada tahun anggaran 2023.
- (2) Dekan dan Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah memberikan penugasan kepada kami melakukan kegiatan penelitian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat serta hibah penulisan buku sebagai salah satu bagian dalam pengayaan bahan ajar di Universitas Padjadjaran.
- (3) Para dosen program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi (Program Studi Ilmu Perpustakaan) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran, atas berbagai inspirasinya melalui diskusi-diskus ringan tentang bidang informasi dan perpustakaan;
- (4) Pihak lain yang tidak bisa disebut satu per satu di sini, atas sumbangsihnya terhadap diselesaikannya buku ini, baik langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya, kepada semua dosen Program Studi Ilmu Perpustakaan Fikom Unpad khususnya dan dosen Fakultas Ilmu Komunikasi pada umumnya, yang telah banyak memberikan inspirasi kepada penulis untuk menuliskan gagasan-gagasannya ke dalam bentuk karya pemikiran filsafat ini. Semoga semuanya menjadi berkah. Amin

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman	
PRAKATA	i	
DAFTAR ISI	iv	
DAFTAR GAMBAR	vi	
BAB I	PENDAHULUAN	1
1.1.	Pengertian pariwisata	1
1.2.	Pelaku dan jenis-jenis pariwisata	4
1.2.1	Pelaku pariwisata	4
1.2.2	Jenis-jenis pariwisata	18
1.3.	Komponen-komponen pariwisata	24
1.4.	Sumberdaya pariwisata dan daya tarik pariwisata	30
1.4.1	Sumberdaya pariwisata	30
1.4.2	Daya tarik pariwisata	32
1.5.	Aktivitas pariwisata	35
BAB II	INDUSTRI PARIWISATA	38
2.1.	Kepariwisataan sebagai industri	39
2.2.	Unsur-unsur pokok pariwisata	42
2.3.	Perlengkapan industri pariwisata	44
2.4.	Desain produk industri pariwisata	48
2.5.	Industri pariwisata dan ekonomi kreatif	51
BAB III	PARIWISATA BERKELANJUTAN	55
BAB IV	PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA	68
4.1.	Sistem kepariwisataan	68
4.2.	Pengembangan kepariwisataan	73
BAB V	TEORI-TEORI KEPARIWISATAAN	85
5.1.	Resources Base Theory (RBT)	85
5.2.	Seven Forces Theory Model	87
5.3.	Analisis SWOT	89

BAB VI	STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN	104
6.1.	Konsep daya saing	104
6.2.	Faktor-faktor penentu daya saing pariwisata	108
6.3.	Faktor-faktor yang mempengaruhi daya saing pariwisata	111
6.4.	Konsep strategi pengembangan pariwisata	111
6.5.	Jenis strategi pengembangan pariwisata	115
BAB VII	PENUTUP	120
DAFTAR PUSTAKA		121
RIWAYAT PENULIS		127

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
3.1.	Konsep pembangunan berkelanjutan	61
3.2.	Dua belas (12) tujuan pariwisata berkelanjutan	65
4.1.	Keterpaduan sisi permintaan dan sisi penawaran	71
4.2.	Sektor pariwisata dalam tiga (3) pilar	79
5.1.	Seven Forces Model	89
5.2.	Analisis SWOT	98
5.3.	Model daya saing dan berkelanjutan destinasi pariwisata	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Pengertian pariwisata

Industri pariwisata di Indonesia saat ini telah menjadi sektor andalan yang mampu meningkatkan perekonomian dan mendatangkan devisa bagi negara. Selain itu juga industri pariwisata merupakan sektor yang mampu menggerakkan atau menstimuli sektor-sektor produktif lainnya. Oleh karena itu industri pariwisata perlu mendapat pembinaan yang lebih serius dan optimal dari pemerintah. Untuk mengkaji tentang pariwisata ada baiknya perlu dijelaskan tentang konsep pariwisata terlebih dahulu. Secara sederhana pariwisata diartikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dengan tujuan untuk rekreasi, eksplorasi, pendidikan, atau keperluan tertentu lainnya. Secara umum, pariwisata melibatkan perpindahan orang dari tempat tinggal mereka ke destinasi yang berbeda, baik di dalam negeri maupun luar negeri. Kegiatan ini biasanya bersifat sementara, di mana pelancong akan kembali ke tempat asal mereka setelah selesai melakukan perjalanan. Selain itu juga pariwisata juga melibatkan berbagai sektor industri, seperti transportasi, perhotelan, kuliner, hingga hiburan, yang bersama-sama memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan bagi wisatawan.

Dalam konteks budaya, pariwisata sering kali menjadi sarana pertukaran dan pemahaman antarbudaya. Saat seseorang berkunjung ke suatu tempat, mereka berkesempatan untuk mempelajari tradisi, seni, bahasa, dan gaya hidup masyarakat setempat. Dengan demikian, pariwisata tidak hanya menjadi aktivitas rekreasi tetapi juga sebuah jembatan yang menghubungkan berbagai latar belakang budaya. Hal ini memberikan dampak positif terhadap keberagaman dan meningkatkan apresiasi terhadap warisan budaya suatu daerah. Sedangkan dalam perspektif ekonomi, pariwisata memainkan peran penting sebagai sumber pendapatan bagi banyak negara dan komunitas. Industri pariwisata mampu menciptakan lapangan kerja di

berbagai sektor serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional. Destinasi wisata yang populer dapat menarik jutaan pengunjung setiap tahun, yang pada gilirannya mendukung bisnis kecil hingga besar, mulai dari pedagang lokal hingga jaringan hotel internasional. Tidak heran jika banyak negara berlomba-lomba mengembangkan pariwisata sebagai salah satu pilar ekonomi mereka.

Masih tentang pengertian pariwisata jika merujuk pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah, (Undang-Undang-Nomor-10-Tahun-2009-Tentang-Kepariwisataan, 2009). Sedangkan E. Guyer-Freuler dalam pendit (1999: 38) menjelaskan pengertian pariwisata merupakan fenomena kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar dan menumbuhkan (cinta) terhadap keindahan alam dan khususnya bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan-an, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan.

Pengertian lain tentang pariwisata juga dikemukakan Suwantoro dalam Kurniawan (2015) yang menyatakan pariwisata hakitanya adalah suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebu-dayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Pendapat lain tentang pariwisata juga dikemukakan Spilane dalam wahid (2015) yang menyatakan bahwa pariwisata adalah perlajanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu. Isdamarto mengatakan bahwa pariwisata lebih spesifik merupakan gejala dari pergerakan manusia secara temporer dan spontan di dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan tertentu.

Gejala-gejala tersebut mendorong dan menumbuh-kan kegiatan-kegiatan dalam bidang konsumsi dan produksibarang dan jasa-jasa dan pelayanan yang diperlukan oleh wisatawan., Sumber : (Isdamanto, 2017).

Dalam World Tourism Organization (WTO) yang dikutip Pitana dalam Wahid (2015), pariwisata adalah kegiatan seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya yang biasa dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya. Pendapat yang senada dikemukakan Yoeti dalam Anindita (2015), pariwisata adalah suatu aktivitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri atau diluar negeri, meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain untuk sementara waktu mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya, dimana ia memperoleh pekerjaan tetap.

Pendit (2003: 20) dalam Rahayu (2015; 8-9), mendefinisikan pariwisata sebagai suatu proses kepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan keper-giannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar. Pengertian Pariwisata Pengertian pariwisata menurut A.J Burkat dalam Damanik (2006),parwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan mereka selama tinggal di suatu tempat tujuan.

Apabila memperhatikan berbagai pengertian pariwisata sebagai-mana yang dikemukakan di atas, dapat disimpulkan bahwa memahami pariwisata paling tida ada tiga hal yakni : Pertama, pariwisata dimaknai sebagai sebuah kegiatan atau serangkaian perjalanan individu atau kelompok pada suatu tempat ke tempat lainnya untukmemeroleh kesenangan; Kedua, pariwisata dimaknai sebagai gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi

wisatawan, bisnis, pemerintah tuan rumah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan-wisatawan serta para pengunjung lainnya; Ketiga, pariwisata dipahami sebagai fenomena kemasyarakatan yang menyangkut manusia, masyarakat, kelompok, organisasi maupun kebudayaan. Pendapat ini juga memandang bahwa pariwisata menyangkut bidang yang kompleks, baik ekonomi, sosial, budaya, bahkan konfihurasisistem dunia. Oleh sebab itu dalam memahami fenomena pariwisata juga harus dipotret secara menyeluruh, dengan berragam perspektif atau sudut pandang keilmuan.

Berbicara lebih jauh tentang pariwisata kita akui bahwa pariwisata juga memiliki tantangan dan dampak negatif jika tidak dikelola dengan baik. Salah satu tantangan terbesar adalah dampaknya terhadap lingkungan. Aktivitas wisata yang berlebihan dapat menyebabkan kerusakan ekosistem, pencemaran, dan eksploitasi sumber daya alam yang tidak berkelanjutan. Selain itu, pariwisata yang tidak terencana dapat mengganggu kehidupan masyarakat lokal, seperti meningkatnya biaya hidup akibat komersialisasi daerah wisata. Oleh karena itu, penting bagi pengelola dan pelaku pariwisata untuk menerapkan prinsip keberlanjutan agar dampak positifnya dapat dirasakan dalam jangka panjang.

1.2. Pelaku dan jenis-jenis pariwisata

1.2.1. Pelaku Pariwisata

Pelaku pariwisata merupakan individu, kelompok, atau badan usaha yang berperan dalam menggerakkan dan mendukung kegiatan di sektor pariwisata. Mereka mencakup berbagai pihak yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam menyediakan layanan dan pengalaman wisata bagi wisatawan. Contohnya adalah penyedia jasa transportasi, pengelola akomodasi, pemandu wisata, pengrajin souvenir, pengelola destinasi, serta pelaku ekonomi kreatif yang menciptakan atraksi budaya atau hiburan. Pelaku pariwisata juga mencakup pemerintah, yang berperan dalam regulasi, promosi, dan pengembangan infrastruktur, serta masyarakat lokal yang menjadi bagian dari daya tarik utama destinasi.

Peran mereka sangat beragam, mulai dari memberikan pelayanan langsung, seperti operator tur, hingga memelihara ekosistem pariwisata secara berkelanjutan, seperti lembaga konservasi. Keberhasilan sektor pariwisata sangat bergantung pada kolaborasi harmonis di antara para pelaku ini, karena mereka bersama-sama menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi wisatawan. Dalam konteks ini, pelaku pariwisata tidak hanya dituntut untuk memiliki kompetensi profesional, tetapi juga pemahaman mendalam mengenai potensi lokal, budaya, dan lingkungan sekitar. Selain itu, pelaku pariwisata memiliki tanggung jawab untuk menjaga keberlanjutan destinasi melalui pengelolaan yang bijak. Mereka harus mampu menyeimbangkan antara kepentingan ekonomi, kelestarian lingkungan, dan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan meningkatnya kesadaran global akan pariwisata berkelanjutan, para pelaku kini lebih berfokus pada pengembangan produk dan layanan yang ramah lingkungan serta menghormati nilai-nilai lokal. Selain itu juga pelaku pariwisata juga berperan sebagai duta budaya yang mempromosikan keunikan dan keindahan destinasi mereka. Dalam menjalankan peran ini, mereka membantu wisatawan memahami dan menghargai warisan budaya serta tradisi lokal. Hal ini sekaligus mendorong peningkatan nilai ekonomi dan daya tarik destinasi pariwisata.

Kolaborasi antara pelaku pariwisata dari berbagai sektor juga penting untuk menghadapi tantangan industri, seperti perubahan preferensi wisatawan, dampak pandemi, atau isu lingkungan. Dengan inovasi dan adaptasi, pelaku pariwisata dapat terus menghadirkan pengalaman baru yang relevan dan menarik bagi wisatawan dari berbagai latar belakang. Oleh karena itu pelaku pariwisata memegang kunci untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas, aman, dan berkesan. Mereka tidak hanya menjadi penggerak ekonomi daerah, tetapi juga penjaga identitas dan kelestarian budaya serta alam suatu destinasi. Oleh karena itu, peran mereka menjadi sangat strategis dalam membangun pariwisata yang berdaya saing sekaligus berkelanjutan. Adapun mengenai pelaku pariwisata meliputi beberapa komponen yakni sebagai berikut :

1. Wisatawan

Wisatawan adalah individu atau kelompok yang melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya ke suatu destinasi dengan tujuan utama untuk rekreasi, eksplorasi, pendidikan, atau kegiatan lainnya di luar rutinitas sehari-hari. Sebagai salah satu komponen utama dalam ekosistem pariwisata, wisatawan memegang peran penting dalam menggerakkan roda ekonomi sektor ini. Kunjungan wisatawan ke suatu destinasi menciptakan permintaan terhadap berbagai layanan seperti akomodasi, transportasi, makanan, hiburan, dan aktivitas wisata lainnya.

Sebagai konsumen utama dalam industri pariwisata, wisatawan memberikan kontribusi langsung terhadap pendapatan destinasi yang mereka kunjungi. Belanja wisatawan, mulai dari pembelian tiket masuk objek wisata hingga suvenir, menjadi salah satu sumber penghasilan bagi pelaku usaha lokal. Oleh karena itu, keberadaan wisatawan tidak hanya memengaruhi perekonomian mikro, seperti pengrajin dan pedagang kecil, tetapi juga makro, termasuk pendapatan daerah dan nasional.

Wisatawan juga berperan sebagai agen promosi tidak langsung bagi suatu destinasi. Pengalaman positif yang mereka rasakan selama perjalanan sering kali dibagikan melalui cerita, foto, atau ulasan di media sosial. Hal ini menciptakan efek domino yang dapat menarik lebih banyak pengunjung ke destinasi tersebut. Dalam era digital, testimoni wisatawan menjadi salah satu alat pemasaran paling efektif yang mampu meningkatkan popularitas suatu tempat wisata. Namun demikian peran wisatawan tidak hanya terbatas pada kontribusi ekonomi dan promosi. Mereka juga memiliki tanggung jawab besar dalam menjaga kelestarian destinasi yang mereka kunjungi. Wisatawan yang bertanggung jawab adalah mereka yang menghormati budaya lokal, mematuhi peraturan, dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Hal ini mencakup perilaku sederhana seperti membuang sampah pada tempatnya, menghargai tradisi setempat, serta menghindari kerusakan pada ekosistem atau situs budaya.

Kemudian mengenai kaitannya dengan konsep pariwisata berkelanjutan, wisatawan diharapkan lebih sadar akan dampak perjalanan mereka terhadap lingkungan dan masyarakat. Tren pariwisata saat ini mulai mengarah pada pariwisata berkelanjutan, di mana wisatawan memilih pengalaman yang lebih autentik dan ramah lingkungan. Mereka mendukung destinasi yang memberdayakan masyarakat lokal dan meminimalkan jejak karbon, seperti memilih transportasi ramah lingkungan atau produk lokal. Dalam konteks ini juga wisatawan juga menjadi penentu arah perkembangan industri pariwisata. Preferensi mereka terhadap jenis pengalaman, gaya perjalanan, dan destinasi tertentu memengaruhi strategi yang diambil oleh pelaku usaha pariwisata. Misalnya, meningkatnya minat terhadap pariwisata berbasis alam mendorong pengelola destinasi untuk menyediakan lebih banyak ekowisata atau pengalaman outdoor.

Wisatawan dapat dibedakan menjadi berbagai kategori berdasarkan tujuan perjalanan, seperti wisatawan rekreasi, bisnis, edukasi, atau kesehatan. Setiap kategori memiliki kebutuhan dan harapan yang berbeda, yang pada gilirannya mendorong diversifikasi layanan dalam industri pariwisata. Dengan memahami karakteristik wisatawan, pelaku pariwisata dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi mereka. Sebagai komponen vital dalam pariwisata, wisatawan tidak hanya menjadi konsumen tetapi juga mitra dalam menciptakan perjalanan yang bermakna. Mereka memiliki kekuatan untuk memengaruhi destinasi yang mereka kunjungi, baik secara positif maupun negatif. Oleh karena itu, penting bagi wisatawan untuk tidak hanya menikmati pengalaman mereka, tetapi juga berkontribusi pada kelestarian, kesejahteraan, dan keberlanjutan destinasi demi masa depan pariwisata yang lebih baik.

2. Industri Pariwisata

Industri pariwisata merupakan sektor ekonomi yang mencakup berbagai aktivitas dan layanan yang mendukung perjalanan wisatawan, mulai dari transportasi, akomodasi, hingga hiburan dan aktivitas rekreasi. Sebagai salah satu komponen utama dalam ekosistem pariwisata, industri ini memainkan peran penting dalam

menyediakan infrastruktur dan layanan yang dibutuhkan oleh wisatawan. Industri pariwisata terdiri dari berbagai subsektor, seperti hotel, restoran, operator tur, agen perjalanan, pengelola destinasi wisata, hingga bisnis kreatif seperti souvenir dan atraksi budaya. Peran utama industri pariwisata adalah menciptakan pengalaman yang nyaman, menarik, dan memuaskan bagi wisatawan. Untuk mencapai hal ini, berbagai pelaku usaha di sektor pariwisata berkolaborasi untuk menawarkan produk dan layanan yang terintegrasi. Misalnya, operator transportasi bekerja sama dengan penyedia akomodasi dan agen perjalanan untuk memastikan wisatawan dapat mencapai destinasi dengan mudah dan menikmati perjalanan mereka tanpa hambatan.

Industri pariwisata juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan, baik di tingkat lokal maupun nasional. Melalui kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), penciptaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan daerah, sektor ini menjadi salah satu pilar utama pembangunan ekonomi. Pendapatan dari pariwisata sering kali digunakan untuk mendanai pengembangan infrastruktur dan promosi destinasi, yang pada gilirannya memperkuat daya saing suatu wilayah dalam menarik lebih banyak wisatawan. Selain dampak ekonominya, industri pariwisata juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya dan lingkungan. Banyak pelaku industri pariwisata yang mengelola atraksi berbasis budaya, seperti museum, pertunjukan seni, dan festival tradisional, sehingga membantu menjaga warisan budaya agar tetap hidup. Sementara itu, pelaku yang fokus pada pariwisata alam berupaya melestarikan kawasan konservasi dengan mengelola kunjungan wisatawan secara berkelanjutan. Namun demikian industri pariwisata juga menghadapi tantangan besar dalam menjaga keseimbangan antara eksploitasi ekonomi dan keberlanjutan lingkungan. Lonjakan jumlah wisatawan yang tidak terkendali dapat menyebabkan over-tourism, yang merusak ekosistem, merugikan masyarakat lokal, dan mengurangi kualitas pengalaman wisata. Oleh karena itu, pelaku industri dituntut untuk mengadopsi praktik-praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah, pengurangan emisi karbon, dan pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

Industri pariwisata juga memiliki peran strategis dalam menciptakan inovasi. Dalam era digital, sektor ini terus beradaptasi dengan memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisata. Platform online, seperti aplikasi pemesanan tiket dan tur virtual, telah merevolusi cara wisatawan merencanakan perjalanan mereka. Selain itu, teknologi seperti kecerdasan buatan dan analitik data digunakan oleh pelaku industri untuk memahami preferensi wisatawan dan menyediakan layanan yang lebih personal.

Sebagai bagian dari industri pariwisata, sektor kreatif juga berkontribusi dengan menyediakan produk-produk unik yang mencer-minkan identitas suatu destinasi. Suvenir khas, kuliner tradisional, dan atraksi lokal menjadi daya tarik tambahan yang meningkatkan minat wisatawan. Hal ini menciptakan nilai tambah bagi destinasi sekaligus memberdayakan masyarakat lokal melalui keterlibatan mereka dalam rantai pasok industri pariwisata. Industri pariwisata juga memegang peranan penting dalam memperluas kerja sama internasional. Destinasi wisata sering menjadi tempat bertemunya wisatawan dari berbagai negara, yang mendorong pertukaran budaya dan mempererat hubungan antarbangsa. Selain itu, kerja sama dalam promosi lintas negara, seperti penyelenggaraan event internasional, membantu memperluas pasar dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan global.

Dalam menghadapi tantangan global seperti pandemi, industri pariwisata menunjukkan kemampuan beradaptasi yang luar biasa. Inovasi dalam protokol kesehatan, diversifikasi produk wisata, dan fokus pada pasar domestik menjadi strategi utama untuk menjaga kelangsungan sektor ini. Resiliensi industri pariwisata membuktikan bahwa sektor ini memiliki kapasitas untuk pulih dan berkembang meskipun menghadapi krisis besar. Pada akhirnya, industri pariwisata bukan hanya sekadar sektor ekonomi, tetapi juga wadah yang mempertemukan berbagai elemen masyarakat, budaya, dan alam. Dengan perannya yang multidimensi, industri pariwisata menjadi salah satu komponen pelaku pariwisata yang sangat strategis dalam membangun keberlanjutan ekonomi, sosial, dan lingkungan,

sekaligus menciptakan pengalaman berkesan bagi wisatawan di seluruh dunia.

3. Pendukung jasa wisata

Pendukung jasa wisata merupakan salah satu komponen penting dalam ekosistem pariwisata yang berfungsi menyediakan layanan tambahan untuk melengkapi pengalaman wisatawan. Mereka mencakup berbagai sektor usaha yang mendukung kebutuhan logistik, kenyamanan, serta aksesibilitas wisatawan selama perjalanan. Layanan ini sering kali tidak terlihat secara langsung, tetapi perannya sangat esensial dalam memastikan kelancaran dan kepuasan dalam perjalanan wisata. Salah satu bentuk pendukung jasa wisata adalah penyedia layanan transportasi, baik darat, laut, maupun udara. Tanpa transportasi yang efisien, wisatawan akan kesulitan mencapai destinasi wisata. Pelaku jasa transportasi, seperti maskapai penerbangan, penyewaan mobil, hingga layanan antar-jemput, memastikan bahwa wisatawan dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan nyaman dan tepat waktu. Selain itu, sektor transportasi juga sering kali menjadi bagian awal dari pengalaman wisatawan, sehingga kualitas layanannya sangat memengaruhi kesan perjalanan mereka.

Pendukung jasa wisata lainnya adalah sektor akomodasi yang meliputi hotel, vila, homestay, hingga penginapan sederhana. Akomodasi tidak hanya menjadi tempat untuk istirahat, tetapi juga berfungsi sebagai bagian dari pengalaman wisata itu sendiri. Dengan meningkatnya kebutuhan wisatawan, banyak penyedia jasa akomodasi yang menawarkan pengalaman unik, seperti penginapan ramah lingkungan, desain tradisional, atau fasilitas berbasis teknologi. Hal ini menunjukkan bahwa sektor akomodasi terus berkembang untuk memenuhi ekspektasi wisatawan modern. Selain transportasi dan akomodasi, layanan makanan dan minuman juga menjadi bagian integral dari pendukung jasa wisata. Restoran, kafe, hingga warung makan lokal menyediakan kebutuhan kuliner bagi wisatawan, sering kali menghadirkan cita rasa khas daerah setempat. Wisata kuliner bahkan telah menjadi daya tarik tersendiri yang meningkatkan keinginan wisatawan untuk mengunjungi suatu

destinasi. Oleh karena itu, sektor ini tidak hanya mendukung kebutuhan wisatawan, tetapi juga mempromosikan warisan budaya melalui makanan. Pendukung jasa wisata juga mencakup operator tur dan agen perjalanan yang berperan dalam merancang perjalanan wisatawan. Mereka menawarkan paket wisata, pemandu wisata, serta layanan lainnya untuk memastikan wisatawan dapat menikmati destinasi tanpa harus repot merencanakan sendiri. Dalam era digital, peran mereka semakin relevan karena mereka mampu memanfaatkan teknologi untuk memberikan informasi real-time, kemudahan pemesanan, dan personalisasi layanan sesuai preferensi wisatawan.

Jasa penukaran mata uang dan perbankan juga merupakan bagian dari pendukung jasa wisata. Wisatawan, khususnya dari mancanegara, membutuhkan layanan ini untuk melakukan transaksi di destinasi yang menggunakan mata uang berbeda. Kemudahan akses terhadap ATM, layanan pembayaran digital, dan konversi mata uang menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kenyamanan perjalanan wisatawan. Sektor lainnya yang juga menjadi pendukung jasa wisata adalah layanan keamanan dan asuransi perjalanan. Wisatawan membutuhkan rasa aman selama perjalanan mereka, baik dari risiko kehilangan barang, kecelakaan, hingga masalah kesehatan. Asuransi perjalanan serta keberadaan pos keamanan di destinasi wisata memberikan rasa tenang bagi wisatawan, sehingga mereka dapat menikmati pengalaman mereka tanpa khawatir.

Tidak kalah penting, layanan informasi dan komunikasi, seperti pusat informasi wisata, aplikasi panduan perjalanan, dan jaringan telekomunikasi, juga menjadi pendukung yang krusial. Wisatawan membutuhkan akses informasi tentang destinasi, rute, atau kondisi cuaca, yang semuanya didukung oleh teknologi komunikasi. Penyedia layanan telekomunikasi yang menawarkan koneksi internet cepat di lokasi wisata juga meningkatkan pengalaman wisatawan. Pendukung jasa wisata turut mencakup layanan khusus untuk wisatawan dengan kebutuhan tertentu, seperti penyediaan fasilitas ramah disabilitas atau layanan untuk keluarga dengan anak kecil. Pelaku usaha di sektor ini memastikan inklusivitas sehingga semua wisatawan, tanpa terkecuali, dapat menikmati

perjalanan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pendukung jasa wisata tidak hanya fokus pada layanan umum, tetapi juga memperhatikan kebutuhan spesifik dari berbagai segmen wisatawan. Pada akhirnya, pendukung jasa wisata memainkan peran strategis dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang holistik. Dengan memastikan bahwa kebutuhan wisatawan terpenuhi di berbagai aspek, mulai dari transportasi, akomodasi, hingga keamanan dan informasi, mereka membantu menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan berkesan. Tanpa keberadaan pendukung jasa wisata, sektor pariwisata tidak akan mampu berkembang secara optimal dan berkelanjutan.

4. Pemerintah

Pemerintah memiliki peran sentral sebagai salah satu komponen utama dalam ekosistem pariwisata. Sebagai pemangku kebijakan, pemerintah bertanggung jawab untuk menciptakan regulasi, kebijakan, dan infrastruktur yang mendukung pertumbuhan sektor pariwisata. Tanpa kehadiran pemerintah, pengelolaan pariwisata akan sulit berjalan secara terorganisir, terutama dalam menjaga keberlanjutan dan pengelolaan destinasi wisata. Salah satu peran utama pemerintah dalam pariwisata adalah penyusunan kebijakan. Kebijakan ini mencakup peraturan tentang tata kelola destinasi, perlindungan lingkungan, pelestarian budaya, hingga panduan teknis terkait investasi di sektor pariwisata. Dengan regulasi yang jelas, pemerintah dapat menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi para pelaku pariwisata, sekaligus menjaga kepentingan masyarakat dan wisatawan.

Pemerintah juga berperan dalam pembangunan infrastruktur yang menjadi tulang punggung pariwisata. Ketersediaan jalan, bandara, pelabuhan, dan transportasi umum yang memadai sangat penting untuk mempermudah aksesibilitas wisatawan. Selain itu, pemerintah turut membangun fasilitas penunjang, seperti pusat informasi wisata, sanitasi publik, dan jaringan komunikasi, yang memberikan kenyamanan lebih bagi pengunjung. Sedangkan promosi pariwisata merupakan aspek lain yang menjadi fokus pemerintah. Melalui kampanye pemasaran nasional dan internasional, pemerintah

memperkenalkan daya tarik wisata kepada dunia. Promosi ini dapat berupa penyelenggaraan pameran pariwisata, partisipasi dalam forum internasional, hingga penggunaan media digital untuk menjangkau pasar global. Upaya ini bertujuan untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan dan memperkuat citra positif destinasi wisata di negara tersebut. Di sisi lain, pemerintah memiliki tanggung jawab besar dalam pelestarian lingkungan dan budaya lokal yang menjadi aset utama pariwisata. Melalui kebijakan konservasi, pemerintah dapat melindungi ekosistem alam, situs bersejarah, dan tradisi budaya dari dampak negatif pariwisata, seperti over-tourism atau eksploitasi sumber daya. Program-program ini sering kali melibatkan masyarakat lokal sebagai mitra strategis dalam menjaga keberlanjutan.

Pemerintah juga berperan dalam pemberdayaan masyarakat lokal melalui pariwisata. Program pelatihan dan pendidikan bagi pelaku usaha kecil di bidang pariwisata membantu mereka meningkatkan kualitas layanan dan produk yang ditawarkan. Selain itu, pemerintah mendorong pengembangan pariwisata berbasis komunitas, yang memastikan masyarakat setempat mendapatkan manfaat langsung dari aktivitas wisata. Dalam situasi krisis, seperti pandemi atau bencana alam, peran pemerintah menjadi semakin penting. Pemerintah bertindak sebagai penyelamat sektor pariwisata dengan memberikan insentif ekonomi, dukungan finansial, atau program pemulihan. Langkah-langkah seperti ini membantu pelaku usaha pariwisata bertahan dan bangkit kembali setelah menghadapi tantangan berat. Selain itu, pemerintah berperan dalam memastikan keamanan dan keselamatan wisatawan. Pengawasan terhadap destinasi wisata, pengaturan arus wisatawan, hingga keberadaan pos keamanan di lokasi wisata adalah contoh langkah yang diambil pemerintah untuk menciptakan pengalaman yang aman dan nyaman. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan wisatawan terhadap destinasi tersebut.

Peran pemerintah juga terlihat dalam mendorong inovasi di sektor pariwisata. Melalui investasi dalam teknologi, seperti pengembangan sistem reservasi online, promosi digital, atau tur virtual, pemerintah membantu sektor pariwisata untuk tetap relevan di era

modern. Pemerintah juga mendukung penelitian dan pengembangan (R&D) untuk menggali potensi baru di bidang pariwisata. Pada akhirnya, pemerintah merupakan penggerak utama yang mengintegrasikan berbagai elemen dalam ekosistem pariwisata. Dengan kebijakan yang tepat, dukungan infrastruktur, promosi, dan pemberdayaan masyarakat, pemerintah memastikan sektor pariwisata dapat berkembang secara berkelanjutan. Keberhasilan pariwisata suatu negara tidak hanya bergantung pada daya tarik alam atau budayanya, tetapi juga pada sejauh mana pemerintah mampu memainkan perannya secara efektif dalam mendukung dan mengelola sektor ini.

5. Masyarakat lokal

Masyarakat lokal merupakan salah satu komponen utama dalam ekosistem pariwisata, karena mereka menjadi bagian tak terpisahkan dari daya tarik suatu destinasi. Kehadiran masyarakat lokal memberikan warna dan identitas unik bagi suatu tempat, melalui budaya, tradisi, dan gaya hidup yang mereka pertahankan. Dalam konteks pariwisata, masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah yang menyambut wisatawan sekaligus sebagai penjaga nilai-nilai lokal yang menjadi aset penting dalam pengembangan destinasi wisata. Salah satu peran masyarakat lokal dalam pariwisata adalah sebagai penyedia layanan langsung kepada wisatawan. Banyak masyarakat yang terlibat dalam bisnis kecil, seperti membuka warung makan, menjual souvenir khas, atau menjadi pemandu wisata. Aktivitas ini tidak hanya memberikan penghasilan tambahan bagi mereka, tetapi juga memungkinkan wisatawan merasakan pengalaman yang lebih autentik dan dekat dengan kehidupan masyarakat setempat.

Masyarakat lokal juga memiliki peran penting dalam pelestarian budaya. Melalui kegiatan seperti tarian tradisional, kerajinan tangan, atau upacara adat, mereka menjaga warisan budaya agar tetap hidup dan dapat dinikmati oleh wisatawan. Selain itu, interaksi antara wisatawan dan masyarakat lokal menciptakan kesempatan untuk saling bertukar pengetahuan dan pengalaman, yang memperkaya kedua belah pihak. Selain pelestarian budaya, masyarakat lokal juga menjadi penjaga lingkungan destinasi wisata.

Banyak destinasi wisata yang bergantung pada keindahan alam, seperti pantai, pegunungan, atau taman nasional, yang berada dalam tanggung jawab masyarakat setempat. Dengan terlibat dalam pengelolaan destinasi dan menerapkan praktik ramah lingkungan, masyarakat lokal dapat memastikan kelestarian alam untuk generasi mendatang sekaligus menjaga daya tarik wisatawan.

Pariwisata juga memberikan peluang besar bagi masyarakat lokal untuk memberdayakan diri dan meningkatkan kualitas hidup. Melalui pelatihan atau program yang didukung oleh pemerintah dan pelaku pariwisata, mereka dapat mengembangkan keterampilan, seperti pengelolaan usaha, pemasaran, dan komunikasi. Hal ini membuka peluang bagi masyarakat untuk berkontribusi lebih besar dalam industri pariwisata sekaligus meningkatkan taraf hidup mereka. Namun, keterlibatan masyarakat lokal dalam pariwisata juga membawa tantangan tersendiri. Lonjakan jumlah wisatawan dapat memengaruhi kehidupan sehari-hari masyarakat, seperti tekanan pada infrastruktur lokal, perubahan budaya akibat modernisasi, atau meningkatnya biaya hidup. Oleh karena itu, penting bagi masyarakat untuk terlibat secara aktif dalam perencanaan dan pengelolaan destinasi wisata guna memastikan bahwa pariwisata berkembang secara berkelanjutan tanpa merugikan mereka. Masyarakat lokal juga berperan dalam menciptakan suasana yang ramah dan inklusif bagi wisatawan. Sambutan yang hangat dan sikap toleransi terhadap perbedaan menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman positif bagi wisatawan. Dengan demikian, mereka tidak hanya menjadi bagian dari daya tarik destinasi, tetapi juga menentukan citra destinasi di mata pengunjung.

Dalam beberapa kasus, masyarakat lokal bahkan menjadi pelopor dalam menciptakan inovasi di sektor pariwisata. Contohnya adalah pengembangan desa wisata, di mana masyarakat bekerja sama untuk menawarkan pengalaman unik yang berbasis pada tradisi, budaya, dan kehidupan pedesaan. Inisiatif semacam ini tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memperkuat solidaritas dan kebanggaan masyarakat terhadap identitas mereka. Selain itu, masyarakat lokal memiliki kekuatan untuk mengawasi aktivitas

pariwisata di wilayah mereka. Dengan memahami nilai budaya dan lingkungan yang ada, mereka dapat menjadi pengawas yang memastikan bahwa pariwisata tidak merusak keseimbangan yang ada. Peran ini menjadi semakin penting dalam menghadapi tantangan seperti over-tourism atau eksploitasi sumber daya yang tidak bertanggung jawab.

Pada akhirnya, masyarakat lokal bukan hanya pendukung, tetapi juga bagian inti dari pariwisata itu sendiri. Dengan keterlibatan aktif mereka, pariwisata dapat berkembang secara lebih inklusif dan berkelanjutan. Ketika masyarakat lokal diberdayakan, dihormati, dan dilibatkan dalam setiap tahap pengelolaan pariwisata, mereka tidak hanya menjadi penerima manfaat, tetapi juga penggerak utama dalam menciptakan pengalaman wisata yang autentik dan bermakna.

6. Lembaga swadaya masyarakat (LSM)

Lembaga swadaya masyarakat (LSM) memiliki peran penting sebagai salah satu komponen pelaku pariwisata, terutama dalam mendukung pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan. Sebagai organisasi yang berfokus pada isu-isu sosial, lingkungan, dan pembangunan, LSM sering kali menjadi mitra strategis bagi pemerintah, masyarakat lokal, dan pelaku industri pariwisata. Kehadiran LSM membantu memastikan bahwa pariwisata berkembang secara inklusif dan tidak merugikan lingkungan maupun masyarakat setempat. Salah satu peran utama LSM dalam sektor pariwisata adalah advokasi untuk keberlanjutan lingkungan. Pariwisata sering kali bergantung pada keindahan alam sebagai daya tarik utama, tetapi aktivitas pariwisata yang tidak terkontrol dapat menyebabkan kerusakan ekosistem. LSM bekerja untuk meningkatkan kesadaran tentang pentingnya pelestarian lingkungan melalui kampanye, pelatihan, dan penelitian. Mereka juga mendorong pelaku pariwisata untuk mengadopsi praktik ramah lingkungan, seperti pengelolaan limbah dan pengurangan jejak karbon.

Lembaga swadaya Masyarakat (LSM) berperan dalam pelestarian budaya lokal. Dalam beberapa kasus, pariwisata dapat mengancam tradisi dan warisan budaya karena pengaruh modernisasi atau komersialisasi berlebihan. LSM membantu masyarakat lokal untuk

melindungi tradisi mereka, baik melalui program pendidikan budaya, dukungan terhadap seni tradisional, maupun pemberdayaan komunitas untuk menjadikan budaya sebagai aset pariwisata yang autentik tanpa kehilangan esensinya. Selain itu juga LSM memiliki peran strategis dalam pemberdayaan masyarakat lokal. Mereka sering kali bekerja langsung dengan komunitas di destinasi wisata untuk mengembangkan keterampilan yang dibutuhkan dalam industri pariwisata. Misalnya, pelatihan pengelolaan usaha kecil, pelajaran bahasa asing, hingga keterampilan pemasaran digital sering menjadi fokus program yang dijalankan oleh LSM. Hal ini membantu masyarakat lokal untuk lebih kompetitif dan mandiri dalam memanfaatkan peluang dari pariwisata.

Dalam situasi konflik atau ketidakseimbangan kepentingan antara pelaku industri pariwisata dan masyarakat lokal, LSM berfungsi sebagai penengah. Mereka membantu menyuarakan aspirasi masyarakat kepada pihak-pihak terkait, termasuk pemerintah dan investor. Dengan memfasilitasi dialog yang konstruktif, LSM memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak hanya menguntungkan segelintir pihak tetapi juga memperhatikan kepentingan masyarakat setempat. LSM juga berkontribusi dalam mendorong pariwisata berbasis komunitas. Melalui pendekatan ini, masyarakat lokal menjadi pemilik dan pengelola utama destinasi wisata mereka. LSM mendukung inisiatif ini dengan memberikan pendampingan teknis dan finansial, membantu menciptakan struktur organisasi yang kuat, dan memastikan partisipasi aktif semua anggota komunitas. Pariwisata berbasis komunitas tidak hanya meningkatkan kesejahteraan masyarakat tetapi juga menciptakan pengalaman yang lebih autentik bagi wisatawan.

Penelitian dan pengumpulan data juga menjadi salah satu kontribusi LSM dalam pariwisata. Banyak LSM yang terlibat dalam pemantauan dampak pariwisata, baik secara sosial, ekonomi, maupun lingkungan. Data ini menjadi dasar untuk memberikan rekomendasi kebijakan kepada pemerintah atau pelaku industri pariwisata. Dengan informasi yang akurat, pengelolaan destinasi dapat dilakukan dengan lebih terarah dan bertanggung jawab. LSM juga berperan dalam

memberikan pendidikan dan meningkatkan kesadaran tentang pariwisata yang berkelanjutan kepada masyarakat dan wisatawan. Mereka mengedukasi wisatawan tentang etika berwisata, seperti menghormati budaya lokal, tidak merusak lingkungan, dan mendukung usaha lokal. Di sisi lain, mereka juga membantu masyarakat memahami bagaimana memanfaatkan pariwisata sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan tanpa merusak lingkungan dan identitas budaya mereka.

Dalam menghadapi tantangan global, seperti perubahan iklim dan pandemi, LSM sering menjadi pelopor inovasi dalam pariwisata. Mereka mendorong pengembangan destinasi yang lebih tahan terhadap dampak negatif, misalnya melalui diversifikasi produk wisata, pengembangan energi terbarukan, atau adaptasi teknologi dalam pengelolaan wisata. Inisiatif ini membantu sektor pariwisata untuk tetap relevan dan tangguh dalam menghadapi perubahan. Pada akhirnya, LSM adalah mitra yang tak tergantikan dalam memastikan pariwisata berjalan secara inklusif, berkelanjutan, dan bertanggung jawab. Dengan fokus pada keseimbangan antara kebutuhan manusia, budaya, dan alam, LSM membantu menciptakan ekosistem pariwisata yang tidak hanya mendatangkan keuntungan ekonomi tetapi juga memberikan dampak positif yang meluas bagi masyarakat lokal dan lingkungan. Peran mereka menjadi penyeimbang yang menjaga agar pariwisata berkembang tanpa mengorbankan nilai-nilai keberlanjutan.

1.2.2. Jenis-jenis Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor yang memiliki ragam jenis sesuai dengan tujuan, aktivitas, dan karakteristik perjalanan wisatawan. Setiap jenis pariwisata menawarkan pengalaman yang unik dan memenuhi kebutuhan tertentu dari berbagai segmen wisatawan, (Isdamanto, 2017). Pemahaman mengenai jenis-jenis pariwisata ini penting untuk mengelola destinasi dan merancang strategi pemasaran yang efektif.

1. Wisata alam

Wisata alam adalah jenis pariwisata yang berfokus pada kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki keindahan atau kekayaan alam. Contohnya meliputi pegunungan, pantai, hutan, dan taman nasional. Wisata alam sering kali menarik wisatawan yang ingin melarikan diri dari hiruk-pikuk perkotaan dan menikmati ketenangan serta keindahan alam. Aktivitas seperti hiking, birdwatching, atau snorkeling termasuk dalam kategori ini.

2. Wisata budaya

Wisata budaya bertujuan untuk mengenal dan menghargai warisan budaya suatu daerah. Jenis wisata ini melibatkan kunjungan ke situs bersejarah, museum, acara budaya, atau desa tradisional. Wisata budaya menjadi peluang bagi wisatawan untuk mempelajari tradisi, seni, dan gaya hidup masyarakat lokal, seperti menghadiri tari-tarian adat, mempelajari kerajinan tangan, atau menyaksikan upacara keagamaan.

3. Wisata kuliner.

Wisata kuliner adalah jenis pariwisata yang didasarkan pada eksplorasi makanan dan minuman khas suatu daerah. Wisatawan yang tertarik pada wisata ini menjadikan pengalaman mencicipi hidangan lokal sebagai daya tarik utama. Contoh destinasi wisata kuliner meliputi pasar tradisional, restoran lokal, dan festival makanan. Wisata kuliner memberikan peluang bagi wisatawan untuk menikmati cita rasa unik sekaligus mempelajari sejarah dan budaya di balik makanan tersebut.

4. Wisata petualangan

Jenis pariwisata ini melibatkan aktivitas yang menantang fisik dan mental wisatawan, seperti arung jeram, panjat tebing, paralayang, atau selam scuba. Wisata petualangan sering dilakukan di lokasi yang terpencil atau ekstrem. Wisata ini menarik bagi mereka yang mencari pengalaman berbeda dan memacu adrenalin. Selain itu, wisata petualangan juga mendorong wisatawan untuk lebih dekat dengan alam dan mengenali batas kemampuan mereka. Wisata petualangan adalah jenis pariwisata yang menawarkan pengalaman penuh tantangan, eksplorasi, dan keberanian di lokasi-lokasi yang sering kali

jauh dari hiruk-pikuk kehidupan sehari-hari. Aktivitas dalam wisata petualangan melibatkan elemen fisik, mental, dan terkadang spiritual, yang memberikan sensasi berbeda bagi wisatawan. Wisata ini tidak hanya sekadar perjalanan biasa tetapi juga sebuah cara untuk menguji batas diri, menghadapi alam, dan menemukan makna baru dalam kehidupan.

Destinasi wisata petualangan biasanya mencakup area yang memiliki lanskap unik dan ekstrem, seperti pegunungan tinggi, sungai berarus deras, hutan belantara, padang pasir, gua bawah tanah, hingga lautan dalam. Misalnya, kawasan Himalaya menjadi destinasi favorit untuk trekking dan pendakian gunung, sementara Grand Canyon di Amerika Serikat menawarkan pengalaman rafting yang mendebarkan. Di Indonesia, tempat seperti Gunung Rinjani, Raja Ampat, atau Sungai Alas di Aceh menjadi magnet bagi para pencinta wisata petualangan.

Aktivitas dalam wisata petualangan sangat beragam, mulai dari hiking, panjat tebing, arung jeram, paralayang, hingga menyelam di laut dalam. Wisata ini sering kali melibatkan risiko yang lebih tinggi dibandingkan wisata konvensional, sehingga membutuhkan persiapan fisik, mental, dan peralatan yang memadai. Pendaki gunung, misalnya, harus mempersiapkan diri dengan baik, dari segi fisik, logistik, hingga pemahaman tentang cuaca dan medan, untuk memastikan keselamatan selama perjalanan. Selain sensasi dan adrenalin, wisata petualangan juga memungkinkan wisatawan untuk menikmati keindahan alam yang luar biasa. Pemandangan puncak gunung, keheningan hutan tropis, atau dunia bawah laut yang penuh warna menjadi hadiah yang tak ternilai bagi mereka yang berani melangkah keluar dari zona nyaman. Keindahan ini sering kali memberikan pengalaman spiritual yang mendalam, membuat wisatawan merasa lebih terhubung dengan alam dan memahami pentingnya pelestarian lingkungan.

Wisata petualangan juga memberikan manfaat kesehatan, baik secara fisik maupun mental. Aktivitas fisik seperti mendaki, berenang, atau menyelam membantu meningkatkan kebugaran tubuh, sementara keberanian untuk menghadapi tantangan memberikan rasa

percaya diri dan kepuasan diri yang besar. Banyak wisatawan melaporkan bahwa pengalaman petualangan membantu mereka mengatasi rasa takut, meningkatkan kreativitas, dan bahkan memberikan perspektif baru dalam hidup. Namun, wisata petualangan juga membawa tantangan tersendiri. Kondisi alam yang tidak terduga, seperti cuaca buruk, medan yang sulit, atau risiko kecelakaan, membuat keselamatan menjadi prioritas utama. Oleh karena itu, operator wisata petualangan sering kali menyediakan panduan profesional yang berpengalaman untuk memastikan perjalanan berjalan aman dan nyaman. Selain itu, wisatawan juga harus mematuhi aturan yang ditetapkan, termasuk menghormati lingkungan dan budaya setempat.

Aspek keberlanjutan menjadi salah satu fokus penting dalam wisata petualangan. Karena sebagian besar aktivitas dilakukan di alam terbuka, menjaga ekosistem tetap lestari adalah tanggung jawab bersama antara wisatawan, operator, dan masyarakat lokal. Kegiatan seperti mendaki gunung atau menyelam harus dilakukan dengan cara yang tidak merusak lingkungan, misalnya dengan membawa kembali sampah atau mengikuti regulasi konservasi yang berlaku. Selain manfaat pribadi, wisata petualangan juga memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal di sekitar destinasi. Dengan meningkatnya kunjungan wisatawan, ekonomi lokal dapat berkembang melalui penyediaan jasa seperti pemandu wisata, penginapan, hingga transportasi. Misalnya, banyak masyarakat di kawasan pegunungan menjadi pemandu atau porter bagi wisatawan, yang membantu mereka mendapatkan penghasilan tambahan sambil mempertahankan budaya dan tradisi mereka.

Di era modern, wisata petualangan juga semakin populer di kalangan generasi muda yang mencari pengalaman unik dan autentik. Media sosial memainkan peran besar dalam mempromosikan destinasi dan aktivitas wisata petualangan. Foto-foto pendakian di puncak gunung, menyelam di laut biru, atau terbang dengan paralayang sering kali menginspirasi orang lain untuk mencoba pengalaman serupa. Hal ini mendorong pertumbuhan industri pariwisata petualangan secara global. Pada akhirnya, wisata

petualangan adalah perjalanan yang menggabungkan keberanian, eksplorasi, dan penghormatan terhadap alam. Lebih dari sekadar perjalanan fisik, wisata ini memberikan kesempatan untuk menemukan sisi baru dalam diri, memperkuat hubungan dengan alam, dan menciptakan kenangan tak terlupakan. Bagi banyak orang, wisata petualangan bukan hanya sekadar hobi, tetapi juga cara untuk merayakan kehidupan dan memperkaya jiwa.

5. Wisata kesehatan dan kebugaran

Wisata kesehatan dan kebugaran melibatkan kunjungan ke tempat-tempat yang menawarkan layanan relaksasi, perawatan kesehatan, atau terapi. Contoh jenis wisata ini adalah kunjungan ke spa, retreat yoga, atau pengobatan tradisional di lokasi tertentu. Pariwisata kesehatan semakin populer karena meningkatnya kesadaran wisatawan akan pentingnya kesehatan fisik dan mental.

6. Wisata pendidikan

Wisata pendidikan dirancang untuk memberikan kesempatan belajar kepada wisatawan. Jenis wisata ini mencakup kunjungan ke universitas, laboratorium, pusat penelitian, atau tempat-tempat yang memberikan pengalaman langsung, seperti tur sains atau ekowisata. Wisata pendidikan menarik bagi siswa, mahasiswa, atau siapa saja yang ingin memperluas wawasan sambil berwisata.

7. Wisata religi

Wisata religi berfokus pada kunjungan ke tempat-tempat yang memiliki nilai keagamaan atau spiritual, seperti candi, masjid, gereja, pura, atau lokasi ziarah. Wisatawan dalam kategori ini biasanya bertujuan untuk beribadah, mencari ketenangan batin, atau mempelajari sejarah keagamaan. Contoh populer termasuk Haji di Mekah, perjalanan ke Vatikan, atau kunjungan ke Gua Maria di Lourdes.

8. Wisata bahari

Wisata bahari adalah jenis pariwisata yang berpusat pada aktivitas di perairan atau laut. Kegiatan seperti berlayar, menyelam, memancing, atau bermain jet ski menjadi daya tarik utama. Wisata bahari sangat bergantung pada keindahan laut dan pantai, sehingga

destinasi seperti Maldives, Raja Ampat, atau Great Barrier Reef menjadi lokasi favorit wisatawan bahari.

9. Wisata MICE (*Meeting, Incentive, Convention, Exhibition*)

Wisata MICE melibatkan perjalanan yang berhubungan dengan keperluan bisnis atau profesional. Wisatawan biasanya menghadiri konferensi, rapat, pameran, atau acara insentif yang diadakan di destinasi tertentu. Meskipun fokus utama adalah urusan pekerjaan, wisata MICE sering kali dilengkapi dengan kegiatan rekreasi bagi para peserta.

10. Wisata Belanja

Wisata belanja ditujukan untuk wisatawan yang tertarik membeli produk-produk khas suatu daerah, seperti kerajinan tangan, pakaian, atau barang antik. Kota-kota besar seperti Jakarta, Malaysia, Singapore, Paris, Tokyo, atau Milan, dll menjadi destinasi utama bagi wisatawan belanja karena reputasinya sebagai pusat mode dan produk berkualitas.

11. Wisata rural (desa wisata)

Wisata ini berfokus pada kunjungan ke desa-desa yang menawarkan pengalaman hidup tradisional. Wisatawan diajak untuk berpartisipasi dalam aktivitas sehari-hari masyarakat desa, seperti bercocok tanam, beternak, atau memasak makanan tradisional. Wisata rural memberikan pengalaman autentik dan sering kali berorientasi pada pelestarian budaya lokal.

12. Wisata ekowisata

Ekowisata merupakan jenis pariwisata yang bertujuan untuk mendukung pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal. Wisatawan diajak untuk menjelajahi kawasan konservasi dengan cara yang bertanggung jawab, seperti kunjungan ke hutan hujan, observasi satwa liar, atau tur ke daerah konservasi. Ekowisata juga memberikan dampak positif bagi ekonomi lokal.

13. Wisata kreatif

Wisata kreatif memberikan peluang bagi wisatawan untuk tidak hanya menikmati destinasi, tetapi juga berpartisipasi dalam kegiatan kreatif, seperti membuat keramik, melukis, atau belajar tari

tradisional. Jenis wisata ini menekankan interaksi langsung dan pengalaman yang melibatkan wisatawan secara aktif.

14. Wisata urban

Wisata urban berfokus pada eksplorasi kota-kota besar dengan atraksi modern, seperti gedung pencakar langit, taman hiburan, pusat perbelanjaan, dan kehidupan malam. Kota-kota seperti New York, Tokyo, atau Dubai menjadi tujuan utama bagi wisatawan yang ingin merasakan kemajuan teknologi dan budaya urban.

15. Wisata digital nomad

Seiring perkembangan teknologi, muncul tren wisata digital nomad, di mana wisatawan bekerja sambil menjelajahi berbagai destinasi. Jenis wisata ini memanfaatkan kemajuan internet dan fasilitas coworking space yang tersedia di banyak tempat. Bali, misalnya, telah menjadi destinasi populer bagi digital nomad karena keindahan alam dan komunitas globalnya.

Secara keseluruhan, ragam jenis pariwisata mencerminkan keberagaman minat, kebutuhan, dan gaya hidup wisatawan. Dengan memahami setiap jenis pariwisata, pelaku industri dapat menawarkan produk dan layanan yang lebih relevan, sementara pemerintah dan masyarakat lokal dapat mengelola destinasi dengan lebih baik untuk menjaga keberlanjutan. Jenis-jenis pariwisata ini juga menunjukkan bagaimana pariwisata dapat berkontribusi pada berbagai aspek kehidupan, mulai dari ekonomi hingga pelestarian budaya dan lingkungan.

1.3. Komponen-komponen pariwisata

Pariwisata adalah salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam perekonomian banyak negara di dunia. Dalam industri pariwisata, terdapat berbagai komponen yang saling berinteraksi untuk menciptakan pengalaman wisata yang menarik bagi para pelancong. Komponen-komponen ini mencakup berbagai aspek mulai dari destinasi wisata, akomodasi, transportasi, hingga aktivitas wisata yang dapat dijalani oleh wisatawan. Masing-masing komponen memiliki peran dan fungsinya yang saling mendukung untuk

menciptakan sebuah pengalaman pariwisata yang menyeluruh dan berkualitas.

Komponen pertama dalam pariwisata adalah destinasi wisata. Destinasi wisata merupakan tujuan utama bagi para wisatawan yang ingin melakukan perjalanan. Destinasi ini dapat berupa alam, budaya, sejarah, maupun objek wisata buatan. Keberagaman destinasi wisata ini mempengaruhi pilihan wisatawan dalam menentukan tempat yang akan dikunjungi. Faktor-faktor seperti keindahan alam, keberagaman budaya, kemudahan akses, serta keunikan yang ditawarkan destinasi menjadi daya tarik utama. Dalam konteks ini, pemerintah dan pengelola pariwisata bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian dan keberlanjutan destinasi agar tetap dapat dinikmati oleh wisatawan dalam jangka panjang.

Komponen kedua yang sangat penting dalam pariwisata adalah akomodasi. Akomodasi mencakup tempat penginapan yang disediakan untuk wisatawan selama mereka berada di destinasi wisata. Jenis akomodasi sangat beragam, mulai dari hotel berbintang, penginapan tradisional, hostel, hingga rumah sewa. Keberagaman akomodasi ini mempengaruhi kenyamanan dan kepuasan wisatawan, di mana masing-masing wisatawan memiliki preferensi yang berbeda dalam memilih tempat menginap. Selain itu, faktor harga, fasilitas, dan lokasi yang strategis juga menjadi pertimbangan dalam memilih akomodasi. Selain akomodasi, transportasi juga merupakan komponen yang sangat vital dalam pariwisata. Transportasi mencakup sarana dan prasarana yang digunakan untuk menghubungkan wisatawan dengan destinasi wisata. Jenis transportasi yang digunakan bisa berupa pesawat terbang, kereta api, bus, kapal, atau bahkan transportasi lokal seperti taksi dan sepeda motor. Ketersediaan dan kenyamanan transportasi menjadi faktor penting yang mempengaruhi kemudahan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka. Selain itu, transportasi juga dapat mempengaruhi durasi perjalanan, biaya yang dikeluarkan, serta pengalaman wisata yang diterima.

Aktivitas wisata adalah komponen lain yang tidak kalah penting dalam pariwisata. Aktivitas wisata mencakup berbagai

kegiatan yang bisa dilakukan oleh wisatawan selama mereka berada di destinasi wisata. Aktivitas ini dapat berupa kegiatan alam seperti hiking, snorkeling, atau berwisata alam lainnya, hingga aktivitas budaya seperti mengunjungi museum, menikmati pertunjukan seni, atau berinteraksi dengan masyarakat lokal. Aktivitas wisata ini juga mencakup aspek rekreasi seperti berbelanja, menikmati kuliner, atau bersantai di pantai. Pilihan aktivitas wisata yang bervariasi menjadi faktor utama dalam menarik wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Atraksi wisata menjadi komponen pendukung dalam menciptakan daya tarik suatu destinasi. Atraksi wisata adalah berbagai hal yang membuat suatu tempat menarik untuk dikunjungi. Atraksi ini bisa berupa keindahan alam, bangunan bersejarah, festival budaya, atau kegiatan spesial yang hanya ada di tempat tertentu. Atraksi ini menjadi faktor yang membedakan suatu destinasi dari yang lain dan sering kali menjadi alasan utama seseorang memilih untuk berkunjung ke suatu tempat.

Komponen lain yang terkait dengan pariwisata adalah pemasaran pariwisata. Pemasaran pariwisata mencakup upaya promosi dan komunikasi yang dilakukan oleh pemerintah, pengelola destinasi, atau pelaku industri untuk menarik minat wisatawan. Ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran, seperti media sosial, situs web, pameran pariwisata, hingga promosi melalui agen perjalanan. Pemasaran yang efektif dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai destinasi wisata yang ada dan menarik wisatawan untuk mengunjungi tempat tersebut. Selain itu, sumber daya manusia juga merupakan komponen penting dalam industri pariwisata. Dalam hal ini, sumber daya manusia mencakup para profesional yang bekerja di berbagai sektor pariwisata, seperti pemandu wisata, pengelola hotel, staf transportasi, serta semua pihak yang terlibat dalam pelayanan wisatawan. Kualitas layanan yang diberikan oleh sumber daya manusia ini mempengaruhi pengalaman wisatawan. Oleh karena itu, pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pekerja pariwisata menjadi aspek yang sangat penting.

Infrastruktur pariwisata adalah komponen yang tidak dapat diabaikan dalam pengembangan sektor pariwisata. Infrastruktur mencakup sarana dan prasarana yang mendukung kelancaran perjalanan dan kenyamanan wisatawan, seperti jalan raya, bandara, pelabuhan, jaringan komunikasi, serta fasilitas publik lainnya. Infrastruktur yang baik akan memudahkan wisatawan dalam mengakses berbagai layanan dan destinasi wisata, serta meningkatkan pengalaman perjalanan mereka. Pembangunan dan perawatan infrastruktur yang memadai menjadi tanggung jawab pemerintah dan pengelola destinasi.

Komponen pengelolaan pariwisata juga memainkan peran penting dalam keberhasilan industri pariwisata. Pengelolaan pariwisata mencakup berbagai kebijakan, strategi, serta regulasi yang ditetapkan untuk memastikan bahwa kegiatan pariwisata dapat berjalan secara terorganisir, berkelanjutan, dan menguntungkan. Pengelolaan yang baik akan memastikan bahwa sektor pariwisata memberikan manfaat bagi perekonomian lokal, masyarakat sekitar, dan lingkungan, sekaligus menjaga kelestarian destinasi wisata itu sendiri. Di samping itu, partisipasi masyarakat lokal juga merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan dalam pariwisata. Masyarakat lokal memainkan peran penting dalam menyambut dan melayani wisatawan. Selain memberikan pengalaman budaya yang autentik, masyarakat lokal juga dapat memperoleh manfaat ekonomi dari sektor pariwisata. Oleh karena itu, pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat lokal untuk memahami pentingnya pariwisata dan cara-cara untuk mengelola interaksi dengan wisatawan menjadi hal yang krusial.

Teknologi merupakan komponen yang semakin mendominasi dalam sektor pariwisata. Dengan berkembangnya teknologi informasi, wisatawan dapat dengan mudah mengakses informasi mengenai destinasi wisata, akomodasi, transportasi, serta aktivitas yang dapat dilakukan. Selain itu, teknologi juga mempengaruhi cara promosi dan pemasaran dilakukan, seperti penggunaan media sosial, situs web perjalanan, dan aplikasi ponsel pintar yang mempermudah wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka. Komponen

budaya dan keberagaman turut memberikan kontribusi besar terhadap industri pariwisata. Keberagaman budaya, tradisi, dan seni di suatu destinasi dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang ingin mengetahui lebih dalam mengenai kehidupan masyarakat setempat. Kegiatan wisata budaya seperti festival, pertunjukan seni, dan kunjungan ke situs bersejarah sering menjadi alasan utama bagi wisatawan untuk memilih destinasi tertentu. Keberagaman budaya juga memperkaya pengalaman wisatawan dan memberikan nuansa yang berbeda pada setiap perjalanan.

Keamanan dan kenyamanan adalah komponen yang sangat penting dalam sektor pariwisata. Wisatawan tentu ingin merasa aman dan nyaman selama perjalanan mereka. Oleh karena itu, pengelola pariwisata harus memastikan bahwa fasilitas keamanan seperti pos pengamanan, petugas yang terlatih, serta informasi mengenai risiko yang ada di destinasi wisata tersedia dan mudah diakses. Selain itu, kenyamanan wisatawan juga bergantung pada faktor kebersihan, pengaturan keramaian, serta pelayanan yang ramah dan profesional. Terakhir, keberlanjutan pariwisata menjadi komponen yang semakin mendapatkan perhatian global. Keberlanjutan pariwisata berhubungan dengan cara mengelola dan mengembangkan sektor pariwisata agar tidak merusak lingkungan dan budaya lokal. Prinsip keberlanjutan ini mencakup perlindungan terhadap sumber daya alam, pengelolaan sampah, serta penghormatan terhadap kebiasaan dan nilai-nilai masyarakat setempat. Pariwisata yang berkelanjutan tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi, tetapi juga menjaga kelestarian destinasi untuk generasi mendatang.

Dengan memahami berbagai komponen pariwisata ini, kita dapat melihat betapa kompleks dan saling terhubungnya sektor ini. Pengelolaan yang baik terhadap setiap komponen akan menciptakan ekosistem pariwisata yang sukses dan berkelanjutan, memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang optimal bagi semua pihak yang terlibat.

Masih tentang komponen dalam kepariwisataan, menurut Suwantoro (2004) menyebutkan beberapa komponen yakni sebagai berikut :

1. Sarana pokok pariwisata

Pengertian sarana pokok pariwisata adalah infrastruktur atau fasilitas utama yang menjadi dasar dari aktivitas pariwisata. Sarana ini mencakup segala hal yang langsung berkaitan dengan kebutuhan utama wisatawan dalam menikmati perjalanan mereka. Keberadaan sarana pokok merupakan hal yang penting karena tanpa sarana pokok ini, kegiatan pariwisata akan sulit terlaksana karena wisatawan memerlukan tempat untuk tinggal, sarana untuk mencapai lokasi wisata, dan akses terhadap kebutuhan dasar seperti makanan dan minuman. Oleh karena itu, sarana pokok merupakan elemen yang paling mendasar dalam menunjang industri pariwisata. Adapun yang termasuk sarana pokok dalam pariwisata antara lain :

- a) Biro Perjalanan dan Agen
- b) Transportasi (Darat, Laut dan Udara)
- c) Restoran
- d) Objek Wisata
- e) Atraksi Wisata (Tradisi atau Budaya Lokal)

2. Sarana pelengkap pariwisata

Pengertian sarana pelengkap pariwisata adalah fasilitas tambahan yang berfungsi untuk meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan selama berada di destinasi wisata. Sarana pelengkap tidak selalu bersifat esensial, tetapi keberadaannya dapat memperkaya pengalaman wisata dan memberikan kenyamanan tambahan. Keberadaan sarana pelengkap sering kali menjadi daya tarik tersendiri yang meningkatkan nilai destinasi di mata wisatawan. Adapun mengenai sarana pelengkap diantaranya sebagai berikut :

- a) Fasilitas rekreasi dan olahraga
- b) Prasarana umum

3. Sarana Penunjang kepariwisataan

Mengenai pengertian sarana penunjang pariwisata adalah fasilitas pendukung yang berfungsi untuk memastikan kelancaran operasional aktivitas wisata. Sarana ini biasanya berkaitan dengan aspek pengelolaan dan pelayanan yang diberikan oleh pihak penyelenggara pariwisata. Keberadaan sarana penunjang ini tidak secara langsung dinikmati oleh wisatawan, tetapi keberadaannya

sangat penting untuk menjamin bahwa pengalaman wisata berjalan lancar, aman, dan nyaman. Sebagai contoh, wisatawan akan merasa lebih tenang jika terdapat layanan kesehatan yang mudah diakses atau petugas keamanan yang siap membantu mereka saat dibutuhkan. Adapun yang termasuk sarana penunjang kepariwisataan antara lain :

- a) Night Club dan Steambath
- b) Casino dan Entertainment
- c) Souvenir Shop, mailing service.

1.4. Sumberdaya pariwisata dan daya tarik wisata

1.4.1. Sumberdaya pariwisata

Sumber daya pariwisata adalah elemen-elemen yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Sumber daya ini mencakup segala sesuatu yang dapat menarik perhatian dan memenuhi kebutuhan wisatawan, mulai dari keindahan alam, budaya, sejarah, hingga fasilitas pendukung pariwisata. Pemanfaatan sumber daya pariwisata secara optimal menjadi kunci untuk mengembangkan sektor pariwisata di suatu wilayah, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan daerah dan kesejahteraan masyarakat.

Sumber daya pariwisata secara umum dapat dikategorikan menjadi dua jenis utama: sumber daya alami dan sumber daya buatan. Sumber daya alami meliputi keindahan alam seperti pantai, gunung, hutan, air terjun, dan danau. Contoh destinasi dengan sumber daya alami adalah Gunung Bromo di Jawa Timur dan Raja Ampat di Papua Barat. Sementara itu, sumber daya buatan mencakup hasil karya manusia, seperti candi, museum, taman hiburan, dan pusat perbelanjaan. Candi Borobudur di Magelang dan Universal Studios di Singapura adalah contoh sumber daya buatan yang menjadi magnet wisata.

Selain itu, sumber daya pariwisata juga mencakup aspek budaya dan tradisi masyarakat setempat. Budaya merupakan aset penting dalam industri pariwisata, karena mampu menciptakan pengalaman unik yang tidak dapat ditemukan di tempat lain. Festival-festival tradisional, seni pertunjukan, kuliner khas, dan kerajinan

tangan adalah bagian dari sumber daya budaya. Misalnya, Tari Kecak di Bali atau Festival Tabuik di Pariaman yang menarik ribuan pengunjung setiap tahunnya.

Faktor sejarah juga menjadi bagian integral dari sumber daya pariwisata. Situs-situs bersejarah, seperti candi, benteng, dan bangunan kuno, sering kali menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang tertarik pada perjalanan edukatif. Contoh yang menonjol adalah Candi Prambanan dan Kota Tua Jakarta. Sumber daya sejarah tidak hanya memberikan nilai tambah bagi pariwisata tetapi juga membantu melestarikan warisan budaya bangsa.

Namun, sumber daya pariwisata tidak hanya terbatas pada atraksi fisik. Aspek pelayanan dan fasilitas pendukung juga termasuk dalam sumber daya yang penting. Infrastruktur seperti jalan, bandara, pelabuhan, serta fasilitas akomodasi, restoran, dan transportasi lokal adalah elemen krusial yang mendukung kelancaran pariwisata. Sebuah destinasi mungkin memiliki atraksi menarik, tetapi tanpa fasilitas yang memadai, daya tariknya akan berkurang. Selain itu juga penting pula untuk memperhatikan keberlanjutan dalam pemanfaatan sumber daya pariwisata. Pemanfaatan yang tidak terkontrol dapat menyebabkan kerusakan lingkungan, hilangnya budaya lokal, dan penurunan kualitas destinasi wisata. Oleh karena itu, konsep pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* menjadi panduan dalam mengelola sumber daya pariwisata secara bertanggung jawab. Adapun mengenai contoh penerapan pariwisata berkelanjutan terlihat pada pengelolaan kawasan Taman Nasional Komodo. Untuk menjaga kelestarian habitat komodo dan keanekaragaman hayati, pengunjung dibatasi dan diatur melalui peraturan ketat. Langkah ini memastikan bahwa ekosistem tetap terjaga meskipun sektor pariwisata terus berkembang.

Sumber daya manusia juga memainkan peran penting dalam sektor pariwisata. Pemandu wisata, tenaga kerja di hotel dan restoran, serta pelaku usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang menjual produk lokal merupakan bagian dari ekosistem pariwisata. Pelatihan dan peningkatan kapasitas sumber daya manusia sangat diperlukan untuk memberikan layanan terbaik kepada wisatawan. Selain itu,

teknologi juga semakin menjadi bagian dari sumber daya pariwisata. Dengan kemajuan teknologi informasi, promosi destinasi wisata dapat dilakukan secara lebih luas melalui media sosial dan platform digital. Wisatawan kini dapat dengan mudah mengakses informasi tentang destinasi, memesan tiket, hingga memberikan ulasan pengalaman perjalanan mereka secara daring.

Kemudian mengenai keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya pariwisata juga sangat penting. Pendekatan ini tidak hanya mendukung kelangsungan pariwisata, tetapi juga membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar. Wisata berbasis komunitas, seperti desa wisata, memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk menjadi bagian aktif dari pengembangan pariwisata. Namun demikian, tantangan dalam pengelolaan sumber daya pariwisata tetap ada. Beberapa tantangan tersebut meliputi konflik kepentingan, kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan, dan ancaman perubahan iklim. Untuk mengatasinya, dibutuhkan kolaborasi antara pemerintah, swasta, masyarakat, dan lembaga internasional dalam merancang strategi pengelolaan yang efektif. Jadi dengan demikian sumber daya pariwisata adalah elemen fundamental yang mendukung keberlangsungan sektor pariwisata. Dengan pengelolaan yang baik, sumber daya ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga mendukung pelestarian budaya dan lingkungan. Oleh karena itu, pemahaman dan strategi yang tepat dalam memanfaatkan sumber daya pariwisata harus terus dikembangkan untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan dan inklusif.

1.4.2. Daya tarik pariwisata

Pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam mendukung perkembangan ekonomi dan budaya suatu negara. Daya tarik pariwisata mencakup berbagai elemen yang mampu memikat wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi. Keindahan alam, kekayaan budaya, dan keunikan atraksi lokal menjadi magnet utama yang mendefinisikan daya tarik sebuah tempat wisata. Kombinasi dari

elemen-elemen ini menciptakan pengalaman yang tak terlupakan bagi para pengunjung.

Keindahan alam merupakan daya tarik utama dalam sektor pariwisata. Banyak destinasi wisata alam yang menawarkan pemandangan spektakuler seperti pegunungan, pantai, danau, dan hutan tropis. Contohnya, Indonesia memiliki Raja Ampat yang terkenal dengan keindahan bawah lautnya, serta Gunung Bromo dengan panorama matahari terbit yang menakjubkan. Destinasi semacam ini menawarkan pengalaman visual dan emosional yang sulit ditemukan di tempat lain. Selain dari keindahan alam, kekayaan budaya juga memainkan peran penting dalam menarik wisatawan. Budaya lokal, mulai dari tradisi, seni, hingga kuliner, memberikan nilai tambah yang unik pada suatu destinasi. Misalnya, Bali tidak hanya terkenal karena pantainya, tetapi juga karena ritual adatnya seperti upacara Galungan dan Kuningan, yang mencerminkan spiritualitas masyarakat setempat.

Keunikan atraksi wisata merupakan faktor lain yang dapat meningkatkan daya tarik pariwisata. Atraksi ini bisa berupa bangunan bersejarah, taman hiburan, atau festival khas daerah. Sebagai contoh, Candi Borobudur di Jawa Tengah memikat pengunjung karena nilai sejarah dan arsitekturnya yang luar biasa. Di sisi lain, festival budaya seperti Karnaval Jember Fashion Festival menunjukkan kreativitas masyarakat dalam menampilkan budaya mereka melalui kostum unik.

Aksesibilitas yang baik juga menjadi elemen penting dalam mendukung daya tarik pariwisata. Destinasi yang mudah dijangkau, baik melalui transportasi darat, laut, maupun udara, cenderung lebih diminati oleh wisatawan. Infrastruktur yang memadai, seperti jalan raya, bandara, dan pelabuhan, akan membuat perjalanan wisatawan lebih nyaman dan menyenangkan. Selain itu juga faktor penginapan dan fasilitas pendukung lainnya juga tidak dapat diabaikan. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang menyediakan berbagai opsi akomodasi, mulai dari hotel berbintang hingga penginapan lokal yang unik. Selain itu, fasilitas seperti restoran, pusat oleh-oleh, dan tempat parkir yang memadai akan meningkatkan kenyamanan wisatawan.

Promosi yang efektif memainkan peran penting dalam membangun daya tarik pariwisata. Media sosial, iklan digital, dan kampanye kreatif dapat memperkenalkan sebuah destinasi ke pasar global. Kampanye seperti "Wonderful Indonesia" berhasil menarik perhatian dunia dengan menampilkan keindahan dan keunikan destinasi wisata di Indonesia melalui video, foto, dan testimoni wisatawan. Aspek keamanan dan kenyamanan juga menjadi perhatian utama wisatawan. Destinasi yang memberikan jaminan keamanan, baik dalam aspek fisik maupun kesehatan, akan lebih menarik bagi pengunjung. Contohnya, protokol kesehatan yang diterapkan selama pandemi Covid-19 menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga daya tarik wisata.

Keberlanjutan lingkungan menjadi tren baru dalam pariwisata modern. Wisatawan saat ini lebih peduli terhadap dampak ekologis dari perjalanan mereka. Oleh karena itu, destinasi yang mengadopsi prinsip-prinsip ekowisata, seperti konservasi alam dan pengurangan limbah, cenderung lebih menarik bagi wisatawan yang sadar lingkungan. Interaksi sosial antara wisatawan dan masyarakat lokal juga dapat meningkatkan daya tarik pariwisata. Wisatawan sering kali mencari pengalaman yang autentik, seperti belajar membuat kerajinan tradisional atau mengikuti kegiatan masyarakat setempat. Interaksi ini tidak hanya memberikan nilai tambah bagi wisatawan, tetapi juga membantu melestarikan budaya lokal.

Destinasi wisata juga perlu beradaptasi dengan teknologi untuk meningkatkan daya tariknya. Penggunaan aplikasi perjalanan, virtual reality (VR), dan sistem reservasi online memudahkan wisatawan dalam merencanakan kunjungan mereka. Teknologi juga memungkinkan destinasi untuk menjangkau pasar yang lebih luas. Selain itu, daya tarik pariwisata juga dipengaruhi oleh tren global. Wisata petualangan, wellness tourism, dan kuliner menjadi pilihan populer di kalangan wisatawan modern. Destinasi yang menawarkan pengalaman sesuai dengan tren ini memiliki peluang lebih besar untuk menarik pengunjung.

Pemerintah dan pemangku kepentingan lainnya juga memiliki peran penting dalam mengembangkan daya tarik pariwisata. Investasi

dalam infrastruktur, pelatihan sumber daya manusia, dan pengelolaan destinasi yang baik akan memastikan keberlanjutan sektor ini dalam jangka panjang. Tantangan dalam pariwisata, seperti perubahan iklim, over-tourism, dan konflik sosial, harus ditangani dengan strategi yang tepat. Solusi inovatif dan kolaborasi antar pihak dapat membantu mengatasi masalah ini tanpa mengurangi daya tarik destinasi wisata. Sehingga dengan demikian daya tarik pariwisata tidak hanya berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi, tetapi juga mempererat hubungan antarbudaya dan memberikan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan. Dengan memanfaatkan keindahan alam, kekayaan budaya, dan inovasi teknologi, sektor pariwisata dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang luas bagi masyarakat dan lingkungan.

1.5. Aktivitas pariwisata

Aktivitas pariwisata merujuk pada berbagai jenis kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan selama perjalanan mereka ke destinasi tertentu. Kegiatan ini mencakup semua interaksi, pengalaman, dan aktivitas yang berlangsung sepanjang perjalanan wisata, baik yang bersifat rekreasi, edukasi, budaya, maupun bisnis. Dalam konteks pariwisata modern, aktivitas pariwisata tidak hanya sebatas eksplorasi tempat, tetapi juga melibatkan pengalaman personal yang memberi nilai tambah bagi wisatawan. Secara umum, aktivitas pariwisata dapat dibagi menjadi aktivitas inti dan aktivitas pendukung. Aktivitas inti adalah kegiatan utama yang menjadi alasan wisatawan mengunjungi suatu destinasi, seperti mengunjungi situs bersejarah, menikmati pantai, atau menghadiri festival budaya. Sementara itu, aktivitas pendukung meliputi kegiatan lain yang memperkaya pengalaman wisatawan, seperti belanja, menikmati kuliner lokal, atau membeli oleh-oleh khas daerah.

Kegiatan wisata yang berkaitan dengan rekreasi menjadi salah satu bentuk aktivitas pariwisata yang paling populer. Wisatawan sering kali mencari pengalaman yang bersifat santai dan menyenangkan, seperti berenang di pantai, berkemah di pegunungan, atau menikmati wahana di taman hiburan. Aktivitas ini bertujuan

untuk menghilangkan stres, memperbaiki suasana hati, dan memberikan kenangan yang menyenangkan. Selain itu juga aktivitas pariwisata juga mencakup kegiatan edukasi, di mana wisatawan mencari pengalaman yang mendidik dan menambah wawasan mereka. Misalnya, kunjungan ke museum, situs bersejarah, atau pusat konservasi satwa liar. Dalam kegiatan ini, wisatawan tidak hanya menikmati keindahan tempat, tetapi juga belajar tentang sejarah, budaya, atau alam dari destinasi yang mereka kunjungi.

Dimensi budaya dalam aktivitas pariwisata menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Kegiatan seperti menonton pertunjukan tari tradisional, mengikuti workshop seni lokal, atau menghadiri upacara adat memungkinkan wisatawan untuk merasakan dan memahami kekayaan budaya masyarakat setempat. Aktivitas ini sering kali memberikan pengalaman autentik yang tak terlupakan bagi wisatawan. Adapun mengenai aktivitas pariwisata juga bisa berbentuk kegiatan petualangan yang memacu adrenalin. Wisatawan yang menyukai tantangan sering kali terlibat dalam aktivitas seperti hiking, scuba diving, paralayang, atau arung jeram. Aktivitas semacam ini tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga memungkinkan wisatawan untuk mengeksplorasi potensi alam dan fisik mereka.

Dalam lingkup pariwisata bisnis, aktivitas pariwisata sering kali berkaitan dengan perjalanan kerja, konferensi, atau pertemuan. Meskipun tujuan utamanya adalah pekerjaan, wisatawan bisnis sering memanfaatkan kesempatan ini untuk menjelajahi destinasi tempat mereka berada, baik dengan mengunjungi atraksi lokal maupun menikmati fasilitas rekreasi yang tersedia. Kegiatan sosial juga menjadi bagian dari aktivitas pariwisata, terutama dalam konteks pariwisata berbasis komunitas. Wisatawan sering kali mencari interaksi dengan masyarakat lokal melalui kegiatan seperti tinggal di homestay, bergabung dalam program sukarela, atau mengikuti kegiatan gotong-royong. Aktivitas ini memungkinkan wisatawan untuk berkontribusi secara langsung kepada komunitas yang mereka kunjungi.

Aktivitas pariwisata juga berkembang seiring dengan tren global, seperti wisata kesehatan dan wellness tourism. Kegiatan ini mencakup meditasi, yoga, perawatan spa, dan kunjungan ke destinasi yang menawarkan lingkungan sehat dan tenang. Dalam konteks ini, aktivitas pariwisata tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga meningkatkan kualitas hidup wisatawan secara keseluruhan. Jadi secara keseluruhan, aktivitas pariwisata mencerminkan berbagai kebutuhan dan minat wisatawan yang terus berkembang. Dari rekreasi hingga edukasi, dari budaya hingga petualangan, aktivitas ini dirancang untuk memberikan pengalaman yang berkesan dan memenuhi harapan wisatawan. Dengan adanya variasi kegiatan ini, sektor pariwisata tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga wahana pembelajaran, pemberdayaan masyarakat, dan penguatan hubungan antarbudaya.

BAB II

INDUSTRI PARIWISATA

Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya dikatakan bahwa sektor industri pariwisata adalah merupakan sektor andalan bagi beberapa negara termasuk Indonesia. Hal ini dikarenakan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat serta dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di daerah serta mendatangkan devisa terbesar bagi negara. Adapun mengenai pengertian industri pariwisata jika merujuk pada Undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan bahwa yang disebut industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

Ada beberapa pengertian tentang industri pariwisata, antara lainnya sebagai kumpulan dari macam-macam perusahaan yang secara Bersama menghasilkan barang-barang dan jasa-jasa (*goods and services*) yang dibutuhkan para wisatawan pada khususnya dan traveler pada umumnya, selama dalam perjalanannya. Menurut Yoeti (1985) Istilah industri sering diidentikkan dengan semua kegiatan ekonomi manusia yang mengolah barang mentah atau bahan baku menjadi barang setengah jadi atau barang jadi. Dari definisi tersebut, istilah *industry* sering disebut sebagai kegiatan manufaktur (*manufacturing*). Padahal, pengertian industri sangatlah luas, yaitu menyangkut semua kegiatan manusia dalam bidang ekonomi yang sifatnya produktif dan komersial.

Disebabkan kegiatan ekonomi yang luas maka jumlah dan macam industri berbeda-beda untuk tiap negara atau daerah. Pada umumnya, makin maju tingkat perkembangan perindustrian di suatu negara atau daerah, makin banyak jumlah dan macam industri, dan makin kompleks pula sifat kegiatan dan usaha tersebut. Menurut Riza Amelia (2014) Kegiatan industri sebenarnya sudah lama ada, yaitu sejak manusia berada di muka bumi ribuan tahun yang lalu dalam tingkat yang sangat sederhana. Seiring dengan pesatnya perkem-

bangun ilmu pengetahuan dan teknologi yang dimiliki manusia, kegiatan industri pun tumbuh dan berkembang semakin kompleks. Pengertian tentang industri pariwisata yang lainnya adalah suatu susunan organisasi, baik pemerintah maupun swasta yang terkait dalam pengembangan, produksi dan pemasaran produk suatu layanan yang memenuhi kebutuhan dari orang yang sedang bepergian.

Masih tentang industri pariwisata menurut Kusudianto (1996). disebutkan bahwa industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan menurut Damarji dalam Yoeti (1996) disebutkan bahwa industri Pariwisata adalah rangkuman dari berbagai bidang usaha yang secara bersama-sama menghasilkan produk-produk dan service yang nantinya secara langsung akan dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanan. Jadi dengan demikian dapat disimpulkan bahwa industri dengan industri pariwisata sangat berbeda sekali, industri merupakan pengolahan barang yang belum jadi menjadi barang yang sudah jadi dan siap untuk digunakan. Sedangkan industri Pariwisata merupakan suatu industri dari serangkaian perusahaan yang menghasilkan barang dan jasa yang diperuntukkan pada para wisatawan agar terpenuhi kesenangannya dalam berwisata.

Berkaitan dengan industri pariwisata Kusmayadi dan Endar Sugiarto (2000) menyebutkan bahwa ada beberapa aspek yang tercakup dalam industri pariwisata menurut antara lain: a) Restoran, di bidang restoran dapat diarahkan pada kualitas makanan, baik dari jenis makanan maupun teknik pelayanannya. b) Penginapan, yang terdiri dari hotel, resort, wisma-wisma. c) Pelayanan perjalanan, meliputi biro perjalanan, paket perjalanan, perusahaan *incentive travel* dan *reception service*. d) Transportasi, dapat berupa sarana dan prasarana angkutan wisatawan seperti mobil, bus, pesawat, kereta api, kapal dan sepeda. e) Pengembangan daerah tujuan wisata, dapat berupa kelayakan kawasan wisata. f) Fasilitas rekreasi, dapat berupa pemanfaatan taman-taman, serta g) Atraksi wisata, dapat berupa kegiatan seni budaya.

Mengingat pentingnya industri pariwisata sebagai sektor andalan dalam penerimaan devisa negara serta dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat sekitarnya juga mampu menjadi sektor yang menggerakkan sektor-sektor produktif lainnya, maka pihak pemerintah khususnya pemerintah daerah perlu melakukan pembinaan dan pengembangan terhadap kawasan-kawasan wisata yang ada di wilayahnya. Upaya perlu dilakukan dikarenakan perkembangan pariwisata ke depan akan jauh lebih kompleks dan kawasan wisata akan bersaing dengan kompetitor-kompetitor dari wilayah lain yang memiliki kesamaan ODTWnya.

2.1. Kepariwisataan sebagai industri

Kepariwisataan adalah salah satu sektor ekonomi yang terus berkembang pesat dan memiliki kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional di berbagai negara. Sebagai sebuah industri, kepariwisataan melibatkan serangkaian aktivitas yang kompleks, mulai dari penyediaan layanan perjalanan hingga pengelolaan destinasi wisata. Industri ini menciptakan peluang ekonomi yang luas, menggerakkan berbagai sektor terkait, dan mempromosikan hubungan lintas budaya. Sebagai sebuah industri, kepariwisataan didefinisikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang melibatkan pergerakan orang dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan rekreasi, edukasi, bisnis, atau kebutuhan lainnya. Hal ini mencakup berbagai sektor yang bekerja sama untuk memberikan pengalaman wisata yang memuaskan, seperti transportasi, akomodasi, kuliner, hiburan, hingga jasa pemandu wisata.

Industri kepariwisataan bersifat multidimensi karena melibatkan banyak pihak. Tidak hanya penyedia jasa wisata seperti hotel atau maskapai penerbangan, tetapi juga pemerintah, pelaku usaha lokal, hingga masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi wisata. Kolaborasi dari berbagai pihak ini menjadi kunci keberhasilan pengelolaan industri pariwisata yang berkelanjutan. Salah satu karakteristik utama dari kepariwisataan sebagai industri adalah perannya sebagai sektor ekonomi yang padat karya. Banyak pekerjaan tercipta dari kegiatan pariwisata, baik langsung maupun tidak

langsung. Mulai dari tenaga kerja di hotel, restoran, hingga pengrajin suvenir lokal, industri ini membuka banyak lapangan kerja bagi masyarakat.

Kepariwisata juga dikenal sebagai industri yang menggerakkan sektor lainnya. Sebagai contoh, meningkatnya jumlah wisatawan di suatu destinasi dapat memacu perkembangan sektor konstruksi untuk membangun infrastruktur seperti jalan dan bandara. Selain itu, sektor pertanian juga diuntungkan karena meningkatnya kebutuhan bahan makanan lokal untuk memenuhi konsumsi wisatawan. Ciri khas lain dari kepariwisataan sebagai industri adalah sifatnya yang tidak berwujud. Berbeda dengan industri manufaktur yang menghasilk-an produk fisik, kepariwisataan menawarkan pengalaman, kenangan, dan layanan kepada wisatawan. Oleh karena itu, kualitas layanan dan pengalaman menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan sebuah destinasi wisata.

Industri pariwisata juga sangat bergantung pada daya tarik destinasi. Destinasi wisata yang menarik dapat berupa keindahan alam, warisan budaya, atau atraksi buatan manusia. Keberadaan destinasi yang unik dan menarik menjadi inti dari industri ini, karena tanpa daya tarik, sektor pariwisata tidak akan mampu menarik minat wisatawan. Sebagai industri global, kepariwisataan juga sangat dipengaruhi oleh tren internasional. Perubahan preferensi wisatawan, inovasi teknologi, hingga isu global seperti perubahan iklim atau pandemi, semuanya dapat berdampak besar pada dinamika industri ini. Oleh karena itu, fleksibilitas dan kemampuan beradaptasi menjadi faktor penting dalam pengelolaan kepariwisataan. Berkaitan dengan industri pariwisata peranan teknologi juga memainkan peran penting dalam kepariwisataan sebagai industri. Kehadiran teknologi informasi, seperti aplikasi pemesanan online, media sosial, dan pemandu virtual, telah merevolusi cara wisatawan merencanakan dan menjalani perjalanan mereka. Teknologi ini tidak hanya memudahkan wisatawan, tetapi juga membantu pelaku industri dalam memasarkan produk dan layanan mereka secara lebih efektif.

Pemerintah memiliki peran sentral dalam mendukung kepariwisataan sebagai sebuah industri. Regulasi, promosi, dan

pembangunan infrastruktur merupakan beberapa langkah yang diambil pemerintah untuk memajukan sektor ini. Selain itu, pemerintah juga bertugas memastikan bahwa pariwisata berkembang secara berkelanjutan tanpa merusak lingkungan atau mengabaikan kesejahteraan masyarakat lokal.

Keberlanjutan menjadi konsep penting dalam industri kepariwisataan modern. Dengan meningkatnya kesadaran akan dampak negatif pariwisata, seperti polusi dan kerusakan lingkungan, industri ini kini lebih berfokus pada penerapan prinsip-prinsip berkelanjutan. Hal ini mencakup pengelolaan sumber daya alam yang bijaksana, pelestarian budaya lokal, dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata. Industri pariwisata juga dikenal sebagai salah satu sektor yang rentan terhadap krisis. Peristiwa seperti bencana alam, konflik politik, atau pandemi global dapat dengan mudah memengaruhi jumlah kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, diperlukan strategi mitigasi risiko dan diversifikasi produk wisata untuk menjaga keberlangsungan industri ini.

Salah satu manfaat terbesar dari kepariwisataan sebagai industri adalah kontribusinya terhadap diplomasi budaya. Dengan memper-temukan orang dari berbagai latar belakang, pariwisata menciptakan peluang untuk memperkenalkan budaya lokal kepada dunia sekaligus memperkuat hubungan internasional. Industri ini menjadi jembatan yang mempererat koneksi lintas budaya. Namun demikian meskipun memiliki banyak manfaat, kepariwisataan sebagai industri juga menghadapi tantangan besar. Tantangan ini meliputi tekanan terhadap lingkungan, ketimpangan ekonomi, hingga eksploitasi budaya lokal. Oleh karena itu, penting bagi semua pihak untuk bekerja sama dalam mengatasi masalah-masalah ini agar industri kepariwisataan dapat berkembang secara adil dan berkelanjutan.

Sebagai sebuah industri, kepariwisataan memiliki peran yang sangat kompleks tetapi juga strategis dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Dengan potensi besar yang dimilikinya, industri ini dapat menjadi pilar penting dalam pertumbuhan nasional maupun global. Namun, untuk mencapai potensi tersebut, pengelolaan yang bijak,

inovasi, dan kerja sama yang erat antara semua pihak menjadi syarat mutlak agar industri kepariwisataan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang luas.

2.2. Unsur-unsur pokok industri pariwisata

Industri pariwisata adalah sistem kompleks yang melibatkan berbagai unsur untuk menciptakan pengalaman perjalanan yang memuaskan bagi wisatawan. Unsur-unsur ini saling berhubungan dan bekerja bersama-sama untuk memberikan layanan yang terintegrasi. Tanpa keberadaan unsur-unsur pokok, sektor pariwisata tidak dapat berfungsi secara efektif. Setiap elemen memiliki perannya masing-masing dalam mendukung operasional industri pariwisata.

Unsur pertama yang menjadi fondasi industri pariwisata adalah atraksi wisata. Atraksi wisata mencakup daya tarik yang menjadi alasan utama wisatawan mengunjungi suatu destinasi. Atraksi ini dapat berupa keindahan alam, seperti pantai, gunung, atau taman nasional; warisan budaya, seperti candi, museum, dan festival; serta atraksi buatan manusia, seperti taman hiburan atau pusat perbelanjaan. Tanpa atraksi yang menarik, destinasi sulit untuk menarik wisatawan.

Unsur kedua adalah aksesibilitas, yaitu kemudahan wisatawan dalam mencapai destinasi. Aksesibilitas melibatkan sarana transportasi yang mendukung, seperti bandara, pelabuhan, stasiun kereta api, dan jalan raya. Infrastruktur transportasi yang baik sangat penting untuk memastikan wisatawan dapat mencapai destinasi dengan nyaman dan efisien. Destinasi dengan aksesibilitas yang buruk cenderung kurang diminati oleh wisatawan.

Selanjutnya adalah akomodasi, yang berperan sebagai tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama perjalanan mereka. Akomodasi mencakup hotel, resort, vila, homestay, hingga penginapan sederhana seperti hostel atau camping ground. Kualitas akomodasi menjadi salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan wisatawan, karena ini adalah tempat mereka beristirahat dan bersantai. Selain itu juga unsur lainnya yaitu fasilitas pendukung juga menjadi unsur pokok dalam industri pariwisata. Fasilitas ini

mencakup restoran, pusat oleh-oleh, tempat parkir, toilet umum, dan pusat informasi wisata. Fasilitas pendukung yang memadai tidak hanya meningkatkan kenyamanan wisatawan tetapi juga memberikan kesan positif yang akan mendorong mereka untuk kembali mengunjungi destinasi tersebut. Unsur lain yang tak kalah penting adalah jasa transportasi lokal. Setelah wisatawan tiba di destinasi, mereka memerlukan sarana transportasi untuk menjelajahi tempat-tempat wisata di sekitar. Layanan seperti taksi, bus wisata, kereta lokal, atau bahkan transportasi tradisional seperti becak dan delman memainkan peran penting dalam mobilitas wisatawan.

Pelayanan dan keramahtamahan menjadi unsur inti dalam memastikan kepuasan wisatawan. Dalam industri pariwisata, kualitas layanan sangat menentukan pengalaman wisatawan. Staf yang ramah, responsif, dan profesional dapat meningkatkan pengalaman perjalanan, sedangkan layanan yang buruk dapat menciptakan kesan negatif, bahkan jika atraksi atau fasilitas destinasi tersebut luar biasa. Unsur promosi dan pemasaran juga merupakan bagian penting dari industri pariwisata. Tanpa promosi yang efektif, destinasi wisata akan sulit dikenal oleh wisatawan potensial. Strategi pemasaran yang mencakup media sosial, situs web, pameran pariwisata, dan iklan digital menjadi alat utama untuk menarik perhatian wisatawan domestik maupun internasional.

Keamanan dan keselamatan adalah aspek penting lainnya dalam industri pariwisata. Wisatawan cenderung memilih destinasi yang memberikan jaminan keamanan, baik dari ancaman fisik maupun kesehatan. Kehadiran layanan keamanan, protokol keselamatan, dan dukungan medis menjadi daya tarik tambahan yang memberikan rasa nyaman kepada pengunjung. Unsur berikutnya adalah ketersediaan informasi, yang membantu wisatawan dalam merencanakan dan menjalani perjalanan mereka. Pusat informasi, brosur, peta, dan aplikasi wisata berbasis teknologi adalah alat penting untuk memberikan panduan kepada wisatawan. Informasi yang jelas dan mudah diakses membantu wisatawan mengoptimalkan pengalaman mereka di destinasi.

Keberlanjutan lingkungan menjadi unsur yang semakin penting dalam industri pariwisata modern. Pariwisata yang tidak dikelola dengan bijaksana dapat menyebabkan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, upaya konservasi alam, pengelolaan limbah, dan penggunaan sumber daya yang berkelanjutan menjadi elemen kunci dalam mempertahankan daya tarik destinasi untuk jangka panjang. Sumber daya manusia dalam industri pariwisata adalah penggerak utama yang memastikan seluruh sistem berjalan dengan baik. Tenaga kerja yang kompeten, baik di sektor formal maupun informal, berkontribusi pada kualitas layanan dan efisiensi operasional. Pelatihan dan pendidikan pariwisata menjadi investasi penting dalam meningkatkan profesionalisme tenaga kerja di sektor ini.

Kebijakan dan regulasi pemerintah juga merupakan bagian integral dari industri pariwisata. Pemerintah berperan dalam mengatur, mengelola, dan mempromosikan pariwisata melalui perencanaan strategis, investasi infrastruktur, dan kebijakan yang mendukung. Tanpa regulasi yang jelas, pengembangan industri pariwisata dapat berjalan tanpa arah dan berisiko merugikan masyarakat lokal atau lingkungan. Unsur penting lainnya adalah partisipasi masyarakat lokal. Masyarakat setempat sering kali menjadi inti dari daya tarik destinasi, terutama di destinasi berbasis budaya. Melibatkan mereka dalam pengelolaan pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memastikan kelestarian tradisi dan nilai-nilai lokal yang menjadi daya tarik utama. Jadi secara keseluruhan, unsur-unsur pokok dalam industri pariwisata saling terkait dan saling melengkapi untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Ketika semua elemen ini berjalan dengan baik, industri pariwisata dapat memberikan dampak positif yang besar, baik secara ekonomi, sosial, maupun lingkungan. Oleh karena itu, pengelolaan yang efektif dan kolaborasi antar pemangku kepentingan menjadi kunci keberhasilan industri ini.

2.3. Perlengkapan industri pariwisata

Perlengkapan industri pariwisata merujuk pada berbagai fasilitas, infrastruktur, dan layanan yang diperlukan untuk mendu-

kung kegiatan pariwisata secara keseluruhan. Perlengkapan ini mencakup segala sesuatu yang membantu menciptakan pengalaman wisata yang nyaman, aman, dan berkesan bagi wisatawan. Dalam pengertian ini, perlengkapan industri pariwisata berfungsi sebagai penopang utama yang memastikan sektor pariwisata dapat berjalan dengan lancar dan memberikan kontribusi positif bagi ekonomi lokal maupun nasional.

Infrastruktur transportasi merupakan salah satu perlengkapan paling vital dalam industri pariwisata. Tanpa transportasi yang memadai, aksesibilitas ke destinasi wisata menjadi terhambat. Infrastruktur transportasi meliputi bandara, pelabuhan, stasiun kereta api, terminal bus, serta jalan raya yang menghubungkan destinasi wisata dengan wilayah lain. Fasilitas ini memungkinkan wisatawan untuk menjangkau destinasi dengan mudah dan nyaman.

Selain transportasi, akomodasi juga termasuk dalam perlengkapan inti industri pariwisata. Hotel, resort, vila, hostel, homestay, dan penginapan lainnya menyediakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan. Akomodasi ini bervariasi dari segi harga, fasilitas, dan tingkat kenyamanan untuk memenuhi kebutuhan berbagai segmen wisatawan, dari backpacker hingga wisatawan mewah.

Sarana makan dan minum, seperti restoran, kafe, warung makan, dan tempat jajanan kaki lima, juga menjadi perlengkapan penting. Tempat-tempat ini tidak hanya menyediakan kebutuhan dasar wisatawan berupa makanan dan minuman, tetapi juga menjadi daya tarik wisata tersendiri jika menyajikan hidangan khas lokal atau pengalaman kuliner unik. Wisata kuliner sering kali menjadi salah satu alasan utama bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

Dalam industri pariwisata, objek dan atraksi wisata adalah elemen inti yang menjadi daya tarik utama suatu destinasi. Perlengkapan ini mencakup situs sejarah, taman nasional, pantai, museum, taman hiburan, hingga tempat-tempat ibadah yang memiliki nilai budaya atau spiritual. Objek wisata ini sering kali dilengkapi dengan fasilitas pendukung, seperti toilet umum, area parkir, dan pusat informasi, untuk meningkatkan kenyamanan pengunjung.

Fasilitas pendukung wisatawan, seperti pusat informasi pariwisata, peta, brosur, dan aplikasi digital, berfungsi untuk memberikan informasi yang diperlukan oleh wisatawan. Keberadaan fasilitas ini membantu wisatawan merencanakan perjalanan mereka dengan lebih baik dan memastikan mereka dapat menjelajahi destinasi secara efisien. Dalam era digital, aplikasi berbasis teknologi seperti peta interaktif dan panduan wisata online menjadi semakin penting.

Layanan transportasi lokal, seperti taksi, bus wisata, kendaraan sewa, hingga transportasi tradisional seperti becak atau delman, juga termasuk perlengkapan penting. Sarana ini memungkinkan wisatawan untuk menjelajahi destinasi lebih dalam, terutama jika objek wisata tersebar di berbagai lokasi. Fleksibilitas dan kenyamanan transportasi lokal berkontribusi pada pengalaman wisata yang positif. Aspek perlengkapan lainnya yaitu fasilitas kesehatan adalah perlengkapan esensial dalam industri pariwisata, terutama di destinasi yang sering dikunjungi wisatawan internasional. Rumah sakit, klinik, dan apotek harus mudah diakses untuk memberikan layanan medis jika diperlukan. Selain itu, destinasi wisata juga harus memiliki protokol kesehatan yang jelas untuk menjamin keselamatan wisatawan, terutama setelah pandemi global.

Fasilitas keamanan, seperti keberadaan petugas keamanan, pos polisi, dan sistem pemantauan, sangat penting untuk memberikan rasa aman kepada wisatawan. Keamanan menjadi faktor utama yang dipertimbangkan wisatawan ketika memilih destinasi. Dengan fasilitas keamanan yang baik, wisatawan merasa lebih nyaman untuk menjelajahi destinasi tanpa khawatir terhadap risiko kriminalitas atau ancaman lainnya. Tempat belanja, seperti pasar tradisional, pusat perbelanjaan, toko oleh-oleh, dan bazar lokal, juga merupakan perlengkapan penting dalam industri pariwisata. Tempat ini memungkinkan wisatawan untuk membeli souvenir, produk lokal, atau kebutuhan selama perjalanan. Belanja sering kali menjadi salah satu kegiatan favorit wisatawan, terutama di destinasi yang memiliki kerajinan khas atau produk unik.

Fasilitas rekreasi dan hiburan adalah perlengkapan tambahan yang meningkatkan daya tarik destinasi. Misalnya, taman bermain,

teater, spa, kolam renang, dan klub malam memberikan variasi aktivitas yang dapat dinikmati wisatawan selama mereka berada di destinasi. Kehadiran fasilitas ini sering kali memperpanjang durasi kunjungan wisatawan.

Fasilitas konferensi dan pertemuan juga menjadi perlengkapan penting dalam industri pariwisata, terutama untuk mendukung pariwisata bisnis (MICE – Meeting, Incentive, Conference, and Exhibition). Gedung konferensi, hotel dengan ruang rapat, dan fasilitas serupa memungkinkan destinasi untuk menarik wisatawan yang datang untuk tujuan profesional, sekaligus memperkenalkan mereka pada atraksi lokal. Infrastruktur komunikasi, seperti jaringan internet, sinyal telepon, dan Wi-Fi gratis di tempat-tempat wisata, menjadi kebutuhan pokok dalam industri pariwisata modern. Wisatawan kini sangat bergantung pada teknologi untuk mencari informasi, memesan layanan, dan berbagi pengalaman mereka. Dengan infrastruktur komunikasi yang baik, destinasi menjadi lebih menarik bagi wisatawan digital.

Pusat pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia juga termasuk dalam perlengkapan penting industri pariwisata. Tenaga kerja yang kompeten dan profesional, seperti pemandu wisata, staf hotel, dan petugas layanan pelanggan, memainkan peran penting dalam menciptakan pengalaman wisata yang positif. Pelatihan dan pendidikan menjadi investasi jangka panjang bagi pengelolaan pariwisata yang berkualitas. Jadi secara keseluruhan, perlengkapan industri pariwisata adalah elemen yang tidak dapat dipisahkan dari keberhasilan sektor pariwisata. Setiap komponen saling melengkapi untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pengalaman wisata yang berkesan dan berkelanjutan. Dengan pengelolaan yang baik, perlengkapan ini dapat menjadi aset strategis dalam meningkatkan daya saing destinasi, menarik lebih banyak wisatawan, dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat lokal serta perekonomian secara keseluruhan.

2.4. Desain produk industri pariwisata

Desain produk industri pariwisata adalah proses perencanaan dan pengembangan layanan atau pengalaman yang ditawarkan kepada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Produk dalam industri pariwisata bukanlah barang fisik semata, melainkan serangkaian pengalaman yang melibatkan jasa, atraksi, dan interaksi yang dirancang untuk menciptakan kepuasan bagi wisatawan. Oleh karena itu, desain produk pariwisata membutuhkan perencanaan yang matang dan pemahaman mendalam tentang preferensi wisatawan.

Produk dalam industri pariwisata mencakup berbagai jenis layanan, seperti perjalanan, penginapan, atraksi wisata, makanan dan minuman, serta aktivitas rekreasi. Desain produk harus mempertimbangkan elemen-elemen ini secara terintegrasi agar wisatawan mendapatkan pengalaman yang mulus dari awal hingga akhir perjalanan. Selain itu, desain produk juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan dampaknya terhadap lingkungan serta masyarakat lokal.

Salah satu aspek penting dalam desain produk pariwisata adalah identifikasi kebutuhan wisatawan. Sebelum menciptakan sebuah produk, pelaku industri harus memahami siapa target pasar mereka, apa yang mereka cari, dan bagaimana produk dapat memenuhi ekspektasi tersebut. Misalnya, wisatawan keluarga biasanya mencari destinasi yang ramah anak, sedangkan wisatawan petualang lebih tertarik pada kegiatan outdoor yang menantang.

Pengemasan pengalaman wisata adalah inti dari desain produk pariwisata. Produk harus dirancang sedemikian rupa sehingga memberikan nilai tambah bagi wisatawan. Contohnya, sebuah paket wisata yang tidak hanya mencakup kunjungan ke destinasi populer tetapi juga pengalaman autentik seperti belajar memasak makanan lokal atau mengikuti upacara adat. Ini memberikan nilai emosional yang membuat wisatawan merasa lebih terhubung dengan destinasi.

Daya tarik utama (core attraction) menjadi elemen penting dalam desain produk pariwisata. Daya tarik utama bisa berupa alam, budaya, sejarah, atau atraksi buatan manusia. Desain produk harus

menonjolkan daya tarik utama ini dan mengemasnya dengan cara yang menarik. Misalnya, sebuah taman nasional dapat menawarkan jalur hiking, camping, dan observasi satwa liar sebagai bagian dari produk wisata yang terintegrasi.

Aksesibilitas adalah faktor lain yang harus diperhatikan dalam desain produk pariwisata. Produk wisata yang menarik namun sulit dijangkau oleh wisatawan akan kehilangan daya tariknya. Oleh karena itu, perencanaan harus mencakup sarana transportasi, petunjuk arah, dan kemudahan akses ke destinasi. Hal ini juga mencakup pengembangan infrastruktur seperti bandara, pelabuhan, dan jalan raya yang mendukung produk wisata.

Desain produk pariwisata juga harus mempertimbangkan unsur kenyamanan dan keamanan. Wisatawan harus merasa nyaman dan aman selama perjalanan mereka. Misalnya, produk wisata yang melibatkan aktivitas ekstrem, seperti arung jeram atau panjat tebing, harus dilengkapi dengan panduan profesional, peralatan keselamatan, dan asuransi. Kenyamanan dalam akomodasi dan fasilitas pendukung juga menjadi prioritas utama. Keunikan dan diferensiasi menjadi faktor pembeda dalam desain produk pariwisata. Dalam pasar yang sangat kompetitif, produk wisata harus memiliki ciri khas yang membedakannya dari produk lain. Misalnya, destinasi dengan budaya unik dapat menawarkan pengalaman eksklusif yang tidak dapat ditemukan di tempat lain, seperti festival adat atau kerajinan tangan khas daerah tersebut.

Desain produk juga harus mengintegrasikan teknologi modern untuk meningkatkan pengalaman wisata. Contohnya adalah penggunaan aplikasi panduan wisata digital, pemesanan tiket online, atau teknologi augmented reality untuk memperkaya pengalaman di museum atau situs bersejarah. Teknologi ini tidak hanya memudahkan wisatawan tetapi juga memberikan kesan modern dan inovatif pada destinasi. Selain itu juga paket wisata terpadu adalah salah satu bentuk desain produk yang populer dalam industri pariwisata. Paket wisata ini menggabungkan berbagai elemen, seperti transportasi, akomodasi, makan, dan atraksi wisata, dalam satu harga yang terjangkau.

Wisatawan merasa lebih mudah karena mereka tidak perlu mengatur setiap aspek perjalanan secara terpisah.

Pelestarian budaya dan lingkungan adalah elemen penting dalam desain produk pariwisata modern. Wisatawan kini semakin tertarik pada pengalaman yang ramah lingkungan dan mendukung keberlanjutan. Oleh karena itu, produk wisata harus dirancang untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti mengurangi penggunaan plastik sekali pakai atau mendukung konservasi alam. Selain itu, pelestarian budaya lokal melalui wisata berbasis komunitas juga menjadi daya tarik tersendiri.

Pelibatan masyarakat lokal menjadi salah satu aspek utama dalam desain produk pariwisata yang sukses. Dengan melibatkan komunitas setempat, produk wisata dapat lebih autentik dan memiliki dampak positif bagi perekonomian lokal. Misalnya, wisatawan dapat diajak untuk menginap di homestay milik warga lokal atau berpartisipasi dalam kegiatan sehari-hari masyarakat, seperti menanam padi atau membuat kerajinan.

Promosi dan branding juga menjadi bagian dari desain produk pariwisata. Sebuah produk yang baik tidak akan berhasil jika tidak dipromosikan dengan efektif. Branding yang kuat dapat meningkatkan daya tarik produk, sedangkan strategi pemasaran yang tepat dapat menjangkau target pasar yang diinginkan. Media sosial, situs web, dan kolaborasi dengan agen perjalanan adalah beberapa cara untuk memasarkan produk wisata. Evaluasi dan inovasi berkelanjutan merupakan langkah penting dalam desain produk pariwisata. Setelah produk diluncurkan, pelaku industri harus terus mengevaluasi kepuasan wisatawan dan mencari cara untuk meningkatkan kualitas produk. Tren wisata yang terus berubah juga memaksa pelaku industri untuk berinovasi dan menghadirkan pengalaman baru yang relevan dengan kebutuhan pasar. Jadi secara keseluruhan, desain produk industri pariwisata adalah proses yang kompleks namun sangat penting untuk menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas. Dengan menggabungkan elemen-elemen seperti daya tarik utama, kenyamanan, aksesibilitas, keberlanjutan, dan inovasi, produk wisata dapat memberikan kepuasan maksimal

kepada wisatawan sekaligus mendukung pertumbuhan industri pariwisata secara berkelanjutan. Desain yang tepat tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga memberikan dampak positif bagi masyarakat lokal, lingkungan, dan ekonomi destinasi wisata.

2.5. Industri pariwisata dan ekonomi kreatif

Industri pariwisata adalah sektor ekonomi yang mengelola dan memanfaatkan daya tarik suatu destinasi untuk menarik kunjungan wisatawan. Pariwisata tidak hanya berfokus pada perjalanan wisatawan, tetapi juga mencakup penyediaan berbagai layanan seperti akomodasi, transportasi, atraksi wisata, dan kebutuhan lainnya. Dalam konteks global, industri pariwisata telah berkembang menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar di dunia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, dan pembangunan daerah. Sebagai industri multidimensi, pariwisata melibatkan berbagai sektor, termasuk jasa transportasi, perhotelan, restoran, pemandu wisata, serta produk dan layanan yang mendukung aktivitas wisatawan. Oleh karena itu, industri ini sering disebut sebagai "industri tanpa asap" karena dampaknya yang luas terhadap ekonomi tanpa menciptakan polusi seperti industri manufaktur tradisional. Di tengah perkembangan ini, pariwisata juga semakin terkait erat dengan sektor ekonomi kreatif, sebuah bidang yang berfokus pada penciptaan nilai ekonomi dari ide, kreativitas, dan inovasi.

Ekonomi kreatif adalah sektor yang melibatkan aktivitas berbasis kreativitas, budaya, dan teknologi untuk menciptakan produk atau layanan yang memiliki nilai tambah. Dalam hal ini, industri pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki hubungan simbiotik, di mana keduanya saling mendukung. Pariwisata memberikan pasar yang besar bagi produk kreatif, sementara ekonomi kreatif membantu meningkatkan daya tarik pariwisata dengan menawarkan pengalaman yang unik dan autentik. Salah satu contoh nyata dari keterkaitan ini adalah dalam bidang wisata budaya. Destinasi wisata yang menawarkan pengalaman budaya, seperti seni tradisional, tari, kuliner khas, atau kerajinan lokal, sering kali melibatkan ekonomi kreatif.

Produk-produk kreatif seperti pakaian batik, ukiran kayu, hingga karya seni kontemporer menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan yang ingin membawa pulang souvenir yang autentik. Hal ini tidak hanya meningkatkan pendapatan sektor pariwisata tetapi juga memberdayakan masyarakat lokal yang terlibat dalam ekonomi kreatif.

Dalam konteks ekonomi kreatif, kuliner juga menjadi bagian yang sangat erat hubungannya dengan pariwisata. Setiap destinasi memiliki keunikan kuliner yang mencerminkan budaya dan identitas lokal. Melalui pengembangan ekonomi kreatif, berbagai inovasi dalam makanan tradisional dapat dilakukan, misalnya dengan penyajian yang lebih modern atau pengemasan yang menarik. Wisatawan tidak hanya datang untuk menikmati makanan tetapi juga untuk mengeksplorasi cerita dan proses kreatif di balik hidangan tersebut. Selanjutnya, festival dan acara seni adalah contoh lain dari kolaborasi antara industri pariwisata dan ekonomi kreatif. Festival musik, pameran seni, atau pertunjukan teater yang diselenggarakan di destinasi wisata dapat menarik ribuan wisatawan dari dalam dan luar negeri. Melalui kegiatan ini, sektor ekonomi kreatif mendapat platform untuk menunjukkan karya mereka, sementara industri pariwisata mendapat keuntungan dari peningkatan jumlah pengunjung yang memanfaatkan akomodasi, transportasi, dan layanan lainnya.

Kaitan ini juga terlihat dalam pariwisata berbasis komunitas, di mana masyarakat lokal diberdayakan untuk menciptakan pengalaman wisata yang otentik dan berbasis budaya. Program homestay, misalnya, menggabungkan pariwisata dengan ekonomi kreatif melalui pengenalan kehidupan sehari-hari masyarakat lokal kepada wisatawan, termasuk aktivitas seperti memasak makanan tradisional, belajar kerajinan tangan, atau mengikuti ritual adat. Dengan cara ini, pendapatan dari pariwisata tidak hanya mengalir ke pelaku besar tetapi juga ke komunitas lokal.

Ekonomi kreatif juga memberikan kontribusi dalam pengembangan desain destinasi wisata. Misalnya, pengembangan kawasan wisata sering kali melibatkan arsitek, desainer grafis, dan seniman

untuk menciptakan identitas visual yang menarik. Contoh nyatanya adalah mural di kawasan wisata perkotaan, seperti yang terlihat di Penang, Malaysia, atau di kampung warna-warni di Malang, Indonesia. Identitas visual ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan tetapi juga memperkuat citra destinasi di tingkat internasional.

Teknologi digital yang menjadi bagian dari ekonomi kreatif juga memiliki peran besar dalam industri pariwisata. Platform pemesanan online, aplikasi pemandu wisata berbasis augmented reality, hingga promosi destinasi melalui media sosial adalah hasil dari inovasi ekonomi kreatif. Teknologi ini mempermudah wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka dan memberikan pengalaman yang lebih interaktif saat berada di destinasi. Industri pariwisata dan ekonomi kreatif juga berkontribusi dalam mempromosikan keberlanjutan lingkungan dan budaya. Dengan mengintegrasikan prinsip keberlanjutan, kedua sektor ini dapat menciptakan produk dan pengalaman wisata yang ramah lingkungan dan mendukung pelestarian warisan budaya. Misalnya, pengembangan souvenir ramah lingkungan atau paket wisata edukasi yang mengajarkan tentang konservasi alam dapat memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat lokal.

Salah satu tantangan dalam hubungan antara pariwisata dan ekonomi kreatif adalah memastikan manfaat ekonomi tersebar merata, terutama bagi komunitas lokal. Pemerintah dan pelaku industri harus merancang strategi yang memastikan bahwa masyarakat lokal tidak hanya menjadi objek dalam pariwisata, tetapi juga menjadi subjek yang aktif berpartisipasi. Hal ini dapat dilakukan melalui pelatihan keterampilan, akses ke pasar, dan kolaborasi dengan pelaku ekonomi kreatif.

Dalam konteks global, negara-negara yang berhasil mengintegrasikan pariwisata dan ekonomi kreatif biasanya memiliki keunggulan kompetitif yang kuat. Contohnya adalah Korea Selatan, yang menggabungkan industri hiburan (K-pop, drama) dengan promosi pariwisata. Hal ini membuktikan bahwa kreativitas dapat

menjadi alat yang ampuh untuk menarik wisatawan sekaligus memperkuat citra nasional di mata dunia.

Di Indonesia, potensi integrasi pariwisata dan ekonomi kreatif sangat besar. Keberagaman budaya, kekayaan alam, dan warisan sejarah menjadi modal utama untuk mengembangkan produk pariwisata yang kreatif dan unik. Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menginisiasi berbagai program untuk mendukung kolaborasi ini, seperti pengembangan desa wisata, festival budaya, dan program digitalisasi UMKM kreatif. Namun demikian untuk mengoptimalkan kolaborasi ini, diperlukan koordinasi yang baik antara berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku industri, komunitas lokal, dan wisatawan itu sendiri.

Investasi dalam pendidikan, teknologi, dan infrastruktur kreatif juga diperlukan untuk mendukung perkembangan kedua sektor ini secara berkelanjutan. Hal ini menciptakan sinergi yang tidak hanya menguntungkan industri tetapi juga masyarakat secara keseluruhan. Oleh karena itu konsep industri pariwisata dan kaitannya dengan ekonomi kreatif merupakan kombinasi yang saling melengkapi dan memperkuat. Pariwisata menyediakan pasar yang besar untuk produk kreatif, sementara ekonomi kreatif meningkatkan daya tarik pariwisata dengan menawarkan pengalaman yang lebih kaya dan autentik. Kolaborasi ini bukan hanya peluang ekonomi tetapi juga alat untuk melestarikan budaya, memberdayakan masyarakat lokal, dan menciptakan keberlanjutan jangka panjang dalam pembangunan nasional.

BAB III

PARIWISATA BERKELANJUTAN

Berbicara tentang pariwisata berkelanjutan sebenarnya sejalan dengan konsep pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Hal ini dikarenakan dalam berbagai sektor pembangunan harus menerapkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan baik dalam setiap kebijakan maupun rencana pembangunan yang akan dilaksanakan. Adapun mengenai konsep pembangunan berkelanjutan dimunculkan pertama kali oleh *World Commission on Environment and Development Report* pada tahun 1987 dengan mendefinisikan *Sustainable Development* sebagai, *meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*". Oleh karena itu berdasarkan definisi tersebut, *World Tourism Organization* (WTO), telah menerapkannya pada sektor-sektor kepariwisataan dengan mengartikan pengembangan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) yaitu :

"Sustainable tourism development meets the needs of present tourists And host regions while protecting and enhancing opportunity for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, and biological diversity, and life support system."(Bappeda, 2015c).

Apabila di atas di singgung tentang pariwisata berkelanjutan sebenarnya jika berbicara tentang pariwisata berkelanjutan tidak lepas dari konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan. Adapun mengenai konsep pembangunan berkelanjutan menurut Dorcey dalam Picard (2006) adalah mencakup usaha untuk mempertahankan integritas dan diversifikasi ekologis, memenuhi kebutuhan dasar manusia, terbukanya pilihan bagi generasi yang akan datang, pengurangan ketidakadilan, dan peningkatan penentuan nasib sendiri bagi masyarakat setempat. Pendapat senada juga dikemukakan oleh

Djajadiningrat dalam Ardika (2007) yang mengatakan bahwa pembangunan berkelanjutan mengimplikasikan batas yang ditentukan oleh teknologi dan organisasi masyarakat serta oleh kemampuan kehidupan bumi menyerap dampak kegiatan manusia. Pariwisata dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, dan kebutuhan masyarakat lokal saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Dengan demikian dalam pembangunan berkelanjutan dalam tujuannya harus menganut pada tiga prinsip dasar, yaitu: (1) adanya kelangsungan ekologi; (2) kelangsungan sosial budaya; dan (3) kelangsungan ekonomi dimana pembangunannya mampu memenuhi kebutuhan masa kini tanpa mengurangi kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhannya. Jadi pembangunan berkelanjutan merupakan usaha untuk perbaikan dari kebijakan pembangunan yang sebelumnya dianggap buruk, Muharto (2020). Mengenai hal ini pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat memiliki kepentingan untuk merespon secara cepat paradigma berkelanjutan, karena pariwisata berkaitan dengan pemanfaatan sumber daya alam, sumber daya social budaya dan sumber daya manusia.

Apabila memperhatikan konsep dari pembangunan berkelanjutan sebagaimana dipaparkan di atas, sangat sejalan dengan pendapat Muharto (2020); Wall (1997); Swarbrooke (1999) yang mengatakan bahwa pariwisata berkelanjutan berakar pada paradigma pembangunan berkelanjutan. Adapun mengenai pariwisata berkelanjutan menurut World Tourism Organization (2005) mengartikan pariwisata berkelanjutan yaitu : *“Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, yhe industry, the environment and host communitis”*. Berdasarkan pengertian tersebut ada tiga hal penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu :

- 1) *Quality, sustainable tourism provides a quality experience for visitor, while improving the quality of the host community and protecting the quality of environment.* Dengan arti bahwa,

pariwisata berkelanjutan menyediakan kualitas bagi pengunjung, sementara kualitas juga berasal dari peningkatan kesejahteraan hidup masyarakat lokal dan perlindungan mutu lingkungan hidup.

- 2) *Continuity, sustainable tourism ensures the continuity of the natural resources upon which it based and the continuity of the cultural of the host community with satisfying experience for visitors.* Dalam arti bahwa pariwisata berkelanjutan menjamin adanya kontinuitas sumber daya alam serta kelestarian budaya masyarakat lokal (tuan rumah).
- 3) *Balance, sustainable tourism balances the need of the tourism industry, supporters of environment, and the local community.* Dengan arti bahwa, pariwisata berkelanjutan menyeimbangkan kelangsungan industri pariwisata dengan keberlanjutan lingkungan hidup.

(Sumber : WTO dalam Pujaastawa, 2005).

Dari pemaparan tentang konsep pembangunan berkelanjutan tersebut di atas ada tiga hal yang menjadi ciri pembangunan berkelanjutan yakni, kesatu memanfaatkan sumber daya alam secara optimal sesuai daya dukung sehingga tidak menimbulkan kerusakan; kedua menghormati sosial budaya masyarakat setempat, serta ketiga memastikan manfaat ekonomi yang berkelanjutan serta terdistribusi secara adil pada seluruh *stakeholders*. Pendapat senada mengenai pembangunan pariwisata berkelanjutan dikemukakan Burn dan Holden dalam Ardika (2001) yang menyebutkan ada beberapa prinsip dari pembangunan pariwisata berkelanjutan yakni : 1) menjaga kualitas lingkungan, 2) memberikan keuntungan bagi masyarakat lokal dan wisatawan, 3) menjaga hubungan antara pariwisata dengan lingkungan, 4) menjaga keharmonisan antara masyarakat lokal, kebutuhan wisatawan dan lingkungan, 5) menciptakan kondisi yang dinamis yang disesuaikan dengan *carrying capacity*, dan 6) semua *stakeholders* harus bekerja sama didasari oleh misi yang sama untuk merealisasikan pembangunan berkelanjutan. Sedangkan menurut *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO)

dalam Robert (2008) menyatakan bahwa dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan didasarkan pada beberapa prinsip yakni sebagai berikut :

- 1) Semua pemangku kepentingan pembangunan kepariwisataan harus menjaga lingkungan hidup;
- 2) Pemerintah mendorong semua bentuk pembangunan kepariwisataan yang dapat mengurangi penggunaan sumber daya yang langka;
- 3) Pengaturan perjalanan wisatawan dan pengunjung dari sisi waktu maupun ruang untuk pemeratakan pembagian waktu liburan guna mengurangi tekanan terhadap lingkungan hidup;
- 4) Infrastruktur kepariwisataan harus dirancang dan kegiatan kepariwisataan harus diprogramkan sedemikian rupa untuk melindungi warisan alam;
- 5) Wisata alam atau wisata ekologi untuk menjaga warisan alam dan menghormati penduduk setempat serta tetap memperhatikan daya dukung tempat

Sumber : UNWTO dalam Robert (2008).

Masih tentang pariwisata keberlanjutan, Ritchie and Crouch (2003) menyatakan bahwa keberlanjutan destinasi pariwisata dibangun melalui empat (4), dimana keempat pilar ini penting untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata seimbang dan bermanfaat baik untuk tujuan wisata maupun pengunjung. Adapun mengenai keempat pilar tersebut yakni sebagai berikut :

- 1) **Keberlanjutan ekonomi.** Pilar ini menekankan pentingnya pariwisata yang berkontribusi pada stabilitas ekonomi jangka panjang suatu destinasi. Ini harus menghasilkan pendapatan, pekerjaan, dan peluang bisnis bagi masyarakat lokal sambil memastikan bahwa manfaat finansial didistribusikan secara adil;
- 2) **Keberlanjutan lingkungan.** Aspek ini berfokus pada meminimalkan dampak negatif pariwisata terhadap lingkungan. Ini mendorong konservasi sumber daya alam, perlindungan ekosistem, dan pengurangan polusi dan limbah. Pariwisata

- berkelanjutan harus berupaya untuk mempertahankan kualitas dan ketersediaan sumber daya alam untuk generasi mendatang;
- 3) **Keberlanjutan Sosial-Budaya.** Pilar ini tentang melestarikan struktur sosial dan budaya dari komunitas tuan rumah. Ini melibatkan menghormati tradisi lokal, memastikan bahwa pariwisata tidak menyebabkan degradasi budaya, dan mempromosikan pemahaman dan toleransi antarbudaya, serta
 - 4) **Keberlanjutan secara politik.** Keberlanjutan secara politik yang dimaksudkan yaitu dalam pariwisata melibatkan penciptaan kerangka kebijakan yang mendukung praktik pariwisata berkelanjutan. Ini termasuk pembentukan sistem tata kelola yang efektif, penegakan regulasi, dan keterlibatan semua pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan.

Ritchie And Crouch (2003)

Untuk terciptanya suatu pembangunan pariwisata yang berkelanjutan ada berbagai hal yang harus diperhatikan seperti adat istiadat masyarakat sekitar, aspirasi masyarakat dengan adanya kawasan wisata tersebut maupun dari aspek dampak berdirinya daerah wisata tersebut. Oleh karena itu seluruh *stake holders* yang berhubungan langsung dengan dunia pariwisata terlibat dalam perencanaan pembangunan suatu obyek daerah tujuan wisata.

Masyarakat setempat, wisatawan, pengusaha (*investor*), biro perjalanan serta pemerintah daerah harus saling terpadu untuk berupaya secara maksimal mengembangkan potensi wisata yang memperhitungkan keuntungan dan manfaat rakyat banyak. Industri pariwisata yang berkembang dengan baik akan membuka kesempatan terciptanya peluang usaha, kesempatan berwiraswasta, serta terbukanya lapangan kerja yang cukup luas bagi penduduk setempat, bahkan masyarakat dari luar daerah. Oleh karena itu pembangunan pariwisata yang berkelanjutan memerlukan perhatian terhadap berbagai aspek agar tidak merusak lingkungan, budaya, dan ekonomi lokal atau dengan kata lain pembangunan pariwisata yang berkelanjutan adalah proses yang kompleks dan memerlukan pendekatan holistik untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan

saat ini dan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Kemudian dengan adanya destinasi pariwisata di suatu wilayah, maka akan dibangunnya berbagai sarana dan prasarana kepariwisataan di daerah tujuan wisata tersebut. Pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan di suatu daerah tujuan wisata memiliki dampak ekonomi yang signifikan, terutama dalam hal penciptaan lapangan kerja, sehingga secara keseluruhan, pembangunan sarana dan prasarana kepariwisataan dapat menjadi katalisator untuk pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja yang beragam, peningkatan pendapatan bagi pekerja dan pengusaha lokal, serta pengembangan keterampilan tenaga kerja. Ini juga seringkali mendorong investasi lebih lanjut dan pengembangan infrastruktur yang lebih luas, yang semuanya berkontribusi pada peningkatan kualitas hidup masyarakat setempat.

Untuk selanjutnya dari pengertian pengembangan wisata berkelanjutan sebagaimana dikemukakan di atas, telah menjadi acuan dan banyak banyak negara di seluruh belahan dunia dalam berbagai macam variasi. Dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan pada intinya menekankan pada 4 (empat) prinsip, sebagai berikut :

- 1) Secara lingkungan dapat berlanjut atau lestari (*environmentally sustainable*), artinya proses pembangunan kepariwisataan harus tanggap dan memperhatikan upaya-upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan (baik alam, buatan maupun sosial budaya), dan mampu mencegah dampak negatif yang dapat menurunkan kualitas lingkungan dan mengganggu keseimbangan ekologi;
- 2) Diterima secara sosial dan budaya (*socially and culturally acceptable*). Hal ini dalam proses pembangunan harus dapat diterima secara sosial dan budaya oleh masyarakat setempat. Oleh itu upaya-upaya pembangunan yang dilaksanakan harus memperhatikan nilai-nilai sosial-budaya dan nilai-nilai kearifan lokal yang dijunjung tinggi oleh masyarakat, dan bahwa dampak pembangunan tidak boleh merusak tatanan dan nilai-nilai sosial-budaya sebagai jati diri masyarakat;

- 3) Layak secara ekonomi (*economically viable*); artinya dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan harus diperhatikan apakah layak secara ekonomi dan menguntungkan. Oleh karenanya, pembangunan harus dilaksanakan secara efisien agar dapat memberikan manfaat ekonomi yang signifikan baik bagi pembangunan wilayah maupun peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal;
- 4) Memanfaatkan teknologi yang tepat (*technologically appropriate*). Prinsip keempat dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu harus bisa dilaksanakan secara efektif dan efisien dengan memanfaatkan sebesar-besarnya sumber daya lokal, dan dapat diadopsi masyarakat setempat secara mudah untuk proses pengelolaan yang berorientasi jangka panjang.

Apabila digambarkan mengenai keempat prinsip dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1. : Konsep pembangunan berkelanjutan
 Sumber : (Zaenuri, 2012)

Tujuan dari pembangunan pariwisata berkelanjutan yang didasarkan atas prinsip-prinsip tersebut yang bermuara pada 5 (lima) sasaran sebagai berikut (Fennel, 1999) : a). Terbangunnya pemahaman dan kesadaran yang semakin tinggi bahwa pariwisata dapat berkontribusi secara signifikan bagi pelestarian lingkungan dan

pembangunan ekonomi; b). Meningkatnya keseimbangan dalam pembangunan; c). meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat setempat; d). meningkatkan kualitas pengalaman bagi wisatawan; serta menjaga kelestarian lingkungan bagi generasi yang akan datang. Sedangkan pendekatan dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan meliputi aspek spatial entity, economis/business entity, social culture entity serta ecological and enviromen entity, sehingga entitas tujuan wisata berbasis pada hal yang menciptakan pengalaman, kualitas sumber daya dan kualitas hidup dengan memperhatikan aspek keunikan, originalitas serta aspek lokalitas.

Masih tentang pendekatan pariwisata berkelanjutan jika merujuk pada Permenpar No. 14 tahun 2016 tentang Pedoman Pariwisata Berkelanjutan, disebutkan bahwa kriteria destinasi pariwisata berke-lanjutan secara garis beras terbagi menjadi empat (4) bagian yakni :

1. Pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan.

Dalam pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan terdiri beberapa tahapan yakni :

- a) **Perencanaan** yang mencakup strategi destinasi yang berkelanjutan, pengaturan perencanaan serta standar keberlanjutan;
- b) **Pengelolaan** yang mencakup organisasi manajemen destinasi, pengelolaan pariwisata musiman, keselamatan dan keamanan, manajemen krisis dan kedaruratan serta promosi;
- c) **Pemantauan** atau monitoring yang mencakup monitoring, inventarsasi aset serta atraksi pariwisata;
- d) **Evaluasi** yang mencakup adaptasi perubahan iklim serta evaluasi kepuasan pengunjung.

2. Pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal.

Ada beberapa hal yang berkaitan dengan pemanfaatan ekonomi untuk masyarakat lokal kaitannya dengan pariwisata berkelanjutan ini yakni sebagai berikut :

- a) **Pemantauan ekonomi.** Kegiatan ini berupa pemantauan dan pengumpulan data terhadap kontribusi ekonomi secara langsung dan tidak langsung dari sektor pariwisata yang

dipublikasikan setiap tahunnya antara lain mengenai pengeluaran pengunjung, pendapatan per kamar hotel, ketenagakerjaan, dll;

- b) **Peluang kerja masyarakat lokal.** Hal ini sejalan dengan peraturan perundang-undangan yang mengatur perusahaan di destinasi pariwisata harus menyediakan lapangan pekerjaan, membuka peluang pelatihan, keselamatan kerja serta upah kerja yang adil untuk masyarakat sekitar kawasan wisata;
- c) **Partisipasi masyarakat,** dalam pengelolaan pariwisata memperhatikan partisipasi masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengambilan keputusan berkaitan dengan pengembangan destinasi pariwisata secara berkelanjutan;
- d) **Opini masyarakat lokal,** dalam pengelolaan destinasi pariwisata perlu memperhatikan opini atau pendapat dan aspirasi masyarakat sekitar destinasi pariwisata;
- e) **Ketersediaan akses bagi masyarakat lokal.** Dalam pengelolaan destinasi pariwisata harus dipastikan bahwa masyarakat lokal memiliki akses ke situs alam, budaya, sejarah, arkeologi, agama dan spiritual dimana destinasi pariwisata tersebut dibuka;
- f) **Edukasi Sadar wisata,** perlu adanya program sapta pesona yang dilakukan secara kontinyu pada masyarakat lokal yang terkena dampak pengembangan pariwisata untuk memberikan pemahaman tentang tantangan, peluang serta pentingnya aspek keberlanjutan dalam pariwisata;
- g) **Pencegahan eksploitasi,** perlu adanya publikasi pada masyarakat lokal yang berkaitan dengan peraturan dan perundang-undangan yang berkaitan dengan pencegahan komersialisasi, eksploitasi, pelecehan sosial atau bentuk pelanggaran lainnya terhadap anak-anak, remaja, perempuan serta kelompok minoritas lainnya;
- h) **Dukungan terhadap masyarakat,** dengan hadirnya destinasi pariwisata di suatu wilayah perlu adanya sistem yang mendorong perusahaan maupun pengunjung untuk memberikan kontribusi terhadap masyarakat lokal seperti

pembangunan infrastruktur, konservasi keanekaragaman, konservasi, keberlanjutan, dll.

- i) **Mendukung pengusaha lokal serta perdagangan yang adil**, dengan hadirnya destinasi pariwisata di suatu wilayah diharapkan adanya sistem dan program yang mendukung usaha mikro, kecil dan menengah pada rantai pariwisata agar dapat mempromosikan dan mengembangkan produk-produk lokal yang berkelanjutan dengan prinsip perdagangan yang adil. Adapun mengenai produk lokal tersebut meliputi makanan, minuman, kerajinan, seni pertunjukkan maupun pertanian.

3. Pelestarian Budaya Bagi Masyarakat dan Pengunjung.

Aspek ke 4 (empat) pariwisata berkelanjutan menurut Permenpar No. 14 Tahun 2016 yaitu :

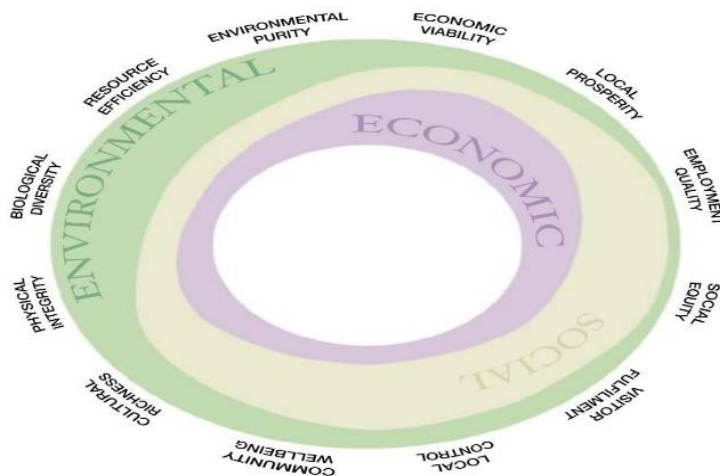
- a) **Perlindungan atraksi wisata**, dalam pariwisata berkelanjutan perlu adanya kebijakan dan sistem untuk mengevaluasi, merehabilitasi serta melestarikan situs alam dan budaya, termasuk warisan budaya dalam bentuk bangunan bersejarah, arkeologi serta pemandangan pedesaan atau perkotaan yang indah;
- b) **Pengelolaan pengunjung**, adanya sistem yang mengatur alur kunjungan pada kawasan destinasi wisata. Hal ini termasuk di dalamnya juga berkaitan dengan mekanisme untuk melestarikan serta meningkatkan aset alam dan budaya;
- c) **Perilaku pengunjung**, berkaitan dengan perilaku pengunjung ini perlu adanya suatu panduan yang jelas bagi pengunjung untuk berperilaku yang sesuai dan tepat terutama pada lokasi-lokasi yang sensitif. Misalnya pada destinasi wisata religi. Adapun panduan ini dirancang untuk meminimalkan dampak negatif dari pengunjung terhadap lokasi wisata yang sensitif serta sebaliknya akan memperkuat perilaku positif dari pengunjung pada saat berada di lokasi tersebut;
- d) **Interpretasi tapak**, artinya di kawasan destinasi wisata terdapat sarana yang menyediakan informasi bagi pengunjung, seperti booklet, leaflet, poster, brosur atau

pemandu wisata yang bisa memandu dan memberikan informasi pada para pengunjung;

- e) **Perlindungan kekayaan intelektual**, terdapatnya aturan, ketentuan maupun sistem yang jelas dalam memberikan perlindungan dan pelestarian hak kekayaan intelektual masyarakat dan individu.

4. Pelestarian Lingkungan

Aspek ke empat (4) dalam pariwisata berkelanjutan yakni berkaitan dengan masalah pelestarian lingkungan. Apabila memperhatikan panduan pariwisata berkelanjutan sebagaimana yang disebutkan oleh organisasi pariwisata dunia PBB (UNWTO) dari 12 tujuan pariwisata berkelanjutan yang digambarkan dalam sebuah lingkaran, aspek lingkungan memayungi 2 (dua) aspek besar lainnya yakni aspek sosial dan ekonomi, artinya setiap tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan selalu terkait dengan masalah lingkungan.



Gambar 3.2: Dua belas (12) tujuan pariwisata berkelanjutan
Sumber: UNWTO& GSTC, 2019; Teguh, 2020

Kemudian mengenai unsur-unsur dalam aspek lingkungan dalam pedoman pariwisata berkelanjutan antara lain :

- a) **Resiko Lingkungan**, dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan-an perlu adanya sebuah sistem yang dibentuk baik yang berupa kebijakan atau kearifan olokal yang berbentuk lembaga resmi atau tidak yang mampu mengurangi potensi

terjadinya hal-hal negatif yang berupa kerusakan lingkungan sebagai akibat pengembangan pariwisata. Adapun sistem ini juga mencakup upaya pencegahan dan penang-gulangan jika terjadi kerusakan lingkungan;

- b) Perlindungan lingkungan sensitif**, kaitannya dengan pelestarian pada destinasi pariwisata, perlu adanya sistem yang memonitor dampak pariwisata terhadap lingkungan, ekosistem, spesies dan konservasi habitat, serta pencegahan masuknya spesies yang bersifat merusak;
- c) Perlindungan alam liar**, adanya sistem yang memastikan kepatuhan destinasi terhadap hukum lokal, nasional maupun internasional serta standar untuk menangkap, memanen, memamerkan atau menjual tumbuhan maupun satwa liar dan langka;
- d) Pengelolaan air**, dalam konteks pelestarian lingkungan pada kawasan wisata perlu adanya sistem yang memantau tentang penggunaan, keamanan serta kualitas air;
- e) Penanganan limbah**, perlu adanya sistem yang jelas yang berkaitan dengan penanganan limbah cair, limbah padat maupun yang berkaitan dengan polusi suara maupun cahaya di kawasan wisata;
- f) Tersedianya transportasi ramah lingkungan**, perlu mendorong digunakannya alat transportasi yang efisien dan ramah lingkungan, baik transportasi publik maupun transportasi aktif.

Sumber : Permenpar RI No. 14 tahun 2016.

Jadi dengan demikian pariwisata yang berkelanjutan adalah pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan sekarang dan yang akan datang, menjawab kebutuhan pengunjung, industri (pariwisata), lingkungan dan masyarakat. Lebih jauh, pariwisata yang berkelanjutan adalah pariwisata yang dapat menciptakan hubungan yang seimbang dan harmonis di antara tiga elemen pariwisata yaitu kualitas pengalaman

wisatawan, kualitas sumberdaya pariwisata, dan kualitas hidup masyarakat setempat . Terdapat beberapa prasyarat yang dapat dipenuhi untuk mewujudkan pariwisata budaya yang berkelanjutan atau setidaknya lebih berkelanjutan. Prasyarat tersebut terbagi berdasarkan masing-masing elemen dalam sistem pariwisata budaya diantaranya adalah pembangunan yang mendukung fasilitas dan aktivitas budaya, hubungan yang sinergis antara setiap pemangku kepentingan dalam industri pariwisata, komitmen jangka panjang terhadap destinasi, pariwisata menghasilkan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat, kualitas pengalaman wisata yang baik

Lebih jauh tentang pariwisata berkelanjutan Gunawan dan Ortis (2012) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan jika direncanakan dan dikelola dengan baik dapat secara langsung dan positif berkontribusi terhadap pencapaian tujuan pembangunan milenium Indonesia, termasuk pengurangan kemiskinan, pembangunan perdesaan, pelestarian budaya dan masyarakat, kesetaraan gender, perlindungan lingkungan, mitigasi perubahan iklim dan memperlihatkan dampak yang bermanfaat terhadap mitigasi perubahan iklim. Untuk memperoleh manfaat dari berbagai keterkaitan positif ini, diperlukan transisi ekonomi yang berkeadilan menuju pembangunan yang rendah karbon, yang tak berpengaruh mengubah iklim (*climate resilient*), dan ramah lingkungan di Indonesia dengan pandangan kepada pekerjaan layak yang ramah lingkungan, termasuk pendidikan dan kesadaran para pemberi kerja/majikan, pekerja, komunitas tuan rumah dan wisatawan, dengan pemerintah daerah berada di garis depan.

BAB IV

PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA

4.1. Sistem kepariwisataan

Sistem kepariwisataan pariwisata merupakan sesuatu yang bersifat kompleks dan membentuk suatu sistem yang di dalamnya ada sub-sub sistem. Sebagaimana yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa pariwisata meliputi pergerakan manusia, barang, dan jasa yang terkait dengan organisasi, hubungan-hubungan kelembagaan, dan individu, kebutuhan layanan, penyediaan kebutuhan layanan dll. Unsur-unsur itu merupakan subsistem yang saling terkait dalam sebuah kaitan fungsional yang membentuk sebuah sistem. Dengan demikian sistem pariwisata terdiri dan beberapa sub sistem. Adapun mengenai sub-sub sistem tersebut menurut Tjokrowinoto (1999) meliputi aspek permintaan, penawaran, dan lingkungan atau konfigurasi.

Aspek permintaan dan penawaran menurut Tjokrowinoto (1999) merupakan salah satu komponen system pariwisata. Pendapat senada juga dikemukakan oleh Kusworo (2006) yang mengatakan bahwa dalam sistem perencanaan strategis pariwisata, sub-sistem penawaran hakekatnya adalah merupakan reaksi dari permintaan orang akan kebutuhan pariwisata yang disebut sebagai wisatawan. Permintaan wisatawan muncul karena mereka mempunyai motivasi, preferensi dan ekspektasi pada daya tarik wisata tertentu. Motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata biasanya disebabkan keinginan akan keluar dari rutinitas mencari sesuatu yang tidak bisa didapatkan di sekelilingnya, disamping itu juga untuk mencari pengalaman baru, suasana baru dan menghilangkan kepenatan setelah sekian lama bekerja. Dari motivasi itulah wisatawan mencari tempat-tempat yang cocok sesuai dengan apa yang menjadi tujuannya bisa memilih destinasi wisata alam, budaya, buatan atau minat khusus. Dari berbagai preferensi yang ada tersebut maka wisatawan akan mempunyai ekspektasi tertentu untuk memuaskan perjalanan

wisatanya, ekspektasi dapat berupa pelayanan, fasilitas, dan tentu saja eksotisme dari destinasi wisata yang dituju.

Permintaan wisata, unsur pokoknya adalah wisatawan dan masyarakat sebagai pelaku pariwisata. Lebih jauh dari sisi permintaan menurut Zaenuri (2012) dapat dilihat dari beberapa aspek yakni sebagai berikut :

- 1) Wisatawan nusantara. Untuk wisatawan nusantara ini juga dapat dilihat dari beberapa kategori yakni bisa dilihat dari jarak atau radius wisatawan dengan ODTW seperti jarak radius 90km serta yang memiliki jarak radius 90-200km; dilihat dari kedatangannya apakah ODTW tersebut menjadi tujuan akhir atau hanya lewat untuk menuju ke ODTW lain); dilihat dari lamanya tinggal atau menginap di ODTW seperti menginap 1-2 malam; menginap lebih dari 2 malam;
- 2) Wisatawan Asing atau Mancanegara. Untuk wisatawan asing juga bisa dilihat beberapa kategori seperti lamanya kunjungan ke ODTW, jarak perjalanan, asal negara, dll;
- 3) Motivasi kunjungan wisatawan. Motivasi ini dapat menjadi indikator mengenai produk pariwisata yang diinginkan. Berkaitan dengan hal ini maksud dan tujuan wisatawan ke ODTW ingin melakukan wisata dengan motivasi alam, budaya, kesehatan, kunjungan keluarga, keagamaan; bisnis, konferensi, penelitian, dll;
- 4) Kelompok demografis. Mengenai permintaan wisatawan juga dilihat dari aspek demografis yang meliputi jenis kelamin, kelompok usia, kelompok pekerjaan atau profesi, kelompok penghasilan, dll;
- 5) Kelompok Psychografis. Selain dari kelompok demografis permintaan wisatawan juga bisa dilihat dari aspek psychografis. Adapun yang termasuk kelompok ini meliputi , gaya hidup, status sosial dalam masyarakat, selera, dll.

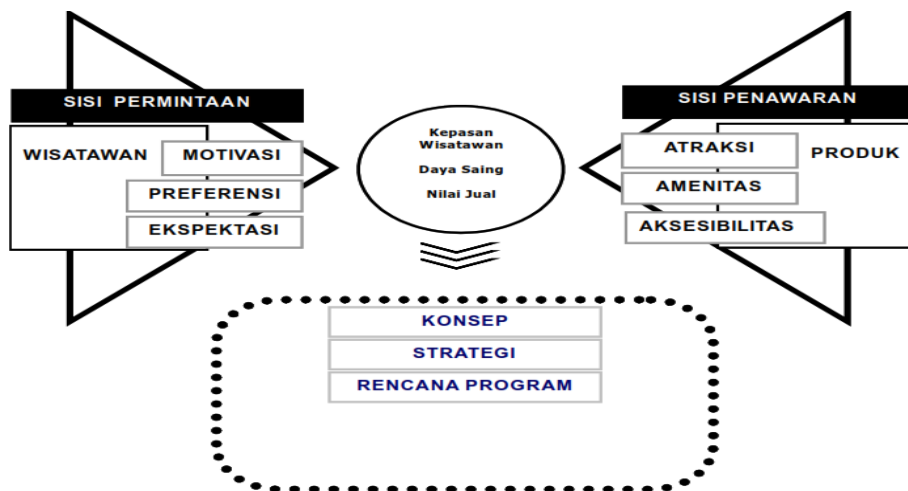
Dari permintaan yang berupa motivasi, preferensi dan ekspektasi tersebut maka terjadilah hukum ekonomi berupa tersedianya penawaran wisata. Penawaran wisata, yaitu produk wisata yang berupa barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan

keinginan wisatawan. Penawaran yang berupa produk wisata biasanya menyangkut atraksi wisata, amenitas/akomodasi dan aksesibilitas. Atraksi wisata merupakan pertunjukan atau atraksi yang unik dan menjadi preferensi dari para wisatawan dan akhirnya bisa memuaskan apa yang diinginkan oleh wisatawan tersebut, sedangkan amenitas merupakan sarana pendukung untuk terselenggaranya atraksi wisata dan bisa dalam bentuk sarana wisata, dan aksesibilitas adalah bagaimana cara untuk bisa mencapai tujuan dari destinasi wisata. Adapun mengenai kelompok atraksi, bisa berupa atraksi alam, budaya maupun yang berupa karya manusia baik yang terikat tempat maupun yang tidak terikat tempat; Kelompok aksesibilitas, yang tercermin dalam berbagai fasilitas antara lain angkutan (darat, laut, udara, danau, sungai), izin-izin berkunjung (kebijakan visa, izin masuk daerah yang dilindungi (*protected area*) seperti suaka alam, suaka margasatwa, suaka budaya, situs sejarah, dan sebagainya. Sedangkan yang menyangkut kelompok akomodasi diantaranya meliputi tempat berteduh, tempat tinggal, sarana konferensi dan pameran, sarana ibadah, sarana hidangan (restoran, cafe, bar dan sejenisnya).

Dengan adanya transaksi antara permintaan dan penawaran perlu dikelola dengan baik agar terjadi keseimbangan antara permintaan dan penawaran, keseimbangan atau tidak terjadinya kesenjangan antara permintaan dan penawaran akan terwujudnya kepuasan wisatawan dan meningkatkan daya saing serta nilai jual. Keseimbangan itu tidak mudah untuk diwujudkan kalau tidak ada strategi yang tepat untuk mengelolanya. Subsistem berikutnya untuk mengelola keseimbangan tersebut adalah sistem perencanaan strategis, dimana dalam sistem ini mengacu pada konsep kepariwisataan yang jelas dan ditindaklanjuti oleh program-program yang menyeluruh dan mengena seluruh stakeholders kepariwisataan. Selain ketiga subsistem tersebut ada dua subsistem lagi yaitu pasar & kelembagaan pariwisata dan pelaku pariwisata (Damanik, 2007).

Pasar dan kelembagaan pariwisata yang memfasilitasi berlang-sungnya/terlaksananya kegiatan pariwisata sedangkan pelaku pariwisata yang menggerakkan ketiga unsur tadi, yakni wisatawan,

industri pariwisata, pemerintah, dan lembaga swasta yang mendukung terjadinya kegiatan pariwisata. Dari segi kelembagaan ini dapat dikelompokkan menjadi : Pemerintah selaku penentu, pengatur, pembina dan penyelenggara kebijakan umum (*public policy*) yang memberikan jasa atau layanan kebutuhan umum (*public services*), termasuk layanan keperluan penyelenggaraan pariwisata seperti pelayanan informasi pariwisata, penyelenggara usaha pariwisata yang menyediakan jasa atau layanan khusus kebutuhan wisatawan, masyarakat pada umumnya, berupa sikap dan perilaku masyarakat, termasuk dalam hal ini para pengusaha barang dan jasa kebutuhan masyarakat secara umum . Apabila digambarkan mengenai sub sistem pariwisata tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini :



Gambar 4.1. : Keterpaduan sisi permintaan dan sisi penawaran
Sumber : Kusworo dalam (Zaenuri, 2012)

Masih tentang aspek permintaan dan penawaran. Menurut Yoeti (2016) dalam perspektif industry pariwisata permintaan dibagi menjadi dua yaitu : 1) permintaan potensial (*potensial demand*) yakni permintaan sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu akan melakukan perjalanan wisata; 2) permintaan aktual (*actual demand*) yaitu permintaan sejumlah orang-orang yang

sebenarnya berkunjung secara nyata pada suatu ODTW. Namun demikian aspek permintaan ini baik permintaan potensial maupun permintaan aktual sebenarnya sangat tergantung pada tingkat kemakmuran dan kesejahteraan suatu masyarakat. Hal ini artinya semakin tinggi tingkat kemakmuran dan kesejahteraan akan berpeluang seseorang melakukan perjalanan wisata. Selain itu juga perjalanan wisata seseorang terhadap suatu ODTW dipengaruhi banyak factor, namun paling tidak ada enam faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan perjalanan pariwisata yakni : 1) tersedianya dana atau anggaran bersiah (*disposable personal income*), 2) tersedianya waktu senggang (*leisure time*), 3) dukungan kemajuan teknologi (*technology*) dalam perjalanan wisata, 4) tanggungan keluarga (*size of family*) yakni semakin kecil jumlah keluarga yang dimiliki akan semakin besar kemungkinan keluarga tersebut melakukan perjalanan wisata, 5) faktor keamanan (*security*), serta 6) faktor jarak tempuh wisatawan ke ODTW (*accessibility*).

Dalam mengkaji tentang aspek permintaan menurut Yoeti (2016) ada dua acara analisis permintaan (*demand analysis*) yang bisa dilakukan yakni secara kuantitatif maupun secara kualitatif. Adapun analisis permintaan secara kualitatif dilakukan dengan melihat beberapa hal sebagai berikut :

- 1) Berapa banyak wisatawan yang datang ke ODTW ?
- 2) Berasal dari mana wisatawan datang ;
- 3) Motivasi atau yang menjadi daya tarik wisatawan berkunjung ke ODTW ?
- 4) Kendaraan apa yang digunakan wisatawan dalam melakukan kunjungan ke kawasan ODTW?
- 5) Berapa lama wisatawan tinggal di ODTW ?
- 6) Akomodasi yang diguanakn wisatawan ?
- 7) Bagaimana pengeluaran uang oleh wisatawan selama melakukan kunjungan ke ODTW ?
- 8) Bentuk pelayanan yang diperlukan wisatawan selama melakukan kunjungan ke ODTW ?

Kemudian untuk analisis permintaan (*demand analysis*) secara kuantitatif dapat dilakukan dengan melihat beberapa hal yakni sebagai berikut :

- 1) Jenis kelamin wisatawan;
- 2) Jumlah tanggungan keluarga wisatawan;
- 3) Rata-rata pendapatan wisatawan;
- 4) Tingkat/taraf hidup wisatawan yang datang;
- 5) Kelas sosial wisatawan.

Menurut Yoeti (2012) aspek penawaran dalam industri pariwisata jauh berbeda dengan penawaran pada barang atau produk dari industri manufaktur lainnya. Adapun mengenai perbedaan ini dapat dilihat dari sifat atau karakternya produk industri pariwisata yang sangat kompleks. Apalagi jika merujuk pada konsep industri pariwisata yakni perusahaan- yang memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan, maka unsur-unsur penawaran dalam industri pariwisata yaitu :

- 1) Transportasi seperti pesawat terbang, kereta api, bis, taxi, dll;
- 2) Akomodasi yakni yang menyangkut tempat pengunapan seperti hotel, pondokan, apartemen, tempat camping, dll;
- 3) Restoran, yakni tempat makan wisatawan;
- 4) Objek wisata yakni tempat wisata baik yang bersifat wisata alam, wisata budaya maupun wisata buatan;
- 5) Atraksi wisata yakni pertunjukkan yang disediakan dalam pertunjukkan wisata misalnya tarian, upacara adat, seni tradisional, dll;
- 6) Hiburan seperti pertunjukkan musik, film, dll.

4.2. Pengembangan kepariwisataan

Sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya industri pariwisata merupakan salah satu sektor andalan dalam mendukung keberlangsungan pembangunan suatu negara termasuk di Indonesia. Hal ini dikarenakan industri pariwisata merupakan salah satu sektor yang selain menjadi sektor penghasil devisa negara terbesar, dapat meningkatkan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat juga menjadi sektor yang penggerak bagi sektor-sektor produktif lainnya. Untuk mendorong sektor industri pariwisata terus berkembang dan pihak pemerintah daerah serta pelaku industri pariwisata terus mengembangkan objek dan tujuan wisata (ODTW) yang ada serta

menggali kawasan wisata potensial lainnya diperlukan adanya perencanaan dalam pengembangan kepariwisataan di suatu wilayah.

Perencanaan sebuah destinasi merupakan hal yang penting karena tanpa adanya perencanaan disebuah destinasi dapat menyebabkan kerusakan ekonomi, sosio-budaya dan lingkungan yang permanen. Selain itu juga penggunaan kawasan destinasi tanpa perencanaan yang sesuai atau tepat dapat membuka potensi bencana. Berbagai bukti empiris diseluruh dunia menunjukkan bahwa model pariwisata yang berhasil adalah destinasi yang menerapkan konsep pariwisata. Oleh karena dmeikian perencanaan pariwisata merukan sebuah aktivitas penting untuk setiap destinasi pariwisata, (Shinha, 1997; Cahyadi, 2019).

Dalam mengkaji tentang kegiatan kepariwisataan ada baiknya perlu dijelaskan terlebih dahulu tentang konsep pariwisata, industri pariwisata dan produk industri pariwisata. Menurut Yoeti (2016) pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain; dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetpai semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam. Sedangkan indutri pariwisata masih menurut Yoeti (2016) diartikan sebagai serangkaian perusahaan yang satu sama lain terpisah, sangat beraneka ragam dalam skala, fungsi, lokasi dan bentuk organisasi, namun mempunyai kaitan fungsional terpadu dalam menghasilkan berbagai barang atau jasa bagi kepentingan kebutuhan wisatawan dalam perjalanan dan keperluan lainnya yang berkaitan atau dengan kata lain perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan langsung kepada wisatawan.

Kemudian mengenai pengertian produk industri pariwisata adalah aneka ragam jasa dan kebutuhan wisatawan seperti paket wista, pelayanan, makanan dan minuman, dll yang ditawarkan secara terpisah oleh masing-masing bidang usaha, namun mempunyai kaitan fungsional terpadu dalam rangka memuaskan seluruh pengalaman wisatawan. Pengertian lain tentang produk industry pariwisata adalah keseluruhan bentuk pelayanan yang dinikmati wisatawan, semenjak

ia meninggalkan tempat kediaman dimana biasanya tinggal, selama di ODTW (Objek Dan Tujuan Wisata) atau kota yang dikunjungi sehingga kembali ke kota tempat ia tinggal semula.

Masih berbicara tentang industri pariwisata menurut Yoeti (2016) ada tiga unsur penting yang membentuk produksi industri pariwisata yaitu :

- 1) *Accessibilities of the destinations*. Pengertian aksesibilitas dalam konteks pariwisata adalah termasuk airport, jalan raya, dll;
- 2) *Facilities of destinations* : yaitu semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk memenuhi selama kebutuhan selama tinggal atau berkunjung pada suatu DTW seperti hotel, rumah makan, café, souvenir shop. Perusahaan-perusahaan inilah yang memberikan pelayanan mereka bila datang berkunjung ke DTW;
- 3) *Attraction of destination* : yakni semua objek dan atraksi sebagai daya tarik mengapa wisatawan mau datang dan berkunjung ke suatu DTW tersebut. Termasuk dalam kelompok ini natural resources, cultural resources atau theme park, sport atau events.

Sumber : Yoeti, 2016.

Untuk membahas tentang perencanaan dan pengembangan pariwisata, ada baiknya dijelaskan juga mengenai konsep perencanaan. Menurut Wardiyanto (2011) perencanaan memiliki beberapa pengertian sebagai berikut :

- 1) Perencanaan adalah suatu proses mempersiapkan secara sistematis kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Oleh karena itu pada hakekatnya terdapat pada setiap jenis usaha manusia;
- 2) Perencanaan merupakan suatu upaya penyusunan program baik program yang sifatnya umum maupun yang spesifik, baik jangka pendek maupun jangka panjang;
- 3) Perencanaan sebagai analisis kebijakan (planning as policy analysis) yaitu, merupakan tradisi yang diilhami oleh logika.

Masih tentang perencanaan, Zaenuri (2012) menyatakan bahwa perencanaan pada dasarnya adalah penetapan alternatif, yaitu menentukan bidang-bidang dan langkah-langkah perencanaan yang

akan diambil dan berbagai kemungkinan bidang dan langkah yang ada. Bidang dan langkah yang diambil ini tentu saja dipandang sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, sumber daya yang tersedia dan mempunyai resiko yang sekecil-kecilnya. Oleh sebab itu, dalam penentuannya timbul berbagai bentuk perencanaan yang merupakan alternatif-alternatif ditinjau dan berbagai sudut, antara lain :

- 1) Dari segi jangka waktu, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan jangka pendek (1 tahun), dan (b) perencanaan jangka panjang (lebih dan 1 tahun);
 - 2) Dari segi luas lingkungannya, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan nasional (umumnya untuk mengejar keterbelakangan suatu bangsa dalam berbagai bidang), (b) perencanaan regional (untuk menggali potensi suatu wilayah dan mengembangkan kehidupan masyarakat wilayah itu), dan (c) perencanaan lokal, misalnya; perencanaan kota (untuk mengatur pertumbuhan kota, menertibkan penggunaan tempat dan memperindah corak kota) dan perencanaan desa (untuk menggali potensi suatu desa serta mengembangkan masyarakat desa tersebut);
 - 3) Dari segi bidang kerja yang dicakup, dapat dikemukakan antara lain Industrialisasi, agraria (pertanian), pendidikan, kesehatan, pertanian, pertahanan dan keamanan, dan lain sebagainya;
 - 4) Dari segi tata jenjang organisasi dan tingkat kedudukan manajer, perencanaan dapat dibedakan: (a) perencanaan haluan policy planning, (b) perencanaan program (program planning) dan (c) perencanaan langkah operational planning,
- Sumber : Zaenuri, 2012.

Aspek perencanaan dalam kegiatan pariwisata merupakan hal yang penting. Pendapat ini juga diamini oleh Yoeti (2016) yang menyatakan bahwa pengembangan pariwisata sebagai suatu industri perlu dipertimbangan dalam berbagai aspek karena pariwisata sebagai industri tidak berdiri sendiri tetapi kaitannya dengan berbagai aspek lain seperti sektor ekonomi, sosial dan budaya yang hidup dalam masyarakat. Oleh karena itu jika kegiatan pariwisata yang dilakukan tidak dengan perencanaan yang baik dan matang akan

berjalan tidak terarah dan tidak terencana serta akan memberikan dampak yang negatif seperti mematikan sektor-sektor lain yang sudah dibangun dan dikembangkan selama ini. Berkaitan dengan hal ini juga dalam Undang-undang nomor 9 tahun 2010 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa setiap daerah wajib membuat rencana induk pembangunan kepariwisataan daerah. Selanjutnya dipertegas lagi dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025 yang dapat dijadikan sebagai pedoman dan acuan dalam penyusunan rencana induk pengembangan kepariwisataan di daerah.

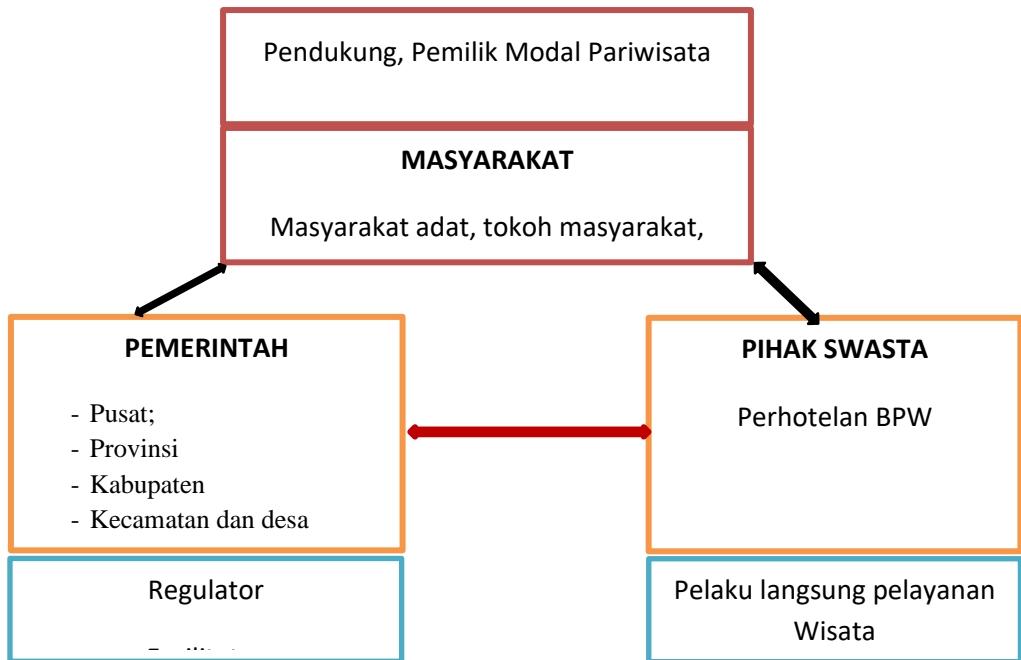
Perencanaan perlu dilaksanakan supaya pembangunan pariwisata dapat berlangsung secara efektif dan berkelanjutan, serta memberikan manfaat secara optimal serta dampak yang ditimbulkan dapat diminimalisir. Selain itu juga dengan adanya perencanaan ini pihak-pihak yang terkait dengan pengembangan pariwisata akan memperoleh berbagai keuntungan. Bagi pemerintah dengan adanya perencanaan pariwisata ini akan mempermudah dalam mengkomunikasikan gagasan, maksud serta tujuan pengembangan pariwisata pada masyarakat dan stakeholders lainnya. Sedangkan bagi masyarakat dengan adanya perencanaan pariwisata ini untuk menyamakan persepsi serta untuk menumbuhkan komitmen dalam mendukung pengembangan pariwisata di wilayahnya. Sedangkan bagi industri adanya perencanaan ini dapat memberikan kesempatan bagi pihak manajemen untuk mengontrol, mengevaluasi dan memperbaiki perkembangan industri. Berkaitan dengan perencanaan pariwisata pesisir di wilayah selatan Kabupaten Tasikmalaya dapat dikatakan bahwa aspek perencanaan sangatlah krusial untuk mencapai tujuan yang berkelanjutan., karena dengan adanya perencanaan yang matang akan membantu dalam pelestarian lingkungan pesisir yang rentan terhadap kerusakan akibat aktivitas manusia. Selain itu juga dengan rencana yang baik, dapat diidentifikasi area-area sensitif yang harus dijaga dan dilestarikan, serta metode yang tepat untuk mengelola sampah, air, dan energi secara berkelanjutan.

Adanya perencanaan yang baik dapat memastikan bahwa infrastruktur pariwisata seperti akomodasi, transportasi, dan fasilitas umum lainnya dapat dikelola dengan efisien, sehingga meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan memastikan pengalaman wisata yang berkualitas bagi pengunjung. Selain itu juga perencanaan yang baik penting untuk meningkatkan potensi ekonomi dan sosial di wilayah tersebut. Oleh karena itu dengan perencanaan yang tepat, pengembangan pariwisata dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi masyarakat setempat. Ini dapat menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan rumah tangga, dan mempromosikan kerajinan lokal serta produk makanan dan minuman khas daerah.

Menurut Pitana dalam Zaenuri (2012) secara umum insan pariwisata dikelompokkan ke dalam tiga pilar utama yaitu : (1) masyarakat, (2) swasta serta (3) pemerintah. Adapun yang termasuk masyarakat yaitu masyarakat umum yang ada pada kawasan destinasi wisata, sebagai pemilik sah dan berbagai sumberdaya yang merupakan modal pariwisata, seperti kebudayaan. Selain itu juga yang termasuk masyarakat ini adalah tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM serta media massa. Komponen swasta disini diartikan sebagai asosiasi usaha pariwisata, para pengusaha serta industri yang terkait dengan kegiatan pariwisata. Pemerintah dalam konteks ini adalah pemerintah pusat, kabupaten, kecamatan dan desa.

Pemerintah sebagai pemilik otoritas kewilayahan suatu daerah/negara, memiliki peran sangat penting dan strategis dalam pengembangan pariwisata, yakni sebagai pihak yang memiliki kewenangan dalam masalah pembuatan kebijakan-kebijakan yang terkait dengan pengembangan pariwisata, misalnya dalam hal pengaturan penggunaan lahan dan penyediaan berbagai infrastruktur yang digunakan untuk mendukung pengembangan pariwisata. Kerjasama antara ketiga komponen tersebut di atas dapat membantu menciptakan pengalaman wisata yang kaya, meningkatkan perekonomian lokal, dan memastikan konservasi sumber daya alam dan budaya untuk generasi mendatang. Seimbangny kontribusi dari masyarakat, swasta, dan pemerintah dapat mengoptimal-kan manfaat

pariwisata dan mengurangi dampak negatifnya. Adapun mengenai tiga pilar ini jika digambarkan adalah sebagai berikut :



Gambar 4.2 : Sektor pariwisata dalam tiga pilar
Sumber : Zaenuri, 2012

Masih tentang perencanaan pariwisata Inskeep (1991:29) menyebutkan bahwa ada beberapa pendekatan dalam melakukan perencanaan pariwisata, diantaranya :

- 1) *Continous incremental, and Flexible Approach*, dimana perencanaan dilihat sebagai proses yang akan terus berlangsung didasarkan pada kebutuhan dengan memonitor feed back yang ada.
- 2) *System approach*, dimana pariwisata dipandang sebagai hubungan sistem dan perlu direncanakan seperti dengan tehnik analisa sistem.
- 3) *Comprehensive approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem diatas, dimana semua aspek dari pengembangan pariwisata termasuk didalamnya institusi elemen dan

lingkungan serta implikasi sosial ekonomi, sebagai pendekatan holistik.

- 4) *Integrated approach*, berhubungan dengan pendekatan sistem dan keseluruhan dimana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem dan keseluruhan dimana pariwisata direncanakan dan dikembangkan sebagai sistem yang terintegrasi dalam seluruh rencana dan total bentuk pengembangan pada area.
- 5) *Environmental and sustainable development approach*, pariwisata direncanakan, dikembangkan, dan dimanajementi dalam cara dimana sumber daya alam dan budaya tidak mengalami penurunan kualitas dan diharapkan tetap dapat lestari sehingga analisa daya dukung lingkungan perlu diterapkan pada pendekatan ini
- 6) *Community approach*, pendekatan yang didukung dan dikemukakan juga oleh Peter Murphy (1991) menekankan pada pentingnya memaksimalkan keterlibatan masyarakat lokal dalam perencanaan dan proses pengambilan keputusan pariwisata, untuk dapat meningkatkan yang diinginkan dan kemungkinan, perlu memaksimalkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan manajemen yang dilaksanakan dalam pariwisata dan manfaatnya terhadap sosial ekonomi.
- 7) *Implementable approach*, kebijakan pengembangan pariwisata, rencana, dan rekomendasi diformulasikan menjadi realistis dan dapat diterapkan, dengan tehnik yang digunakan adalah tehnik implementasi termasuk pengembangan
- 8) *Application of systematic planning approach*, pendekatan ini diaplikasikan dalam perencanaan pariwisata berdasarkan logika dari aktivitas/kegiatan.

Dalam perencanaan pariwisata sebenarnya melibatkan dua sektor sektor publik dan sektor swasta. Untuk sektor publik biasanya perencanaan sebagian besar dilakukan oleh tingkat pemerintahan daerah. Adapun mengenai perencanaan disektor publik ini biasanya meliputi aspek ekonomi dan sosial, kebijakan penggunaan tanah dan kontrol zonasi, masalah lingkungan, pembangunan infrastruktur, kerja keprihatinan serta penyediaan layanan publik. Sedangkan perencanaan pariwisata oleh sektor swasta biasanya yang bersangkutan dengan tujuan investasi yang melibatkan berbagai aspek

pengembangan produk, bangunan dan desain, keuangan kelayakan, pemasaran, manajemen dan operasional.

Kemudian jika dilihat dari prosesnya dalam melakukan perencanaan pariwisata ada beberapa hal yang dilakukan seperti : 1) Melakukan antisipasi terhadap dampak yang mungkin timbul sebagai akibat pembangunan kawasan wisata serta permasalahan sumber daya yang akan dihadapi; 2) melakukan analisis dalam merespon terhadap berbagai perkembangan dan pangsa pasar serta strategi dalam menghadapi kompetitor lain yang memiliki ODTW yang sama; 3) menyiapkan strategi dalam menjaga stabilitas serta prediktabilitas terhadap perkembangan pariwisata secara keseluruhan di suatu daerah. Adapun dalam proses perencanaan kepariwisataan menurut Yoeti (2016) hendaklah didasarkan pada dua tingkat preliminary survey yakni melakukan survey secara rinci mengenai sifat dan bentuk pengembangan yang direncanakan, terutama dalam sumber-sumber potensial dalam kepariwisataan; serta meneliti dan mempelajari konsumen (wisatawan) di masa yang akan datang atas dasar survey dan pandangan jauh ke depan.

Berdasarkan tahapan tersebut di atas selanjutnya Yoeti (2016) menguraikan kedalam tahapan sebagai berikut : 1) Melakukan inventarisasi mengenai semua fasilitas yang tersedia dan potensi yang dimiliki; 2) Menaksir pasaran pariwisata dan mencoba melakukan proyeksi lalu lintas wisatawan pada masa yang akan datang; 3) Memperhatikan di daerah belahan dunia mana permintaan (*demand*) adalah lebih besar dari pada persediaan atau penawaran (*supply*); 4) Melakukan penelitian kemungkinan perlunya penanaman modal baik modal dalam negeri maupun modal asing; 5) Melakukan perlindungan terhadap kekayaan alam yang dimilikikan memelihara warisan budaya bangsa serta adat istiadat suatu bangsa yang ada.

Kemudian mengenai pengertian pengembangan pariwisata menurut Suwantoro dalam Zaenuri (2012) pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan suatu menjadi maju, baik, sempurna dan berguna.. Sedangkan mengenai tujuan utama pengembangan pariwisata menurut Yoeti (2016) sebagai sebuah industri pengembangan pariwisata adalah untuk meningkatkan

perolehan devisa negara. Selain itu juga diharapkan dapat berfungsi sebagai katalisator dalam pembangunan dan dapat menunjang pembangunan berkelanjutan.

Pengembangan dampak pariwisata ini akan berdampak sangat luas dan signifikan dalam pengembangan ekonomi upaya-upaya pelestarian sumber daya alam dan lingkungan serta akan berdampak terhadap kehidupan sosial budaya masyarakat terutama masyarakat lokal. Pengembangan kawasan wisata mampu membarikan kontribusi terhadap pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha dan kesempatan kerja serta sekaligus berfungsi menjaga kelestarian kekayaan alam dan hayati. Pengembangan pariwisata sebagai salah satu sektor pembangunan secara umum menjadi relevan jika pengembangan pariwisata itu sesuai dengan potensi daerah.

Keberhasilan pengembangan pariwisata di suatu daerah akan sangat dipengaruhi oleh kemampuan pengembang dalam memahami dan memanfaatkan potensi sumberdaya yang ada di daerah itu menjadi sumberdaya pariwisata. Selain itu juga akan dipengaruhi oleh kemampuan pengembang pariwisata dalam menjaga keberlangsungan keberadaan daya tarik wisata. Semakin banyak potensi daerah yang dapat dijadikan sumberdaya pariwisata, pengembangan pariwisata di daerah itu akan semakin cepat terlaksana. Jika potensi daerah yang dapat dijadikan daya tarik wisata sedikit, maka pariwisata tidak mudah dikembangkan di daerah tersebut, bahkan mungkin tidak bisa dikembangkan. Bagi daerah yang potensi obyek dan daya tarik wisatanya terbatas, supaya pengembangan pariwisatanya berlangsung dengan baik, maka pengembang pariwisata perlu memanfaatkan sumberdaya yang ada secara efisien dan efektif supaya diperoleh hasil yang optimal. Jika memungkinkan, daerah itu perlu mengembangkan daya tarik wisata alternatif hasil olahan/ pengembangan dan sumberdava yang ada.

Sebagai suatu bisnis, pengembangan pariwisata yang baik adalah yang bisa mendatangkan keuntungan lebih besar bagi pengembang dan spektrum penerima manfaatnya bisa lebih luas, dan pariwisata dapat berlangsung secara berkelanjutan. Adanya rencana pariwisata yang disusun secara komprehensif akan

memungkinkan pengembang pariwisata dapat memperhitungkan secara cermat besarnya modal yang harus dipersiapkan untuk mengembangkan pariwisata. Selain itu pengembang juga dapat mengetahui langkah-langkah apa yang harus lebih dulu dilaksanakan dalam pengembangan dan langkah apa pula yang bisa dilaksanakan kemudian. Dengan begitu pariwisata dapat lebih cepat perkembangannya dan hasilnya akan lebih optimal sehingga manfaat yang dapat diperoleh masyarakat bisa lebih besar karena pengembang telah mempersiapkannya dengan baik.

Untuk mencapai target yang telah ditetapkan, pengembang pariwisata harus dapat melaksanakan pembangunan pariwisata secara profesional, efektif dan efisien supaya hasilnya dapat diperoleh lebih cepat tercapai dan optimal serta dapat dijamin keberlanjutannya. Strategi yang dapat digunakan dalam hal ini antara lain adalah : menggunakan sumberdaya yang ada secara optimal, efisien, selaras, dan tertib ini perlu ditekankan supaya terjadi keseimbangan dalam pemanfaatan sumberdaya yang menjadi pendukung pengembangan pariwisata sehingga dicapai hasil yang optimal. Selain itu untuk menghindari terjadinya eksploitasi pemanfaatan sumberdaya tertentu yang justru dapat menyebabkan rusaknya daya tarik wisata.

Dalam paparan di atas telah dijelaskan tentang konsep perencanaan dan pengembangan pariwisata, namun demikian dalam pelaksanaannya suatu kawasan dapat dikembangkan sebagai kawasan wisata jika memiliki kriteria dan faktor-faktor pendukung sebagai berikut :

- 1) ODTW (Objek Dan Tujuan Wisata) memiliki potensi dan daya tarik bagi wisatawan seperti : a). Potensi fisik lingkungan alam (persawahan, perbukitan, bentang alam, tata lingkungan perkampungan yang unik dan khas, arsitektur bangunan yang unik dan khas, dsbnya); b). Potensi kehidupan sosial budaya masyarakat (pola kehidupan keseharian masyarakat yang unik dan khas, adat istiadat dan tradisi budaya, seni kerajinan dan kesenian tradisional, dsbnya).
- 2) Adanya penerimaan dan komitmen dari masyarakat terhadap kegiatan kepariwisataan di wilayahnya. Dalam hal ini berkaitan

denganketerbukaan dan penerimaan masyarakat setempat terhadap kegiatan pariwisata yang akan menciptakan interaksi antara masyarakat lokal (sebagai tuan rumah/ host) dengan wisatawan (sebagai tamu/ guest);

- 3) Tersedianya sumber daya manusia lokal dalam mendukung kegiatan kepariwisataan. Hal ini dikarenakan kegiatan kepariwisataan tujuannya adalah untuk pemberdayaan masyarakat sekitar, untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, sehingga dampak positif adanya kegiatan pariwisata di kawasan tersebut akan dapat dirasakan langsung masyarakat setempat, dan bukannya pihak lain.;
- 4) Adanya peluang akses terhadap pasar wisatawan. Potensi dasar yang dimiliki oleh suatu kawasan untuk menjadi kawasan wisata selanjutnya perlu didukung dengan faktor peluang akses terhadap akses pasar. Faktor ini memegang peran kunci, karena suatu kawasan yang telah memiliki kesiapan untuk dikembangkan sebagai kawasan wisata tidak ada artinya manakala tidak memiliki akses untuk berinteraksi dengan pasar/ wisatawan. Oleh karena itu kesiapan kawasan wisata harus diimbangi dengan kemampuan untuk membangun jejaring pasar dengan para pelaku industri pariwisata, dengan berbagai bentuk kerjasama dan pengembangan media promosi sehingga potensi kawasan tersebut muncul dalam peta produk dan pemaketan wisata di daerah, regional, nasional maupun internasional. Sedemikian sehingga dapat dijaring peluang kunjungan wisatawan ke kawasan tersebut;
- 5) Ketersediaan area atau ruang untuk pengembangan fasilitas pendukung wisata. Memiliki alokasi ruang/ area untuk pengembangan fasilitas pendukung wisata kawasan, seperti : akomodasi/ homestay, area pelayanan umum, area kesenian dan lain sebagainya. Hal tersebut sangat penting dan mendasar karena aktifitas wisata kawasan akan dapat berjalan baik dan menarik apabila didukung dengan ketersediaan fasilitas penunjang yang memungkinkan wisatawan dapat tinggal, berinteraksi langsung dengan masyarakat lokal, dan belajar mengenai kebudayaan setempat, kearifan lokal dan lain sebagainya.

BAB V

TEORI-TEORI KEPARIWISATAAN

5.1. Resources base theory (RBT)

Resources base theory (RBT) merupakan teori daya saing yang berpandangan bahwa sumber daya merupakan penyebab keunggulan (*resources-based*). Salah seorang meletakkan dasar *Resources-based theory* adalah Penrose, yang mengatakan bahwa sumber daya perusahaan mempengaruhi pertumbuhan perusahaan, (Muharto, 2020). Selanjutnya peneliti yang membuktikan pernyataan Penroses ialah Wernerfelt (1984) yang menemukan teori strategi berbasis sumber daya. Dalam asumsi teori ini disebutkan bahwa semua perusahaan menginginkan keunggulan bersaing dan berkelanjutan untuk menghasilkan di atas rata-rata Economy rents). Pendapat ini juga diperkuat oleh Barney dalam Muharto (2020) dalam penelitiannya mengatakan bahwa keunggulan bersaing berkelanjutan akan terwujud jika terdapat perbedaan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Oleh karena seharusnya strategi yang dibangun, dirumuskan dan diimplementasikan dengan sumber daya yang dimiliki akan berbeda pula. Prinsip *resources-based theory* mengatakan bahwa sumber daya perusahaan adalah heterogen. Adanya perbedaan sumber daya dan kemampuan perusahaan dengan perusahaan pesaing akan memberikan keuntungan kompetitif.

Mengenai keunggulan kompetitif Kuncoro dalam Butar-butur (2017) menyatakan bahwa suatu perusahaan dikatakan memiliki keunggulan kompetitif Ketika perusahaan tersebut mempunyai sesuatu yang tidak dimiliki pesaing. Jadi secara sederhana strategi keunggulan kompetitif adalah suatu cara yang diterapkan suatu perusahaan atau industry untuk membedakan dari pesaingnya dimata konsumen. Selanjutnya dari *resources-based theory* ini Barney dan Clark (2007) mengajukan kerangka V-R-I-O, untuk menilai apakah sumber daya akan memberikan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan (*sustainable*). Menurut Barney dan Clark sumber daya, pertama harus **Valuable (V)** artinya memberikan nilai tambah

untuk produk akhir dan konsumen, kedua sumber daya tersebut sulit diperoleh atau **Rare (R)**, ketiga sumber daya harus sulit ditiru atau memiliki **low Imitability (I)**, keempat sumber daya tersebut harus dieksploitasi oleh **Organisasi (O)**. Konsep VRIO ini berangkat dari resources-based theory, dimana dalam teori ini ada dua premis utama yakni : 1) setiap perusahaan memiliki sumber daya yang unik, 2) sumber daya tidak dapat dengan mudah dipindahkan.

Kemudian dari Konsep VRIO dari Barney dan Clark, selanjutnya Paul Knott dalam Aji (2015) mengembangkan menjadi VRIOL dengan menambahkan konsep Limited Substitution (L). Adapun mengenai konsep VRIOL dapat dijelaskan sebagai berikut :

- a) *Valuable (V)* Sumber daya akan menjadi berharga jika dapat memberikan nilai strategis pada perusahaan. Sumber daya memberikan nilai jika sumber daya tersebut membantu perusahaan dalam mengeksploitasi peluang pasar atau mengurangi ancaman (threats) pasar. Tidak ada keuntungan memiliki sumber daya jika sumber daya tersebut tidak menambah atau menaikkan nilai perusahaan;
- b) *Rare (R)*. Sumber daya harus sulit ditemukan diantara para pesaing yang ada maupun pesaing potensial. Oleh karena itu sumber daya harus langka atau unik agar memberikan keunggulan kompetitif;
- c) *Imitability (I)* sumber daya yang dimiliki tidak dapat ditiru oleh perusahaan lain sebagai pesaing. Hambatan-hambatannya dapat bermacam-macam seperti kesulitan mengakses sumber daya tersebut, hubungan yang tidak jelas antara kemampuan dengan keunggulan kompetitif serta kompleksitas sumber daya.
- d) *Organization (O)*. Organisasi merupakan lembaga kerja yang dapat mengeksploitasi sumber daya. Seperti peran kepemimpinan, manajemen dan budaya kerja organisasi, semuanya sangat berarti dalam mengeksploitasi sumber daya yang dimiliki. Ketersediaan sumber daya yang melimpah menjadi tidak berarti bila organisasi tidak berfungsi dengan baik;

- e) *Limited Substitution (L)*, artinya sumber daya tidak dapat disubstitusikan oleh sumber daya alternatif lainnya. Dalam hal ini pesaing tidak dapat mencapai kinerja yang sama dengan menggantikan sumber daya dengan sumber daya alternatif lainnya. Sumber : Aji (2015 : 54)

5.2. Seven Forces Model

Model seven forces ini sebenarnya merupakan penyempurnaan dari model diamond Porter. Model Seven Forces diperkenalkan oleh Andriotis (2004) yang mencoba merevisi model diamond karena ada beberapa elemen yang tidak dibahas dalam model Porter yaitu : 1) *the role of intermediaries as a powerful group of buyers in the travel and tourism industry; the government regulation as a reason for changing market conditions for tourism businesses; 3) the model declared IT as a vital means of tourism companies to improve communication with consumers and business partners*. Model ini dikembangkan sesuai dengan perkembangan industri khususnya industri pariwisata. Adapun mengenai *model seven forces* Andriotis dalam Muharto (2020) ini dapat dikemukakan sebagai berikut :

1) ***The role of intermediaries/bargaining power of buyers.***

Adanya perbedaan mutu dalam produksi massal dan konsumsi massal telah menyebabkan perantara untuk masuk ke dalam rantai distribusi antara pembeli dan penjual. Secara tradisional, distribusi dalam industri perjalanan dan wisata ditandai oleh perantara pembeli untuk produk dan jasa layanan yang ditawarkan oleh usaha pariwisata.

2) ***Impact of government regulation (peran pemerintah).***

Dalam sistem pemerintahan desentralisasi sekarang ini, dimensi politik akan memberikan dampak terhadap perusahaan atau industri di setiap wilayah. Dalam industri perjalanan dan pariwisata dimana pemerintah merupakan kekuatan vital memprakarsai ekspansi pariwisata di sebuah negara. Dalam konteks ini pemerintah berpengaruh terhadap industri pariwisata terutama dalam penyediaan layanan

transportasi, infrastruktur, keamanan, pemasaran ke luar negeri serta pendanaan proyek wisata.

3) *Information technology (peran teknologi informasi).*

Hadirnya teknologi informasi telah merubah dalam kegiatan kepariwisataan baik dalam aspek pengelolaan, pemasaran, maupun jaringan kerjasama *stake holder* lainnya seperti travel serta dalam booking paket wisata, hotel, dll.

4) *Rivalry among established/existing firms.*

Terjadinya intensitas persaingan dalam industri pariwisata akan terjadi jika jumlah kompetitor bertambah seperti semakin banyaknya ODTW yang memiliki kesamaan sementara aspek permintaan menurun;

5) *Threats of new potential entrants/risk of entry by potential competitor.*

Dalam strategi bisnis biasanya pendatang baru akan memperhitungkan antara layanan dan produk wisata yang dimilikinya dengan layanan dan produk wisata yang terdapat pada kompetitornya;

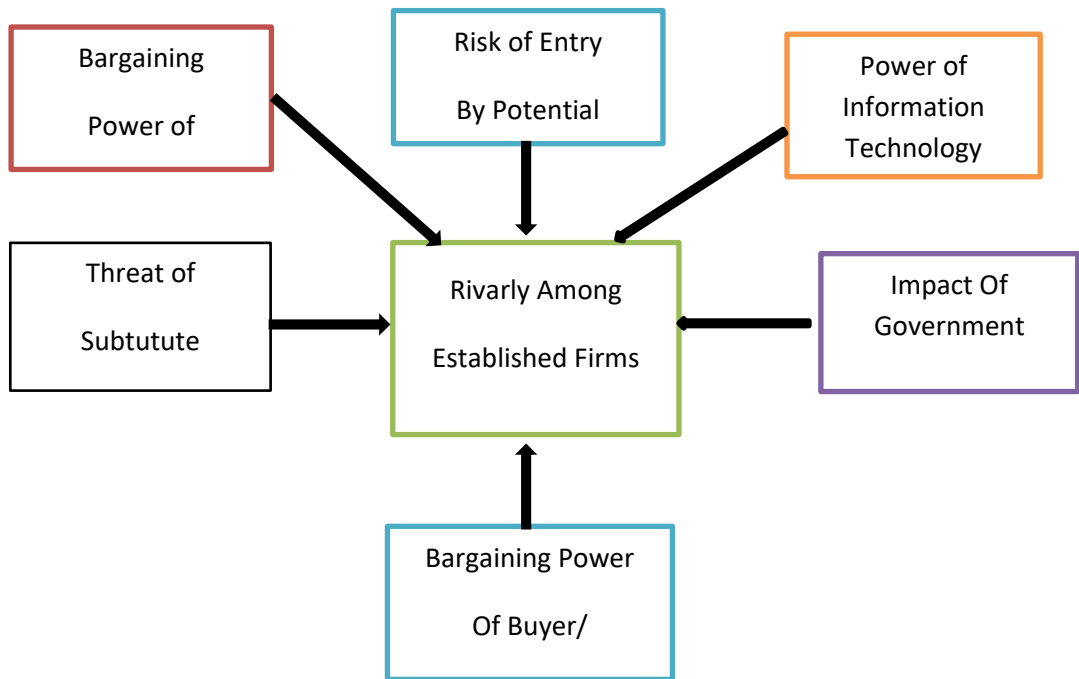
6) *Threats of substitute products or services.*

Adanya produk pengganti menjadi sebuah ancaman bagi sebuah perusahaan karena dapat mengurangi loyalitas pelanggan. Selain itu juga produk pengganti menjadi ancaman jika harga suatu produk pengganti relatif lebih rendah sehingga biaya konsumen juga akan turun sehingga akan menjadi alternatif konsumen.

7) *Bargaining power of suppliers*

Penyuplai dapat memaksa untuk naik harga maupun produk atau sebaliknya mengurangi akan mutu produk yang disediakan yang dapat menurunkan sebuah perusahaan. Penyuplai bahan baku akan mempengaruhi intensitas persaingan manakala hanya sedikit penyuplai, hanya sedikit bahan baku pengganti yang baik dan biaya bahan baku pengganti lebih tinggi.

Berdasarkan komponen-komponen dalam model seven forces tersebut di atas, maka dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 5.1 : Seven Forces Model
 Sumber : Andriotis dalam Muharto (2020)

5.3. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah bentuk analisis yang paling sering digunakan saat ingin mengevaluasi perubahan yang kerap terjadi pada lingkungan internal maupun eksternal. Perubahan pada lingkungan eksternal akan membantu kita untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman, ini sifatnya tidak terkontrol (*uncontrollable*). Sedangkan lingkungan internal membantu kita dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari sumber daya (*resources*) yang terkontrol (*controlable*) oleh perusahaan atau industri. Adapun mengenai analisis SWOT merupakan singkatan dari kekuatan (*Strengths*),

Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opportunities*) serta Ancaman (*Threats*). Orang yang pertama mengenalkan analisis SWOT adalah Ken Andrews (Wandrial, 2017).

Analisis SWOT adalah sebuah analisis situasi dan juga kondisi yang bersifat deskriptif (memberi suatu gambaran). Mengenai unsur-unsur dalam analisis SWOT yaitu :

- 1) **Kekuatan (*Strenght*)**, yaitu sumber daya, keterampilan atau keunggulan lain relatif terhadap pesaing dan kekuatan dari pasar suatu perusahaan. Dalam konteks pariwisata kekuatan pariwisata adalah sumber alam, pengelolaan dan keunggulan industri pariwisata pasar dan pesaing sejenis;
- 2) **Kelemahan (*Weakness*)**, adalah keterbatasan atau kekurangan dalam sumber daya alam, keterampilan dan kemampuan yang secara serius menghabmat kinerja efektif suatu perusahaan. Adapun dalam pariwisata kelemahan yang dimaksudkan adalah keterbatasan dan kekurangan dalam sumber daya alam, keterampilan serta kemampuan dalam pengelolaan sumber industri pariwisata;
- 3) **Peluang (*opportunity*)**, yaitu situasi atau kecenderungan utama yang menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Sedangkan dalam konteks pariwisata peluang yang dimaksudkan adalah situasi atau kecenderungan yang menguntungkan industri pariwisata dalam lingkungan suatu kawasan pariwisata;
- 4) **Ancaman (*Threats*)**, adalah situasi atau kecenderungan utama yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan. Dalam konteks pariwisata ancaman yang dimaksudkan adalah situasi atau kecenderungan yang tidak menguntungkan atau menjadi ancaman dalam lingkungan pariwisata.



Gambar 5.2. : Analisi SWOT
Sumber : Muharto, (2020)

Kemudian mengenai analisis SWOT ini menempatkan situasi dan juga kondisi sebagai sebagai faktor masukan, lalu kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing. Satu hal yang perlu diingat baik-baik oleh para pengguna analisa ini, bahwa analisa SWOT ini semata-mata sebagai suatu analisa yang ditujukan untuk menggambarkan situasi yang sedang dihadapi. Analisis SWOT dipetakan menjadi dua yaitu analisis faktor internal (*internal factor analysis/IFA*) yang meliputi kelemahan dan kekuatan, serta faktor eksternal (*eksternal factor analysis/EFA*) yang terdiri dari peluang dan tantangan. Menganalisis lingkungan internal (IFA) untuk mengetahui berbagai kemungkinan kekuatan dan kelemahan. Adapun menganalisis lingkungan eksternal (EFA) untuk mengetahui kemungkinan peluang dan ancaman. Analisis masing-masing elemen IFA dan EFA tersebut didukung oleh faktor-faktor strategis yang akan diberi pembobotan, rating dan skor pada setiap faktor strategis. Pembobotan pada lingkungan internal dan eksternal diberi bobot dan nilai (rating) berdasarkan pertimbangan rasional.

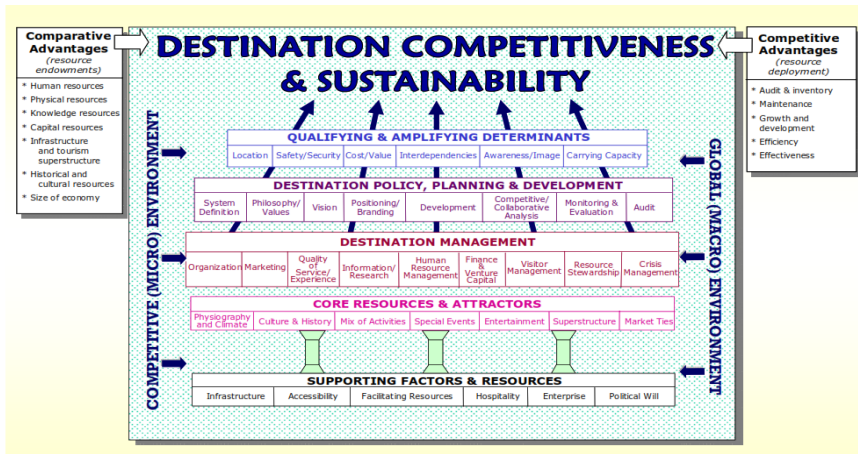
Pembobotan pada lingkungan internal tingkat kepentingannya didasarkan pada besarnya pengaruh faktor strategis terhadap posisi strategisnya. Sedangkan pada lingkungan eksternal didasarkan pada kemungkinan memberikan dampak terhadap faktor strategisnya. Jadi besar kecilnya nilai bobot dibandingkan antara satu dan yang lainnya dalam suatu faktor yang sama, (Muhammad, 2013, Miharti, 2019). Sedangkan mengenai jumlah bobot pada masing-masing lingkungan harus berjumlah = 1 (satu), dengan skala 1.0 (sangat penting) sampai 0.0 (tidak penting). Adapun untuk nilai rating didasarkan besarnya pengaruh faktor strategis terhadap kondisi dirinya dengan ketentuan skala mulai dari 4 (sangat kuat) sampai dengan 1 (lemah). Dalam pemberian nilai ini, untuk variabel yang bersifat positif seperti kekuatan (strength) dan peluang (opportunities) diberi nilai 1 sampai 4. Sedangkan untuk variabel yang bersifat negatif seperti ancaman (threats) serta kelemahan (weakness) pemberian nilainya terbalik, artinya jika ancamannya dan kelemahannya besar maka diberi nilai 1 atau 2 dan jika ancamannya atau kelemahannya kecil maka diberi nilai besar misalnya 3 atau 4.

Dalam analisis SWOT ini ada empat strategi yang bisa dilakukan kaitannya dengan hasil IFA (internal faktor analysis) dan EFA (eksternal faktor analysis), yakni :

- 1) **Strategi SO (Strength)-Opportunities**, yaitu strategi dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang yang sebesar-besarnya;
- 2) **Strategi ST (Strength-Threats)**, dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman;
- 3) **Strategi WO (Weakness-Opportunities)**, yakni strategi dengan cara memanfaatkan peluang yang ada dengan cara memperkecil atau meminimalkan kelemahan yang ada;
- 4) **Strategi WT (Weakness-Threats)**, melakukan kegiatan yang bersifat defensif dan meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

5.4. Daya saing dan keberlanjutan destinasi pariwisata

Dalam mengembangkan destinasi pariwisata yang berdaya saing dan berkelanjutan bukan suatu hal yang sangat sederhana. Banyak faktor yang perlu diperhatikan, berkaitan dengan hal ini Ritchie Dan Crouch (2003) membuat suatu model daya saing dan berkelanjutan destinasi pariwisata sebagai berikut :



Gambar 5.3. : Model daya saing dan berkelanjutan destinasi pariwisata

Sumber : Ritchie And Crouch, 2003

Untuk menjelaskan tentang model di atas ada baiknya perlu dikemukakan terlebih dahulu mengenai konsep daya saing. Menurut Ritchie dan Crouch (2003) daya saing (*competitiveness*) dalam pariwisata merujuk pada kemampuan suatu destinasi atau wilayah untuk bersaing dalam industri pariwisata, menarik wisatawan, dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat. Terdapat sejumlah faktor yang berkaitan dengan daya saing ini seperti infrastruktur pariwisata, kualitas layanan, harga, kebijakan pemerintah, promosi, dan aspek lain yang memengaruhi pengalaman wisatawan. Daya saing dalam pariwisata sangat penting karena industri pariwisata sering menjadi sumber pendapatan utama bagi banyak negara dan wilayah. Dengan meningkatnya persaingan global dalam sektor pariwisata, destinasi harus terus meningkatkan dan mempertahankan faktor-faktor di atas agar tetap menarik bagi wisatawan.

Aspek kedua yaitu keberlanjutan (*sustainability*), masih menurut Ritchie dan Crouch, ada empat (4) pilar dalam keberlanjutan pariwisata yaitu keberlanjutan secara ekologis, ekonomi, sosial-budaya, dan keberlanjutan lingkungan secara politik/pemerintahan.

1. Keberlanjutan ekologi

Lingkungan ekologi atau alam merupakan daya tarik utama bagi banyak tujuan pariwisata. Seringkali, pengalaman lingkungan alam yang unik mewakili inti dari produk pariwisata suatu tujuan destinasi. Bagi banyak tujuan, fenomena alam ini merupakan nadi utama industri pariwisata mereka, dan penurunan nilai mereka akan berdampak buruk pada tujuan tersebut. Penduduk dari tujuan-tujuan ini memiliki kepentingan terbesar dalam perlindungan dan pelestarian lingkungan alam mereka. Pengembangan mengurangi kerusakan pada ekologi, tetapi juga dengan memberikan insentif ekonomi yang mendorong pelestarian dan perlindungan. Beberapa lingkungan jauh lebih unik, rapuh, terbatas, dan tidak dapat diperbaharui daripada yang lain. Pada intinya, tujuan harus berperan sebagai pemelihara lingkungan bersama dengan organisasi lain yang memiliki tanggung jawab serupa.

2. Keberlanjutan Ekonomi

Sebagai salah satu elemen ekonomi suatu destinasi pariwisata, harus membantu mendukung dasar ekonomi yang layak. Ekonomi yang sehat memungkinkan suatu negara, wilayah, atau kota untuk mengejar inisiatif yang dirancang untuk meningkatkan kualitas hidup penduduknya. Kami memandang ekonomi yang sehat sebagai kunci untuk ekologi yang sehat. Oleh karena itu, setiap strategi pariwisata harus mampu memenuhi kebutuhan ekonomi dan aspirasi penduduk dalam jangka panjang. Jika demikian, pertimbangan berikut mungkin berpengaruh dalam menentukan keberlanjutan ekonomi. Adapun mengenai keberlanjutan secara ekonomi artinya pariwisata memberikan manfaat bagi banyak orang, memanfaatkan tenaga lokal, serta memperhatikan aspek keamanan kerja.

3. Keberlanjutan sosial dan budaya.

Kualitas hidup di suatu destinasi pariwisata tidak hanya bergantung pada kesejahteraan ekonomi semata. Kesehatan dan

vitalitas sistem sosial dan budaya serta lembaga-lembaga membantu menciptakan lingkungan yang berarti bagi penduduk dalam mencari kebahagiaan. Mereka mungkin bersedia menukarkan pertimbangan ekonomi untuk aspirasi kualitas hidup. Ketika wisatawan bepergian, keinginan untuk melihat, merasakan, dan belajar sesuatu tentang kerangka sosial dan budaya tujuan biasanya merupakan elemen pusat dari motivasi mereka.

4. Keberlanjutan politik

Dalam beberapa kajian tentang keberlanjutan nampak masih jarang memasukan keberlanjutan politik sebagai salah satu pilar keberlanjutan pariwisata. Seseorang mungkin berpendapat bahwa jika sebuah strategi pengembangan destinasi pariwisata adalah berkelanjutan secara ekologis, ekonomis, dan sosial-budaya, kemungkinan besar akan diterima secara politik. Namun, seringkali terdapat sedikit konsensus atau persetujuan tentang bagaimana menentukan keberlanjutan, dan oleh karena itu terdapat banyak ruang untuk perbedaan pendapat. Ini seringkali merupakan pertanyaan filosofis, tetapi menciptakan banyak perdebatan politik. Di negara-negara demokratis, pemerintah cenderung menyimpan kekuasaan mereka untuk mengatasi masalah-masalah yang berada di pinggiran perilaku manusia, dan karena politisi dalam demokrasi bertahan berdasarkan dukungan yang luas, proses politik cenderung memastikan bahwa pandangan politik mengikuti masalah dan kekhawatiran ekonomi, sosial-budaya, dan ekologi.

Keempat pilar keberlanjutan yang telah dibahas di atas berfungsi sebagai sistem yang saling terkait. Suatu arah strategis tertentu kemungkinan tidak akan berkelanjutan jika tidak lulus uji keberlanjutan pada salah satu dari empat pilar tersebut. Misalkan, jika strategi pariwisata melibatkan eksploitasi ekologi pada tingkat yang tidak berkelanjutan. Struktur ekonomi yang dibangun untuk mengeksploitasi lingkungan ekologis dengan cara ini tidak dapat bertahan karena sumber daya ekologis yang menjadi dasarnya akan merosot seiring berjalannya waktu. Penurunan dalam sistem ekonomi tersebut akan, pada gilirannya, menyebabkan konsekuensi sosial dan

budaya yang merugikan. Tekanan politik yang timbul akibatnya juga cenderung akan menyebabkan ketidak-stabilan.

Apabila di atas telah dijelaskan mengenai daya saing dan keberlanjutan destinasi pariwisata, maka menurut Ritchie dan Crouch (2003) maka ada lima (5) elemen yang harus diperhatikan dalam membangun daya saing dan keberlanjutan suatu destinasi pariwisata selain dari faktor keunggulan kompetitif dan komperatif serta faktor lingkungan baik secara micro maupun global. Adapun mengenai ke lima (5) elemen tersebut yakni :

1. Determinan kualifikasi dan penguatan (*qualifying and amplifying determinants*)

Dalam konteks pariwisata, *qualifying and amplifying determinants* adalah konsep yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan destinasi pariwisata dalam menarik wisatawan dan memperkuat pengalaman mereka. Konsep ini membantu dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, serta memahami apa yang membuat suatu destinasi menonjol dalam kompetisi global. Lebih jauh tentang kedua hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Determinan kualifikasi (*qualifying determinants*)

Qualifying determinants adalah faktor-faktor dasar yang diperlukan untuk membuat destinasi pariwisata bersaing di pasar. Ini adalah elemen-elemen dasar yang perlu ada agar destinasi pariwisata dapat dipertimbangkan sebagai tujuan wisata yang potensial. Adapun contoh dari *qualifying determinants* adalah berupa infrastruktur dasar seperti jalan raya, bandara, akomodasi yang memadai, serta layanan dasar seperti air bersih, listrik, dan keamanan. Tanpa faktor-faktor ini, destinasi pariwisata mungkin tidak akan mampu menarik wisatawan.

2) Determinan penguatan (*amplifying determinants*)

Amplifying determinants adalah faktor-faktor yang memberikan nilai tambah dan membuat destinasi pariwisata menjadi lebih menarik dibandingkan dengan destinasi lain. Ini adalah elemen-elemen yang membuat wisatawan merasa

terpikat dan merasa bahwa pengalaman mereka di destinasi tersebut unik dan berkesan. Adapun contoh dari amplifying determinants seperti keindahan alam, warisan budaya, acara budaya, aktivitas wisata petualangan, dan kualitas layanan wisata yang superior. Faktor-faktor ini meningkatkan daya tarik destinasi dan membantu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan.

Namun demikian dalam prakteknya, destinasi pariwisata perlu memastikan bahwa mereka memiliki semua kualifikasi determinants yang dibutuhkan untuk memulai, seperti aksesibilitas dan infrastruktur dasar yang memadai. Setelah itu, mereka dapat berfokus pada mengidentifikasi dan memperkuat faktor-faktor penguatan yang akan membuat mereka menonjol di pasar pariwisata global. Dengan memahami perbedaan antara kedua jenis determinan ini, destinasi pariwisata dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya tarik mereka dan meningkatkan kunjungan wisatawan. Selain itu juga dengan memahami peran kunci dari determinan penyeimbang dan penguat, maka destinasi pariwisata dapat merencanakan dengan lebih efektif dan mengelola perkembangan pariwisata mereka

2. Kebijakan destinasi, perencanaan dan pengembangan (*destination policy, planning and development*)

Kebijakan destinasi, perencanaan dan pengembangan dalam pariwisata merujuk pada kerangka kerja dan proses yang digunakan untuk mengelola, merencanakan, dan mengembangkan destinasi pariwisata. Konsep ini oleh William F. Richie dan Geoffrey I. Crouch (2003), yang memberikan panduan tentang bagaimana mengelola destinasi pariwisata dengan baik. Berkaitan dengan hal ini Richie dan Crouch mengidentifikasi ada tiga tahap penting dalam manajemen destinasi yakni :

1) Kebijakan (*policy*)

Tahap pertama, adalah pembuatan kebijakan destinasi. Ini melibatkan pemerintah lokal, asosiasi pariwisata, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan rencana dan kebijakan untuk destinasi tertentu. Kebijakan ini

dapat mencakup aspek-aspek seperti perlindungan lingkungan, promosi, regulasi industri pariwisata, pengaturan infrastruktur, dan lain-lain.

2) Perencanaan (*planning*)

Tahap kedua, adalah perencanaan. Ini mencakup perencanaan strategis dan taktis untuk destinasi pariwisata. Perencanaan strategis melibatkan visi jangka panjang destinasi dan tujuan yang ingin dicapai, sementara perencanaan taktis berkaitan dengan tindakan dan proyek konkret untuk mencapai tujuan tersebut. Perencanaan juga mencakup alokasi sumber daya, termasuk anggaran, sumber daya manusia, dan infrastruktur.

3) Pengembangan (*development*)

Tahap ketiga, adalah pengembangan destinasi. Ini melibatkan pelaksanaan rencana dan tindakan yang telah direncanakan dalam tahap perencanaan. Ini bisa termasuk pembangunan infrastruktur pariwisata seperti hotel, restoran, fasilitas rekreasi, serta program promosi dan pemasaran destinasi. Tujuan dari pengembangan adalah meningkatkan daya tarik destinasi, meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Selain itu juga Richie dan Crouch (2003) menekankan mengenai pentingnya memahami dan memanfaatkan sumber daya dan daya tarik unik destinasi untuk membedakan diri dari destinasi lain. Hal ini termasuk mempertimbangkan aspek-aspek budaya, alam, sejarah, dan keunggulan komparatif lainnya yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan. Dalam konteks globalisasi dan persaingan di industri pariwisata, manajemen destinasi adalah konsep yang sangat penting untuk memastikan keberlanjutan dan keberhasilan destinasi pariwisata. Dengan meng-integrasikan kebijakan, perencanaan, dan pengembangan, destinasi dapat mengoptimalkan pengalaman wisatawan, meningkatkan keuntungan ekonomi, dan tetap mempertahankan keaslian dan keberlanjutan lingkungan serta budaya lokal.

3. Manajemen destinasi (*destination management*)

Destination management adalah konsep yang penting dalam industri pariwisata dan dikembangkan oleh Ritchie dan Crouch. Konsep ini fokus pada pengelolaan destinasi wisata secara holistik, yang mencakup perencanaan, pengembangan, pemasaran, operasi, dan pemeliharaan destinasi pariwisata. Berkaitan dengan hal ini Ritchie dan Crouch (2003) mengidentifikasi empat (4) komponen utama dalam manajemen destinasi pariwisata yakni :

1) Perencanaan destinasi (*destination planning*)

Ini adalah langkah awal dalam destination management. Perencanaan destinasi mencakup mengidentifikasi visi dan tujuan destinasi, mengevaluasi sumber daya alam, budaya, dan infrastruktur yang tersedia, serta mengembangkan strategi untuk mencapai tujuan jangka panjang yang berkelanjutan.

2) Pengembangan destinasi (*destination development*)

Proses pengembangan destinasi mencakup pembangunan atau perbaikan infrastruktur pariwisata, pengembangan atraksi wisata, akomodasi, dan fasilitas lainnya. Pengembangan ini harus dilakukan dengan mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan dan budaya, sehingga destinasi dapat tetap menarik bagi pengunjung dalam jangka panjang.

3) Pemasaran destinasi (*destination marketing*)

Pemasaran destinasi adalah upaya untuk menarik pengunjung ke destinasi tersebut. Hal ini melibatkan promosi destinasi, segmentasi pasar, pengembangan citra destinasi, dan strategi pemasaran yang berfokus pada keunggulan dan daya tarik destinasi;

4) Operasi dan manajemen destinasi (*destination operation and management*)

Operasi destinasi melibatkan manajemen sehari-hari destinasi, termasuk pengelolaan lalu lintas wisata, pengelolaan pengunjung, keamanan, dan layanan destinasi. Hal ini juga melibatkan pengelolaan konflik yang mungkin muncul antara kepentingan berbagai pemangku kepentingan, seperti penduduk setempat, pengusaha pariwisata, dan pengunjung.

Mengenai pendekatan manajemen destinasi yang ditawarkan Ritchie dan Crouch bertujuan untuk mencapai keberlanjutan dalam pariwisata, yaitu memastikan bahwa destinasi tetap dapat dinikmati oleh generasi mendatang tanpa merusak lingkungan, budaya, atau kualitas hidup penduduk setempat. Ini merupakan konsep penting dalam mengelola destinasi pariwisata secara efektif dan bertanggung jawab.

4. Sumberdaya dan penarik inti (*core resources and attractors*)

Konsep ini bertujuan untuk membantu dalam memahami faktor-faktor apa yang membuat suatu destinasi pariwisata menjadi daya tarik bagi pengunjung. Ada tiga (3) komponen utama dalam kerangka kerja ini, yakni *core resources*, *secondary resources*, dan *attractors*.

1) *Sumber daya inti (core resources)*

Core resources merujuk pada sumber daya dasar atau inti yang ada di destinasi pariwisata. Ini adalah elemen-elemen yang menjadi dasar daya tarik destinasi dan memberikan dasar untuk pengembangan industri pariwisata. Adapun mengenai core resources dapat mencakup alam, budaya, sejarah, geografi, dan sumber daya manusia yang ada di destinasi.

2) *Sumberdaya sekunder (secondary resources)*

Secondary resources adalah elemen yang mendukung core resources dan dapat meningkatkan daya tarik destinasi. Ini termasuk infrastruktur seperti hotel, restoran, transportasi, serta layanan pendukung seperti pemandu wisata, atraksi tambahan, dan kegiatan rekreasi. Secondary resources merupakan komponen penting dalam menyediakan fasilitas dan kenyamanan bagi pengunjung.

3) *Penarik (attractors)*

Attractors adalah faktor-faktor atau elemen-elemen yang mempengaruhi keputusan pengunjung untuk mengunjungi destinasi tertentu. Attractors sering kali terkait dengan core resources, tetapi dapat juga mencakup aspek-aspek unik yang membedakan destinasi dari yang lain. Ini bisa termasuk

peristiwa khusus, festival budaya, atau keunikan tertentu yang menarik minat pengunjung.

5. Faktor-faktor dan sumberdaya pendukung (*supporting factors and resources*)

Dalam konteks pariwisata, konsep "*supporting factors and resources*" adalah salah satu dari lima elemen dalam daya saing dan keberlanjutan destinasi. Konsep ini membantu dalam memahami faktor-faktor yang mendukung dan sumber daya yang digunakan dalam industri pariwisata. Berkaitan dengan faktor pendukung dan sumberdaya dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Faktor pendukung (*supporting factors*)

Supporting factors merujuk pada aspek-aspek non-fisik yang membantu dalam pengembangan industri pariwisata di suatu destinasi. Faktor-faktor ini bisa meliputi kebijakan pemerintah, regulasi, infrastruktur, komunikasi, dan berbagai layanan pendukung. Contohnya, regulasi yang mendukung pariwisata, seperti visa yang mudah diperoleh, kebijakan investasi yang mendukung, dan peraturan lingkungan yang ketat, dapat memengaruhi pertumbuhan sektor pariwisata. Infrastruktur yang baik, seperti jaringan transportasi yang canggih, akomodasi yang berkualitas, dan sarana komunikasi modern, juga merupakan faktor pendukung yang sangat penting.

2) Sumberdaya (*resources*)

Resources dalam konteks pariwisata mengacu pada sumber daya alam, budaya, dan manusia yang ada di destinasi pariwisata. Sumber daya ini bisa mencakup keindahan alam, tempat-tempat bersejarah, warisan budaya, atraksi wisata, dan sumber daya manusia yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti pemandu wisata, pengrajin lokal, dan koki tradisional. Sumber daya ini adalah aset berharga yang destinasi pariwisata gunakan untuk menarik pengunjung.

Ketika faktor-faktor pendukung dan sumber daya digabungkan, mereka membentuk landasan penting untuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Destinasi yang cerdas

dalam memanfaatkan faktor pendukung dan sumber daya yang mereka miliki cenderung lebih kompetitif dalam industri pariwisata.

Dalam model daya saing dan keberlanjutan destinasi menurut Ritchie and Crouch, selain lima (5) aspek di atas juga dipengaruhi oleh faktor keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif. Pengertian keunggulan kompetitif mengacu pada kemampuan suatu destinasi pariwisata atau bisnis pariwisata untuk menciptakan dan mempertahankan suatu keunggulan yang membedakan mereka dari pesaingnya. Keunggulan ini dapat berupa fasilitas unik, pelayanan berkualitas tinggi, harga yang bersaing, atau aset-aset lain yang membuat destinasi atau bisnis tersebut lebih menarik bagi wisatawan daripada alternatif lainnya. Keunggulan kompetitif memungkinkan destinasi pariwisata untuk menarik lebih banyak pengunjung dan meningkatkan pendapatan.

Kemudian mengenai pengertian keunggulan komparatif mengacu pada situasi di mana suatu destinasi atau bisnis pariwisata dapat menghasilkan suatu produk atau layanan dengan biaya yang lebih rendah atau kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan destinasi atau bisnis lain. Keunggulan komparatif seringkali berhubungan dengan sumber daya alam, budaya, atau infrastruktur yang ada di suatu wilayah. Destinasi atau bisnis pariwisata yang memanfaatkan keunggulan komparatif dapat memproduksi sesuatu dengan efisiensi yang lebih baik.

Dalam industri pariwisata, kombinasi antara keunggulan kompetitif dan keunggulan komparatif seringkali menjadi kunci kesuksesan destinasi atau bisnis pariwisata. Keunggulan kompetitif dapat membantu menarik perhatian wisatawan, sementara keunggulan komparatif dapat memastikan efisiensi dalam menyediakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan.

Masih tentang model daya saing dan keberlanjutan destinasi pariwisata dari Ritchie and Crouch (2003), selain dari lima (5) elemen dan faktor keunggulan baik komparatif maupun kompetitif. Aspek lain yang harus diperhatikan adalah aspek lingkungan baik secara mikro maupun secara global. Dengan memahami lingkungan secara mikro dapat membantu memahami faktor-faktor yang memengaruhi

daya saing destinasi pariwisata, sehingga mereka dapat mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya tarik dan kompetitivitas destinasi mereka dalam pasar pariwisata yang kompetitif. Sedangkan dengan memahami lingkungan secara global dapat membantu dalam merencanakan, mengem-bangkan, dan mengelola industri pariwisata dengan lebih baik. Ini juga memungkinkan mereka untuk mengatasi tantangan dan memanfaatkan peluang yang muncul dalam lingkungan global yang terus berubah.

BAB VI

STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN

6.1. Konsep daya saing

Daya saing pariwisata merupakan kemampuan suatu destinasi wisata dalam menarik wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, dengan menawarkan produk dan layanan yang berkualitas tinggi serta memiliki nilai tambah yang unik. Daya saing ini penting untuk memastikan keberlanjutan ekonomi suatu destinasi, meningkatkan pendapatan masyarakat lokal, dan mendukung perkembangan industri terkait seperti perhotelan, transportasi, dan kuliner. Keberhasilan dalam meningkatkan daya saing pariwisata dapat membawa dampak positif yang signifikan terhadap perekonomian lokal dan nasional.

Konsep daya saing pariwisata merujuk pada kemampuan destinasi wisata untuk menarik pengunjung dan menyediakan pengalaman yang memenuhi atau melebihi harapan mereka, sambil mempertahankan keuntungan ekonomi, sosial, dan lingkungan. Beberapa penelitian terbaru menyoroti aspek-aspek kunci dari daya saing pariwisata dan bagaimana hal ini dapat diukur dan ditingkatkan:

- 1) Keterkaitan daya saing Destinasi dengan kinerja. Penelitian yang dilakukan Mikołajczyk (2023) menekankan pentingnya menghubungkan daya saing destinasi dengan kinerja melalui penggunaan strategi berbasis tujuan. Penelitian ini menunjukkan bahwa kinerja dapat dilihat sebagai hasil dari pendekatan daya saing, yang mana penerapan indikator kinerja pasar dan efisiensi ekonomi berkontribusi pada daya saing keseluruhan destinasi;
- 2) Peningkatan daya saing aktivitas pariwisata: Kalinichenko et al. (2022) membahas pentingnya koordinasi antara berbagai pelaku di pasar pariwisata untuk meningkatkan daya saing. Penelitian ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang

sistematis dan koordinasi yang baik, daya saing sistem pariwisata dapat ditingkatkan secara signifikan;

- 3) Daya saing sebagai sumber pengetahuan tak berwujud. Penelitian Bortnii (2023) berfokus pada bagaimana daya saing dapat menjadi sumber pengetahuan yang penting dalam masyarakat, terutama dalam konteks pariwisata. Penelitian ini menekankan pentingnya modal pengetahuan, budaya organisasi, dan proses organisasi dalam meningkatkan daya saing pariwisata;
- 4) Pengembangan pariwisata luar ruangan sebagai generator daya saing destinasi. Zubović (2023) mengeksplorasi pengembangan pariwisata luar ruangan di Pulau Krk sebagai model untuk meningkatkan daya saing destinasi. Penelitian ini menekankan pentingnya inovasi dan strategi operasional untuk menghadapi perubahan pasar dan tuntutan baru dalam pariwisata;
- 5) Indikator daya saing pariwisata: Hrushka (2023) menganalisis indikator daya saing pariwisata di negara-negara Skandinavia, menunjukkan bahwa faktor-faktor seperti lingkungan bisnis, kesehatan dan kebersihan, serta infrastruktur teknologi informasi memainkan peran penting dalam menentukan daya saing suatu destinasi wisata.

6.2. Faktor-Faktor penentu daya saing pariwisata.

Ada berbagai faktor yang menentukan daya saing pariwisata suatu destinasi. Faktor-faktor tersebut meliputi keindahan alam, keberagaman budaya, infrastruktur yang memadai, aksesibilitas, kualitas pelayanan, keamanan, serta kebijakan pemerintah yang mendukung. Selain itu, inovasi dalam produk wisata dan strategi pemasaran yang efektif juga berperan penting dalam meningkatkan daya saing. Destinasi yang mampu menawarkan pengalaman unik dan tak terlupakan bagi wisatawan cenderung memiliki daya saing yang lebih tinggi.

1. Infrastruktur dan Aksesibilitas

Infrastruktur yang baik, seperti jalan raya, bandara, pelabuhan, serta fasilitas umum lainnya, sangat penting dalam mendukung daya saing pariwisata. Aksesibilitas yang mudah dan nyaman akan meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Selain itu, transportasi publik yang efisien dan terjangkau juga berperan penting dalam memudahkan mobilitas wisatawan di dalam destinasi tersebut. Peningkatan infrastruktur dan aksesibilitas memerlukan investasi yang signifikan serta kerjasama antara pemerintah dan sektor swasta.

2. Kualitas pelayanan dan sumber daya manusia.

Kualitas pelayanan yang prima merupakan salah satu kunci utama dalam menarik dan mempertahankan wisatawan. Hal ini mencakup keramahan, profesionalisme, serta kemampuan sumber daya manusia dalam industri pariwisata untuk memenuhi kebutuhan dan ekspektasi wisatawan. Pelatihan dan pengembangan sumber daya manusia secara terus-menerus sangat penting untuk memastikan bahwa mereka memiliki keterampilan dan pengetahuan yang diperlukan untuk memberikan layanan terbaik.

3. Pemasaran dan promosi pariwisata.

Strategi pemasaran dan promosi yang efektif memainkan peran krusial dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Penggunaan teknologi digital dan media sosial dapat membantu destinasi wisata dalam menjangkau pasar yang lebih luas dan beragam. Selain itu, kerjasama dengan agen perjalanan, partisipasi dalam pameran wisata internasional, serta pembuatan konten kreatif yang menarik juga dapat meningkatkan profil dan popularitas destinasi tersebut.

4. Inovasi dalam produk wisata.

Inovasi dalam produk wisata sangat penting untuk menjaga daya tarik destinasi wisata. Ini bisa berupa pengembangan atraksi baru, peningkatan kualitas fasilitas yang ada, serta penciptaan pengalaman wisata yang unik dan berbeda. Inovasi juga dapat melibatkan penggunaan teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, seperti aplikasi panduan wisata, layanan pemesanan online, dan interaksi berbasis virtual.

5. Kebijakan pemerintah dan dukungan regulasi.

Kebijakan pemerintah yang mendukung sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing pariwisata. Ini meliputi regulasi yang memfasilitasi investasi, insentif pajak, serta program-program promosi pariwisata. Selain itu, adanya peraturan yang jelas dan tegas mengenai pengelolaan destinasi wisata, perlindungan lingkungan, serta keamanan wisatawan juga sangat penting. Pemerintah juga perlu mendorong kerjasama antara sektor publik dan swasta dalam mengembangkan industri pariwisata.

6. Keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan.

Keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan menjadi faktor yang semakin penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Wisatawan kini semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari aktivitas wisata. Oleh karena itu, destinasi wisata perlu mengimplementasikan praktik-praktik berkelanjutan, seperti pengelolaan sampah yang baik, konservasi sumber daya alam, serta pelestarian budaya lokal. Keberlanjutan tidak hanya akan menarik wisatawan yang bertanggung jawab, tetapi juga memastikan bahwa destinasi tersebut dapat dinikmati oleh generasi mendatang.

7. Pengalaman wisatawan dan kepuasan pelanggan.

Pengalaman wisatawan dan kepuasan pelanggan merupakan indikator utama keberhasilan daya saing pariwisata. Destinasi yang mampu memberikan pengalaman positif akan mendapatkan ulasan yang baik, meningkatkan reputasi, dan menarik lebih banyak wisatawan. Oleh karena itu, penting bagi pengelola destinasi untuk selalu memantau dan meningkatkan kualitas layanan, serta menangani keluhan wisatawan dengan cepat dan efektif. Kepuasan pelanggan yang tinggi akan mendorong wisatawan untuk kembali dan merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain.

8. Kolaborasi dan kemitraan.

Kolaborasi dan kemitraan antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, sektor swasta, komunitas lokal, dan lembaga pendidikan, sangat penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Melalui kerjasama yang baik, dapat dilakukan pengembangan produk wisata yang komprehensif, promosi yang

lebih efektif, serta pengelolaan destinasi yang berkelanjutan. Kemitraan ini juga memungkinkan berbagi sumber daya dan pengetahuan, yang pada akhirnya akan memperkuat daya saing destinasi wisata secara keseluruhan. Dengan memahami dan mengimplementasikan strategi-strategi ini, destinasi wisata dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global dan menarik lebih banyak wisatawan, yang pada gilirannya akan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang signifikan bagi komunitas setempat.

6.3. Faktor-Faktor yang mempengaruhi daya saing pariwisata

Apabila di atas dijelaskan mengenai beberapa faktor penentu daya saing pariwisata, maka kita juga perlu memahami faktor yang mempengaruhi daya saing pariwisata, berkaitan dengan hal ini ada beberapa faktor yang mempengaruhi daya pariwisata yakni sebagai berikut :

1. Keindahan alam dan sumber daya wisata.

Keindahan alam dan keberagaman sumber daya wisata, seperti pantai, pegunungan, danau, dan hutan, merupakan faktor utama yang menarik wisatawan. Destinasi yang memiliki pemandangan alam yang menakjubkan dan unik cenderung lebih diminati. Keberadaan taman nasional, cagar alam, dan situs warisan dunia juga meningkatkan daya tarik suatu destinasi. Selain itu, potensi sumber daya alam yang terjaga dengan baik akan mendukung keberlanjutan wisata tersebut.

2. Budaya dan warisan sejarah.

Kekayaan budaya dan warisan sejarah suatu destinasi juga merupakan daya tarik yang kuat bagi wisatawan. Festival budaya, upacara tradisional, tarian, musik, dan kuliner lokal memberikan pengalaman yang otentik dan berbeda. Situs bersejarah seperti candi, museum, dan bangunan peninggalan masa lalu menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan yang tertarik pada sejarah dan kebudayaan. Pelestarian budaya dan sejarah ini penting untuk menjaga identitas lokal sekaligus meningkatkan daya tarik pariwisata.

3. Infrastruktur pariwisata.

Infrastruktur yang memadai, termasuk jalan raya, bandara, pelabuhan, transportasi publik, serta fasilitas umum seperti hotel, restoran, dan pusat perbelanjaan, sangat penting untuk mendukung pariwisata. Infrastruktur yang baik memastikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi wisatawan. Investasi dalam pembangunan dan pemeliharaan infrastruktur pariwisata sangat diperlukan untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata.

4. Kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa pariwisata, seperti hotel, restoran, pemandu wisata, dan transportasi, sangat mempengaruhi kepuasan wisatawan. Pelayanan yang ramah, profesional, dan responsif akan memberikan pengalaman yang positif dan mendorong wisatawan untuk kembali berkunjung atau merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain. Pelatihan dan pengembangan keterampilan bagi pekerja pariwisata sangat penting untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

5. Keamanan dan keselamatan.

Keamanan dan keselamatan merupakan faktor krusial yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih destinasi. Destinasi yang aman dari ancaman kriminalitas, bencana alam, dan konflik politik lebih menarik bagi wisatawan. Selain itu, fasilitas kesehatan yang memadai dan prosedur darurat yang jelas juga penting untuk memberikan rasa aman kepada wisatawan. Pemerintah dan otoritas setempat perlu memastikan bahwa destinasi wisata aman dan siap menghadapi berbagai situasi darurat.

6. Aksesibilitas.

Aksesibilitas yang mudah, baik dari dalam negeri maupun luar negeri, mempengaruhi daya saing pariwisata. Ketersediaan transportasi yang efisien, seperti penerbangan langsung, kereta api, dan jalan tol, akan memudahkan wisatawan mencapai destinasi. Selain itu, kemudahan dalam mendapatkan visa, informasi perjalanan,

dan layanan pendukung lainnya juga penting untuk meningkatkan aksesibilitas.

7. Harga dan nilai.

Harga yang kompetitif dan nilai yang baik merupakan faktor penting dalam menarik wisatawan. Destinasi yang menawarkan pengalaman wisata yang berkualitas dengan harga yang wajar lebih cenderung diminati. Selain itu, keberadaan paket wisata yang menarik dan terjangkau, serta berbagai pilihan akomodasi yang sesuai dengan berbagai anggaran, juga dapat meningkatkan daya saing suatu destinasi.

8. Inovasi dan teknologi.

Inovasi dalam pengembangan produk wisata dan pemanfaatan teknologi modern sangat penting dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Penggunaan teknologi informasi untuk pemasaran digital, sistem pemesanan online, aplikasi panduan wisata, dan layanan berbasis teknologi lainnya dapat meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Selain itu, inovasi dalam menciptakan atraksi baru dan meningkatkan kualitas layanan juga penting untuk menarik minat wisatawan.

9. Kebijakan pemerintah.

Kebijakan pemerintah yang mendukung industri pariwisata, seperti insentif pajak, promosi pariwisata, regulasi yang memudahkan investasi, serta dukungan dalam pengembangan infrastruktur, sangat penting untuk meningkatkan daya saing pariwisata. Pemerintah perlu berperan aktif dalam merumuskan strategi dan kebijakan yang mendukung pertumbuhan sektor pariwisata. Kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah serta dengan sektor swasta juga sangat diperlukan.

10. Keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan.

Keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan menjadi faktor yang semakin penting dalam pariwisata. Wisatawan semakin peduli terhadap dampak lingkungan dari aktivitas mereka dan cenderung memilih destinasi yang menerapkan praktik berkelanjutan. Pengelolaan lingkungan yang baik, seperti pengurangan penggunaan plastik, pengelolaan sampah yang efektif, dan pelestarian sumber

daya alam, akan meningkatkan citra positif suatu destinasi dan menarik wisatawan yang peduli lingkungan.

Dengan memahami dan mengelola faktor-faktor tersebut, destinasi wisata dapat meningkatkan daya saingnya di pasar global dan menarik lebih banyak wisatawan, yang pada akhirnya akan memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya yang signifikan bagi komunitas setempat.

6.4. Konsep strategi pengembangan pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata merupakan suatu perencanaan yang disusun untuk memaksimalkan potensi sektor pariwisata dalam mendukung pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya suatu daerah atau negara. Pengembangan pariwisata tidak hanya berfokus pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga pada keberlanjutan lingkungan, kesejahteraan masyarakat lokal, dan pengelolaan sumber daya yang bijaksana. Berikut ini adalah uraian lengkap mengenai konsep strategi pengembangan pariwisata.

1. Penentuan tujuan dan sasaran

Langkah pertama dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata adalah menentukan tujuan dan sasaran yang ingin dicapai. Tujuan pengembangan pariwisata bisa beragam, tergantung pada kebutuhan daerah atau negara. Beberapa tujuan umum meliputi:

- a) Peningkatan perekonomian: Sektor pariwisata dapat memberikan dampak positif terhadap perekonomian dengan menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan daerah, serta mengembangkan sektor-sektor terkait seperti perhotelan, transportasi, dan kuliner.
- b) Pelestarian budaya dan tradisi: Pariwisata dapat menjadi sarana untuk melestarikan dan memperkenalkan budaya lokal kepada dunia luar.
- c) Pengembangan infrastruktur: Pembangunan infrastruktur pariwisata seperti aksesibilitas, fasilitas umum, dan pelayanan wisata harus mendukung kenyamanan dan pengalaman wisatawan.

2. Analisis potensi dan sumber daya

Sebelum merumuskan strategi pengembangan lebih lanjut, penting untuk melakukan analisis terhadap potensi dan sumber daya yang ada. Potensi ini bisa mencakup:

- a) Keindahan Alam: Wisata alam, seperti pantai, gunung, dan taman nasional, sering kali menjadi daya tarik utama dalam sektor pariwisata.
- b) Warisan Budaya dan Sejarah: Cagar budaya, monumen sejarah, dan festival tradisional merupakan bagian penting dari daya tarik wisata.
- c) Sumber Daya Manusia: Tenaga kerja yang terlatih dan memiliki keterampilan dalam layanan wisata, serta pemahaman yang baik tentang budaya lokal, sangat mendukung keberhasilan pengembangan pariwisata.
- d) Kapasitas Infrastruktur: Termasuk akomodasi, transportasi, dan fasilitas pendukung lainnya yang dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan.

3. Segmentasi pasar dan penentuan target wisatawan

Strategi pengembangan pariwisata yang efektif harus mempertimbangkan segmentasi pasar yang tepat. Tidak semua jenis wisatawan memiliki kebutuhan dan preferensi yang sama, sehingga pengelolaan pariwisata perlu disesuaikan dengan karakteristik masing-masing segmen pasar. Beberapa contoh segmentasi pasar dalam pariwisata antara lain:

- a) Wisatawan domestik vs. internasional. Pengembangan pariwisata untuk wisatawan domestik dapat fokus pada daya tarik lokal, sementara untuk wisatawan internasional, bisa difokuskan pada promosi melalui platform internasional atau paket wisata internasional.
- b) Wisatawan muda dan keluarga: Wisata untuk anak muda bisa berfokus pada petualangan dan pengalaman ekstrim, sementara wisata keluarga lebih kepada kenyamanan, edukasi, dan kegiatan yang ramah anak.

- c) Wisatawan mewah vs. wisatawan ekonomis. Penentuan jenis layanan, akomodasi, dan fasilitas dapat disesuaikan dengan daya beli wisatawan.

4. Pengembangan produk wisata

Salah satu langkah utama dalam strategi pengembangan pariwisata adalah menciptakan produk wisata yang menarik dan beragam. Pengembangan produk wisata bisa meliputi:

- a) Wisata alam. Menyediakan jalur pendakian gunung, tur ke taman nasional, atau kegiatan seperti snorkeling dan diving di daerah pesisir.
- b) Wisata budaya dan sejarah. Mengembangkan atraksi berbasis budaya seperti kunjungan ke situs arkeologi, museum, atau festival budaya.
- c) Wisata kuliner. Memanfaatkan kekayaan kuliner lokal sebagai daya tarik utama bagi wisatawan.
- d) Wisata event dan festival. Menyelenggarakan event atau festival tahunan yang dapat menarik perhatian wisatawan lokal dan internasional.

5. Pemasaran dan promosi

Strategi pemasaran yang efektif sangat penting dalam menarik wisatawan. Pemasaran pariwisata harus mencakup:

- a) Penggunaan media sosial dan digital. Kampanye pemasaran digital, seperti melalui Instagram, Facebook, atau influencer, dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan visibilitas destinasi wisata.
- b) Kolaborasi dengan agen perjalanan. Kemitraan dengan agen perjalanan dan operator tur yang memiliki jangkauan global dapat membantu memasarkan destinasi pariwisata ke pasar internasional.
- c) Penyusunan paket wisata. Penawaran paket wisata yang mencakup transportasi, akomodasi, dan aktivitas akan mempermudah wisatawan dan memberikan pengalaman yang lebih menyeluruh.

6. Keberlanjutan dan pengelolaan sumber daya alam

Strategi pengembangan pariwisata harus memperhatikan aspek keberlanjutan agar tidak merusak lingkungan dan budaya setempat. Beberapa prinsip keberlanjutan yang harus diperhatikan antara lain:

- a) Manajemen sampah dan polusi. Pengelolaan sampah, limbah, dan polusi udara serta suara harus menjadi perhatian utama dalam pengembangan pariwisata.
- b) Konservasi alam dan flora fauna: Pengembangan wisata alam harus dilakukan dengan cara yang tidak merusak habitat alami dan spesies yang ada.
- c) Penghormatan terhadap budaya lokal. Mengedukasi wisatawan untuk menghargai budaya dan tradisi lokal juga penting untuk menjaga keharmonisan antara wisatawan dan masyarakat setempat.

7. Pemberdayaan Masyarakat Lokal

Partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata sangat penting. Masyarakat setempat harus diberdayakan untuk menjadi bagian dari industri pariwisata melalui:

- a) Penyediaan Lapangan Kerja: Pariwisata dapat menciptakan banyak lapangan kerja di sektor akomodasi, transportasi, pemandu wisata, kuliner, dan kerajinan.
- b) Pelatihan dan Pendidikan: Memberikan pelatihan kepada masyarakat tentang layanan pelanggan, bahasa asing, atau keterampilan teknis lainnya dapat meningkatkan kualitas layanan pariwisata.
- c) Peningkatan Kesejahteraan: Pendapatan yang dihasilkan dari sektor pariwisata harus digunakan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat lokal, misalnya dalam bentuk pendidikan, kesehatan, dan pembangunan infrastruktur dasar.

8. Evaluasi dan Pemantauan

Setelah implementasi strategi pengembangan pariwisata, penting untuk melakukan evaluasi dan pemantauan secara berkala. Hal ini bertujuan untuk menilai apakah tujuan dan sasaran pengembangan tercapai, serta mengidentifikasi masalah yang muncul

selama implementasi. Evaluasi yang tepat memungkinkan pengambilan keputusan yang lebih baik dan penyesuaian strategi agar lebih efektif di masa depan.

Strategi pengembangan pariwisata yang sukses melibatkan kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, masyarakat lokal, dan wisatawan itu sendiri. Dengan pendekatan yang terencana, terintegrasi, dan berkelanjutan, sektor pariwisata dapat memberikan manfaat yang besar bagi ekonomi, sosial, dan budaya, sekaligus memastikan kelestarian alam dan keberagaman budaya yang ada.

6.5. Jenis strategi pengembangan pariwisata

Strategi pengembangan pariwisata melibatkan berbagai pendekatan yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik destinasi, meningkatkan pengalaman wisatawan, dan memastikan keberlanjutan sektor pariwisata. Beberapa jenis strategi pengembangan pariwisata yang umum digunakan meliputi diferensiasi, kualitas pelayanan, promosi, dan sistem pemasaran. Berikut ini adalah uraian lengkap mengenai masing-masing strategi tersebut.

1. Strategi Diferensiasi

Strategi diferensiasi dalam pengembangan pariwisata bertujuan untuk menciptakan keunikan atau keunggulan kompetitif yang membedakan suatu destinasi wisata dari destinasi lain. Strategi ini penting untuk menarik segmen wisatawan tertentu yang mencari pengalaman khusus atau unik.

1) Ciri Utama:

- a) Menonjolkan keunikan destinasi, seperti keindahan alam, budaya lokal, tradisi unik, atau sejarah yang khas.
- b) Menciptakan produk wisata yang tidak tersedia di tempat lain, seperti wisata budaya berbasis adat tertentu atau kegiatan ekstrem di lokasi alam yang eksotis.
- c) Mengembangkan atraksi yang hanya bisa ditemukan di destinasi tersebut, seperti festival tahunan, landmark terkenal, atau pengalaman kuliner lokal.

2) **Contoh penerapan:**

- a) Bali menonjolkan budaya Hindu dan keindahan alam tropisnya sebagai pembeda dari destinasi wisata lainnya di Indonesia.
- b) Yogyakarta menawarkan wisata budaya berbasis keraton dan candi seperti Borobudur dan Prambanan.
- c) Finlandia menciptakan diferensiasi dengan wisata "aurora borealis" (cahaya utara) yang tidak tersedia di banyak destinasi lain.

Keuntungan strategi ini adalah memberikan daya tarik yang unik dan meningkatkan loyalitas wisatawan yang mencari pengalaman eksklusif.

2. **Strategi kualitas pelayanan**

Strategi ini menekankan pada peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan, baik dalam aspek infrastruktur, fasilitas, maupun interaksi manusia. Pengalaman wisatawan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima selama kunjungan mereka.

1) **Ciri utama:**

- a) Fokus pada keramahan, profesionalisme, dan keterampilan staf yang melayani wisatawan.
- b) Penyediaan fasilitas yang nyaman dan modern, seperti hotel, transportasi, pusat informasi wisata, serta fasilitas umum lainnya.
- c) Adanya sistem manajemen keluhan yang responsif untuk memastikan wisatawan merasa didengar dan puas.

2) **Langkah penerapan:**

- a) Pelatihan tenaga kerja pariwisata untuk meningkatkan kemampuan komunikasi dan keterampilan melayani wisatawan.
- b) Meningkatkan standar kebersihan, keamanan, dan kenyamanan di destinasi wisata.
- c) Memberikan layanan yang dipersonalisasi sesuai kebutuhan wisatawan, seperti bantuan multibahasa atau

pengaturan khusus bagi wisatawan dengan kebutuhan tertentu.

3) Contoh penerapan:

- a) Jepang dikenal dengan kualitas layanan yang sangat tinggi di sektor pariwisatanya, termasuk keramahan dan efisiensi dalam sistem transportasi.
- b) Hotel-hotel mewah di Dubai menawarkan layanan personal seperti butler pribadi untuk wisatawan premium.

Dengan strategi kualitas pelayanan, destinasi wisata dapat meningkatkan tingkat kepuasan wisatawan, memperkuat citra positif, dan mendorong kunjungan ulang.

3. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pengembangan pariwisata. Strategi ini berfokus pada membangun kesadaran (awareness) dan menarik minat wisatawan melalui berbagai kampanye pemasaran.

1) Ciri utama:

- a) Menggunakan berbagai saluran komunikasi untuk mempromosikan destinasi, seperti media sosial, iklan digital, televisi, dan pameran pariwisata.
- b) Menyediakan informasi yang menarik tentang atraksi, budaya, dan aktivitas wisata di destinasi tersebut.
- c) Melibatkan duta wisata atau influencer untuk mempromosikan destinasi secara efektif.

2) Langkah penerapan:

- a) Membuat kampanye promosi yang menonjolkan ciri khas destinasi, seperti slogan atau branding, misalnya "Wonderful Indonesia" atau "Incredible India."
- b) Mengadakan acara promosi di pasar internasional melalui pameran pariwisata, roadshow, atau kerja sama dengan agen perjalanan global.
- c) Menggunakan teknologi digital, seperti platform media sosial dan situs web, untuk menjangkau wisatawan dengan cara yang lebih efektif.

3) **Contoh penerapan:**

- a) Thailand memanfaatkan kampanye "Amazing Thailand" yang sukses menarik jutaan wisatawan internasional setiap tahun.
- b) Maldives mempromosikan diri sebagai destinasi eksklusif dengan pemandangan alam yang spektakuler melalui iklan visual di media sosial.

Promosi yang efektif akan meningkatkan visibilitas destinasi dan membantu menarik lebih banyak wisatawan, baik domestik maupun internasional.

4. **Strategi Sistem Pemasaran**

Sistem pemasaran mencakup pendekatan yang lebih terintegrasi untuk menjual produk dan layanan pariwisata. Strategi ini melibatkan pengembangan sistem distribusi, penentuan harga, dan pembentukan kemitraan untuk memaksimalkan jangkauan dan efektivitas pemasaran.

1) **Ciri utama:**

- a) Menyediakan platform yang memudahkan wisatawan untuk merencanakan dan memesan perjalanan, seperti situs web atau aplikasi pemesanan.
- b) Kerja sama dengan agen perjalanan, operator tur, dan platform pemesanan daring untuk menjual paket wisata.
- c) Penetapan harga yang kompetitif dan menarik bagi berbagai segmen pasar.

2) **Langkah penerapan:**

- a) Mengembangkan sistem pemesanan daring yang user-friendly untuk memudahkan wisatawan dalam merencanakan perjalanan mereka.
- b) Membuat paket wisata yang terintegrasi, termasuk transportasi, akomodasi, dan aktivitas, yang ditawarkan melalui mitra pemasaran.
- c) Menggunakan data analitik untuk memahami tren pasar dan menargetkan segmen wisatawan tertentu dengan promosi yang relevan.

3) Contoh penerapan:

- a) Airbnb menyediakan platform yang mengintegrasikan layanan akomodasi unik dengan pengalaman lokal.
- b) Traveloka dan Booking.com mempermudah wisatawan untuk mencari, membandingkan, dan memesan berbagai layanan perjalanan dalam satu sistem.

Dengan strategi sistem pemasaran yang baik, destinasi wisata dapat meningkatkan kemudahan akses, memberikan pengalaman yang lebih terkoordinasi bagi wisatawan, dan meningkatkan konversi kunjungan. Setiap strategi pengembangan pariwisata, baik diferensiasi, kualitas pelayanan, promosi, maupun sistem pemasaran, memiliki peran penting dalam menciptakan destinasi yang kompetitif dan berkelanjutan. Implementasi strategi-strategi tersebut perlu disesuaikan dengan kondisi lokal, potensi sumber daya, dan kebutuhan pasar agar dapat memberikan dampak yang optimal bagi pertumbuhan sektor pariwisata. Kombinasi yang tepat dari berbagai strategi ini akan meningkatkan daya tarik destinasi, memaksimalkan kepuasan wisatawan, dan mendukung keberlanjutan pariwisata.

BAB VIII

PENUTUP

Pariwisata berkelanjutan bukan hanya sekadar pilihan, melainkan kebutuhan untuk menjawab tantangan global seperti perubahan iklim, urbanisasi, dan eksploitasi sumber daya alam. Pariwisata menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi, membuka lapangan kerja, dan memperkenalkan budaya lokal ke dunia internasional. Namun, tanpa pengelolaan yang tepat, pariwisata juga dapat menjadi ancaman bagi keberlanjutan lingkungan dan budaya. Oleh karena itu, pendekatan yang berdaya saing dan berkelanjutan menjadi fokus utama pengembangan sektor ini.

Kemudian daya saing tidak hanya mencakup kemampuan destinasi untuk menarik wisatawan, tetapi juga keunggulan unik yang ditawarkan kepada pengunjung. Keunggulan ini bisa berupa keindahan alam, kekayaan budaya, atau layanan berkualitas tinggi. Buku ini menekankan bahwa daya saing juga bergantung pada kemampuan destinasi untuk beradaptasi terhadap tren global dan menjaga kualitas pengalaman wisatawan. Sedangkan keberlanjutan sebagai elemen kunci dalam pengembangan pariwisata. Keberlanjutan didefinisikan sebagai upaya untuk memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan kebutuhan generasi mendatang. Penulis mengingatkan bahwa pariwisata sering kali berkontribusi pada masalah lingkungan, seperti polusi, overturisme, dan kerusakan ekosistem. Untuk itu, pendekatan berbasis konservasi dan manajemen berkelanjutan sangat diperlukan.

Pemberdayaan masyarakat melalui pelatihan, penciptaan lapangan kerja, dan promosi budaya lokal menjadi langkah penting untuk menciptakan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Selain itu juga peran teknologi dalam meningkatkan daya saing pariwisata. Transformasi digital, seperti penggunaan media sosial, aplikasi perjalanan, dan big data, membuka peluang baru untuk mempromosikan destinasi secara lebih efektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Haji, S., Daud Hasim, Man Soleman, M., & Karim Abubakar. (2022). The effect of experience quality on behavioral intentions mediated by tourist happiness and tourist satisfaction in an island destination. *Economics, Business, Accounting & Society Review*, 1(2), Press. <https://doi.org/10.55980/ebasr.v1i2.23>
- Abdulaziz, T., Ammar, S., Abd El-latif Ahmed, M., Zeina, M., & Elwardany, W. (2023). Service Quality in Tourism and Hospitality Industry and Tourist Destination Loyalty Post-COVID-19: The Role of Tourism Destination Image and Tourist Trust. *The International Journal of Tourism and Hospitality Studies*, 5(1), 26–50. <https://doi.org/10.21608/ijthsx.2023.211274.1057>
- Ahn, Y., & Bessiere, J. (2022). The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism. *Sustainability*, 15(1), 626. <https://doi.org/10.3390/su15010626>
- Aliedan, M. M., Sobaih, A. E. E., & Elshaer, I. A. (2021). Influence of Cities-Based Entertainment on Tourist Satisfaction: Mediating Roles of Destination Image and Experience Quality. *Sustainability*, 13(19), 11086. <https://doi.org/10.3390/su131911086>
- Andreyevich, D., & Boykov, D. (2019). INNOVATIONS IN TOURISM. *Knowledge International Journal*, 30(6), 1745–1752. <https://doi.org/10.35120/kij30061745A>
- Brandão, F., Breda, Z., & Costa, C. (2019). Innovation and internationalization as development strategies for coastal tourism destinations: The role of organizational networks. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 41, 219–230. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2019.10.004>
- Dyshlovoy, I. N., Ostovskaya, A. A., & Pavlenko, I. G. (2021). System Infrastructure Formation Support for Business Activities in Coastal Destinations. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1079(6), 062038. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/1079/6/062038>

- ERKUŞ-ÖZTÜRK, H., & TERHORST, P. (2017). Tourism-Firm Differentiation And Place Differentiation In The Sun-Sea-Sand Tourism City Of Antalya. *METU JOURNAL OF THE FACULTY OF ARCHITECTURE*. <https://doi.org/10.4305/METU.JFA.2017.2.10>
- Errichiello, L., & Marasco, A. (2017). *Tourism Innovation-Oriented Public-Private Partnerships for Smart Destination Development* (pp. 147–166). <https://doi.org/10.1108/S2042-144320170000008010>.
- Fahmi, A., Zauhar, S., & Noor, I. (2018). BEACH TOURISM PLANNING BASED ON GOOD GOVERNANCE PERSPECTIVE. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 77(5), 212–218. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2018-05.26>
- Graci, S. (2013). Collaboration and Partnership Development for Sustainable Tourism. *Tourism Geographies*, 15(1), 25–42. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.675513>
- GÜZEL, Ö., & ŞAHİN, İ. (2019). Experiential Aspects of Balloon Tourism within the Context of Destination Marketing. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14(3), 793–810. <https://doi.org/10.17153/oguiibf.511003>
- Haiying, Z. (2020). Egypt Tourism and Its Importance in Sustainable Development Goals. *Proceedings of the Third International Conference on Social Transformation, Community and Sustainable Development (ICSTCSD 2019)*. <https://doi.org/10.2991/icstcsd-19.2020.4>
- Hu, B., He, F., & Hu, L. (2022). Community Empowerment Under Powerful Government: A Sustainable Tourism Development Path for Cultural Heritage Sites. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.752051>
- Ioannides, D. (2010). A Review of “Tourism and Innovation.” *Tourism Geographies*, 12(4), 571–575. <https://doi.org/10.1080/14616688.2010.516403>
- Irwanti, M., Yulianti, E., & Angelita, G. (2023). Destination Branding Strategy in Hexa-Helix Model: Case Study on Ciletuh-Pelabuhanratu Geopark Tourism Destinations in Maintaining Unesco’s Assessment. *INFLUENCE: INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENCE REVIEW*, 5(2), 323–335. <https://doi.org/10.54783/influencejournal.v5i2.160>

- Kristiono dan Awan Setia D, R. D., Kristiono Dwi Susilo, R., & Setia Dharmawan, A. (2021). Paradigma Pariwisata Berkelanjutan... Paradigma Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia dalam Perspektif Sosiologi Lingkungan. *Jurnal Indonesia Maju*, 1(1).
- Kubiatko, M. (2014). The Environmental Literacy of Lower Secondary School Pupils, High School and College Students. In *Journal of Environmental Science and Engineering Technology* (Vol. 2).
- Liang, S. W., Fang, W. T., Yeh, S. C., Liu, S. Y., Tsai, H. M., Chou, J. Y., & Ng, E. (2018). A nationwide survey evaluating the environmental literacy of undergraduate students in Taiwan. *Sustainability (Switzerland)*, 10(6). <https://doi.org/10.3390/su10061730>
- Maesaroh, S., Bahagia, B., & Kamalludin, K. (2021). Strategi Menumbuhkan Literasi Lingkungan Pada Siswa. *Jurnal Basicedu*, 5(4), 1998–2007. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i4.1048>
- Mandiuk, N., & Masyuk, Y. (2022). MANAGEMENT AND ORGANIZATION OF MARKETING ACTIVITIES TOURISM ENTERPRISE. *Market Infrastructure*, 68. <https://doi.org/10.32782/infrastruct68-22>
- MARWANTI, M., HAMIDAH, S., & SANDYA, E. C. (2020). COOKED RICE INNOVATION TO INCREASE THE TOURISM ATTRACTION OF PINDUL CAVE. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 42–46. <https://doi.org/10.30892/gtg.34106-617>
- Matthews, L., Scott, D., & Andrey, J. (2021). Development of a data-driven weather index for beach parks tourism. *International Journal of Biometeorology*, 65(5), 749–762. <https://doi.org/10.1007/s00484-019-01799-7>.
- McBride, B. B., Brewer, C. A., Berkowitz, A. R., & Borrie, W. T. (2013). Environmental literacy, ecological literacy, ecoliteracy: What do we mean and how did we get here? *Ecosphere*, 4(5). <https://doi.org/10.1890/ES13-00075.1>
- Mundet, L., Marin, J., & Figueroa, A. (2022). How to develop a road cycling tourism destination. Girona as a case study. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 39, 100566. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100566>
- Musaddad, A. A. et. al. (2019). Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan Di Indonesia. *Dinamika Sdministrasi*.

- Musaddun, et. al. (2013). Bentuk Pengembangan Pariwisata Pesisir Berkelanjutan di kabupaten Pekalongan. *Jurnal Ruang*, 1(2).
- Nasution, R. (2016). Analisis Kemampuan Literasi Lingkungan Siswa SMA Kelas X di Samboja dalam Pembelajaran Biologi. *Proseding Biology Education Conference*, 13(1), 352–358.
- Nasution, R., Pendidikan, P., Fakultas, B., & Dan, K. (2019). Analisis Tingkat Literasi Lingkungan Mahasiswa FKIP Universitas Mulawarman Dengan Transformasi Skor Nela (National Environmental Literacy Assessment). *Jurnal Ilmiah Biosmart*. <https://jurnal.fkip.unmul.ac.id/index.php/biosmart>
- Olszewski-Strzyżowski, D. J. (2022). Promotional Activities of Selected National Tourism Organizations (NTOs) in the Light of Sustainable Tourism (Including Sustainable Transport). *Sustainability*, 14(5), 2561. <https://doi.org/10.3390/su14052561>.
- Peroff, D. M., Deason, G. G., Seekamp, E., & Iyengar, J. (2017). Integrating frameworks for evaluating tourism partnerships: An exploration of success within the life cycle of a collaborative ecotourism development effort. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 100–111. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2016.10.001>.
- Potter, G., Schoedinger, S., Program Manager, S., Day, B., Director, E., Lintern of GfK Roper, D., Kraus, C., Karunaratne, S., Gallo, M., Martin, B., Nall, K., Merbedone, M., Santangelo, R., & Guzmon, K. (2008). *National Environmental Literacy Assessment Project: Year 1, National Baseline Study of Middle Grades Students Final Research Report*.
- Reza Islamy, M., D. Trisnawati, J., & Rahayu, S. (2022). The Effect of Perceived Service Quality, Perceived Value, Destination Image, Attitude to Visiting Behavior, Tourist Satisfaction on Tourist Loyalty. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 3(1), 35–48. <https://doi.org/10.24123/jeb.v3i1.4827>
- Santoso, R., Roshayanti, F., Joko Siswanto, dan, Negeri, S., & PGRI Semarang, U. (2021). ANALISIS LITERASI LINGKUNGAN SISWA SMP. In *Jurnal Penelitian Pendidikan Sains* (Vol. 10, Issue 02). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jpps>

- Scheyvens, R., & van der Watt, H. (2021). Tourism, Empowerment and Sustainable Development: A New Framework for Analysis. *Sustainability*, 13(22), 12606. <https://doi.org/10.3390/su132212606>.
- Shaifutdinova, D. V., & Mladova, T. A. (2022). THE QUALITY OF TOURIST SERVICES AS A FACTOR OF ENSURING THE SAFETY OF TOURISTS. *Региональные Аспекты Развития Науки и Образования в Области Архитектуры, Строительства, Землеустройства и Кадастров в Начале III Тысячелетия. Материалы Международной Научно-Практической Конференции*, 496–498. <https://doi.org/10.17084/978-5-7765-1471-5-2022-496>
- SHEN, L., & MA, J. (2022). A Study of Shanghai Tourist Destination Brand Equity: Perspectives from Western Group Tourists. *Journal of Tourism Management Research*, 9(1), 82–96. <https://doi.org/10.18488/31.v9i1.3079>
- Smith, T. F., Elrick-Barr, C. E., Thomsen, D. C., Celliers, L., & Le Tissier, M. (2023). Impacts of tourism on coastal areas. *Cambridge Prisms: Coastal Futures*, 1, e5. <https://doi.org/10.1017/cft.2022.5>
- Spínola, H. (2015). Environmental literacy comparison between students taught in Eco-schools and ordinary schools in the Madeira Island region of Portugal. In *Science Education International* (Vol. 26).
- Sulaiman, A. I., Eka Wijayanti, I. K., & Risnawati, Y. (2022). Agribusiness Based Coastal Tourism Development. *Technium Social Sciences Journal*, 35, 500–515. <https://doi.org/10.47577/tssj.v35i1.7341>
- Sulistiyadi, Y., & Derinta Entas, F. E. (2019). *PARIWISATA BERKELANJUTAN DALAM PERSPEKTIF PARIWISATA BUDAYA DI TAMAN HUTAN RAYA BANTEN*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Thomas, R. (2007). Tourism Partnerships and Small Firms. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(1), 37–43. <https://doi.org/10.5367/000000007780007344>
- Tleuberdinova, A., Salauatova, D., & Pratt, S. (2022). Assessing tourism destination competitiveness: the case of Kazakhstan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 1–19. <https://doi.org/10.1080/19407963.2022.2027954>.

- Winoto, Y., Damayani, N. A., Husodo, T., & Siti Khadijah, U. L. (2022). Kajian Potensi Pariwisata Pantai Di Wilayah Selatan kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 27(3), 227. <https://doi.org/10.30647/jip.v27i3.1547>
- Xia, M., Zhang, Y., & Gu, R. (2023). Creative Tea Beverages as a New Tourism Attraction? Exploring Determinants of Tourists' Repurchase Intention Using Dual Process Theory. *Sustainability*, 15(13), 10642. <https://doi.org/10.3390/su151310642>

RIWAYAT PENULIS



Dr. H. Yunus Winoto, M.Pd., Lahir di Tasikmalaya 59 tahun yang lalu, Pendidikan SD, SMP dan SMA diselesaikan di Tasikmalaya. Meraih gelar sarjana Perpustakaan dan Ilmu Informasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran. Meraih magister pendidikan dalam Bidang Pengembangan Kurikulum dari Sekolah Pascasarjana Universitas Pendidikan Indonesia (UPI) Bandung. Pernah tercatat sebagai mahasiswa pada Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran tapi tidak sempat selesai. Saat ini sedang menempuh Pendidikan Doktor (S3) Bidang Lingkungan dengan konsentrasi pariwisata berkelanjutan di Universitas Padjdjaran. Sejak tahun 1991 menjadi pengajar Pada Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi FIKOM UNPAD. Mengajar beberapa mata kuliah diantaranya mata kuliah pengembangan koleksi dan Mata kuliah Representasi Isi Sumber Informasi. Pernah menjabat sebagai sekretaris jurusan ilmu perpustakaan dan informasi. Penerima penghargaan satya Bhakti kelas I dan Kelas II tahun 2009 dan tahun 2016. Penulis aktif dalam berbagai kegiatan penelitian dan kegiatan ilmiah lainnya. Beberapa kegiatan ilmiah diikuti selama ini diantara sebagai nara sumber dalam kegiatan Penyusunan Pedoman Guru Berprestasi Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemdikbud), sebagaipembicara dalam seminar nasional di UIN Jakarta. Untuk kegiatan penelitian penulis telah melakukan beberapa kegiatan penelitian seperti penelitian yang berjudul model kerjasama antar perpustakaan perguruan tinggi Islam di Jawa Barat Sumber dana PUPT 2015-2017, penelitian dengan judul model literasi kesehatan pada masyarakat nelayan di Kabupaten Pangandaran Tahun 2016-2017 sumber dana Hibah Internal UNPAD. Sedangkan karya yang berupa buku yang dihasilkan diantaranya buku pengembangan koleksi perpustakaan (2018), Model dan teori Ilmu Informasi dan Perpustakaan (2017) dan Metode Penelitian Kuantitatif : Ilmu Perpustakaan dan Informasi (2016). Dasar-dasar Pengembangan Koleksi (2019), Dasar-dasar Layanan Perpustakaan (2019).



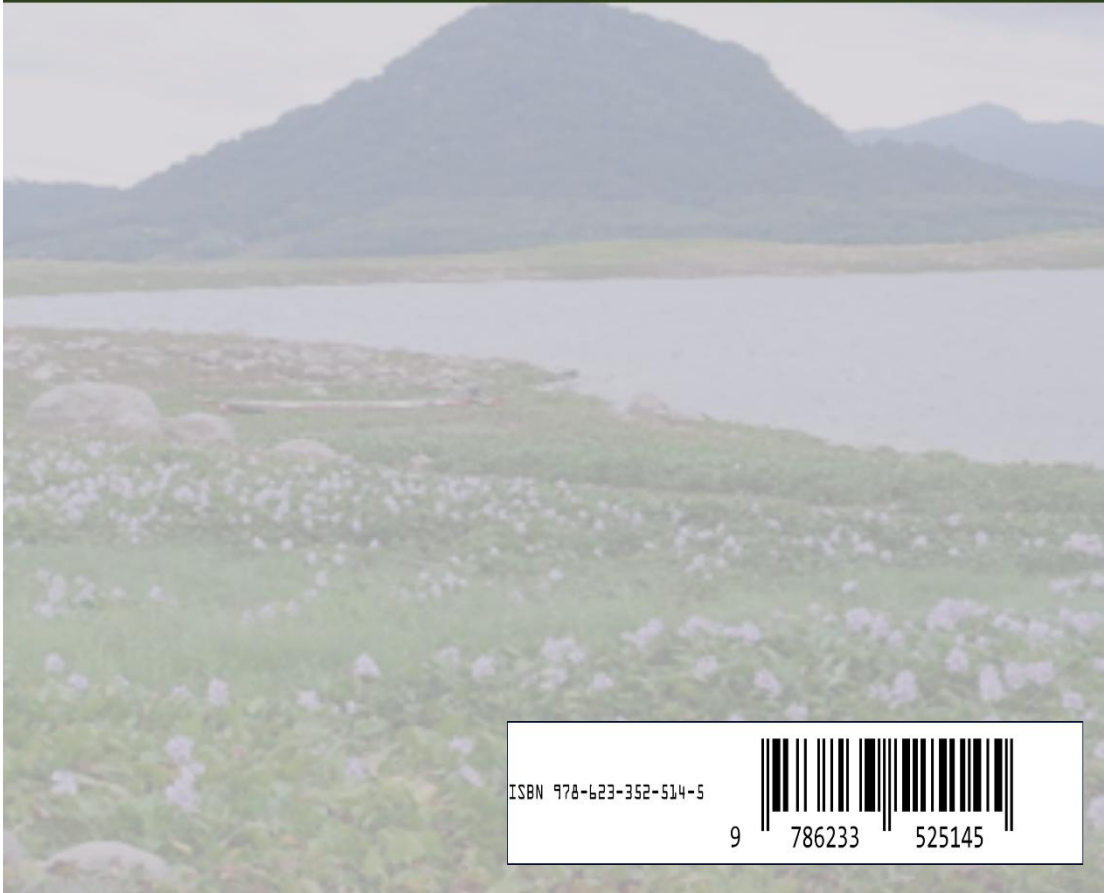
Andri Yanto, Dosen Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran. Meraih gelar Sarjana Ilmu Informasi dan Perpustakaan dan Magister Ilmu Informasi dan Perpustakaan dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran. Ia pernah mengikuti kegiatan *Leiden Ethnosystem and Development (LEAD) Programme*, Universiteit Leiden, Belanda, untuk digitalisasi arsip pada 2010; *Short-course Training E-Learning Project And Cultural Development* di Monash University, Australia pada 2014; serta *Regional Workshop on School Librarian in ASEAN Countries* 2016 yang diadakan oleh International Association of School Librarianship (IASL). Selain itu, pernah mengikuti beberapa pelatihan metodologi, di antaranya *Pelatihan Pemodelan Racs* pada 2017, *Qualitative Analysis with NVivo* pada 2018. Berbagai publikasi telah dimuat di dalam jurnal/prosiding internasional bereputasi serta jurnal nasional terakreditasi Dikti. Ia pun aktif sebagai pemakalah konferensi/simposium internasional/nasional, seminar, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat serta narasumber lainnya bidang informasi dan perpustakaan. Selain aktif mengajar, saat ini Ia juga sebagai Chief Editor Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan (JKIP). Tim ahli ISIPII (Ikata Sarjana Ilmu Perpustakaan dan Informasi Indonesia), Pengurus APTIPI Indonesia (Asosiasi Pendidikan Tinggi Ilmu Perpustakaan dan Informasi) Indonesia, dan Pengurus Daerah IPI Kab/Kota Bandung. Buku yang pernah diterbitkan, yaitu *Bunga Rampai Perpustakaan Indonesia menghadapi Era Open Access: Bunga Rampai* (2013); *Metode Penelitian Kuantitatif Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (2016); *Metode Analisis Hubungan Asosiasi Chi-Square Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (2017); serta *Merancang Proposal Usulan Penelitian Bidang Studi Perpustakaan dan Sains Informasi* (2020).



Ute Lies Siti Khadijah, Lahir di Bandung Tanggal 21 Desember 1975. Pendidikan mulai SD, SLTP dan SLTA di selesaikan di Bandung, Pendidikan S1 dilakukan pada Program S2 Ilmu Perpustakaan di Fakultas Ilmu Komunikasi, S2 pada Program Magister Ilmu Komunikasi Fikom UNPAD serta Pendidikan S3 dilakukan pada program Ilmu Komunikasi UNPAD. Berbagai jabatan telah dipegang yang bersangkutan seperti Sekertaris Departemen Komunikasi dan Informasi, Fikom, Unpad, Ketua Unit Internasionalisasi, Sekolah Pascasarjana, Unpad serta sebagai ketua Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi, Fikom, Unpad sampai sekarang. Berbagai tulisan telah dihasilkan diantaranya 1) The Significance Of Communicative Behaviour For Economic Blessings In The Community Involvement Of Discovering New Watershed Tourism; Review of International Geographical Education Online; Co-Author; Scopus (Q3); 2) Literasi Internet Solusi Atasi Budaya Cyberbullying Di Kalangan Remaja; Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan; Co-Author; Sinta (S6), 3) The Role Of Pentahelix Actors For Sawahlunto City To Be Deemed A Unesco World Heritage; Journal of Business on Hospitality and Tourism; Co-Author; Sinta (S4); serta 4) Traditional Conservation Methods Of Manuscripts Preservation In West Java; Linguistica Antverpiensia; First Authors; Scopus (Q1)

PENGEMBANGAN PARIWISATA YANG BERDAYA SAING DAN BERKELANJUTAN:

Tinjauan teoritis dan praktis



ISBN 978-623-352-514-5



9

786233

525145