MANAJEMEN EKOWISATA

SEBUAH PENGANTAR

DR. DHIAN TYAS UNTARI SE.,SH.,MM.,MBA

TRIBUDHI PELITA INDONESIA
PENERBIT

MANAJEMEN EKOWISATA

Sebuah Pengantar

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., S.H., M.M., MBA.

PENERBIT PT TRIBUDHI PELITA INDONESIA

MANAJEMEN EKOWISATA

Sebuah Pengantar

Penulis

Dr. Dhian Tyas Untari, S.E., S.H.,M.M.,MBA

ISBN : 978-623-88968-3-7

Desain Sampul

Endhita Shafa Anargya

Penerbit PT TRIBUDHI PELITA INDONESIA

Redaksi

Grand Slipi Tower, Lantai 5 Unit F,

Jalan S. Parman Kav 22-24

Jakarta Barat

Website : https://tribudhipelitaindonesia.kesug.com/

Cetakan Pertama : 2025

Hak Cipta dilindungi oleh Undang-undang.

Dilarang memperbanyak karya tulisan ini dalam bentuk dan cara apapun tanpa izin dari penerbit.

KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur yang mendalam, buku "Manajemen Ekowisata: Sebuah Pengantar" ini hadir di hadapan para pembaca. Ekowisata, sebagai konsep yang mengintegrasikan konservasi alam dengan pembangunan berkelanjutan, semakin relevan di tengah tantangan lingkungan global yang kian kompleks. Kami menyadari bahwa pengelolaan ekowisata yang efektif membutuhkan pemahaman multidisiplin yang kuat, mulai dari prinsip-prinsip ekologi, aspek sosial-budaya masyarakat lokal, hingga strategi bisnis yang inovatif.

Buku ini dirancang sebagai panduan komprehensif bagi siapa saja yang tertarik mendalami dunia ekowisata, baik itu mahasiswa, praktisi, akademisi, maupun pengambil kebijakan. Kami berupaya menyajikan materi dengan bahasa yang mudah dipahami, dilengkapi dengan contoh-contoh praktis dan studi kasus yang relevan, sehingga pembaca dapat memperoleh gambaran utuh mengenai seluk-beluk manajemen ekowisata.

Penyusunan buku ini merupakan perjalanan panjang yang melibatkan riset, observasi, dan diskusi dengan berbagai pihak yang berkecimpung di bidang ekowisata. Kami berharap, buku ini tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga mampu menginspirasi lahirnya ide-ide baru dan kontribusi nyata dalam pengembangan ekowisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan di Indonesia, bahkan dunia.

Akhir kata, semoga buku ini membawa manfaat sebesar-besarnya bagi kemajuan ekowisata dan pelestarian alam kita bersama.

DAFTAR ISI

BAB 1. PENDAHULUAN	1
BAB 2. EKOWISATA DAN MANAJEMEN SECURITY	8
BAB 3. KEANEKARAGAMAN HAYATI DAN EKOSISTEM	15
BAB 4. DAYA TARIK DESTINASI WISATA	21
BAB 5. KONSEP KONSERVASI PADA EKOWISATA	26
BAB 6. DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION	37
BAB 7. PENATAAN, PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN EKOWISATA	48
BAB 8. PEMASARAN DESTINASI EKOWISATA	57
BAB 9. PROMOSI DESTINASI EKOWISATA	65
BAB 10. PENGEMBANGAN LAYANAN DALAM EKOWISATA	71
BAB 11. MULTIPLIER EFFECT DARI PENGEMBANGAN EKOWISATA	78
BAB 12. PERANAN STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA	85
DAFTAR PUSTAKA	93

BAB 1
PENDAHULUAN

Pengertian Ekowisata

Ekowisata adalah suatu konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang bertujuan untuk mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengelolaan yang konservatif, sehingga memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat (Ditjen Pariwisata, 1995).

Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang bertanggung jawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan. Ekowisata dapat memberikan banyak manfaat, seperti sumber pendanaan bagi kawasan konservasi, perlindungan kawasan konservasi, alternatif sumber mata pencaharian masyarakat lokal, pilihan untuk mempromosikan konservasi dan dorongan upaya konservasi secara khusus.

Ekowisata pada awalnya hanya dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan daerah tujuan wisata, budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga. Dalam perkembangannya, terdapat beberapa cakupan ekowisata yaitu untuk edukasi, pemberdayaan masyarakat, peningkatan ekonomi, serta upaya dalam kegiatan konservasi.

Berikut definisi dan pengertian ekowisata dari beberapa sumber buku:

- Menurut Latupapua (2007), ekowisata merupakan istilah dan konsep yang menghubungkan antara pariwisata dengan konservasi. Ekowisata merupakan pariwisata yang berwawasan lingkungan dan merupakan jenis wisata yang mengutamakan tanggungjawab wisatawan terhadap lingkungan.
- Menurut Suprayitno (2008), ekowisata merupakan suatu model wisata alam yang bertanggung jawab di daerah yang masih alami atau daerah yang dikelola secara alami yang memiliki tujuan untuk menikmati keindahan alam dengan melibatkan unsur pendidikan serta dukungan terhadap usaha konservasi dan meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat setempat.

- Menurut Fennel (1999), ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat.
- Menurut Page dan Ross (2002), ekowisata adalah kegiatan pengusahaan wisata yang dapat memberikan banyak manfaat, seperti sumber pendanaan bagi kawasan konservasi, perlindungan kawasan konservasi, alternatif sumber mata pencaharian masyarakat lokal, pilihan untuk mempromosikan konservasi dan dorongan upaya konservasi secara khusus.
- Menurut Muntasib (2007), ekowisata merupakan suatu kegiatan pemanfaatan jasa keanekaragaman hayati tanpa mengganggu keanekaragaman hayati itu sendiri, sehingga dapat dijadikan alternatif pelestarian-nya.

Prinsip-prinsip Ekowisata

Menurut Page dan Ross (2002), ekowisata terdiri dari tiga prinsip utama, yaitu; prinsip konservasi, prinsip partisipasi masyarakat dan prinsip ekonomi. Adapun penjelasan prinsip-prinsip ekowisata adalah sebagai berikut:

A. **Prinsip Konservasi**. Prinsip konservasi artinya memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap pelestarian lingkungan alam dan budaya, melaksanakan kaidah-kaidah usaha yang bertanggung jawab dan ekonomi berkelanjutan. Prinsip konservasi alam memiliki kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap pelestarian alam serta pembangunan yang mengikuti kaidah ekologis, sedangkan prinsip konservasi budaya adalah kepekaan dan penghormatan kepada nilai-nilai sosial budaya dan tradisi keagamaan masyarakat setempat.
B. **Prinsip Partisipasi Masyarakat**. Perencanaan dan pengembangan ekowisata harus melibatkan masyarakat setempat secara optimal.
C. **Prinsip Ekonomi**. Pengembangan ekowisata dilaksanakan secara efisien, dimana dilakukan pengaturan sumberdaya alam sehingga pemanfaatannya yang berkelanjutan dapat mendukung generasi masa depan.

Ekowisata bertujuan untuk meminimalisasi dampak negatif terhadap lingkungan, meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat lokal, memberikan kontribusi terhadap kelestarian kawasan dan meningkatkan kepuasan pengunjung terhadap alam dan

budaya. Menurut Damanik dan Weber (2006), terdapat prinsip-prinsip yang harus dipenuhi dalam pengembangan ekowisata, yaitu:

1. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata.
2. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan memberikan keuntungan finabudaya di destinasi wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal maupun pelaku wisata lainnya.
3. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan dalam pemeliharaan dan konservasi.
4. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra pariwisata.
5. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat lokal dan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal.
6. Meningkatkan kepekaan terhadap situasi sosial, lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata.
7. Menghormati hak asasi manusia dan perjanjian kerja, dalam arti memberikan kebebasan kepada wisatawan dan masyarakat lokal untuk menikmati atraksi wisata sebagai wujud hak asasi, serta tunduk pada aturan main yang adil dan disepakati bersama dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata.

Karakteristik Ekowisata

Ekowisata merupakan salah satu bentuk wisata yang mendorong usaha pelestarian dan pembangunan yang berkelanjutan, memadukan antara pelestarian dengan pembangunan ekonomi, membuka lahan kerja baru bagi masyarakat setempat serta memberikan pendidikan lingkungan terhadap wisatawan. Ekowisata juga harus memberikan dampak yang positif terhadap masyarakat yaitu sebagai terbukanya lapangan pekerjaan melalui pemberdayaan masyarakat. Menurut Ditjen Perlindungan dan Konservasi Alam (2000), terdapat lima karakteristik dasar dalam usaha kegiatan ekowisata, yaitu:

1. **Nature based**, yaitu ekowisata merupakan bagian atau keseluruhan dari alam itu sendiri meliputi unsur-unsur sumber dayanya, dimana kekayaan keanekaragaman hayati beserta ekosistemnya merupakan kekuatan utama dan memiliki nilai jual paling utama terhadap pengembangan ekowisata.

2. **Ecologically sustainable**, yaitu ekowisata harus bersifat berkelanjutan ekologi, artinya semua fungsi lingkungan yang meliputi biologi, fisik, dan sosial tetap berjalan dengan baik, dimana perubahan-perubahan dari pembangunan tidak mengganggu dan merusak fungsi-fungsi ekologis.
3. **Environmentally educative**, yaitu melalui kegiatan-kegiatan yang positif terhadap lingkungan diharapkan mampu mempengaruhi perilaku masyarakat dan wisatawan untuk peduli terhadap konservasi sehingga dapat membantu kelestarian jangka panjang.
4. **Bermanfaat bagi masyarakat setempat**, yaitu dengan melibatkannya masyarakat dalam kegiatan ekowisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat baik langsung maupun tidak langsung, seperti halnya masyarakat menyewakan peralatan-peralatan yang dibutuhkan wisatawan, menjual kebutuhan wisatawan, bertambahnya wawasan terhadap lingkungan dan sebagainya.
5. **Kepuasan wisatawan**, yaitu kepuasan terhadap fenomena-fenomena alam yang didapatkan dari kegiatan ekowisata dapat meningkatkan kesadaran dan penghargaan terhadap konservasi alam dan budaya setempat.

Jenis-jenis Ekowisata

Menurut Yoeti (1997), berdasarkan objek yang menjadi elemen utama perjalanan wisata, ekowisata terbagi menjadi dua jenis, yaitu:

1. **Ekowisata alam**. Ciri-cirinya adalah dapat dilihat atau disaksikan secara bebas, seperti pemandangan alam, flora, fauna dan vegetasi hutan.
2. **Ekowisata budaya**. Hasil kebudayaan suatu bangsa yang dapat dilihat, disaksikan dan dipelajari, seperti monumen bersejarah, tempat-tempat budaya dan perayaan tradisional.

Menurut Page dan Ross (2002), berdasarkan tipe dan jumlah pengunjung serta sarana dan prasarana perjalanan, ekowisata dibagi menjadi beberapa jenis, yaitu:

1. *Self Reliant Ecotourism* . Ekowisata yang melibatkan individu atau kelompok kecil (± 10 orang) yang tidak atau menggunakan transportasi sangat sederhana (seperti berjalan kaki atau menggunakan perahu/sampan) untuk mengunjungi daerah yang relatif terpencil dan area yang masih alami.

2. *Small Group Ecotourism* . Ekowisata yang melibatkan individu atau kelompok kecil (± 15 orang) yang menggunakan transportasi sederhana (seperti kapal kecil atau boat kecil) untuk mengunjungi suatu daerah minat khusus yang relatif masih sulit di-jangkau. Tipe ini umumnya cocok untuk wisatawan semua umur dan tidak terlalu membutuhkan keahlian khusus untuk kegiatan di lapangan.
3. *Popular Ecotourism.* Ekowisata yang melibatkan transportasi (seperti bus atau kapal boat besar) dan jumlah pengunjung yang banyak untuk mengunjungi daerah yang terkenal pada suatu negara atau lokasi dengan daya tarik wisata yang populer dikalangan wisatawan. Tipe ini tidak membutuhkan kemampuan diri wisatawan yang tinggi karena tantangan di alam relatif lebih rendah. Namun tipe ini memungkinkan adanya kebutuhan sarana prasarana, infrastruktur dan pelayanan jasa, seperti pusat informasi pengunjung, penjual makanan dan minuman serta toilet. Tipe ini cocok untuk wisatawan segala usia.
4. *Hard and Soft Ecotourism Hard ecotourism* adalah tipe ekowisata yang ideal bagi wisatawan yang menyukai petualangan, sifatnya perorangan dan umumnya membutuhkan waktu yang lama bagi wisatawan untuk menikmati petualangan alam tersebut. Tipe ini cocok untuk wisatawan segala usia. Pesertanya adalah orang-orang dengan minat khusus dan mempunyai komitmen terhadap pelestarian lingkungan. *Soft ecotourism* adalah tipe ekowisata dengan melakukan perjalanan yang relatif singkat, interaksi dengan alam adalah salah satu dari beberapa komponen yang menjadi tujuan dalam pengalaman berwisata. Tipe ini bertempat di kawasan dengan sedikit berlatar alami, seperti di pusat taman interpretasi, melihat pemandangan di taman nasional yang telah difasilitasi dengan pelayanan dan jasa.

Diversifikasi produk wisata adalah salah satu kunci dalam menjaga keseimbangan pemanfaatan seluruh sumber daya potensial menuju destinasi wisata yang berkelanjutan. Konsep komponen produk pariwisata merupakan komponen untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan di suatu daya tarik wisata (Suwena, 2010). Ekowisata dapat berkontribusi untuk menjaga keanekaragaman hayati dan fungsi ekosistem (Wood, 2002). Beberapa jenis ekowisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan yaitu :

1. Ekowisata bahari merupakan ekowisata yang memanfaatkan sumber daya pesisir dan laut. Kegiatan wisata yang dikembangkan dikelompokkan menjadi wisata pantai dan wisata bahari. Wisata pantai merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumber daya pantai dan budaya masyarakat pantai seperti rekreasi, olahraga, menikmati pemandangan dan iklim. Sedangkan wisata bahari merupakan kegiatan wisata yang mengutamakan sumber daya bawah laut dan dinamika air laut.
2. Ekowisata hutan merupakan ekowisata yang memanfaatkan sumber daya kawasan hutan khususnya hutan tropika. Kawasan hutan yang dapat berfungsi sebagai kawasan wisata yang berbasis lingkungan adalah kawasan Pelestarian Alam (Taman Nasional, Taman Hutan Raya, Taman Wisata Alam), kawasan Suaka Alam dan Hutan Lindung.
3. Ekowisata pegunungan adalah suatu kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan secara sukarela yang bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Ekowisata pegunungan memiliki pengertian sebagai objek wisata yang daya tarik utamanya adalah bersumber kepada keindahan alam, sumber daya alam, dan tata lingkungan yang terletak di lingkungan dataran tinggi dan menjadi tujuan destinasi wisata.
4. Ekowisata karst merupakan ekowisata yang memanfaatkan sumber daya suatu kawasan yang mempunyai karakteristik relief dan drainase yang khas, yang disebabkan oleh tingginya keterlarutan batuan di dalam air. Berdasarkan penjelasan mengenai pengertian dan konsep ekowisata, manfaat yang penting dalam kegiatan ekowisata pada suatu wilayah atau area dengan daya tarik wisatanya adalah sebagai sumber pendanaan bagi kawasan konservasi, perlindungan kawasan konservasi, alternatif sumber mata pencaharian masyarakat lokal, pilihan untuk mempromosikan konservasi dan dorongan upaya konservasi secara khusus.
5. Ekowisata budaya adalah jenis ekowisata yang memiliki ciri-ciri hasil kebudayaan suatu bangsa yang dapat dilihat, disaksikan dan dipelajari, seperti monumen bersejarah, tempat-tempat budaya (contoh: rumah adat) dan perayaan tradisional.

BAB 2
EKOWISATA DAN MANAJEMEN SECURITY

Pengertian Manajemen Security

Manajemen security atau manajemen keamanan adalah suatu proses sistematis yang bertujuan untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengurangi risiko keamanan terhadap aset-aset penting suatu organisasi. Aset ini bisa berupa manusia, gedung, mesin, sistem, data, atau informasi. Secara lebih rinci, manajemen security meliputi:

- Identifikasi Aset: Menentukan apa saja yang perlu dilindungi (misalnya, data pelanggan, server, karyawan, gedung kantor).
- Identifikasi Ancaman dan Kerentanan: Mengenali potensi bahaya (ancaman) yang bisa merugikan aset, serta titik lemah (kerentanan) yang bisa dieksploitasi oleh ancaman tersebut. Contoh ancaman bisa berupa serangan siber, bencana alam, pencurian, atau kesalahan manusia.
- Penilaian Risiko: Mengevaluasi seberapa besar kemungkinan ancaman akan terjadi dan seberapa parah dampaknya jika terjadi.
- Pengembangan Kebijakan dan Prosedur: Merumuskan aturan dan pedoman yang jelas tentang bagaimana keamanan harus dikelola dan dipertahankan. Ini bisa mencakup kebijakan akses, penggunaan perangkat, penanganan insiden, dll.
- Implementasi Kontrol Keamanan: Menerapkan langkah-langkah perlindungan, baik teknis (seperti firewall, enkripsi, antivirus) maupun non-teknis (seperti pelatihan karyawan, pengamanan fisik, prosedur darurat).

Pemantauan dan Peninjauan Berkelanjutan: Terus-menerus memantau efektivitas kontrol keamanan, mengidentifikasi ancaman baru, dan memperbarui kebijakan serta prosedur sesuai kebutuhan. Ini adalah proses yang dinamis karena ancaman keamanan terus berkembang. Tujuan utama dari manajemen security adalah untuk memastikan keberlangsungan bisnis, meminimalkan kerugian akibat insiden

keamanan, dan menjaga reputasi serta kepercayaan dari pihak-pihak terkait. Ini juga sering kali berfokus pada tiga pilar utama keamanan informasi:

- Kerahasiaan (Confidentiality): Memastikan bahwa informasi hanya dapat diakses oleh pihak yang berwenang.
- Integritas (Integrity): Menjamin bahwa informasi akurat, lengkap, dan tidak diubah tanpa izin.
- Ketersediaan (Availability): Memastikan bahwa informasi dan sistem dapat diakses oleh pihak yang berwenang kapan pun dibutuhkan.

Ekowisata dan Keamanan: Sebuah Sinergi Kritis untuk Keberlanjutan

Di tengah hiruk pikuk modernisasi dan krisis lingkungan, ekowisata muncul sebagai mercusuar harapan, menawarkan alternatif pariwisata yang tidak hanya menghibur tetapi juga mendidik dan melestarikan. Konsep ini melampaui sekadar menikmati keindahan alam; ia adalah jembatan antara konservasi, pembangunan ekonomi lokal, dan pengalaman otentik bagi wisatawan. Namun, di balik narasi ideal ini, keberlanjutan dan kesuksesan ekowisata sangat bergantung pada pilar yang seringkali kurang mendapat perhatian yang proporsional: manajemen keamanan. Kaitan antara manajemen ekowisata dan manajemen keamanan bukan sekadar hubungan pelengkap, melainkan sebuah sinergi krusial yang menentukan apakah suatu destinasi ekowisata dapat berkembang, bertahan, atau justru meredup.

Manajemen ekowisata adalah disiplin ilmu yang kompleks, mencakup perencanaan strategis, pengembangan produk yang inovatif dan bertanggung jawab, pemasaran yang etis, serta pengelolaan sumber daya alam dan budaya secara berkelanjutan. Ini melibatkan pemahaman mendalam tentang ekosistem, partisipasi masyarakat lokal, dan penerapan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam setiap aspek operasional. Namun, semua upaya ini dapat runtuh jika fondasi keamanan tidak kokoh. Keamanan dalam konteks ekowisata melampaui batasan fisik; ia mencakup keamanan fisik, keamanan lingkungan, keamanan informasi, hingga keamanan psikologis bagi semua pemangku kepentingan.

Fondasi Keamanan: Mengapa Penting bagi Ekowisata?

Mengapa manajemen keamanan begitu esensial bagi ekowisata?, alasannya multifaset, menyentuh berbagai aspek dari operasional hingga reputasi:

1. Perlindungan Sumber Daya Alam dan Budaya;

   Destinasi ekowisata seringkali berlokasi di area yang kaya akan biodiversitas unik atau situs warisan budaya yang tak ternilai. Tanpa manajemen keamanan yang efektif, aset-aset ini sangat rentan terhadap berbagai ancaman. Misalnya, perburuan liar untuk spesies langka, pembalakan ilegal yang merusak hutan, penjarahan situs arkeologi, atau vandalisme yang merusak keindahan alam. Keamanan yang kuat berfungsi sebagai tameng pelindung, mencegah eksploitasi ilegal dan memastikan bahwa ekosistem serta warisan budaya tetap utuh untuk dinikmati generasi mendatang. Sistem pengawasan, patroli rutin oleh penjaga hutan atau polisi hutan yang terlatih, serta keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam menjaga lingkungan, adalah manifestasi konkret dari manajemen keamanan yang mendukung tujuan konservasi ekowisata.

2. Keselamatan dan Kenyamanan Pengunjung:

   Ini adalah aspek paling langsung dari kaitan antara ekowisata dan keamanan. Wisatawan, terutama yang mencari pengalaman di alam bebas, sadar akan potensi risiko. Mereka membutuhkan jaminan bahwa perjalanan mereka aman dan nyaman. Manajemen keamanan yang efektif mencakup:

   - Identifikasi dan mitigasi risiko fisik: Ini termasuk risiko medan yang sulit (misalnya, jalur pendakian yang licin, sungai deras), potensi pertemuan dengan satwa liar yang berbahaya, atau kondisi cuaca ekstrem. Prosedur standar operasional (SOP) untuk penjelajahan, penyediaan peralatan keselamatan (P3K, radio komunikasi), dan pemandu yang terlatih dalam pertolongan pertama adalah contohnya.
   - Penanggulangan ancaman kriminal: Meskipun ekowisata umumnya menarik individu yang peduli lingkungan, risiko pencurian, penipuan, atau bahkan kejahatan yang lebih serius tetap ada. Sistem pengawasan, keberadaan petugas keamanan, dan edukasi bagi wisatawan tentang langkah-langkah pencegahan sangat penting.
   - Kesiapan menghadapi bencana alam: Banyak destinasi ekowisata berada di wilayah rawan bencana seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, atau

tsunami. Perencanaan evakuasi, sistem peringatan dini, dan pelatihan bagi staf serta masyarakat lokal untuk bertindak cepat adalah bagian integral dari manajemen keamanan.

Aspek kesehatan dan sanitasi: Terutama di area terpencil, akses ke fasilitas medis mungkin terbatas. Manajemen keamanan juga mencakup penyediaan air bersih, pengelolaan limbah yang tepat, dan pencegahan penyebaran penyakit menular untuk menjaga kesehatan pengunjung dan staf. Ketika wisatawan merasa aman dan nyaman, pengalaman mereka akan lebih positif, meningkatkan kemungkinan kunjungan berulang dan rekomendasi dari mulut ke mulut, yang pada gilirannya akan mendukung keberlanjutan ekonomi destinasi.

3. Reputasi dan Citra Destinasi:

   Dalam era digital, berita menyebar dengan sangat cepat. Insiden keamanan, sekecil apapun, dapat merusak reputasi destinasi ekowisata dalam sekejap. Media sosial dan ulasan online memiliki kekuatan besar untuk memengaruhi persepsi publik. Destinasi yang dikenal karena insiden keamanan atau kurangnya perhatian terhadap keselamatan akan kehilangan daya tariknya di mata calon pengunjung dan operator tur. Sebaliknya, destinasi yang secara proaktif mengelola keamanan akan membangun citra positif sebagai tempat yang terpercaya dan bertanggung jawab, menarik lebih banyak investasi dan dukungan.

4. Kepatuhan Regulasi dan Standar Internasional:

   Banyak destinasi ekowisata, terutama yang terdaftar sebagai situs warisan dunia atau cagar biosfer, harus mematuhi regulasi ketat dari pemerintah atau organisasi internasional. Regulasi ini seringkali mencakup standar keamanan lingkungan, keselamatan pengunjung, dan perlindungan keanekaragaman hayati. Manajemen keamanan yang terintegrasi membantu memastikan bahwa destinasi tidak hanya memenuhi tetapi juga melampaui standar-standar ini, menghindari sanksi hukum dan menjaga kredibilitas.

5. Pemberdayaan Masyarakat Lokal dan Penciptaan Lapangan Kerja:

   Salah satu prinsip utama ekowisata adalah pemberdayaan masyarakat lokal. Dalam konteks keamanan, ini dapat diterjemahkan menjadi penciptaan lapangan kerja sebagai penjaga hutan, pemandu keamanan, atau anggota tim tanggap darurat. Melibatkan masyarakat lokal tidak hanya memberikan manfaat ekonomi langsung tetapi juga memanfaatkan pengetahuan tradisional mereka tentang

medan dan lingkungan sekitar. Mereka menjadi "mata dan telinga" yang paling efektif di lapangan, yang pada gilirannya meningkatkan efektivitas manajemen keamanan secara keseluruhan dan menumbuhkan rasa kepemilikan terhadap destinasi.

Integrasi Strategis: Menggandeng Ekowisata dan Keamanan

Melihat pentingnya kedua bidang ini, integrasi strategis antara manajemen ekowisata dan manajemen keamanan menjadi sebuah keharusan, bukan pilihan. Bagaimana integrasi ini dapat diwujudkan?

1. Perencanaan Terpadu:

   Sejak tahap perencanaan awal pengembangan destinasi ekowisata, aspek keamanan harus dipertimbangkan secara serius. Ini berarti melakukan analisis risiko komprehensif untuk mengidentifikasi potensi ancaman (alam, kriminal, teknis) dan mengembangkan rencana mitigasi yang terperinci. Misalnya, pemilihan lokasi jalur hiking harus mempertimbangkan keamanan medan dan aksesibilitas untuk evakuasi darurat. Pembangunan fasilitas harus mematuhi standar keamanan bangunan dan perlindungan lingkungan.

2. Pengembangan Kebijakan dan Prosedur Standar Operasional (SOP):

   Setiap aktivitas ekowisata harus memiliki SOP yang jelas terkait keamanan. Ini mencakup prosedur untuk penerimaan tamu, penggunaan peralatan, penanganan insiden, evakuasi, dan komunikasi darurat. SOP ini harus dikomunikasikan secara efektif kepada semua staf dan pengunjung. Misalnya, SOP untuk pertemuan dengan satwa liar yang harus dipatuhi oleh pemandu dan wisatawan.

3. Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas:

   Seluruh staf, mulai dari pemandu, operator tur, hingga petugas kebersihan, harus dilatih dalam aspek keamanan dan keselamatan. Pelatihan dapat mencakup pertolongan pertama, prosedur evakuasi, komunikasi darurat, identifikasi risiko, dan bahkan pelatihan spesifik terkait satwa liar atau kondisi geografis. Masyarakat lokal juga harus diberdayakan melalui pelatihan serupa, sehingga mereka dapat menjadi mitra aktif dalam menjaga keamanan destinasi.

4. Teknologi dan Inovasi:

   Pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efektivitas manajemen keamanan secara signifikan. Sistem GPS untuk pelacakan wisatawan di area terpencil, drone

untuk pengawasan hutan dan satwa liar, kamera pengawas, atau aplikasi seluler untuk laporan insiden darurat, adalah beberapa contohnya. Teknologi ini tidak menggantikan peran manusia tetapi berfungsi sebagai alat bantu yang sangat efektif.

5. Kolaborasi Lintas Sektor:

   Manajemen keamanan yang efektif di destinasi ekowisata tidak bisa hanya diemban oleh satu pihak. Dibutuhkan kolaborasi erat antara pemerintah (badan konservasi, kepolisian, militer), operator tur, masyarakat lokal, dan organisasi non-pemerintah (NGO). Pertukaran informasi intelijen, patroli gabungan, dan pelatihan bersama dapat menciptakan jaringan keamanan yang kuat dan responsif. Misalnya, kepolisian dapat bekerja sama dengan badan konservasi untuk memberantas perburuan liar, sementara masyarakat lokal dapat melaporkan aktivitas mencurigakan.

6. Pengawasan dan Evaluasi Berkelanjutan:

   Sistem keamanan bukanlah sesuatu yang statis. Ancaman dan risiko dapat berubah seiring waktu. Oleh karena itu, penting untuk secara rutin melakukan pengawasan, evaluasi, dan penyesuaian terhadap rencana keamanan. Laporan insiden, umpan balik dari pengunjung dan staf, serta analisis tren risiko, harus digunakan sebagai dasar untuk perbaikan berkelanjutan. Audit keamanan secara berkala juga perlu dilakukan untuk memastikan kepatuhan dan efektivitas.

Studi Kasus dan Implikasi

Ambil contoh destinasi ekowisata di Taman Nasional Gunung Leuser di Sumatra, Indonesia. Area ini adalah habitat kritis bagi orangutan, gajah, dan harimau Sumatra, namun juga menghadapi ancaman serius dari perburuan liar dan penebangan ilegal. Tanpa manajemen keamanan yang solid (patroli rutin oleh Polisi Hutan dan masyarakat binaan, penegakan hukum yang tegas), upaya konservasi dan pengembangan ekowisata untuk melihat satwa liar akan sia-sia. Keamanan di sini tidak hanya melindungi wisatawan, tetapi secara fundamental melindungi aset ekologis yang menjadi daya tarik utama ekowisata itu sendiri.

Contoh lain adalah destinasi ekowisata bahari seperti Raja Ampat. Keamanan maritim terhadap pengeboman ikan, penangkapan ikan ilegal, atau penyelundupan spesies laut adalah krusial. Sistem pengawasan perairan, patroli laut, dan partisipasi

aktif masyarakat pesisir dalam menjaga terumbu karang merupakan bagian tak terpisahkan dari manajemen keamanan yang mendukung ekowisata bahari. Jika keamanan laut tidak terjamin, keindahan bawah laut yang menjadi daya tarik utama akan rusak, dan pengalaman menyelam atau snorkeling akan terganggu.

Pada akhirnya, manajemen ekowisata dan manajemen keamanan adalah dua entitas yang tak terpisahkan dalam mencapai keberlanjutan. Ekowisata yang ideal tidak hanya tentang minimnya dampak negatif terhadap lingkungan dan maksimalnya manfaat bagi masyarakat lokal, tetapi juga tentang menciptakan lingkungan yang aman dan nyaman bagi semua pihak. Keamanan yang solid adalah prasyarat mutlak yang memungkinkan prinsip-prinsip ekowisata dapat diterapkan secara efektif dan berkelanjutan.

Tanpa perhatian serius terhadap keamanan, investasi dalam konservasi dan pengembangan komunitas dapat menjadi sia-sia, dan reputasi destinasi akan terancam. Sebaliknya, dengan mengintegrasikan kedua bidang ini secara strategis, destinasi ekowisata dapat menjadi model keberlanjutan yang sejati: tempat di mana alam dilestarikan, masyarakat diberdayakan, dan wisatawan dapat menikmati pengalaman yang mendalam, otentik, dan yang paling penting, aman. Ini adalah keseimbangan yang harus terus dijaga, sebuah sinergi yang akan terus menjadi kunci bagi masa depan ekowisata global.

BAB 3
KEANEKARAGAMAN HAYATI DAN EKOSISTEM

Keanekaragaman hayati adalah salah satu aspek penting dalam kehidupan di planet Bumi. Setiap ekosistem memiliki tingkat keanekaragaman hayati yang berbeda-beda, tergantung pada berbagai faktor seperti iklim, geografi, dan interaksi antara organisme-organisme yang hidup di dalamnya. Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem mengacu pada keragaman spesies dan ekosistem yang ada dalam suatu wilayah tertentu. Dalam artikel ini, kita akan membahas secara mendalam tentang pengertian keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, pentingnya untuk kehidupan kita, dan upaya yang dapat dilakukan untuk melestarikannya.

Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem mengacu pada keragaman spesies dan ekosistem yang ada dalam suatu wilayah tertentu. Ekosistem adalah suatu sistem yang terdiri dari organisme hidup (makhluk hidup) dan komponen abiotik (non-hidup) yang saling berinteraksi. Contoh ekosistem yang umum dikenal adalah hutan, sungai, dan terumbu karang. Di dalam setiap ekosistem tersebut, terdapat berbagai spesies organisme yang hidup bersama-sama, membentuk jaring makanan dan siklus nutrisi yang kompleks.

Pentingnya keanekaragaman hayati tingkat ekosistem tidak bisa diabaikan. Ekosistem yang memiliki tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi cenderung lebih stabil dan kuat dalam menghadapi perubahan lingkungan. Semakin banyak spesies yang hidup dalam suatu ekosistem, semakin besar kemungkinan adanya organisme yang memiliki adaptasi khusus untuk bertahan hidup dalam kondisi lingkungan yang berubah-ubah. Hal ini membuat ekosistem tersebut lebih mampu pulih dari gangguan atau bencana alam.

Selain itu, keanekaragaman hayati tingkat ekosistem juga memberikan berbagai manfaat langsung maupun tidak langsung bagi manusia. Manfaat langsung dapat berupa sumber daya alam seperti air bersih, kayu, dan hasil pertanian. Selain itu, banyak tumbuhan dan hewan yang memiliki kandungan zat aktif yang dapat dimanfaatkan dalam industri farmasi untuk produksi obat-obatan. Manfaat tidak langsung meliputi

penyediaan jasa ekosistem seperti penyerbukan oleh serangga, pengendalian hama alami, dan penyediaan habitat bagi organisme lain. Sayangnya, keanekaragaman hayati tingkat ekosistem di seluruh dunia mengalami penurunan yang signifikan dalam beberapa dekade terakhir. Beberapa faktor penyebabnya antara lain deforestasi, perubahan penggunaan lahan, polusi, dan perubahan iklim. Deforestasi yang dilakukan untuk memperluas lahan pertanian dan industri telah menghancurkan habitat alami bagi banyak spesies. Perubahan penggunaan lahan yang tidak terkendali juga mengakibatkan hilangnya ekosistem yang unik dan langka. Polusi dan perubahan iklim juga berkontribusi terhadap penurunan keanekaragaman hayati dengan mengganggu keseimbangan ekosistem dan mempengaruhi siklus hidup organisme.

Untuk menjaga keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, diperlukan upaya konservasi yang serius dan berkelanjutan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mendukung pembentukan dan pengelolaan kawasan konservasi. Kawasan konservasi berperan penting dalam melindungi habitat alami dan spesies-spesies yang hidup di dalamnya. Selain itu, penting juga untuk mengurangi deforestasi dan perubahan penggunaan lahan yang tidak terkendali. Penggunaan sumber daya alam yang bijaksana juga harus diterapkan untuk menghindari kerusakan ekosistem.

Selain upaya konservasi, pendidikan dan kesadaran masyarakat juga memiliki peran penting dalam menjaga keanekaragaman hayati tingkat ekosistem. Dengan meningkatkan pemahaman dan kesadaran tentang pentingnya keanekaragaman hayati, masyarakat akan lebih cenderung untuk mengambil tindakan yang mendukung pelestariannya. Pendidikan tentang keanekaragaman hayati juga dapat dilakukan melalui kurikulum sekolah dan kampanye-kampanye publik.

Dalam kesimpulan, keanekaragaman hayati tingkat ekosistem memiliki peran penting dalam menjaga kehidupan di planet Bumi. Dengan memahami pengertian keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, pentingnya, dan upaya yang dapat dilakukan untuk melestarikannya, diharapkan kita semua dapat berkontribusi dalam menjaga keberlanjutan ekosistem dan kehidupan di masa depan.

Pengertian Keanekaragaman Hayati Tingkat Ekosistem

Keanekaragaman hayati, atau biodiversitas, merujuk pada variasi kehidupan yang ada di bumi. Hal ini mencakup berbagai spesies tumbuhan, hewan, dan mikroorganisme, serta interaksi mereka dengan lingkungan tempat mereka hidup.

Keanekaragaman hayati sangat penting untuk menjaga keseimbangan ekosistem dan berperan dalam menjaga kelangsungan hidup manusia.

Keanekaragaman hayati dapat dilihat pada berbagai tingkatan, mulai dari tingkat genetik hingga tingkat ekosistem. Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem merujuk pada variasi spesies yang ada di suatu ekosistem tertentu. Ekosistem adalah suatu lingkungan yang terdiri dari makhluk hidup dan non-hidup yang saling berinteraksi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keanekaragaman Hayati Tingkat Ekosistem

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keanekaragaman hayati tingkat ekosistem. Pertama, faktor iklim memainkan peran penting dalam menentukan jenis-jenis organisme yang dapat hidup di suatu ekosistem. Iklim yang hangat dan lembap cenderung mendukung keberagaman hayati yang lebih tinggi daripada iklim yang kering dan dingin.

Selain itu, faktor topografi juga berpengaruh. Bentuk lahan seperti gunung, lembah, dan dataran rendah dapat menciptakan mikrohabitat yang berbeda-beda, yang pada gilirannya mendukung keberagaman hayati yang lebih tinggi. Kondisi tanah juga mempengaruhi keanekaragaman hayati, karena jenis tanah yang berbeda menyediakan nutrisi dan kelembaban yang berbeda pula.

Faktor manusia juga memiliki dampak yang signifikan terhadap keanekaragaman hayati tingkat ekosistem. Aktivitas manusia seperti deforestasi, perburuan liar, dan perubahan penggunaan lahan dapat mengurangi keanekaragaman hayati dengan menghancurkan habitat alami dan mengganggu rantai makanan.

Manfaat Keanekaragaman Hayati Tingkat Ekosistem

Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem memiliki manfaat yang sangat penting bagi manusia. Pertama, keanekaragaman hayati mendukung produksi pangan dan pertanian. Berbagai spesies tanaman dan hewan memberikan sumber daya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan makanan dan bahan baku industri. Selain itu, keanekaragaman hayati juga berperan dalam menjaga kesehatan ekosistem. Ekosistem yang sehat memiliki kemampuan yang lebih baik dalam mengatasi perubahan lingkungan dan mengurangi risiko bencana alam seperti banjir dan tanah longsor. Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem juga memiliki nilai estetika dan

budaya. Berbagai spesies tumbuhan dan hewan yang hidup di suatu ekosistem memberikan keindahan alam yang unik dan menjadi bagian dari warisan budaya suatu daerah.

Upaya Pelestarian Keanekaragaman Hayati Tingkat Ekosistem

Pelestarian keanekaragaman hayati tingkat ekosistem menjadi sangat penting untuk menjaga keseimbangan ekosistem dan kelangsungan hidup manusia. Beberapa upaya pelestarian yang dapat dilakukan antara lain:

1. Pembentukan taman nasional dan cagar alam untuk melindungi habitat alami dan spesies yang terancam punah.
2. Pengembangan program konservasi untuk menjaga keberlanjutan sumber daya alam dan mengurangi dampak negatif aktivitas manusia.

3. Edukasi masyarakat tentang pentingnya keanekaragaman hayati dan dampak negatif dari perusakan habitat alami.
4. Pengembangan kebijakan yang mendukung pelestarian keanekaragaman hayati, seperti pengendalian perburuan liar dan penghentian deforestasi.

Dengan melakukan upaya pelestarian keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, kita dapat menjaga kehidupan di bumi dan memastikan kelangsungan hidup generasi mendatang.

Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem merujuk pada variasi spesies, genetik, dan ekosistem yang ada di suatu wilayah atau lingkungan tertentu. Ini mencakup semua bentuk kehidupan, termasuk hewan, tumbuhan, mikroorganisme, dan lingkungan fisik di mana mereka hidup.

Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem penting karena berkontribusi pada keseimbangan ekosistem dan keberlanjutan lingkungan. Semakin tinggi tingkat keanekaragaman hayati, semakin stabil dan tangguh ekosistem tersebut terhadap perubahan dan gangguan lingkungan. Selain itu, keanekaragaman hayati juga memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya bagi manusia.

1. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, antara lain
2. Iklim: Iklim yang berbeda mempengaruhi tipe vegetasi dan spesies yang dapat hidup di suatu ekosistem.

3. Topografi: Perbedaan dalam topografi, seperti lereng, dataran rendah, dan sungai, dapat menciptakan mikrohabitat yang berbeda dan mendukung keanekaragaman hayati.
4. Ketersediaan sumber daya: Ketersediaan air, nutrisi, dan habitat yang sesuai mempengaruhi jenis dan jumlah spesies yang dapat hidup di suatu ekosistem.
5. Gangguan manusia: Aktivitas manusia seperti perubahan penggunaan lahan, polusi, dan perburuan liar dapat mengurangi keanekaragaman hayati.

Beberapa cara untuk menjaga keanekaragaman hayati tingkat ekosistem antara lain:

1. Melindungi habitat alami: Mempertahankan dan melindungi habitat alami seperti hutan, lahan basah, dan terumbu karang sangat penting untuk mempertahankan keanekaragaman hayati.
2. Mengurangi polusi: Mengurangi polusi udara, air, dan tanah dapat membantu menjaga kualitas ekosistem dan kesehatan organisme yang hidup di dalamnya.
3. Menggunakan sumber daya secara berkelanjutan: Mengelola sumber daya alam seperti hutan, sungai, dan lahan pertanian dengan bijaksana dapat membantu menjaga keanekaragaman hayati.
4. Mendorong pelestarian spesies: Melindungi spesies yang terancam punah dan mendorong upaya pelestarian dapat membantu menjaga keanekaragaman hayati.

Penurunan keanekaragaman hayati tingkat ekosistem dapat memiliki dampak serius, termasuk:

1. Kerentanan terhadap perubahan lingkungan: Ekosistem dengan keanekaragaman rendah lebih rentan terhadap perubahan iklim, perubahan penggunaan lahan, dan gangguan lainnya.
2. Gangguan rantai makanan: Jika satu spesies punah, hal ini dapat mengganggu rantai makanan dan mempengaruhi organisme lain yang bergantung pada spesies tersebut.
3. Hilangnya manfaat ekonomi: Banyak produk dan layanan ekosistem yang memberikan manfaat ekonomi, seperti obat-obatan alami, bahan bangunan, dan pariwisata alam, dapat hilang jika keanekaragaman hayati menurun.
4. Hilangnya identitas budaya: Keanekaragaman hayati juga penting bagi budaya dan identitas suatu masyarakat. Penurunan keanekaragaman hayati dapat menghilangkan pengetahuan tradisional dan praktik budaya yang terkait dengan alam.

Setiap individu dapat berperan dalam menjaga keanekaragaman hayati tingkat ekosistem, antara lain:

1. Mengurangi konsumsi sumber daya: Mengurangi konsumsi energi, air, dan barang-barang sekali pakai dapat membantu mengurangi dampak negatif terhadap ekosistem.
2. Mendukung produk berkelanjutan: Memilih produk yang diproduksi secara berkelanjutan dan ramah lingkungan dapat mendorong praktik bisnis yang mendukung keanekaragaman hayati.
3. Mengikuti aturan dan regulasi: Mengikuti aturan dan regulasi yang telah ditetapkan untuk melindungi lingkungan dan keanekaragaman hayati sangat penting.
4. Mengedukasi diri sendiri dan orang lain: Meningkatkan kesadaran tentang keanekaragaman hayati dan pentingnya menjaganya dapat membantu menginspirasi tindakan positif.

Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem dan keanekaragaman hayati tingkat spesies saling terkait. Keanekaragaman hayati tingkat spesies merujuk pada jumlah dan variasi spesies yang ada di suatu wilayah atau lingkungan. Keanekaragaman hayati tingkat ekosistem mencakup keanekaragaman spesies serta variasi genetik dan ekosistem di dalamnya. Jadi, keanekaragaman hayati tingkat ekosistem merupakan gambaran yang lebih luas dan menyeluruh tentang kehidupan di suatu wilayah.

BAB 4
DAYA TARIK DESTINASI WISATA

Daya Tarik Wisata Undang-Undang No 10 Tahun 2009 menjelaskan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yangmemiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuankunjungan wisatawan.

Daya tarik wisata merupakan suatu tempat yang menarik yang menjadi tempat kunjungan wisatawan. Tempat tersebut mempunyai sumber daya baik alamiah maupun buatan manusia seperti keindahan alam pegunungan pantai flora dan fauna bangunan kuno bersejarah monumen-monumen candi-candi, tarian, atraksi, dan kebudayaan khas lainnya. Menurut Yoeti (2006:55-56) daya tarik wisata dapat dibagi menjadi empat bagian sebagai berikut:

1. Daya tarik wisata alam, yang meliputi pemandangan alam, laut, pantai, dan pemandangan alam lainnya.
2. Daya tarik wisata dalam bentuk bangunan, yang meliputi arsitektur bersejarah dan modern, peninggalan arkeologi, lapangan golf, toko dan tempat-tempat perbelanjaan lainnya.
3. Daya tarik wisata budaya, yang meliputi sejarah, foklor, agama, seni, teater, hiburan, dan museum.
4. Daya tarik wisata sosial, yang meliputi cara hidup masyarakat setempat, bahasa, kegiatan sosial masyarakat, fasilitas, dan pelayanan masyarakat.
5. Daya tarik wisata alam yaitu daya tarik wisata berupa keanekaragaman dan keunikan lingkungan alam yang meliputi:

a. lingkungan perairan laut berupa bentang darat pantai, bentang laut, kolam air, dan dasar laut
b. lingkungan perairan darat
c. lingkungan hutan pegunungan dengan flora dan fauna yang terdapat di dalamnya.

Daya tarik wisata alam yaitu, gua, pantai, danau, gunung, taman laut, taman nasional, taman wisata alam, hutan raya, air terjun, dan lain sebagainya. Daya tarik wisata budaya adalah hasil olah cipta, rasa, dan karsa manusia sebagai makhluk budaya.

Daya tarik wisata budaya meliputi peninggalan sejarah berupa bangunan atau artefak yang memiliki nilai sejarah dan keunikan tertentu, maupun daya tarik wisata budaya etnik dan tradisi masyarakat, yang merupakan aktivitas, adat dan tradisi khas yang tumbuh dan berkembang di dalam suatu entitas masyarakat. Daya tarik wisata budaya antara lain, situs purbakala, candi, perkampungan tradisional yang memiliki adat dan tradisi budaya masyarakat yang khas.

Daya tarik wisata buatan manusia adalah daya tarik wisata khusus yang merupakan kreasi artificial dan kegiatan-kegiatan manusia lainnya di luar ranah wisata alam dan budaya. Daya tarik wisata buatan antara lain taman hiburan dan rekreasi, kawasan pariwisata atau resort terpadu, spa dan wellnesscentre, dan pemandian air panas.

Daya tarik wisata juga memiliki beberapa komponen sebagaimana yang diutarakan oleh Damanik dan Weber (2006:13) bahwa daya tarik wisata yang baik sangat terkait dengan empat hal yakni, memiliki keunikan, orisinalitas, otentisitas, 15 dan keragaman. Keunikan diartikan sebagai kombinasi kelangkaan dan kekhasan yang melekat pada suatu daya tarik wisata. Orisinalitas mencerminkan keaslian atau kemurnian, yakni seberapa jauh suatu produk tidak terkontaminasi atau tidak mengadopsi nilai yang berbeda dengan nilai aslinya. Otentisitas mengacu pada keaslian. Bedanya dengan orisinalitas adalah otentisitas lebih sering dikaitkan dengan tingkat keantikan atau eksotisme budaya sebagai daya tarik wisata. Otentisitas merupakan kategori nilai yang memadukan sifat alamiah, eksotis, dan bersahaja.

Destinasi Wisata

Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyatakan bahwa destinasi pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata kawasan geografis berada dalam satu atau lebih wilayah administratif. Di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Suwena dalam bukunya yang berjudul Pengetahuan Dasar Pariwisata mendefinisikan destinasi pariwisata merupakan tempat dimana segala kegiatan pariwisata bisa dilakukan, dengan tersedianya segala

fasilitas dan atraksi wisata untuk wisatawan. Dalam mendukung keberadaan daerah tujuan wisata, perlu ada unsur pokok yang harus mendapat perhatian, agar wisatawan bisa tenang, aman, dan nyaman pada saat berkunjung.

Unsur pokok penting dalam meningkatkan pelayanan bagi wisatawan sehingga wisatawan bisa lebih lama tinggal di daerah yang dikunjungi. Adapun unsur pokok tersebut antara lain daya tarik wisata, prasarana wisata sarana wisata tata laksana atau infrastruktur dan masyarakat atau lingkungan. Suatu destinasi pariwisata hendaknya memenuhi beberapa syarat yaitu;

1. Ketersediaan sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*);
2. Sesuatu yang dapat dilakukan (s*omething to do*);
3. Sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*) (Suwena, 2010:85).

Perkembangan spektrum pariwisata yang makin luas menyebabkan syarat tersebut perlu ditambah sesuatu yang dinikmati yakni hal-hal yang memenuhi selera dan cita rasa wisatawan dan sesuatu yang berkesan sehingga mampu menahan wisatawan dalam waktu yang lebih lama atau merangsang kunjungan ulang.

Komponen Destinasi Wisata

Wisatawan yang melakukan perjalanan ke destinasi pariwisata memerlukan berbagai kebutuhan dan pelayanan mulai dari keberangkatan sampai kembali lagi ke tempat tinggalnya. Aktivitas pariwisata sangat terkait dengan kehidupan kita sehari-hari. Wisatawan membutuhkan makan dan minum tempat menginap serta alat transportasi yang membawanya pergi dari suatu tempat ke tempat lainnya. Untuk memenuhi kebutuhan dan pelayanan tersebut daerah tujuan wisata harus didukung oleh empat komponen utama atau yang dikenal dengan istilah “4A” Cooper (1993) sebagai berikut;

1. Atraksi (*attraction*). Ada banyak alasan mengapa orang berwisata ke suatu daerah. Beberapa yang paling umum adalah untuk melihat keseharian penduduk setempat menikmati keindahan alam menyaksikan budaya yang unik atau mempelajari sejarah daerah tersebut. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (t*ourismresources*). Ada tiga modal atraksi yang menarik

kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu; *Natural Resources* (alami) seperti iklim gunung,danau pantai hutan dan bukit, atraksi wisata budaya seperti arsitektur rumah tradisional di desa situs arkeologi benda-benda seni dan kerajinan ritual atau upacara budaya festival budaya kegiatan dan kehidupan masyarakat sehari-hari keramahtamahan, makanan dan atraksi wisata buatan seperti acara olahraga berbelanja pameran konferensi dan festival musik.

2. Fasilitas (*amenities*). Secara umum pengertian fasilitas adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Sarana dan prasarana yang dimaksud adalah:

a. Usaha penginapan (*accommodation*) seperti: hotel, losmen, guesthouse, homestay, dan vila
b. Usaha makanan dan minuman seperti: restoran, warung, bar dan cafE
c. Transportasi dan infrastruktur.

3. Aksesibilitas (a*ccess*) Aksesibilitas berhubungan dengan mudah atau sulitnya wisatawan menjangkau daerah tujuan wisata yang diinginkannya. Akses berkaitan dengan infrastruktur transportasi seperti lapangan udara terminal bus, kereta api, jalan tol termasuk di dalamnya teknologi transportasi yang mampu menghemat waktu dan biaya untuk menjangkau daerah tujuan wisata. Di sisi lain akses diidentikkan dengan transferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Tanpa adanya kemudahan transferabilitas tidak akan ada pariwisata.
4. Pelayanan tambahan (a*ncillaryservice*). Pelayanan tambahan (a*ncillaryservice)* disebut juga pelengkap yang harus disediakan oleh pemerintah di daerah tujuan wisata, baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan tambahan yang disediakan adalah pemasaran pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik dan telepon) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dengan peraturan perundang-undangan, baik di daerah tujuan wisata maupun di jalan raya. Keempat komponen tersebut, merupakan daya tawar untuk menarik minat wisatawan melakukan suatu kunjungan ke suatu daerah tujuan wisata (Suwena, 2010:85)

Selain ke empat komponen dari destinasi pariwisata terdapat juga satu prinsip dari komponen pariwisatayaitu CBT (C*omunitty Based Tourism*). Menurut Garrod

(2001:4), terdapat dua pendekatan berkaitan dengan penerapan prinsip-prinsip perencanaan dalam konteks pariwisata.

Pendekatan pertama yang cenderung dikaitkan dengan sistem perencanaan formal sangat menekankan pada keuntungan potensial dari ekowisata.

Pendekatan kedua cenderung dikaitkan dengan istilah perencanaan partisipatif yang lebih *concern* dengan ketentuan dan pengaturan yang lebih seimbang antara pembangunanan dan perencanaan terkendali. Pendekatan ini lebih menekankan pada kepekaan terhadap lingkungan alam dan dampak pembangunan ekowisata. Salah satu bentuk perencanaan yang partisipatif dalam pembangunan pariwisata adalah penerapan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai pendekatan pembangunan.

Definisi CBT yaitu: 1) bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata 2) masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan 3) menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan Atau alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Berdasarkan konsep tersebut dapat ditemukan benang merah konsep suatu daya tarik wisata yang memiliki potensi. Potensi tersebut dapat di lihat dari komponen destinasi pariwisata.

BAB 5
KONSEP KONSERVASI PADA EKOWISATA

Konsep Konservasi

Konservasi lahir akibat adanya sesuatu kebutuhan sebagai bentuk upaya melestarikan sumber daya alam yang diketahui mengalami degradasi mutu secara tajam. Dampak degradasi tersebut, menimbulkan kekhawatiran dan kalau tidak diantisipasi akan membahayakan umat manusia, terutama berdampak pada kehidupan generasi mendatang pewaris alam ini. Sisi lain, batasan konservasi dapat dilihat berdasarkan pendekatan tahapan wilayah (Rachman, 2012), yang dicirikan oleh: 1) Pergerakan konservasi, ide-ide yang berkembang pada akhir abad ke-19, yaitu yang hanya menekankan keaslian bahan dan nilai dokumentasi. 2) Teori konservasi modern, didasarkan pada penilaian kritis pada bangunan bersejarah yang berhubungan dengan keaslian, keindahan, sejarah, dan penggunaan nilai-nilai lainnya.

Konservasi di Indonesia selama ini hanya dipandang sebagai suatu cara untuk melindungi saja, sehingga sebagian besar orang menganggap bahwa kegiatan tersebut hanya perlu dilakukan oleh instansi atau kelompok-kelompok yang berkepentingan/bertugas dalam bidang perlindungan saja. Sedangkan di sisi lain sumber daya alam di Indonesia telah dimanfaatkan oleh semua sektor dalam masyarakat, apalagi untuk beberapa dasawarsa terakhir pemanfaatan sumber daya alam di Indonesia sudah sangat berlebihan sehingga banyak sekali terjadi kerusakan.

Menurut kamus bahasa Inggris *Oxford English Dictionary,* pengertian konservasi (*conservation*) dapat diartikan sebagai tindakan mengawetkan dari pengaruh-pengaruh yang merusak, kerusakan alam, atau pemborosan, kehilangan atau kepunahan, mempertahankan keberadaan, kehidupan, kesehatan, kesempurnaan, dan lain-lain. Dapat dikatakan bahwa tujuan dari konservasi sumber daya alam adalah mengusahakan terwujudnya kelestarian sumber daya alam serta keseimbangan ekosistemnya sehingga lebih mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan untuk kehidupan manusia.

Untuk mencapai tujuan itu dapat dilakukan melalui 3 kegiatan utama yaitu:

1. Perlindungan sistem penyangga kehidupan
2. Pengawetan keanekaragaman jenis sumber daya alam (hayati dan non hayati) beserta ekosistemnya
3. Pemanfaatan secara lestari sumber daya alam dan ekosistemnya.

Langkah-langkah apa yang akan kita lakukan untuk melaksanakan konservasi sumber daya alam adalah sebagi berikut ;

1. Mengenal Lebih Baik. Dimulai dari sumber daya alam yang kita gunakan sehari-hari, misal air. Air sangat kita perlukan untuk hidup, tanpa air manusia akan sangat merasakan betapa sengsaranya hidup ini mulai bangun tidur, ke kamar mandi kita perlu air, untuk minum, memasak, mencuci, membersihkan segala macam barang kita menggunakan air. Jadi kita semua sepakat betapa pentingnya air.
2. Melindungi Sumber Daya Alam Kita. Melanjutkan dari contoh kita di atas tentang air, bagaimana kita melindungi air? Supaya sumur ataupun sumber lainnya yang ada di rumah kita terlindungi, diusahakan jangan sampai tercemar limbah atau kotoran-kotoran yang masuk ke dalam air tersebut. Caranya, sumur jangan terlalu dekat denga septic tank. Untuk pembuangan kotoran manusia paling tidak harus dibuat supaya tidak terjadi perembesan, juga dengan selokan-selokan pembuangan limbah atau kotoran jangan sampai terjadi perembesan. Apabila air tersebut sudah ke luar dari tanah atau saluran air lain (PAM) maka diusahakan tempat/bak penampungan selalu bersih, dan untuk air minum diusahakan untuk ditutup. Apabila terjadi pencemaran sedapat mungkin segera dipisahkan/dibersihkan. Sebagai bahan pelarut, sebenarnya air sangat peka terhadap kotoran/bahan pencemar lainnya. 3.
3. Melakukan Pengawetan Terhadap Sumber Daya Alam Kita Melakukan pengawetan bukan berarti kita harus mengawetkan dengan zat-zat tertentu atau harus dengan perlakuan yang khusus, tetapi pengawetan sederhana yang dapat dilakukan sesuai dengan kemampuan. Pengawetan air dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut.
    a. Menggunakan air secukupnya, artinya tidak banyak membuang air dengan tidak berguna, misal, mematikan keran air kalau bak sudah penuh, mencuci, memasak dan kegiatan-kegiatan yang menggunakan air dilakukan secukupnya sehingga air tidak terbuang percuma.

b. Menyimpan air sebanyak-banyaknya. Menyimpan di sini tidak berarti kita membuat banyak bak penampungan air, tetapi air di dalam tanah. Caranya adalah dengan tidak menutup seluruh rumah kita dengan tembok atau semen, sehingga air hujan dapat meresap ke dalam tanah. Jadi selain air tidak menggenang waktu hujan, juga kita mempunyai simpanan air di sekitar rumah kita. Apabila semua orang melakukan hal yang sama maka kita semua sebenarnya tidak akan kekurangan air dan sebaliknya juga tidak akan terjadi banjir, karena air akan selalu terserap secara perlahan-lahan masuk ke dalam tanah.
c. Pemanfaatan Secara Lestari Dalam melaksanakan konservasi tidak berarti hanya melakukan perlindungan dan pengawetan saja, tetapi kita dapat memanfaatkan, namun secara lestari. Artinya, pemanfaatan dilakukan sebaik-baiknya, secukupnya, sehingga tidak digunakan semau kita, karena sumber daya alam kita itu tidak hanya untuk sekarang, tetapi anak cucu dan keturunan kita nanti akan memerlukan sumber daya alam juga. Bila kita terapkan pada contoh air, maka air itu digunakan secukupnya saja, mencuci tidak harus dengan air mengalir, tetapi ditampung dulu di ember-ember penampung kemudian dibilas, jika air bilasan telah kotor, baru diganti dengan air yang baru. Membersihkan sayuran juga pada tempat-tempat pembersih, dan bukan dengan air mengalir. Untuk membersihkan mobil, perlu dua cara, pembersihan singkat, dengan menggunakan ember dan lap, dapat dilakukan tiap hari. Mencuci dengan semprotan dari air mengalir pada periode waktu tertentu saja, seminggu sekali atau saat sudah sangat kotor. Ke empat tahap pelaksanaan konservasi sumber daya alam tersebut dapat dilakukan terhadap seluruh sumber daya yang kita gunakan, baik untuk kehidupan sehari-hari, pada saat kita melakukan usaha, pada waktu kita harus mengambil suatu keputusan (di tingkat rumah tangga, daerah, sekolah, dan lain-lain).

Sampai saat ini pengertian konservasi baru sebatas diundangkan dalam bentuk konservasi sumber daya alam hayati yang dituangkan dalam UU No. 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumber Daya Alam Hayati dan Ekosistemnya sebagai berikut ;

1. Konservasi sumber daya alam hayati adalah pengelolaan sumber daya alam hayati yang pemanfaatannya dilakukan secara bijaksana untuk menjamin kesinambungan persediaannya dengan tetap memelihara dan meningkatkan kualitas keanekaragaman dan nilainya.
2. Sumber daya alam hayati adalah unsur-unsur di alam yang terdiri dari sumber daya alam nabati (tumbuhan) dan sumber daya alam hewani (satwa), yang bersama dengan unsur-unsur non hayati di sekitarnya secara keseluruhan membentuk ekosistemnya
3. Ekosistem sumber daya alam hayati adalah sistem hubungan timbal balik antara unsur dalam alam, baik hayati maupun non hayati yang saling tergantung dan saling mempengaruhi.

Konsep Ekologi dalam Ekowisata

Ekosistem merupakan sistem ekologi yang di dalamnya terdapat beragam interaksi antara organisme (komponen hidup) dengan lingkungan hidupnya (komponen tidak hidup). Di dalam suatu ekosistem terdapat komunitas tumbuhan dan komunitas satwa dengan seluruh lingkungan fisiknya, berfungsi sebagai satu kesatuan utuh atau saling bergantung. Elemen-elemen penyusun ekosistem merupakan komponen hidup dan komponen tidak-hidup. Kedua elemen ini menempati suatu situs dan saling berinteraksi secara beraturan

Salah satu aspek yang berpengaruh dalam pengembangan ekowisata adalah ekologi. Ekologi memiliki peranan yang sangat penting dalam ekowisata karena potensi makhluk hidup (flora dan fauna) yang dimiliki dengan keistimewaan masing-masing jenis memberikan atraksi atau daya tarik bagi wisatawan. Ekologi wisata (ekowisata) berkembang seiring berjalannya waktu semakin banyak diminati oleh wisatawan baik mancanegara, nusantara dan lokal. Ekowisata saat ini menjadi salah satu pilihan yang digunakan dalam promosi lingkungan yang terjaga keasliannya dan menjadi suatu kawasan kunjungan wisata. Ekologi wisata (ekowisata) yang dikembangkan dengan pendekatan ekologi bertujuan untuk melestarikan lingkungan.

Kegiatan wisata secara nyata merupakan bentuk pemanfaatan lingkungan yang dapat mengarah ke bentuk pengeksploitasian lingkungan jika tidak diperhatikan dan dikelola dengan baik. Hal ini tentu dapat menimbulkan dampak kerusakan yang berkepanjangan, yang pada akhirnya akan menyebabkan banyak flora dan fauna

mengalami kematian atau bahkan kepunahan (Hakim, 2004). Potensi ekowisata adalah suatu konsep pengembangan lingkungan yang berbasis pada pendekatan pemeliharaan dan konservasi alam.

Potensi ekowisata merupakan semua objek yang memerlukan banyak penanganan agar memberikan daya tarik wisatawan. Potensi dapat dilihat dari daya dukung baik kawasan ataupun jumlah pengunjung yang ada di kawasan ekowisata tersebut. Ekowisata atau pariwisata berwawasan ekologis, sering dipandang sebagai alat yang efektif dalam konservasi. Ekowisata juga bisa menjadi cara yang efektif untuk mencapai pendidikan konservasi (Soewarno, 2002). Konsep dasar pengembangan ekowisata (wisata ekologi) dikembangkan berdasarkan dua aspek penting yaitu aspek destinasi atau tujuan wisata dan yang kedua adalah aspek market (pasar). Meningkatnya kesadaran akan lingkungan menjadi dasar pada konsep pengembangan wisata ekologis yang mendorong tumbuhnya usaha-usaha baru dalam menciptakan usaha pariwisata sebagai bisnis maupun untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Pada prinsipnya ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu keberlangsungan alam atau ekologi, memberikan manfaat ekonomi, dan secara psikologis dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat. Kegiatan ekowisata secara langsung memberi akses kepada semua orang untuk melihat, mengetahui, dan menikmati pemandangan alam juga kekayaan budaya lokal masyarakat (Butarbutar dan Soemarno, 2013). Pengembangan ekowisata ini tentunya membutuhkan lingkungan yang baik atau daya dukung lingkungan untuk meminimalisasi dampak negatif. Ada 4 (empat) konsep dalam wisata ekologi:

1. *Responsible tourism*
2. *Acceptable tourism*
3. *Community based tourism*
4. *Sustainable tourism*

Unsur penting yang menjadi daya tarik wisata ekologi (ekowisata) adalah keindahan alam, ruang dan bentang alam, keaslian dan kelangkaan flora dan fauna, keutuhan (kekayaan unsur flora dan fauna) serta gejala alam. Umumnya, ekowisata harus memenuhi syarat pariwisata antara lain aman, tertib, indah, ramah tamah dan akhirnya akan meninggalkan kesan yang sangat baik bagi wisatawan.

Konservasi Budaya sebagai Produk Ekowisata

Dalam Undang - Undang RI No. 11 Tahun 2010 Tentang Cagar Budaya yakni : berusia 50 (lima puluh) tahun atau lebih, mewakili masa gaya paling singkat berusia 50 (lima puluh) tahun, memiliki arti khusus bagi sejarah, ilmu pengetahuan, pendidikan, agama, dan/atau kebudayaan, dan memiliki nilai budaya bagi penguatan kepribadian bangsa. Melalui kajian nilai signifikansi ini diharapkan dapat dipetik nilai-nilai luhur yang terkandung di dalamnya guna dijadikan pedoman bagi masyarakat masa kini.

Piagam Burra (1999) menyebutkan bahwa konservasi adalah seluruh proses pemeliharaan sebuah tempat untuk mempertahankan signifikansi budayanya. Signifikansi budaya tersirat dalam tempat itu sendiri, bahan-bahannya, tata letaknya, fungsinya, asosiasinya, maknanya, rekamannya, tempat-tempat terkait, dan objek-objek terkait. Di dalamnya termasuk pemeliharaan dan perbaikan. Widyati (1998) dalam Salain (2003) menyebutkan bahwa konservasi adalah pemugaran yang ditujukan pada suatu tindak lanjut atau langkah konkrit dari usaha pelestarian, yaitu berupa revitalisasi kawasan, perbaikan, restorasi atau revitalisasi bangunan.

Prinsip-prinsip konservasi dan pengelolaanya disebutkan sebagai berikut :

1. Tempat-tempat bersignifikansi budaya harus dilestarikan.
2. Tujuan dari konservasi adalah untuk mempertahankan signifikansi budaya di sebuah tempat.
3. Konservasi adalah bagian dari integral pengelolaan yang baik bagi tempattempat bersignifikansi budaya.
4. Tempat-tempat bersignifikansi budaya harus dilindungi dan tidak dibiarkan terlantar atau ditinggalkan dalam kondisi yang mengkhawatirkan.

Feilden (1994) menyebutkan bahwa konservasi adalah aksi yang diambil atau dilakukan untuk mencegah kerusakan. Usaha konservasi ditujukan untuk memelihara dan jika memungkinkan meningkatkan pesan dan nilai dari warisan kebudayaan. Semua nilai secara sistematis membantu menempatkan keseluruhan prioritas di dalam menentukan tujuan intervensi seperti menetapkan kelanjutan dan perawatan. Jadi selain berupaya perlindungan, pencegahan atau mengurangi supaya tidak rusak atau lapuk.

Kegiatan konservasi juga termasuk berbagai upaya lain untuk menjaga keberadaannya guna mempertahankan makna sejarah dan budaya yang dikandungnya

agar dapat terpelihara dengan baik. Nilai-nilai yang terkandung dalam properti kebudayaan secara garis besar dibedakan menjadi tiga bagian, yaitu:

1. Nilai – nilai emosional (emotional values), terdiri dari;
    a. kekaguman,
    b. identitas,
    c. kelangkaan, serta
    d. spiritual dan simbolis.
2. Nilai – nilai budaya (cultural values), terdiri dari ;
    a. dokumenter,
    b. sejarah,
    c. arkeologi, umur, dan kelangkaan,
    d. estetis dan simbolis,
    e. arsitektural,
    f. wajah perkotaan, lansekap, dan ekologi,
    g. teknologi dan keilmuan.
3. Nilai – nilai kegunaan (use values), terdiri dari;
    a. fungsional,
    b. ekonomis,
    c. sosial,
    d. Politik,
    e. etnis

Sedangkan dalam ICOMOS New Zealand Charter (2010) tujuan dari konservasi adalah untuk merawat tempat nilai warisan budaya. Secara umum, tempat-tempat yang dimaksud seperti;

1. Memiliki nilai abadi dan dapat dihargai.
2. Dapat memberi informasi tentang masa lalu dan budaya orang-orang yang hidup di dalamnya.
3. Memberikan bukti nyata dari kontinuitas antara masa lalu, sekarang, dan masa depan.
4. Mendukung dan memperkuat identitas masyarakat dan hubungan tanah leluhur.
5. Memberikan ukuran dikompensasi dengan indikator yang dapat dibandingkan saat ini.

Tujuan konservasi untuk mempertahankan dan mengungkapkan nilai-nilai tersebut dan untuk mendukung makna yang sedang berlangsung dari fungsi tempat nilai warisan budaya demi kepentingan generasi sekarang dan mendatang. Konservasi sebuah tempat harus didasarkan pada pemahaman dan apresiasi terhadap semua aspek nilai warisan budaya, baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Semua bentuk pengetahuan dan sarana yang tersedia digunakan untuk memahami tempat dan nilai warisan budaya.

Nilai warisan budaya harus dipahami melalui konsultasi pada orang-orang yang berkompeten, dokumenter yang sistematis, penelitian lisan, investigasi fisik dan pencatatan tempat, serta metode lain yang relevan. Semua nilai-nilai warisan budaya yang relevan harus diakui, dihormati, termasuk nilai-nilai yang berbeda. Kebijakan untuk mengelola semua aspek tempat, termasuk konservasi dan penggunaannya, dan implementasi kebijakan, harus didasarkan pada pemahaman tentang nilai warisan budaya.

Dasar-dasar pertimbangan konservasi Budaya dalam Ekowisata

Dasar-dasar pertimbangan dalam konservasi digunakan sebagai dasar dalam penyusunan kriteria dalam penilaian kelayakan dan/atau kelayakan suatu objek sebagai peninggalan yang harus dilestarikan. Sisi keaslian yang merupakan merupakan prinsip utama dalam upaya perlindungan dan pelestarian, dimengerti sebagai ukuran kebenaran dari kesatuan internal dari proses kreatif dengan realistik fisik dan karya, dan pengaruh dari keberadaan sepanjang masa sejarah. Proses kreatif sendiri dalam arsitektur terkait dengan gaya yang secara umum menyatakan perbedaan cara atau sikap yang terdapat dalam bangunan atau rancangan.

Gaya dapat terlihat dari detail, bahan, atau bentuk tertentu. Dan keterkaitannya dengan sejarah adalah gaya menyimpulkan suatu konsep dari semua elemen perancangan konstruksi dan estetika dan mewakili satu kurun waktu tertentu. Sementara perubahan yang dilakukan dianggap sebagai konsekuensi dari upaya memberi interpretasi baru pada bangunan dan akan menjadi bagian dari lapisan sejarah pada bangunan tersebut (Sholeha, 2004 : 10).

Perubahan yang dilakukan dharapkan tidak mengubah ataupun merusak karakter asli bangunan. Pengertian karakter secara umum yaitu bagian dari suatu objek atau ciri-ciri suatu objek yang menjadi pembeda dari objek lainnya. Karakter dapat

memberikan deskripsi fisik maupun non fisik dengan mengkhususkan pada sifat, ciri khusus yang spesifik dari suatu objek sehingga objek tersebut mudah dikenali.

Karakter dari sebuah objek arsitektural merupakan susunan dari keberagaman maupun intensitas ciri-ciri objek arsitektural, serangkaian susunan elemen dasar pembentuk objek (misalnya terdiri dari bentuk, garis, warna, dan tekstur) yang membuat objek tersebut memiliki kualitas yang dapat dibedakan dari objek lain (Suryasari, 2003 :11). Menurut Sholeha (2004) karakter bangunan tidak dapat hanya dilihat dari bentuk tanpa mengetahui penggunaannya. Karakter yang kuat terjadi jika bentuk dan kegunaan didapat satu kelayakan. Memasukkan unsur guna yang sesuai akan jadi salah satu upaya mempertahankan karakter pada bangunan itu sendiri. Maka dalam kegiatannya, integritas arsitektural adalah hal penting yang mesti dipertahankan kualitas bangunan beserta tapaknya yang memberi makna dan nilai.

Enam unsur pembentuk integritas arsitektural menurut Budihardjo (1997) adalah langgam, kekriyaan, material, tipe bangunan, lokasi, dan kesinambungan.

1. Langgam, terkait dengan aturan-aturan yang terdapat dalam langgam pada bangunan.
2. Kekriyaan, terkait dengan kualitas penyelesaian detail bangunan.
3. Bahan/material, sedapat mungkin bisa mempertahankan material semula.
4. Tipe/bangunan, sangat penting melihat tipe bangunan yang akan diubah ke fungsi baru.
5. Lokasi bangunan. melihat konteks tapak atau lingkungan sebagai faktor pendorong yang membantu menentukan guna pada bangunan, dan sebaliknya bagaimana guna bangunan dapat menunjanng keberadaan tapak.
6. Kesinambungan, keberlanjutan kepemilikan bangunan, terutama apakah pemilik sekarang merupakan keturunan pemilik sebelumnya.

Nurmala (2003) menjabarkan dasar-dasar pertimbangan pelestarian suatu objek dalam dua bagian, yakni fisik-visual dan non fisik. Fisik-visual terdiri daeri;

1. Estetika, berkaitan dengan nilai estetis dan arsitektural, meiputi bentuk, gaya, struktur, tata ruang, dan ornamen.
2. Keselamatan, berkaitan dengan pemeliharaan struktur bangunan tua agar tidak terjadi suatu yang membahayakan keselamatan penghuni maupun masyarakat sekitar bangunan tua berada.

3. Kejamakan/tipikal, berkaitan dengan objek yang mewakili kelas dan jenis khusus.
4. Kelangkaan, berkaitan dengan objek yang mewakili kelas dan jenis khusus.
5. Keluarbiasaan/keistimewaan, suatu objek konservasi yang memiliki bentuk paling menonjol, tinggi, besar. Keistimewaan memberi tanda atau ciri suatu kawasan tertentu.
6. Peranan sejarah, merupakan lingkungan kota atau bangunan yang memilki nilai historis suatu peristiwa yang mencatat peran ikatan simbolis suatu rangkaian sejarah masa lalu dan perkembangan suatu kota untuk dilestarikan dan dikembangkan.
7. Penguat karakter kawasan, berkaitan dengan objek yang mempengaruhi kawasan-kawasan sekitar dan bermakna untuk meningkatkan kualitas dan citra lingkungan.

Sedangkan Non fisik terdiri dari;

1. Ekonomi, dimana kondisi bangunan tua yang baik akan menjadi daya tarik bagi para wisatawan dan investor untuk mengembangkan sehingga dapat digali potensi ekonominya.
2. Sosial dan budaya, dimana bangunan tua tersebut memiliki nilai agama dan spiritual, memilki nilai budaya dan tradisi yang penting bagi masyarakat.

Sedangkan dasar pertimbangan pelestarian oleh Rahardjo (2011) dituangkan dalam idenya mengenai penilaian, tipologi nilai, dan pemeringkatan untuk pengelolaan cagar budaya, adapun penjelasannya sebagai berikut;

1. Nilai sejarah terdiri dari tokoh dan peristiwa.
2. Nilai ilmu pengetahuan terdiri dari penemuan baru, munculnya ragam baru, penerapan teknologi baru, dan munculnya spesies baru.
3. Nilai kebudayaan terdiri dari identitas dan seni.
4. Nilai pendidikan dijelaskan sebagai benda memiliki potensi untuk dapat memberikan pengetahuan dan penanaman nilai moral bagi anak-anak dan dewasa.
5. Nilai politik, peristiwa-peristiwa penting sejarah yang terjadi di objek tinggalan sejarah dan purbakala dapat dianggap penting bila memiliki kecocokan dengan prioritas politik masa kini. Makna penting tersebut dapat digunakan dalam upaya meningkatkan perhatian publik dalam upaya perlindungan dan pelestarian
6. Nilai ekonomi terdiri dari nilai fungsional dan revitalisasi.

7. Nilai keutuhan atau nilai integritas terdiri dari desain, tata lingkungan fisik, bahan, material, dan pengerjaan

BAB 6
DESTINATION MANAGEMENT ORGANIZATION

***Destination Management Organization* (DMO)**

Destination Management Organization (DMO) adalah sebuah konsep krusial dalam industri pariwisata modern yang berfokus pada pengelolaan dan pengembangan destinasi secara holistik dan berkelanjutan. DMO tidak hanya sekadar lembaga pemasaran, tetapi merupakan entitas strategis yang mengintegrasikan berbagai pemangku kepentingan untuk mencapai tujuan bersama dalam pengembangan pariwisata.

Destination Management Organization (DMO) memiliki peranan yang sangat sentral dan krusial dalam perencanaan ekowisata. Ekowisata sendiri bukan sekadar bentuk pariwisata, melainkan pendekatan yang berlandaskan pada prinsip konservasi alam, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pendidikan lingkungan. Oleh karena itu, perencanaan ekowisata memerlukan pendekatan yang lebih cermat, terintegrasi, dan berkelanjutan, dan di sinilah DMO memainkan fungsi vitalnya.

Definisi dan Konsep DMO

Secara sederhana, DMO dapat diartikan sebagai organisasi tata kelola destinasi pariwisata yang mencakup perencanaan, koordinasi, implementasi, dan pengendalian organisasi destinasi secara inovatif dan sistemik melalui pemanfaatan jejaring, informasi, dan teknologi, yang terpimpin secara terpadu dengan peran serta seluruh pemangku kepentingan. Definisi ini menekankan beberapa poin penting:

- Tata Kelola (Governance): DMO lebih dari sekadar operasional; ia melibatkan aspek tata kelola yang kuat, memastikan adanya struktur dan mekanisme pengambilan keputusan yang partisipatif.
- Holistik dan Sistemik: DMO melihat destinasi sebagai sebuah ekosistem yang kompleks, di mana semua elemen (atraksi, akomodasi, transportasi, masyarakat, lingkungan, dll.) saling terkait dan harus dikelola secara terpadu.

- Inovatif: DMO dituntut untuk selalu mencari cara-cara baru dalam mengembangkan dan memasarkan destinasi, mengikuti tren pasar dan teknologi.
- Jejaring, Informasi, dan Teknologi: Pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta pembangunan jejaring antar pemangku kepentingan adalah kunci keberhasilan DMO.
- Partisipasi Pemangku Kepentingan: DMO beroperasi berdasarkan prinsip kolaborasi (penta helix) yang melibatkan pemerintah, sektor swasta (industri pariwisata), masyarakat lokal, akademisi, dan media.

Peran dan Fungsi Utama DMO

DMO memiliki peran yang sangat vital dalam memastikan keberlanjutan dan daya saing suatu destinasi pariwisata. Fungsi-fungsi utamanya mencakup:

- Kepemimpinan dan Koordinasi (Leadership and Coordination): DMO berperan sebagai "orkestrator" atau pemimpin yang mengoordinasikan berbagai upaya pemangku kepentingan. Ini termasuk menetapkan agenda strategis pariwisata, menyelaraskan visi, misi, dan tujuan bersama, serta memediasi konflik kepentingan yang mungkin timbul.
- Pengembangan Produk dan Destinasi (Product and Destination Development): DMO terlibat aktif dalam merencanakan dan memastikan pengembangan produk dan layanan pariwisata yang sesuai dengan karakteristik destinasi dan kebutuhan pasar. Ini bisa meliputi pengembangan atraksi baru, peningkatan kualitas fasilitas, atau diversifikasi pengalaman wisata.
- Pemasaran dan Promosi (Marketing and Promotion): Meskipun bukan satu-satunya fokus, pemasaran tetap menjadi fungsi kunci DMO. DMO bertanggung jawab untuk mempromosikan destinasi kepada pasar domestik dan internasional melalui berbagai saluran, termasuk kampanye digital, partisipasi pameran, dan kemitraan dengan agen perjalanan.
- Manajemen Pengunjung (Visitor Management): DMO berperan dalam mengelola arus, dampak, dan perilaku pengunjung untuk melindungi sumber daya (alam dan budaya) serta meningkatkan pengalaman dan

kepuasan wisatawan. Ini termasuk pengelolaan kerumunan, penanganan keluhan, dan penyediaan informasi yang relevan.

- Perencanaan dan Riset (Planning and Research): Melakukan riset pasar, analisis tren, dan evaluasi dampak pariwisata adalah fungsi penting DMO untuk mendukung pengambilan keputusan strategis. Hasil riset ini digunakan untuk perencanaan jangka panjang destinasi.
- Peningkatan Kualitas Layanan dan Sumber Daya Manusia (*Quality and Human Resource Development*): DMO berupaya meningkatkan standar layanan di seluruh destinasi melalui program pelatihan dan pengembangan kapasitas bagi pelaku pariwisata lokal (misalnya, pemandu wisata, pengelola homestay, UMKM).
- Membangun Kemitraan dan Jaringan (*Partnership and Networking*): DMO berfungsi sebagai penghubung antara pemerintah, sektor swasta, komunitas lokal, dan organisasi lain. Membangun kemitraan yang kuat adalah kunci untuk menggalang dukungan dan sumber daya.
- Keberlanjutan (*Sustainability*): Ini adalah pilar utama DMO. DMO bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pengembangan pariwisata tidak merusak lingkungan, menghargai budaya lokal, dan memberikan manfaat ekonomi yang adil bagi masyarakat setempat.

Struktur Organisasi DMO

Struktur DMO dapat bervariasi tergantung pada skala dan karakteristik destinasi, namun umumnya melibatkan:

- Dewan Pengarah/Komite Strategis: Beranggotakan perwakilan dari pemerintah daerah, asosiasi industri pariwisata, perwakilan masyarakat, dan akademisi. Bertanggung jawab untuk menetapkan arah strategis dan kebijakan umum.
- Direktorat/Manajemen Eksekutif: Tim profesional yang bertanggung jawab atas operasional sehari-hari DMO, termasuk implementasi program, manajemen keuangan, dan koordinasi tim.
- Departemen/Divisi Fungsional: Misalnya, divisi pemasaran, divisi pengembangan produk, divisi riset dan data, divisi pengembangan masyarakat, dll.

- Sekretariat/Unit Pelayanan: Mendukung fungsi administratif dan komunikasi DMO.

DMO bisa beroperasi pada berbagai tingkatan:

- Lokal: Fokus pada satu kota, kabupaten, atau area wisata tertentu (misalnya, DMO Borobudur).
- Regional: Meliputi beberapa kabupaten atau provinsi dalam suatu wilayah geografis (misalnya, DMO Danau Toba).
- Nasional: Badan pariwisata nasional (National Tourism Authority/Organization) yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan pemasaran pariwisata di tingkat negara.

Peranan DMO dalam Perencanaan Ekowisata

Destination Management Organization (DMO) memiliki peranan yang sangat sentral dan krusial dalam perencanaan ekowisata. Ekowisata sendiri bukan sekadar bentuk pariwisata, melainkan pendekatan yang berlandaskan pada prinsip konservasi alam, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pendidikan lingkungan. Oleh karena itu, perencanaan ekowisata memerlukan pendekatan yang lebih cermat, terintegrasi, dan berkelanjutan, dan di sinilah DMO memainkan fungsi vitalnya. Berikut adalah peranan DMO dalam perencanaan ekowisata:

1. Merumuskan Visi dan Misi Ekowisata Destinasi. DMO berperan sebagai pemimpin strategis yang menginisiasi dan memfasilitasi perumusan visi dan misi ekowisata untuk suatu destinasi. Ini berarti DMO akan:
    - Mengidentifikasi potensi alam dan budaya: Bersama para ahli dan masyarakat lokal, DMO melakukan inventarisasi kekayaan alam (hutan, pantai, sungai, keanekaragaman hayati) dan budaya (adat, tradisi, kearifan lokal) yang memiliki nilai ekowisata.
    - Menetapkan tujuan jangka panjang: DMO memimpin diskusi untuk menentukan apa yang ingin dicapai dari pengembangan ekowisata, misalnya pelestarian spesies langka, peningkatan pendapatan masyarakat adat, atau pengurangan jejak karbon pariwisata.

- Memastikan keselarasan: Visi dan misi ini harus selaras dengan rencana pembangunan daerah dan nasional, serta prinsip-prinsip keberlanjutan global.

2. Mengidentifikasi dan Memetakan Aset Ekowisata. Setelah visi ditetapkan, DMO akan fokus pada tahap identifikasi dan pemetaan:
   - Analisis sumber daya: DMO melakukan penilaian mendalam terhadap sumber daya alam (ekosistem, flora, fauna) dan budaya yang unik dan menarik untuk ekowisata. Ini termasuk penilaian kapasitas dukung lingkungan (carrying capacity) untuk mencegah dampak negatif.
   - Pemetaan atraksi: Mengidentifikasi lokasi-lokasi potensial untuk kegiatan ekowisata seperti jalur trekking, birdwatching, pengamatan satwa liar, situs konservasi, atau desa adat yang terbuka untuk kunjungan edukatif.
   - Identifikasi penyedia jasa: Memetakan potensi penyedia jasa ekowisata lokal, seperti pemandu lokal terlatih, penginapan ramah lingkungan (eco-lodge, homestay), atau UMKM yang menyediakan produk lokal.
3. Pengembangan Produk dan Pengalaman Ekowisata. DMO tidak hanya merencanakan, tetapi juga memfasilitasi pengembangan produk yang konkrit:
   - Desain paket ekowisata: Bekerja sama dengan pelaku usaha lokal, DMO membantu merancang paket-paket wisata yang mengedepankan edukasi, konservasi, dan keterlibatan masyarakat. Contohnya, paket pelestarian terumbu karang, trekking ke hutan adat dengan pemandu lokal, atau workshop pembuatan kerajinan tangan tradisional.
   - Standardisasi dan sertifikasi: Mendorong penerapan standar best practice dalam ekowisata, seperti sertifikasi eco-label untuk akomodasi atau sertifikasi pemandu ekowisata, untuk memastikan kualitas dan prinsip keberlanjutan.
   - Inovasi produk: Mencari ide-ide baru yang inovatif untuk meningkatkan daya tarik ekowisata sambil tetap menjaga prinsip-prinsip konservasi.
4. Penyusunan Rencana Induk (Masterplan) Ekowisata. Ini adalah salah satu fungsi inti DMO. DMO bertanggung jawab untuk menyusun Rencana Induk Pengembangan Ekowisata yang komprehensif. Rencana ini biasanya mencakup:

- Zona pengembangan: Pembagian zona area destinasi berdasarkan tingkat perlindungan dan aktivitas yang diizinkan (misalnya, zona inti konservasi, zona edukasi, zona pelayanan).
- Rencana infrastruktur: Perencanaan pembangunan atau perbaikan infrastruktur penunjang (pusat informasi, toilet, boardwalk, tempat sampah) yang ramah lingkungan dan minimal dampak.
- Strategi pemasaran: Bagaimana ekowisata akan dipasarkan kepada segmen wisatawan yang tepat.
- Program konservasi: Rencana aksi konkret untuk mendukung upaya konservasi di destinasi.
- Rencana pemberdayaan masyarakat: Program pelatihan, pembinaan, dan alokasi manfaat bagi masyarakat lokal.
- Kerangka pemantauan dan evaluasi: Indikator keberhasilan dan mekanisme untuk memantau dampak ekowisata.

5. Koordinasi Antar Pemangku Kepentingan. Perencanaan ekowisata sangat bergantung pada kolaborasi. DMO berfungsi sebagai koordinator utama yang menyatukan berbagai pihak:
   - Pemerintah: Menyelaraskan kebijakan dan dukungan regulasi dari pemerintah pusat dan daerah (misalnya, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Kementerian Pariwisata, Dinas Pariwisata Daerah).
   - Masyarakat Lokal/Adat: Memastikan partisipasi aktif dan free, prior, and informed consent (FPIC) dari masyarakat lokal dalam setiap tahapan perencanaan, sehingga mereka merasa memiliki dan mendapatkan manfaat yang adil.
   - Pelaku Usaha Pariwisata: Melibatkan operator tur, penginapan, restoran, dan UMKM lokal dalam pengembangan produk dan rantai nilai ekowisata.
   - Lembaga Konservasi/NGO: Bekerja sama dengan organisasi nirlaba yang fokus pada konservasi untuk memastikan aspek ekologis terlindungi.
   - Akademisi/Peneliti: Menggandeng perguruan tinggi atau peneliti untuk melakukan studi, riset, dan memberikan masukan ilmiah.
6. Peningkatan Kapasitas dan Kesadaran. DMO juga berperan dalam mempersiapkan sumber daya manusia yang terlibat dalam ekowisata:

- Pelatihan SDM: Mengorganisir pelatihan bagi pemandu ekowisata, pengelola homestay, pengelola pusat informasi, dan masyarakat lokal lainnya tentang prinsip ekowisata, storytelling, konservasi, dan hospitality.
- Edukasi wisatawan: Merancang materi edukasi bagi wisatawan tentang etika berkunjung, pentingnya konservasi, dan cara berinteraksi dengan masyarakat lokal.
- Kampanye kesadaran: Melakukan kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat lokal dan pemangku kepentingan tentang manfaat ekowisata dan pentingnya pelestariannya.

7. Pemantauan dan Evaluasi Berkelanjutan. Perencanaan ekowisata bukanlah proses statis. DMO memastikan adanya mekanisme pemantauan dan evaluasi:
    - Pengukuran dampak: Mengembangkan indikator untuk mengukur dampak ekowisata (ekonomi, sosial, lingkungan) dan memastikan prinsip keberlanjutan tercapai.
    - Adaptasi rencana: Berdasarkan hasil pemantauan, DMO akan memimpin proses peninjauan dan penyesuaian rencana ekowisata agar tetap relevan dengan kondisi lapangan dan tren terkini.

Dengan peranan-peranan tersebut, DMO tidak hanya sekadar mempromosikan destinasi ekowisata, tetapi juga merancang fondasi yang kuat untuk pertumbuhan yang bertanggung jawab, memastikan bahwa ekowisata benar-benar berkontribusi pada pelestarian alam dan kesejahteraan masyarakat lokal. Tanpa DMO yang kuat, perencanaan ekowisata cenderung berjalan sporadis, kurang terkoordinasi, dan berpotensi menimbulkan dampak negatif.

Perbedaan DMO dengan Organisasi Pemasaran Pariwisata Tradisional

Perkembangan DMO mencerminkan pergeseran paradigma dalam pengelolaan pariwisata. Sebelumnya, banyak organisasi pariwisata lebih dikenal sebagai *Destination Marketing Organization* (DMO) dengan fokus utama pada pemasaran dan promosi. Namun, seiring waktu, disadari bahwa pemasaran saja tidak cukup untuk menciptakan destinasi yang berkelanjutan dan kompetitif. Perbedaan kunci antara DMO (Manajemen) dan DMO (Marketing) adalah:

Tabel 1. Perbedaan kunci DMO manajemen dan marketing

Aspek	Destination Marketing Organization (DMO - Fokus Pemasaran)	Destination Management Organization (DMO - Fokus Manajemen)
Fokus Utama	Promosi dan Pemasaran Destinasi	Pengembangan, Pengelolaan, dan Pemasaran Destinasi secara Holistik
Cakupan Aktivitas	Kampanye iklan, pameran, PR, digital marketing	Perencanaan, pengembangan produk, infrastruktur, SDM, manajemen pengunjung, riset, keberlanjutan, dan pemasaran
Orientasi Waktu	Jangka pendek (mendatangkan kunjungan)	Jangka panjang (keberlanjutan, daya saing, dan kualitas)
Hubungan Stakeholder	Terutama dengan industri pariwisata untuk promosi	Melibatkan seluruh pemangku kepentingan (penta helix) dalam proses pengambilan keputusan dan implementasi
Tujuan Akhir	Peningkatan jumlah kunjungan dan pengeluaran wisatawan	Peningkatan kualitas pengalaman wisatawan, manfaat ekonomi bagi lokal, perlindungan lingkungan dan budaya, serta daya saing destinasi jangka panjang
Peran	Penjual/Pemasar Destinasi	Orkesrator/Pengelola Destinasi

Tantangan dan Peluang DMO di Indonesia

Indonesia, dengan kekayaan alam dan budaya yang luar biasa, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata. Namun, implementasi DMO di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dan peluang:

Tantangan:

- Koordinasi Antar Lembaga: Seringkali terjadi ego sektoral atau kurangnya koordinasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan berbagai kementerian/lembaga terkait.
- Keterbatasan Sumber Daya: Baik sumber daya finansial, SDM yang kompeten, maupun teknologi seringkali menjadi kendala, terutama di daerah-daerah yang baru mengembangkan DMO.
- Partisipasi Masyarakat Lokal: Meskipun penting, melibatkan masyarakat lokal secara aktif dan memberdayakan mereka dalam pengelolaan destinasi masih menjadi tantangan.

- Kualitas Infrastruktur dan Aksesibilitas: Banyak destinasi potensial yang masih terkendala oleh kurangnya infrastruktur dasar dan aksesibilitas yang memadai.
- Kapasitas Pengelolaan Destinasi: Banyak pengelola destinasi yang belum memiliki pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip manajemen destinasi yang terintegrasi dan berkelanjutan.
- Dampak Negatif Pariwisata: Tekanan terhadap lingkungan, masalah sampah, komersialisasi budaya, dan dampak sosial lainnya memerlukan manajemen yang serius dari DMO.
- Perubahan Tren Pasar: DMO harus mampu beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan preferensi wisatawan, seperti tren pariwisata berkelanjutan, pariwisata petualangan, atau pariwisata berbasis pengalaman.

Peluang:

- Potensi Alam dan Budaya yang Melimpah: Indonesia memiliki beragam daya tarik wisata alam (gunung, pantai, laut, hutan) dan budaya (tradisi, seni, kuliner) yang unik.
- Dukungan Pemerintah: Adanya komitmen pemerintah untuk mengembangkan pariwisata sebagai salah satu sektor unggulan melalui program-program seperti 10 Destinasi Prioritas atau konsep Bali Baru.
- Perkembangan Teknologi Digital: Pemanfaatan platform digital untuk pemasaran, reservasi, dan manajemen pengalaman wisatawan semakin memudahkan DMO.
- Peningkatan Kesadaran akan Pariwisata Berkelanjutan: Semakin banyak wisatawan yang mencari pengalaman yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial, membuka peluang bagi DMO yang berorientasi keberlanjutan.
- Peningkatan Konektivitas: Pembukaan rute penerbangan baru dan peningkatan infrastruktur transportasi darat dan laut dapat meningkatkan aksesibilitas ke destinasi.
- Kreativitas dan Inovasi Lokal: Banyak komunitas lokal yang memiliki ide-ide inovatif untuk mengembangkan produk dan pengalaman wisata yang autentik.

Contoh DMO Sukses (Lokal dan Internasional)

Pangandaran, Indonesia: Kabupaten Pangandaran di Jawa Barat sering disebut sebagai salah satu contoh sukses DMO di Indonesia, terutama setelah bangkit dari dampak tsunami tahun 2006. Pendekatan DMO di Pangandaran melibatkan penyusunan masterplan pariwisata yang terintegrasi, koordinasi dengan pemerintah daerah dan masyarakat, serta fokus pada pengembangan produk yang berkelanjutan, termasuk ekowisata. Mereka berhasil membangun kesadaran kolektif pemangku kepentingan dan meningkatkan kualitas pengelolaan destinasi.

Visit Scotland (Skotlandia): Merupakan DMO nasional yang sangat aktif dalam pemasaran, pengembangan produk, dan peningkatan kualitas layanan. Mereka memiliki strategi yang jelas untuk menarik berbagai segmen pasar, mulai dari wisata alam, budaya, hingga wisata minat khusus. Visit Scotland juga kuat dalam riset dan penggunaan data untuk pengambilan keputusan.

Tourism Australia: DMO nasional yang terkenal dengan kampanye pemasarannya yang kreatif dan efektif secara global. Selain pemasaran, mereka juga berinvestasi pada pengembangan infrastruktur pariwisata, peningkatan kualitas SDM, dan promosi pengalaman wisata yang unik.

Masa Depan DMO

Masa depan DMO akan semakin kompleks dan menuntut adaptasi yang cepat. Beberapa tren yang akan memengaruhi DMO di masa depan meliputi:

- Fokus pada Pariwisata Berkelanjutan dan Bertanggung Jawab: Isu lingkungan dan sosial akan menjadi lebih sentral. DMO akan berperan lebih besar dalam mengelola dampak pariwisata, mempromosikan praktik ramah lingkungan, dan memastikan manfaat yang adil bagi masyarakat lokal.
- Pemanfaatan Data dan Teknologi Cerdas (Smart Tourism): DMO akan semakin mengandalkan big data, kecerdasan buatan (AI), dan teknologi digital lainnya untuk memahami perilaku wisatawan, personalisasi pengalaman, dan mengelola arus pengunjung secara efisien.
- Pengalaman Pariwisata yang Dipersonalisasi: Wisatawan mencari pengalaman yang lebih autentik dan disesuaikan. DMO perlu berinovasi

dalam mengembangkan produk yang menawarkan pengalaman unik dan bermakna.

- Peningkatan Peran Komunitas Lokal: Pemberdayaan masyarakat lokal akan menjadi lebih dari sekadar slogan. DMO perlu menciptakan mekanisme yang lebih efektif agar masyarakat dapat berpartisipasi aktif dan menjadi pemilik dalam pengembangan pariwisata.
- Ketahanan dan Adaptasi Terhadap Krisis: DMO harus memiliki rencana kontingensi yang kuat untuk menghadapi berbagai krisis (pandemi, bencana alam, krisis ekonomi) dan kemampuan untuk beradaptasi dengan cepat.
- Kolaborasi yang Lebih Kuat: Model penta helix akan terus diperkuat, dengan sinergi yang lebih erat antara pemerintah, swasta, akademisi, masyarakat, dan media.

Secara keseluruhan, DMO merupakan kunci keberhasilan pariwisata di masa depan. Dengan tata kelola yang kuat, koordinasi yang efektif, inovasi berkelanjutan, dan komitmen terhadap keberlanjutan, DMO akan mampu menciptakan destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat jangka panjang bagi masyarakat dan lingkungan.

BAB 7
PENATAAN, PENGEMBANGAN DAN PENGELOLAAN EKOWISATA

Penataan Ekowisata

Penataan kawasan adalah upaya perwujudan sosial pada wilayah tertentu yang dilakukan untuk mencapai tujuan yang sistematis dengan memperhatikan kualitas wilayah tersebut. Dengan adanya penataan kawasan maka akan terbentuk tata lingkungan yang berkelanjutan dan peningkatan taraf hidup. Dalam UU nomor 26 tahun 2007 tentang Penataan Ruang, Bab 1, Pasal 1 disebutkan bahwa ruang adalah wadah yang meliputi ruang darat, ruang laut, dan ruang udara, termasuk 9 ruang di dalam bumi sebagai satu kesatuan wilayah, tempat manusia, dan makhluk hidup lain, melakukan kegiatan, dan memelihara kelangsungan hidupnya.

Penataan kawasan mengacu pada UU nomor 26 tahun 2007 memiliki konsep sebagai berikut;

1. Mengembangkan kehidupan sosial masyarakat setempat.
2. Meningkatkan ekonomi masyarakat setempat.
3. Mengembangkan kualitas lingkungan.
4. Menjaga kelestarian lingkungan Konsep penataan wilayah

Kemudian diperkuat dengan adanya UU nomor 27 tahun 2007 tentang Pengelolaan Wilayah Pesisir dan Pulau-Pulau Kecil yang menyebutkan bahwa pengelolaan wilayah pesisir dan pulau-pulau kecil adalah suatu perencanaan, pengawasan, dan pemanfaatan sumber daya pesisir dan pulaupulau kecil yang dilakukan oleh pemerintah pusat dan daerah untuk mengelola ekosistem darat dan laut demi kesejahteraan rakyat dengan mengedepankan prinsip penataan kawasan pesisir yang berkelanjutan.

Pengembangan Ekowisata

Dalam konteks pengembangan wisata berbasis ekowisata sendiri perlu adanya pengembangan aglomerasi yang diperkuat sebagai dasar pengelolaan lingkungan untuk

pembangunan berkelanjutan di wilayah tersebut. Selain itu, dalam konteks wilayah kepemilikan lokasi diperlukan pengetatan batas atas kapasitas, mempertahankan garis bawah ekologis, bersikeras pada pemanfaatan lahan secara intensif, mengoptimalkan tata ruang "produksi, kehidupan dan ekologi", menyesuaikan struktur industri, dan mengembangkan ekowisata akan menjadi tindakan yang diperlukan.

Terdapat empat jenis sistem ekowisata yang diklasifikasikan sebagai berikut: prasarana rendah dan prasarana penduduk, prasarana tinggi dan prasarana penduduk, prasarana tinggi dan prakarsa pemerintah, serta prasarana rendah dan prakarsa pemerintah.

Sistem indeks pembangunan berkelanjutan dan model evaluasi pariwisata ekologi sangat penting dibangun untuk mengatur pembangunan kawasan wisata ekologi, mendorong pemanfaatan sumber daya pariwisata ekologi secara berkelanjutan dan memandu pembangunan ekowisata yang sehat.

Kekuatan dalam mengembangkan ekowisata di suatu wilayah meliputi empat hal yang menjadi titik fokus utama dalam melakukan rencana pembangunan berbasis wisata alam yakni Kebijakan, Tanggung Jawab, Kelembagaan dan Partisipasi Warga. Dalam proses pengenalan ekowisata sendiri diperlukan informasi yang benar tentang sumber daya alam negara tersebut untuk menjadi turis lokal, daya tarik tidak hanya untuk wisatawan tetapi juga untuk orang asing.

Perencanaan dan pengembangan ekowisata dapat secara praktis didukung oleh perangkat geo-informasi yang dikombinasikan dengan prosedur analisis keputusan multikriteria yang tepat berdasarkan keputusan yang lebih baik dapat dibuat. Perencanaan yang tepat di bidang pengembangan ekowisata yang berkelanjutan dapat meminimalkan dampak negatif lingkungan dan memperbaiki kondisi sumber daya alam melalui investasi di bidang konservasi dan kehutanan .

Prinsip-prinsip pengembangan ekowisata dalam suatu kawasan, harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut,

1. Melakukan perencanaan kegiatan yang berkelanjutan pada industri pariwisata dengan melakukan penelitian terlebih dahulu, sehingga pengembangan wisata tidak melampaui daya dukung lingkungan dan sosial.
2. Melindungi keanekaragaman hayati dan lingkungan alami sekitarnya
3. Berdampak pada lingkungan alami, baik pada pengerjaan konstruksi maupun saat dibuka sebagai wisata

4. Mengelola limbah dan sampah secara cermat
5. Mampu memenuhi kebutuhan energi, dengan menggunakan alat dan fasilitas yang tidak seluruhnya mengubah lingkungan alami
6. Berkontribusi positif bagi kehidupan ekonomi masyarakat lokal secara berkelanjutan
7. Mengakomodasi berbagai program penelitian guna berkontribusi dalam kegiatan ekowisata dan pengembangan berkelanjutan wilayah setempat, secara ekonomi, sosial, dan masyarakat
8. Mengupayakan kerjasama dengan komunitas lokal dalam pembangunan dan pengelolaan ekowisata
9. Mengalokasikan pendapatan yang didapat untuk kebutuhan konservasi alami wilayaa
10. Menawarkan program yang dapat memberikan pendidikan tentang lingkungan alami dan kebudayaan setempat,baik kepada tenaga kerja maupun wisatawan
11. Menjadikan masukan dan aspirasi dari pengunjung sebagai pertimbangan dalam mengembangkan kegiatan pariwisata
12. Kegiatan pemasaran dan promosi dilakukan secara akurat, sehingga dapat memenuhi harapan wisatawan secara nyata
13. Mampu memberikan kontribusi yang positif terhadap kehidupan sosial masyarakat lokal secara berkelanjutan.

Pengelolaan Ekowisata

Berdasarkan Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah, pemanfaatan ekowisata, terdiri atas;

1. Pengelolaan kawasan ekowisata
2. Pemeliharaan kawasan ekowisata
3. Pengamanan kawasan ekowisat
4. Penggalian potensi kawasan ekowisata baru.

Selain pemanfaatan, peraturan menteri juga mengatur pengendalian ekowisata. Adapun pengendalian ekowisata diatur dalam bagian ketiga pasal 10, yaitu dengan dilakukannya;

1. Fungsi kawasan
2. Pemanfaatan ruang

3. Pembangunan sarana dan prasarana
4. Kesesuaian spesifikasi konstruksi dengan desain teknis
5. Kelestarian kawasan ekowisata.

Pengendalian ekowisata sebagimana yang dimaksud dalam pasal 10, meliputi;

1. Pemberian izin pengembangan ekowisata
2. Pemantauan pengembangan ekowisata
3. Penertiban atas penyalahgunaan izin pengembangan ekowisata
4. Penanganan dan penyelesaian masalah atau konflik yang timbul dalam penyelenggaraan ekowisata.

Pada pasal 20 dan pasal 21 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 33 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengembangan Ekowisata di Daerah, menyatakan bahwa pengembangan ekowisata wajib memberdayakan masyarakat setempat, dan wajib terlibat pada perencanaan, pemanfaatan, dan pengendalian ekowisata serta menyelenggarakan kegiatan peningkatan Pendidikan dan keterampilan masyarakat dengan melibatkan warga masyarakat, lembaga kemasyarakatan, Badan Permusyawaratan Desa, Kader Pemberdayaan Masyarakat, tokoh agama, tokoh masyarakat, dan Lembaga Swadaya Masyarakat. Pembangunan sarana dan prasarana pengembangan ekowisata, tercantum didalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 3 Tahun 2018 tentang Petunjuk Operasional Pengelolaan Dana Alokasi Khusus Fisik Bidang Pariwisata.

Pengelolaan suatu kawasan ekowisata haruslah memperhatikan antara lain:

1. Konsep Ekowisata Berbasis Ekologi, yaitu sebuah alternatif untuk mengembangkan suatu kawasan menjadi tujuan wisata yang tetap memperhatikan konservasi lingkungan dengan menggunakan potensi sumberdaya serta budaya masyarakat lokal. Dimana pengembangan ekowisata tidak hanya ditujukan untuk menghasilkan keuntungan secara ekonomi, namun di sisi lain pengembangan juga harus memperhatikan terjaganya kualitas ekologis maupun sosial. Konsep semacam ini sering disebut konsep pembangunan yang berkelanjutan. Ekowisata sebagai konsep pariwisata berkelanjutan dan berwawasan lingkungan memiliki karakteristik yang berbeda dibanding dengan obyek pariwisata lainnya, yaitu :

wisata yang bertanggung jawab pada konservasi lingkungan, wisata yang berperan dalam usaha–usaha pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, dan wisata yang menghargai budaya lokal. Sehingga kegiatan ekowisata nantinya akan memiliki *multiplier effect* yang sangat luas terutama dalam upaya mempertahankan kondisi lingkungan (sisi ekologis) dan peningkatan perekonomian masyarakat lokal (sisi ekonomi).

2. Konsep adaya kesesuaian Kawasan Ekowisata, yaitu sebuah konsep yang mengedepankan perencanaan pemetaan wilayah, karena keberadaan suatu kawasan wisata sangat terkait erat dengan penggunaan lahan yang merupakan unsur penting dalam perencanaan wilayah. Penggunaan suatu kawasan menjadi wilayah ekowisata akan mempengaruhi perubahan ekologi dan sosial masyarakat. Perubahan sosial adalah segala perubahan-perubahan pada lembaga kemasyarakatan didalam suatu masyarakat yang mempengaruhi sistem sosialnya, termasuk di dalam nilai-nilai sikap dan pola prilaku antar kelompok-kelompok di dalam masyarakat. Karenanya dalam pengembangan kawasan konservasi menjadi area wisata perlu mempertimbangkan bahwa kegiatan wisata tidak boleh menyebabkan terganggunya fungsi kawasan konservasi yang diakibatkan oleh pemanfaatan yang tidak sesuai dengan kawasan yang ada.
3. Konsep Adanya Daya Dukung Kawasan (*carrying capacity*), yaitu suatu konsep yang menekankan tentang ukuran batas maksimal penggunaan suatu area berdasarkan kepekaan atau toleransinya yang dipengaruhi oleh berbagai faktor alami seperti terhadap ketersediaan makanan, ruang untuk tempat hidup, tempat berlindung dan ketersediaan air. Konsep Daya Dukung Kawasan (DDK) merupakan indikator penting dalam mengelola aktivitas manusia dan ketersediaan lahan penunjangnya supaya kondisi yang melebihi kapasitas (*over carrying capacity)* yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan manusia dan menyebabkan terjadinya kerusakan sumberdaya lingkungan tidak terjadi. Daya dukung kawasan ini akan memberikan penilaian terhadap suatu kawasan dalam menyediakan ruang untuk pemanfaatan tanpa mengurangi kemampuan kawasan dalam menyediakan jasa lingkungan.

Karenanya kedepan pengembangan wisata khususnya ekowisata perlu memiliki perencanaan yang baik agar tidak menimbulkan kerusakan lingkungan fisik, ekonomi, sosial budaya yang bisa mengganggu keseimbangan ekosistem.

Analisis daya dukung ekowisata terbagi menjadi 3 tahapan, yaitu penilaian terhadap daya dukung fisik (*Physical Carrying Capacity*/PCC), analisis daya dukung riil (*Real Carrying Capacity*/RCC) dan analisis daya dukung efektif (*Effective Carrying Capacity*/ECC). Cara perhitungannya dapat dilihat pada tabel berikut ini;

Tabel 2. Metode, cara dan rumus

Metode	Cara dan Rumus
Physical Carrying Capacity / PCC	$PCC = A \times \frac{1}{B} \times R_f$ Keterangan: B = luas area yang dibutuhan oleh seorang wisatawan untuk berwisata dengan tetap memperoleh kepuasan. Kebutuhan areal berwisata tiap orang untuk berwisata tiap orang untuk kegiatan berenang 27m², berperahu 49m², berpiknik 65m², dan berkemah 90m² (Berdasarkan teori Cifuentes). R_f = faktor rotasi Faktor rotasi R_f yaitu faktor rotasi kunjungan dalam satu hari atau merupakan perbandingan antara jam buka obyek wisata dibagi dengan rata-rata lama kunjungan wisatawan
Real Carrying Capacity / RCC	Pemberian indeks: - Potensi lanskap berdasarkan *Bureau of Land Management* dalam Fandeli dan Muhammad (2009) - Kelerengan berdasarkan SK Menteri Pertanian No.837/KPTS/UM/11/1980 - Jenis tanah berdasarkan SK Menteri Pertanian No.837/KPTS/UM/11/1980 - Curah hujan berdasarkan indeks *Schmidt & Ferguson* $Cf_n = 1 - \left(\frac{Mn}{Mt}\right)$ Mn : Sebagai nilai yang sesuai keadaan Mt : Sebagai nilai tertinggi dalam klasifikasi $Cf_n = Cf_1 \times Cf_2 \times Cf_3 \times Cf_4$ $RCC = PCC \times \text{Nilai } Cf_n$

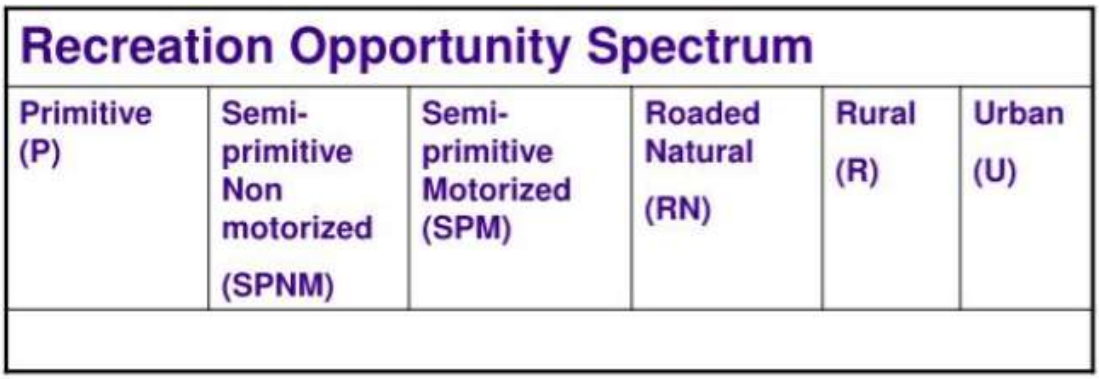
Effective Carrying Capacity / *ECC*	$ECC = RCC \times MC$ MC = Kapasitas Manajemen yang dihitung menggunakan Rumus $MC = \frac{R_n}{R_t} \times 100\%$ Rn = Sumberdaya aktif dilokasi Rt = Jumlah sumberdaya tetap pengelola

Konsep *Recreational Opportunity Spectrum* dalam Penelolaan Ekowisata Alam

Recreational Opportunity Spectrum (ROS) merupakan sebuah kerangka kerja (*framework*) dalam pengelolaan wilayah atau kawasan yang dilindungi selain dari beberapa kerangka kerja yang ada seperti *Limits of Acceptable Change* (LAC), *Visitor Impact Management* (VIM) dan *Visitor Activity Management Process* (VAMP). ROS pada awalnya merupakan sebuah konsep yang ditawarkan oleh Roger Clark dan George Stankey, sebuah konsep tentang pilihan *recreationist* dalam memilih aktivitas ketika mempunyai kesempatan dalam melakukan rekreasi.

Clark dan Stankey menyatakan bahwa dengan menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi sebuah kemungkinan keadaan dari kesempatan berekreasi (*recreation opportunity setting*) suatu area, para pengunjung akan lebih mudah dalam memilih pengalaman yang hendak dirasakan. *Recreation opportunity setting* menurut Clark dan Stankey merupakan kombinasi dari kondisi fisik, biologi, sosial dan manajerial yang memberikan nilai terhadap sebuah tempat. Dengan demikian konsep ROS didasarkan pada penyediaan sebuah rangkaian (*set)* yang berbeda atau variatif yang ditawarkan dari kesempatan berekreasi di luar ruangan.

ROS diklasfikasikan berdasarkan aktivitas rekreasi yang dilakukan dalam rentang sebuah kawasan yang primitif dan belum berkembang hingga kawasan yang maju dan berkembang (gambar 1). Pada studi yang dilakukan Tanakanjana di Taman Nasional Thailand (TNT) pendekatan ROS digunakan dalam melihat konsistensi dan mengevaluasi pengalaman rekreasi normatif dengan pengalaman aktual berdasarkan kelas/rentang kesempatan rekreasi. Studi yang dilakukan memberikan kesimpulan bahwa pada umumnya penerapan pengelolaan pada taman nasional sangat konsisten dan seragam. Hal ini dapat dilihat dari penyediaan fasilitas dasar seperti area parkir, jalur pejalan kaki, toilet dan sebagainya ada di setiap kelas ROS yang artinya sudah melenceng dari konsep ROS yang hendak memberikan pengalaman yang berbeda untuk tiap-tiap area rekreasi.



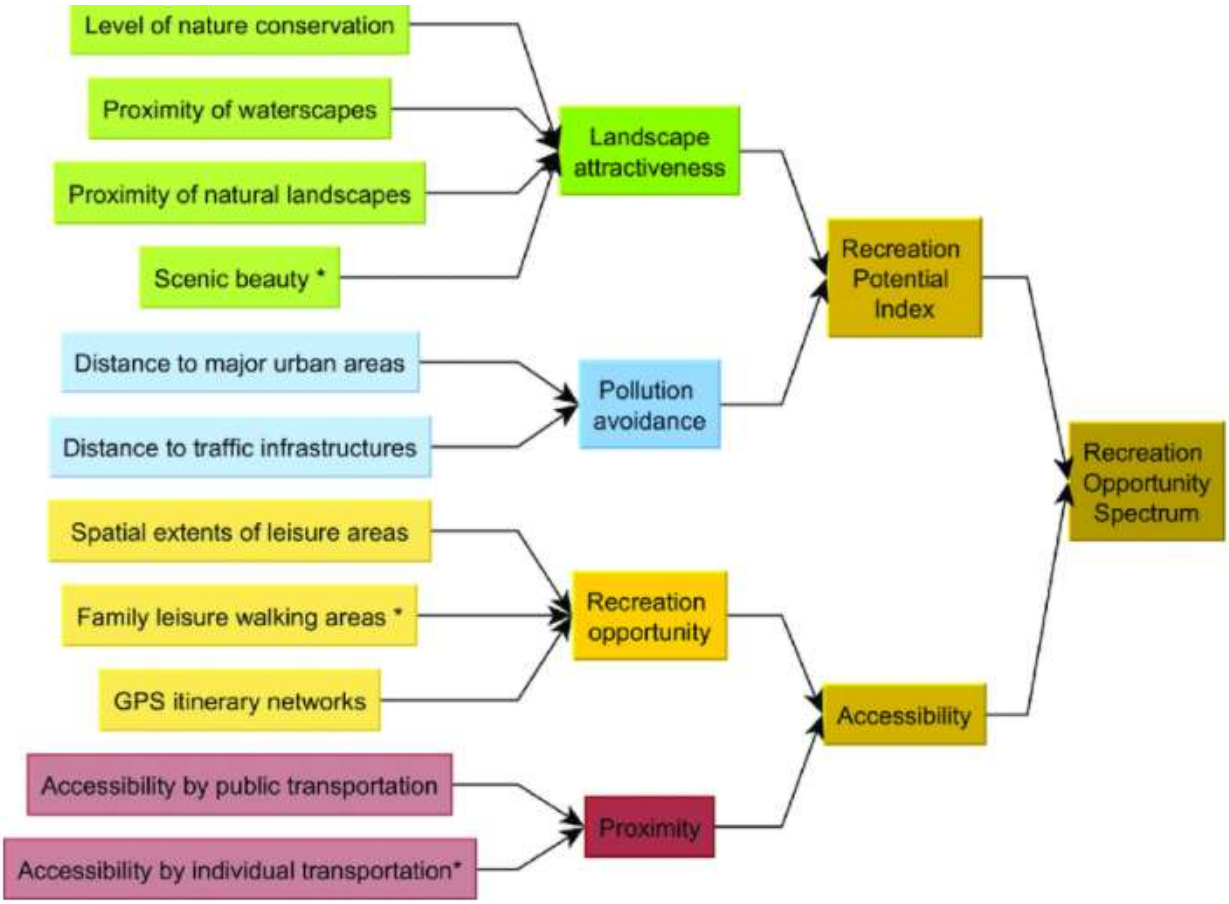
Gambar 1. Kosenp ROS

Sumber : PPT - Recreation Opportunity Spectrum Mapping Using GIS PowerPoint Presentation - ID:747902 (slideserve.com)

Pada penerapannya, ROS ini merupakan sebuah alat manajerial dalam menyediakan sebuah kerangka kerja pengelolaan situs bagi para manajer bagaimana mendiversifikasi pengalaman rekreasi dan bukan dalam menyediakan fasilitas standar bagi para rekreasionis (Driver, 1989) sebagaimana yang terjadi di TNT. Namun hal ini juga dapat dilihat sebagai kelemahan dari penerapan ROS pada TNT. Berdasarkan hasil studi yang dilakukan oleh Tanakanjana, ternyata pengunjung yang mengunjungi area *modified natural* (MN) mendapatkan pengalaman yang sama secara normatif dengan pengunjung yang mengunjungi area *semi-primitive non-motorized* (SPNM) yang artinya *setting* dari kelas ROS tidak mempengaruhi pengalaman rekreasi wisatawan secara signifikan. Hal ini kemungkinan juga disebabkan perubahan penilaian pengunjung terhadap daya tarik yang dikunjungi baik di area yang primitif maupun yang sudah dimodifikasi. Dengan demikian dapat dikatakan jika ROS digunakan sebagai alat bagi pengelola dalam membatasi diri dalam mengembangkan infrastruktur atau fasilitas di dalam area yang dilindungi merupakan sebuah konsep yang tetap bisa dipertahankan. Tetapi jika konsep ini ditawarkan dalam konteks memberikan kesempatan rekreasi atau pengalaman yang berbeda kepada wisatawan perlu dipertanyakan lebih jauh, mengingat pengunjung (*customer*) mempunyai kontrol terhadap pilihan rekreasi mereka yang dipengaruhi oleh variabel-variabel tertentu.

Dengan demikian apapun *setting* serta aktivitas yang didesain dalam spektrum kesempatan rekreasi tidak akan mempengaruhi kualitas pengalaman pengunjung secara

signifikan. Karena pengunjung cenderung akan memilih area yang sesuai dengan kebutuhan mereka dengan apapun jenis infrastruktur yang tersedia dalam setiap kesempatan yang sama atau dengan kata lain *recreation diversity* tidak didasarkan pada setting yang ada, tetapi berdasarkan tipologi wisatawan. ROS ini lebih tepat jika digunakan sebagai alat dalam perencanaan ruang bagi area yang hendak dikembangkan sebagai area rekreasi dan area yang benar-benar ditujukan untuk tujuan konservasi. Hal ini bisa dilihat pada TNT dimana terdapat kecenderungan pengelola TNT untuk terus mengakomodasi kebutuhan pengunjung terhadap fasilitas penunjang di tiap-tiap kelas ROS.



Gambar 2. 12 indikator dalam ROS

Sumber : Structural diagram of the recreation opportunity spectrum model applied... | Download Scientific Diagram (researchgate.net)

BAB 8
PEMASARAN DESTINASI EKOWISATA

Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial di mana individual maupun kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan melalui penciptaan dan pertukaran sesuatu yang bernilai secara bebas dengan pihak lain. Pemasaran tidak hanya sekedar bagaimana menjual produk melainkan harus mampu memberikan kepuasan bagi konsumen dalam jangka panjang. Tujuan pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan memenuhi kebutuhan itu dengan baik, sehingga semua produk menjual dirinya sendiri. Proses pemasaran sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti sosial, budaya, politik, ekonomi, dan managerial.

Pemasaran ekowisata menekankan lebih jauh lagi tentang siapa sebetulnya segmen pasar dan bagaimana perilakunya (Damanik, 2006). Penekanannya bagaimana mengkomunikasikan kepada pasar bahwa produk yang ditawarkan (destinasi) adalah unggul dan berbeda dengan produk lain. Media promosi konvensional tidak selamanya dapat digunakan untuk produk pariwisata, terlebih produk wisata minat khusus. Pemasaran pariwisata menurut Holloway & Robinson (1995) terdiri dari 7 P, yaitu *product, positioning, price, promotion, place, packaging, partnership*.

Pemasaran ekowisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan atau kelompok industri pariwisata, baik swasta maupun pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional, atau internasional guna mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar.

Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktifitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan, selain itu mengungkapkan arti promosi adalah suatu upaya atau kegiatan perusahaan dalam mempengaruhi ”konsumen aktual” maupun ”konsumen potensial” agar melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan, saat ini atau dimasa yang akan datang.

Konsumen aktual merupakan konsumen yang langsung membeli produk yang ditawarkan pada saat atau sesaat setelah promosi produk tersebut dilancarkan. Sedangkan konsumen potensial adalah konsumen yang berminat melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan perusahaan dimasa yang akan datang. Secara umum ujuan promosi meliputi empat hal, yaitu:

1. memperkenalkan diri
2. membujuk, modifikasi, dan membentuk tingkah laku
3. mengingatkan kembali tentang produk dan perusahaan yang bersangkutan

Pada prinsipnya adalah memperkenalkan atau menginformasikan kepada konsumen adanya produk baru diharapkan konsumen akan terpengaruh dan terbujuk sehingga beralih ke produk tersebut. Pada tahap berikutnya lebih pada upayamengingatkan konsumen agar tetap loyal ditengah banyaknya kompetitor lama maupun baru.

Promosi akan lebih efektif melalui bauran promosi, yaitu kombinasi yang optimal dari pemilihan berbagai jenis kegiatan promosi yang paling efektif dalam meningkatkan penjualan, terdapat lima jenis kegiatan promosi antara lain :

1. Periklanan (*Advertising*), yaitu bentuk promosi non personal dengan menggunakan berbagai media yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
2. Penjualan Tatap Muka (*Personal Selling*), yaitu bentuk promosi secara personal dengan presentasi lisan dalam suatu percakapan dengan calon pembeli yang ditujukan untuk merangsang pembelian.
3. Publisitas (*Publisity*), yaitu suatu bentuk promosi non personal mengenai, pelayanan atau kesatuan usaha tertentu dengan jalan mengulas informasi/berita tentang produk (pada umumnya bersifat ilmiah).
4. Promosi Penjualan (*Sales Promotion*), yaitu suatu bentuk promosi yang dilakukan dengan menggunakan tenaga pemasaran yang ahli di bidangnya.
5. Pemasaran Langsung (*Direct Marketing*), yaitu suatu bentuk penjualan perorangan secara langsung ditujukan untuk mempengaruhi pembelian konsumen.

Perkembangan industri pariwisata sangat dipengaruhi oleh obyek wisata dan atraksi wisata. Sepintas produk, obyek serta atraksi wisata memiliki pengertian yang

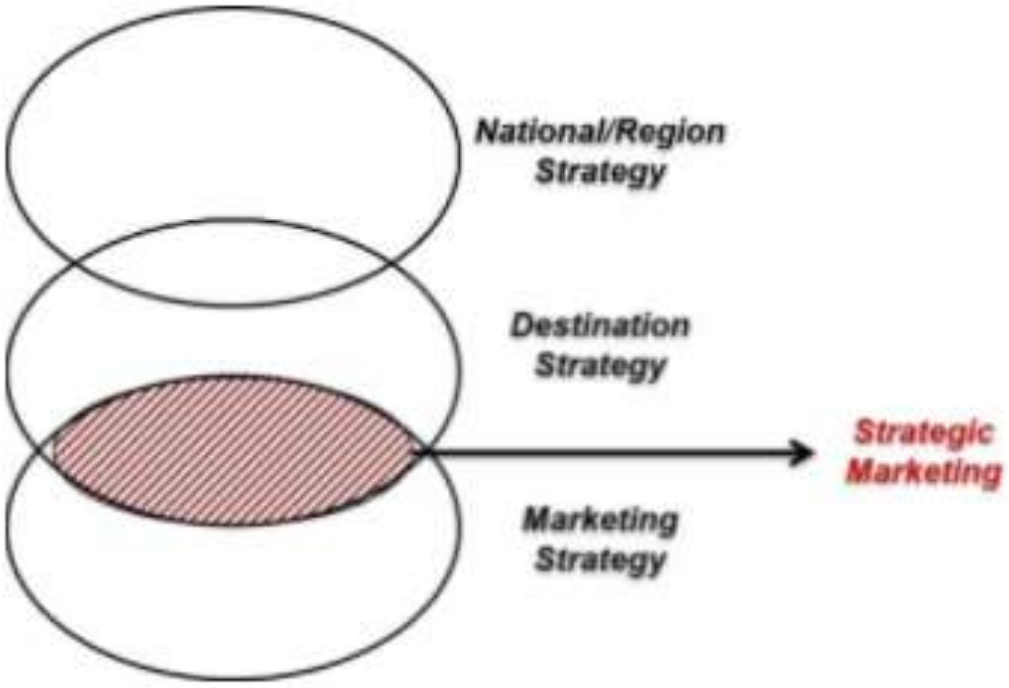
sama, namun sebenarnya memiliki perbedaan besar. Obyek wisata merupakan semua hal yang menarik untuk dilihat dandirasakan oleh wisatawan yang disediakan atau bersumber pada alam saja. Sedangkan atraksi wisata merupakan sesuatu yang menarik untuk dilihat, dirasakan, dinikmati dan dimiliki oleh wisatawan, yang dibuat oleh manusia dan memerlukan persiapan terlebih dahulu sebelum diperlihatkan kepada wisatawan. Syarat suatu daerah menarik untuk dikunjungi adalah adanya *something to see, adanya something to buy, adanya something to do.*

Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan. Hal ini disebabkan karena pariwisata merupakan proses sirkuler yang saling mempengaruhi dan berkelanjutan. Hal tersebut dapat menjadi sinyal positif dalam peningkatan mutu suatu pariwisata. Dalam pemasaran, kepuasan pelanggan yakni respons konsumen yang sudah terpenuhi keinginannya tentang penggunaan barang atu jasa yang mereka pakai. Dalam pengukuran kepuasan pelanggan, beberapa cara di antaranya adalah:

1. *Complaint and suggestion system* (sistem keluhan dan saran), informasi dari keluhan dan saran ini akan dijadikan data dalam melakukan antisipasi dan pengembangan.
2. *Costumer satisfication surveys* (survey kepuasan pelanggan), tingkat keluhan konsumen dijadikan data dalam mengukur tentang kepuasan.
3. *Ghost shopping* (pembeli bayangan) dalam konsep pemasaran ekowisata dapat diinterpretasikan sebagai pengunjung bayangan, dengan mengirimkan orang untuk melakukan kunjungan ke destinasi atau site wisata untuk melihat jelas keunggulan dan kelemahan pelayanannya

Pemasaran Destinasi Ekowisata

Posisi strategi pemasaran destinasi wisata dari sisi tingkatan pengambilan keputusan (*level of desicion making*) terdiri dari aktivitas-aktivitas yang bersifat strategis, taktis, dan teknis-operasional. Aktivitas-aktivitas tersebut bersifat fungsional dalam aktivitas destinasi secara keseluruhan. Namun dikarenakan sifat dari strategi pemasaran pariwisata itu bersinggungan dengan strategi destinasi secara keseluruhan, fungsi pemasaran dalam destinasi menjadi sangat penting dan strategis (Gambar 2)



Gambar 2. Posisi strategis pemasaran ekowisata

Sumber : *Modifikasi dari Sucherly (2010)*

Strategi pemasaran destinasi wisata bersinggungan dengan strategi destinasi wisata dikarenakan sifat dari keluaran (*output*) dari masing-masing strategi tersebut keduanya beririsan. Keluaran dari strategi pemasaran adalah menjadi *superior* di *market place*, sedangkan keluaran dari strategi destinasi diantaranya adalah menjadi unggul dalam persaingan (*competitive advantage*). *Superior* dan *Competitive Advantage* adalah dua kata yang beririsan, karena keduanya arahnya ialah menjadi pemenang dalam persaingan.

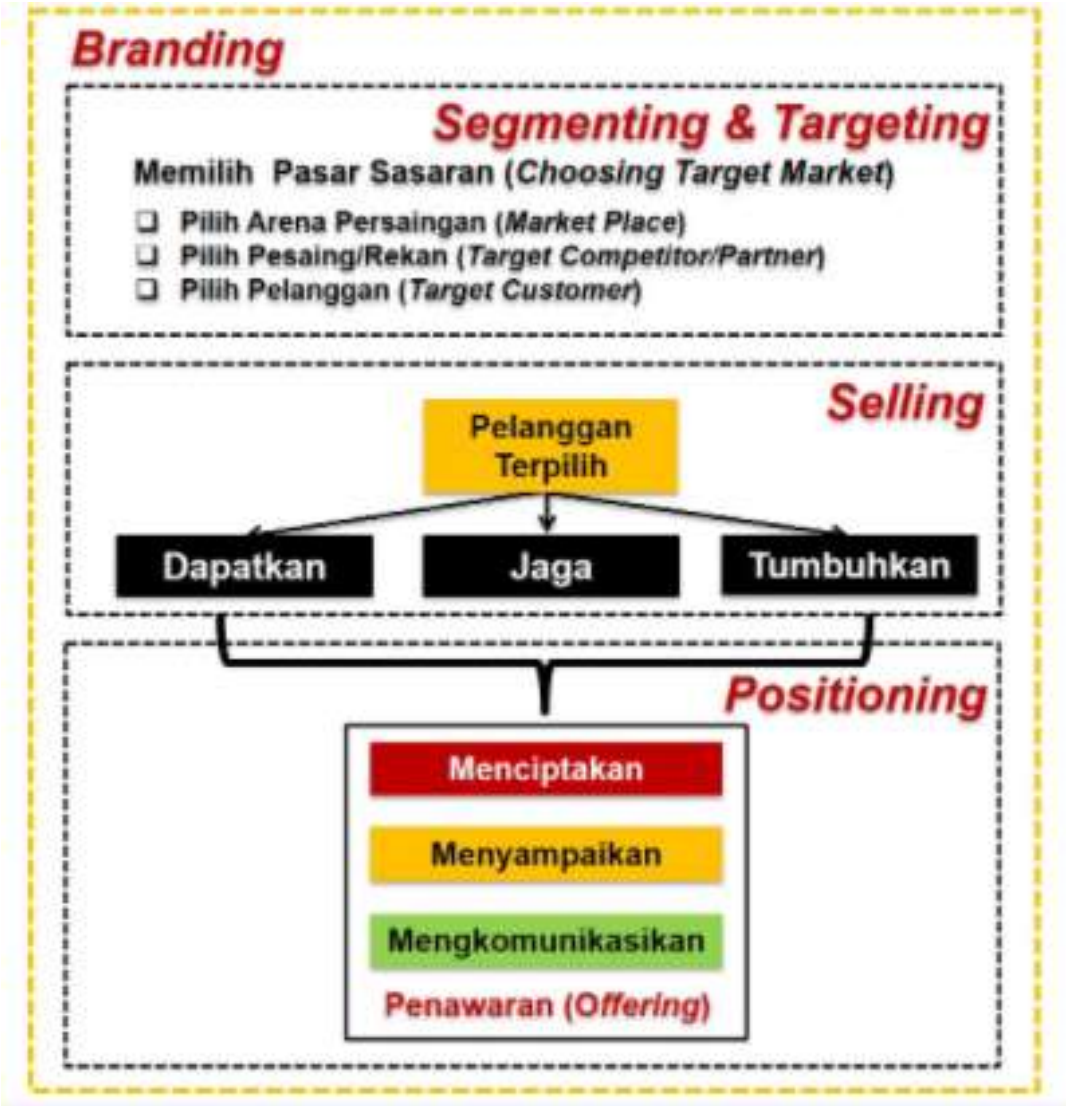
Cara-cara yang tepat dari destinasi untuk menjadi *superior* di *market place* disebut *strategic destination marketing* atau pemasaran destinasi yang strategis. S*trategic destination marketing* merupakan proses manajemen strategis yang menggunakan pendekatan *integrated driven* atau pendekatan yang mempertimbangkan sisi pasar dan sumberdaya secara seimbang (*balance*), karena pada dasarnya strategi pemasaran destinasi harus mengacu pada *bottom lines* pembangunan destinasi yaitu pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*).

Pendekatan tersebut adalah pendekatan yang menekankan terhadap penyelarasan antara peluang pasar yang memiliki daya tarik (*market attractiveness*) dengan kemampuan sumber daya yang dimiliki (*resource capabilities*), dengan mempertimbangkan kelayakan ekonomi, sosial, serta kelestarian lingkungan alam. Pendekatan tersebut menekankan pada proses adaptasi terhadap perilaku wisatawan sesuai dengan sumberdaya yang dimiliki destinasi.

Model Pemasaran Destinasi Wisata

Pemasaran destinasi ekowisata pada dasarnya adalah aktivitas mem-*branding*-kan destinasi wisata itu sendiri. Karena *branding* destinasi bukan hanya sekedar aktivitas yang berkaitan dengan penamaan, logo, atau selogan-slogan saja, tetapi *branding* merupakan indikator keberhasilan dari persaingan. Jadi jika destinasi superior di *market place,* maka dapat dipastikan *brand*-nya akan kuat di *market place* tersebut.

Aktivitas pemasaran destinasi ekowisata diawali dengan memilih target pasar, dan aktivitas tersebut disebut sebagai proses *segmenting* & *targeting*. Sedangkan aktivitas mendapatkan, menjaga, dan menumbuh-kembangkan target pelanggan disebut sebagai proses *selling*. Dan yang terakhir, menciptakan, menyampaikan dan mengkomunikasikan penawaran destinasi disebut sebagai proses *positioning* destinasi ekowisata. Jadi dapat disimpulkan bahwa ruang lingkup pemasaran destinasi wisata yaitu terdiri dari proses-proses yang disebut dengan *branding*, *segmenting & targeting*, *selling* dan *positioning*.



Gambar 3. Model Pemasaran Destinasi Wisata

Sumber: Hidayah (2019)

Proses *branding*, *segmenting* & *targeting*, *selling*, serta *positioning* berada pada tingkatan strategis yang artinya bahwa proses tersebut merupakan keputusan secara jangka panjang. Sedangkan aktivitas taktis yang biasanya disebut sebagai program pemasaran merupakan proses jangka pendek atau menengah yang berupa manuver-manuver agar stratagi yang telah ditetapkan berjalan dengan baik. Keputusan taktis merupakan keputusan mengenai bauran pemasaran pariwisata (*tourism marketing mix*) (Gambar 4)



Gambar 4. Tourism marketing mix

Sumber; Hidayah, 2021

Proses-proses strategis dan taktis tersebut, harus dikelola dengan baik agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Aktivitas pengelolaan biasanya disebut dengan manajemen, sementara pengelolaan dengan menggunakan prinsip manajemen intinya adalah untuk mengoptimalkan sumberdaya yang terbatas agar dapat meraih tujuan secara efektif, atau dengan kata lain inti dari manajemen adalah untuk mencapai tingkat efisiensi dan efektifitas yang optimal.

Fungsi dari manajemen yang menurut saya paling tepat adalah yang dipopulerkan oleh Edward Deming (1900), yang terkenal dengan Siklus Deming yaitu *Plan-Do-Check-Act* (P-D-C-A). Siklus tersebut memberikan pengertian bahwa keberhasilan dalam mengelola sesuatu itu harus direncanakan, diimplementasikan, dikontrol dan dievaluasi, tak terkecuali dalam mengelola pemasaran destinasi wisata (Gambar 5),



Gambar 5. Model Manajemen Pemasaran Destinasi Wisata

Sumber : Hidayah, 2021

BAB 9
PROMOSI DESTINASI EKOWISATA

Promosi destinasi ekowisata adalah upaya strategis untuk memperkenalkan dan memasarkan suatu lokasi atau wilayah yang menawarkan pengalaman wisata berbasis alam dan budaya yang bertanggung jawab. Berbeda dengan promosi pariwisata massal, promosi ekowisata memiliki tujuan ganda: menarik wisatawan yang tepat (yaitu, mereka yang menghargai nilai-nilai konservasi dan budaya lokal) dan pada saat yang sama, mengedukasi mereka tentang pentingnya keberlanjutan.

Esensi Promosi Destinasi Ekowisata

Promosi ekowisata bukan hanya tentang menarik pengunjung sebanyak-banyaknya, melainkan tentang menarik wisatawan yang berkualitas yang memiliki kesadaran ekologis dan etika perjalanan. Fokus utamanya adalah mengkomunikasikan nilai-nilai inti ekowisata, yaitu konservasi alam, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pendidikan lingkungan, sambil menawarkan pengalaman yang autentik dan bermakna.

Perbedaan mendasar promosi ekowisata dibandingkan promosi pariwisata konvensional terletak pada filosofinya:

- Nilai dan Prinsip: Ekowisata didasarkan pada prinsip-prinsip keberlanjutan yang kuat. Promosinya harus mencerminkan komitmen terhadap perlindungan lingkungan, keadilan sosial, dan manfaat ekonomi bagi komunitas lokal.
- Target Pasar Spesifik: Wisatawan ekowisata cenderung lebih teredukasi, peduli lingkungan, mencari pengalaman mendalam, dan bersedia membayar lebih untuk produk yang etis dan berkelanjutan. Promosi harus dirancang untuk menjangkau segmen ini.
- Bukan Hanya Atraksi, tetapi Cerita: Promosi ekowisata tidak hanya menjual pemandangan indah, tetapi juga cerita di baliknya—upaya konservasi, kehidupan masyarakat lokal, dan keunikan ekosistem.

- Edukasi dan Kesadaran: Bagian integral dari promosi adalah mendidik calon wisatawan tentang bagaimana mereka dapat berkontribusi pada keberlanjutan dan etika perjalanan saat berkunjung.
- Kapasitas Dukung Lingkungan: Promosi ekowisata harus selalu mempertimbangkan daya dukung lingkungan (carrying capacity) destinasi. Promosi yang terlalu agresif tanpa manajemen yang tepat dapat merusak sumber daya yang ingin dilindungi.

Strategi Promosi Destinasi Ekowisata

Strategi promosi ekowisata harus komprehensif, multi-saluran, dan selaras dengan nilai-nilai keberlanjutan destinasi.

1. Pengembangan Narasi dan Branding Ekowisata yang Kuat. Identitas Unik: Kembangkan identitas merek (branding) yang jelas dan unik untuk destinasi ekowisata. Apa yang membuatnya berbeda dari yang lain? Apakah itu keanekaragaman hayatinya, budaya adat yang kaya, atau program konservasi tertentu?
    - Storytelling: Ceritakan kisah di balik destinasi. Siapa masyarakat lokalnya? Apa upaya konservasi yang dilakukan? Bagaimana wisatawan dapat berkontribusi? Gunakan narasi yang kuat untuk membangun koneksi emosional dengan calon wisatawan. Misalnya, "Jelajahi Hutan Lindung X: Tempat Para Penjaga Ekosistem dan Surga Orangutan," atau "Selami Keindahan Terumbu Karang Y: Bersama Kami Melindungi Lautan."
    - Visual yang Autentik: Gunakan foto dan video berkualitas tinggi yang menampilkan keindahan alam, aktivitas yang bertanggung jawab, dan interaksi positif dengan masyarakat lokal. Hindari gambar yang berlebihan atau tidak realistis.
2. Pemanfaatan Platform Digital (*Online Presence*). Di era digital, kehadiran online adalah kunci.
    - Website Resmi yang Informatif: Buat situs web yang profesional, mudah dinavigasi, dan kaya informasi. Sertakan detail tentang atraksi ekowisata, aktivitas yang ditawarkan, akomodasi ramah lingkungan, etika perjalanan, informasi konservasi, dan cara berkontribusi. Pastikan ada bagian khusus tentang dampak positif kunjungan wisatawan.

- Media Sosial yang Terlibat: Manfaatkan platform seperti Instagram, Facebook, YouTube, dan TikTok untuk berbagi cerita, foto, video pendek, dan live stream. Fokus pada konten yang menginspirasi, mendidik, dan mendorong interaksi. Gunakan hashtag yang relevan (#EkowisataIndonesia, #SustainableTourism, #TravelResponsibly).
- Optimisasi Mesin Pencari (SEO): Pastikan situs web dan konten digital dapat ditemukan dengan mudah melalui mesin pencari (Google, Bing). Gunakan kata kunci yang relevan dengan ekowisata, konservasi, dan destinasi Anda.

  Pemasaran Konten: Buat blog, artikel, dan infografis tentang topik-topik ekowisata, keunikan flora dan fauna, budaya lokal, dan tips perjalanan berkelanjutan. Ini membangun otoritas dan menarik minat organik.

  Email Marketing: Kembangkan daftar email dan kirimkan buletin berkala yang berisi informasi terbaru, penawaran khusus, atau cerita inspiratif tentang konservasi di destinasi.

3. Kemitraan dan Kolaborasi. Kerja sama adalah fondasi promosi ekowisata.
   - Kemitraan dengan Operator Tur Spesialis: Bekerja sama dengan agen perjalanan dan operator tur yang fokus pada ekowisata dan pariwisata berkelanjutan. Mereka memiliki jaringan dan keahlian untuk menjangkau pasar yang tepat.
   - Kerja Sama dengan Lembaga Konservasi dan NGO: Berkolaborasi dengan organisasi lingkungan dan LSM untuk mempromosikan destinasi sebagai bagian dari upaya konservasi yang lebih besar. Ini menambah kredibilitas dan jangkauan.
   - Influencer Marketing yang Bertanggung Jawab: Pilih influencer atau content creator yang memiliki kredibilitas di bidang perjalanan berkelanjutan atau konservasi. Pastikan mereka memahami dan menghargai nilai-nilai ekowisata, dan konten yang mereka hasilkan autentik serta mendidik.
   - Kolaborasi dengan Komunitas Lokal: Libatkan masyarakat lokal dalam proses promosi. Mereka adalah duta terbaik destinasi mereka sendiri. Berikan pelatihan kepada mereka untuk menceritakan kisah desa dan budaya mereka.

- Kemitraan Media: Ajak jurnalis perjalanan, travel blogger, dan fotografer dari media terkemuka untuk mengunjungi destinasi dan meliput keunikan serta upaya keberlanjutan yang dilakukan.

4. Partisipasi dalam Pameran dan Event Pariwisata.
    - Pameran Pariwisata Internasional/Nasional: Ikuti pameran pariwisata yang memiliki segmen atau paviliun khusus untuk ekowisata atau pariwisata berkelanjutan. Ini adalah kesempatan untuk bertemu langsung dengan operator tur, media, dan calon wisatawan.
    - Acara Spesifik Ekowisata: Hadiri konferensi, seminar, atau event yang berfokus pada ekowisata untuk membangun jaringan dan mempresentasikan destinasi Anda kepada audiens yang relevan.
5. Program Duta Ekowisata dan Ulasan Wisatawan
    - Duta Ekowisata: Libatkan individu atau kelompok yang passionate tentang konservasi dan pariwisata berkelanjutan sebagai duta destinasi. Mereka bisa berasal dari kalangan peneliti, travel blogger, atau bahkan tokoh masyarakat lokal.
    - Mendorong Ulasan Positif: Fasilitasi wisatawan untuk memberikan ulasan positif di platform seperti TripAdvisor, Google Reviews, atau media sosial. Ulasan otentik dari wisatawan lain adalah alat promosi yang sangat efektif. Tanggapi ulasan, baik positif maupun negatif, secara profesional.
6. Pemasaran Langsung dan Edukatif
    - Brosur dan Materi Cetak: Jika masih relevan untuk target pasar, siapkan brosur atau flyer yang informatif, estetis, dan terbuat dari bahan ramah lingkungan. Sertakan peta, informasi kontak, dan highlight ekowisata.
    - Webinar dan Lokakarya Online: Selenggarakan webinar atau lokakarya online yang memperkenalkan destinasi ekowisata, membahas topik konservasi, atau berbagi tips perjalanan berkelanjutan. Ini tidak hanya mempromosikan tetapi juga mendidik.

Aspek Penting dalam Pesan Promosi Ekowisata

Pesan yang disampaikan dalam promosi ekowisata harus jelas, konsisten, dan menonjolkan keunikan serta nilai-nilai inti.

- Keaslian dan Keunikan: Soroti apa yang membuat destinasi Anda unik. Apakah itu fauna endemik, ekosistem langka, ritual budaya yang autentik, atau kearifan lokal dalam pengelolaan sumber daya?
- Manfaat Konservasi: Jelaskan bagaimana kunjungan wisatawan berkontribusi langsung pada upaya konservasi (misalnya, dana dari tiket masuk digunakan untuk program restorasi hutan, perlindungan satwa, atau penelitian).
- Keterlibatan Masyarakat Lokal: Tunjukkan bagaimana masyarakat lokal terlibat dan mendapatkan manfaat dari ekowisata (misalnya, sebagai pemandu, pengelola penginapan, atau penjual kerajinan). Ini menekankan aspek keadilan sosial.
- Pengalaman Edukatif: Tekankan aspek pembelajaran dan pendidikan yang akan diperoleh wisatawan. Bagaimana mereka bisa lebih memahami alam, budaya, dan keberlanjutan melalui pengalaman ini?
- Dampak Minimal: Komunikasikan komitmen destinasi terhadap praktik pariwisata yang berdampak minimal. Jelaskan aturan dan panduan bagi wisatawan untuk meminimalkan jejak karbon mereka.
- Kualitas dan Keselamatan: Tetap utamakan kualitas layanan dan keselamatan wisatawan. Ini membangun kepercayaan dan reputasi.

Mengukur Keberhasilan Promosi Ekowisata

Promosi yang efektif tidak hanya diukur dari jumlah kunjungan, tetapi juga dari dampaknya:

- Jumlah Kunjungan: Meskipun bukan satu-satunya indikator, peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang tertarik pada ekowisata tetap penting.
- Tingkat Kepuasan Wisatawan: Melalui survei dan ulasan, ukur seberapa puas wisatawan dengan pengalaman ekowisata mereka.
- Kontribusi Terhadap Konservasi: Apakah ada peningkatan dana untuk program konservasi? Apakah populasi spesies kunci meningkat?
- Manfaat Ekonomi Lokal: Apakah ada peningkatan pendapatan dan lapangan kerja bagi masyarakat lokal?
- Kesadaran Lingkungan: Apakah ada peningkatan kesadaran di kalangan wisatawan dan masyarakat lokal tentang pentingnya keberlanjutan?

- Cakupan Media dan Engagement Online: Frekuensi dan kualitas liputan media, serta tingkat interaksi di media sosial.

Tantangan dalam Promosi Ekowisata

Pada implementasinya dalam pengembangan Promosi ekowisata juga menghadapi beberapa tantangan diantaranya adalah;

- Mencegah Komersialisasi Berlebihan: Terlalu banyak promosi tanpa manajemen yang tepat dapat menyebabkan overtourism dan merusak sumber daya yang ingin dilindungi.
- Menjangkau Pasar Niche: Pasar ekowisata seringkali lebih kecil dan tersebar, sehingga membutuhkan strategi promosi yang lebih terfokus.
- Membedakan Diri: Dengan meningkatnya tren pariwisata berkelanjutan, semakin banyak destinasi yang mengklaim diri sebagai "ekowisata". Penting untuk menonjolkan keaslian dan komitmen nyata.
- Keterbatasan Anggaran: Banyak destinasi ekowisata yang berada di daerah terpencil atau dikelola oleh komunitas lokal memiliki anggaran promosi yang terbatas.
- Membangun Kepercayaan: Membangun kredibilitas sebagai destinasi ekowisata yang benar-benar berkelanjutan membutuhkan waktu dan komitmen nyata, bukan hanya greenwashing.
- Fluktuasi Minat Pasar: Minat wisatawan dapat berubah, sehingga promosi harus adaptif dan responsif terhadap tren baru.

Promosi destinasi ekowisata adalah upaya multi-faceted yang membutuhkan pemahaman mendalam tentang nilai-nilai keberlanjutan, target pasar yang spesifik, dan komunikasi yang efektif. Ini lebih dari sekadar menjual tempat, melainkan menjual cerita, nilai, dan kesempatan bagi wisatawan untuk menjadi bagian dari solusi konservasi dan pemberdayaan. Dengan strategi yang tepat dan komitmen terhadap prinsip-prinsip ekowisata sejati, promosi dapat membantu destinasi ekowisata berkembang secara berkelanjutan, memberikan manfaat bagi alam, masyarakat, dan pengalaman tak terlupakan bagi setiap pengunjung.

BAB 10
PENGEMBANGAN LAYANAN DALAM EKOWISATA

Pengembangan Layanan dalam Ekowisata

Pengembangan layanan dalam konteks ekowisata adalah fondasi krusial untuk memastikan pengalaman wisatawan yang memuaskan sekaligus mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan. Ini bukan hanya tentang menyediakan fasilitas dasar, tetapi tentang menciptakan nilai tambah yang mengedukasi, menginspirasi, dan memberdayakan, selaras dengan tujuan konservasi dan kesejahteraan masyarakat lokal. Layanan yang berkualitas tinggi akan mendorong loyalitas wisatawan, meningkatkan citra destinasi, dan secara langsung berkontribusi pada keberlanjutan ekowisata itu sendiri. Pengembangan layanan di ekowisata memiliki peran vital karena:

1. Meningkatkan Pengalaman Wisatawan: Layanan yang baik menciptakan kesan positif, membuat wisatawan merasa dihargai, dan mendorong mereka untuk kembali atau merekomendasikan destinasi.
2. Mendukung Prinsip Keberlanjutan: Layanan yang dirancang dengan baik dapat mengedukasi wisatawan tentang isu-isu konservasi, mendorong perilaku bertanggung jawab, dan menyalurkan manfaat ekonomi langsung ke komunitas lokal.
3. Membedakan Destinasi: Di tengah persaingan pariwisata yang ketat, layanan yang unik dan berkualitas menjadi pembeda yang kuat.
4. Meningkatkan Keamanan dan Kenyamanan: Layanan yang terstandarisasi memastikan keselamatan dan kenyamanan wisatawan di lingkungan alam yang terkadang menantang.
5. Membangun Kapasitas Lokal: Pengembangan layanan seringkali melibatkan pelatihan dan pemberdayaan masyarakat lokal, yang pada gilirannya meningkatkan kualitas hidup mereka.
6. Memperkuat Branding Destinasi: Layanan yang konsisten dan bermutu tinggi memperkuat citra destinasi sebagai tujuan ekowisata yang profesional dan bertanggung jawab.

Jenis-Jenis Pengembangan Layanan Kunci dalam Ekowisata

Pengembangan layanan dalam ekowisata mencakup berbagai aspek, mulai dari sebelum kunjungan hingga pasca-kunjungan.

1. Layanan Informasi dan Komunikasi. Ini adalah gerbang pertama bagi calon wisatawan. Layanan ini harus informatif, mudah diakses, dan akurat.
   - Pusat Informasi Ekowisata (Visitor Center).

     Fungsi: Menyediakan informasi komprehensif tentang destinasi (atraksi, flora, fauna, budaya lokal, peraturan, etika kunjungan), peta, brosur, dan jadwal aktivitas.

     Inovasi: Dilengkapi dengan pameran interaktif tentang konservasi, sejarah alam/budaya, mini theater untuk film dokumenter, atau sudut khusus yang menjual produk lokal.

     Personel: Petugas yang berpengetahuan luas, ramah, dan mampu berkomunikasi efektif, bahkan dalam bahasa asing jika diperlukan.
   - Platform Digital (Website & Aplikasi Mobile):

     Fungsi: Sebagai sumber informasi utama yang *up-to-date*. Termasuk detail paket wisata, harga, ketersediaan, sistem reservasi online, panduan etika perjalanan, informasi darurat, dan ulasan.

     Inovasi: Fitur peta interaktif (dengan titik minat, rute, dan informasi tentang satwa/tumbuhan), panduan audio-video, chatbots untuk pertanyaan cepat, dan augmented reality (AR) untuk edukasi di lapangan.

     Aksesibilitas: Desain responsif untuk berbagai perangkat dan konten multibahasa.
   - Media Sosial:

     Fungsi: Alat promosi, engagement, dan penyebaran informasi cepat. Digunakan untuk berbagi cerita, foto/video menarik, live updates, dan menjawab pertanyaan wisatawan.

     Inovasi: Sesi tanya jawab dengan pemandu lokal atau konservasionis, kuis interaktif tentang lingkungan, dan promosi kompetisi foto dengan tema ekowisata.
2. Layanan Pemandu Wisata Ekowisata. Pemandu adalah jantung dari pengalaman ekowisata. Mereka tidak hanya menunjukkan jalan, tetapi juga mendidik, menginspirasi, dan memastikan keselamatan.

- Pelatihan dan Sertifikasi Khusus

  Kurikulum: Pelatihan mendalam tentang ekologi lokal (flora, fauna, ekosistem), geologi, sejarah, budaya adat, etika lingkungan, first aid, teknik navigasi, storytelling, dan manajemen kelompok.
- Sertifikasi: Mendorong pemandu untuk mendapatkan sertifikasi dari lembaga yang diakui (misalnya, BNSP di Indonesia untuk profesi pemandu wisata) dan sertifikasi khusus ekowisata.

3. Keterlibatan Masyarakat Lokal
   - Pemberdayaan: Prioritaskan dan latih masyarakat lokal sebagai pemandu. Mereka memiliki pengetahuan asli tentang wilayah dan budayanya, yang meningkatkan keaslian pengalaman.
   - Pengembangan Karir: Menciptakan jalur karir yang jelas bagi pemandu lokal, dari asisten hingga pemandu senior atau manajer lapangan.
4. Etika dan Tanggung Jawab:
   - Penekanan: Pemandu harus menjadi teladan dalam menjaga etika ekowisata (tidak merusak, tidak memberi makan satwa liar, menjaga kebersihan).
   - Edukasi Wisatawan: Pemandu berperan aktif dalam mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga lingkungan dan menghormati budaya lokal.
5. Layanan Akomodasi Ramah Lingkungan (*Eco-lodges & Homestays*). Akomodasi adalah bagian integral dari pengalaman ekowisata, yang harus selaras dengan nilai-nilai keberlanjutan.
   - Desain Berkelanjutan:

     Prinsip: Menggunakan bahan bangunan lokal dan alami, meminimalkan jejak karbon, memaksimalkan ventilasi alami, dan mengintegrasikan bangunan dengan lanskap.

     Inovasi: Sistem panel surya, pengumpul air hujan, sistem pengolahan limbah mandiri, dan kebun organik.
   - Manajemen Lingkungan:

     Praktik: Penghematan energi dan air, pengelolaan sampah (daur ulang, kompos), penggunaan produk ramah lingkungan (sabun, deterjen), dan membatasi penggunaan plastik sekali pakai.

Edukasi Tamu: Menempatkan informasi di kamar tentang praktik hemat energi/air, kebijakan daur ulang, dan ajakan untuk berpartisipasi dalam program konservasi.

- Keterlibatan Komunitas:

  Homestay: Mengembangkan homestay yang dikelola oleh masyarakat lokal, memastikan manfaat ekonomi langsung bagi mereka.

  Pembelian Lokal: Memprioritaskan pembelian bahan makanan dan kerajinan dari petani/pengrajin lokal.

6. Layanan Transportasi Berkelanjutan. Transportasi adalah penyumbang emisi terbesar dalam pariwisata. Pengembangan layanan harus meminimalkannya.
   - Pilihan Transportasi Ramah Lingkungan:

     Penggunaan: Mendorong penggunaan transportasi umum, sepeda, jalan kaki, atau kendaraan listrik/berbahan bakar rendah emisi di dalam destinasi.

     Fasilitasi: Menyediakan layanan penyewaan sepeda, area parkir yang memadai untuk transportasi umum, atau layanan shuttle dengan kendaraan rendah emisi.
   - Pengelolaan Rute:

     Optimasi: Merencanakan rute perjalanan yang efisien untuk mengurangi waktu tempuh dan konsumsi bahan bakar.

     Kontrol Akses: Membatasi jumlah kendaraan atau pengunjung di area sensitif untuk meminimalkan dampak lingkungan.
7. Layanan Kuliner Lokal dan Berkelanjutan. Makanan adalah bagian penting dari pengalaman budaya dan dapat mendukung ekonomi lokal.
   - Penyediaan Makanan Lokal:

     Prioritas: Restoran dan kafe di destinasi harus memprioritaskan penggunaan bahan baku dari petani dan nelayan lokal.

     Promosi: Menampilkan menu dengan bahan-bahan lokal dan menceritakan asal-usulnya.
   - Pengurangan Limbah Makanan:

     Praktik: Menerapkan sistem zero-waste kitchen, kompos sisa makanan, dan donasi makanan berlebih.
   - Pengalaman Kuliner Autentik:

Inovasi: Menawarkan kelas memasak masakan tradisional, farm-to-table dining, atau tur kuliner di pasar lokal.

8. Layanan Manajemen Risiko dan Keamanan. Mengingat sifat ekowisata yang seringkali melibatkan aktivitas di alam liar, keamanan adalah prioritas utama.
   - Prosedur Darurat yang Jelas:

     Implementasi: Mengembangkan dan mengkomunikasikan prosedur evakuasi, pertolongan pertama, dan komunikasi darurat.

     Pelatihan: Pelatihan reguler untuk staf dan pemandu dalam first aid dan penanganan situasi darurat.
   - Asuransi dan Perlindungan:

     Rekomendasi: Mendorong wisatawan untuk memiliki asuransi perjalanan yang mencakup aktivitas ekowisata.

     Ketersediaan: Memastikan adanya fasilitas medis terdekat dan jalur evakuasi yang jelas.
   - Sistem Peringatan Dini:

     Implementasi: Menggunakan sistem peringatan dini untuk cuaca ekstrem atau bahaya alam lainnya.
9. Layanan Partisipasi Komunitas dan Pemberdayaan. Ekowisata harus memberikan manfaat langsung kepada masyarakat lokal.
   - Pengembangan Produk Bersama:

     Kolaborasi: Melibatkan masyarakat dalam pengembangan produk seperti kerajinan tangan, pertunjukan seni, atau demonstrasi gaya hidup tradisional.
   - Pendidikan dan Pelatihan:

     Fasilitasi: DMO memfasilitasi pelatihan keterampilan pariwisata (bahasa Inggris, hospitality, manajemen bisnis kecil) bagi masyarakat lokal.
   - Distribusi Manfaat yang Adil:

     Mekanisme: Mengembangkan mekanisme yang transparan untuk memastikan bahwa pendapatan dari ekowisata mengalir kembali ke komunitas melalui upah yang adil, dana konservasi, atau proyek pembangunan lokal.
10. Layanan Pendidikan dan Interpretasi. Ini adalah inti dari ekowisata, yang membedakannya dari pariwisata biasa.
    - Program Edukasi Interaktif:

Desain: Membuat program yang menarik dan mendidik tentang ekologi, budaya, dan upaya konservasi di destinasi. Contoh: Nature walks dengan penjelasan mendalam, workshop tentang kebudayaan lokal, program adopsi pohon, atau sesi observasi satwa liar dengan ahli.

- Materi Interpretasi:

  Penyediaan: Papan informasi yang menarik dan mudah dipahami di sepanjang jalur wisata, brosur informatif, dan panduan multimedia.

  Bahasa: Tersedia dalam beberapa bahasa untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

Peran DMO dalam Pengembangan Layanan Ekowisata

Destination Management Organization (DMO) adalah aktor utama dalam mengorkestrasi pengembangan layanan ini:

- Pengembangan Kebijakan dan Standar: DMO merumuskan kebijakan dan standar kualitas layanan ekowisata, termasuk panduan eco-labeling untuk akomodasi atau sertifikasi pemandu.
- Fasilitasi Pelatihan: DMO mengorganisir dan memfasilitasi program pelatihan bagi pemandu, pengelola akomodasi, dan masyarakat lokal untuk meningkatkan kapasitas layanan mereka.
- Kemitraan: DMO membangun kemitraan strategis dengan sektor swasta (operator tur, hotel), lembaga pendidikan, dan LSM untuk mendukung pengembangan layanan.
- Promosi dan Pemasaran: DMO mempromosikan layanan ekowisata yang unik dan berkualitas kepada pasar yang tepat, menekankan nilai-nilai keberlanjutan.
- Pemantauan dan Evaluasi Kualitas: DMO bertanggung jawab untuk memantau kualitas layanan secara berkala melalui survei kepuasan wisatawan dan audit standar.
- Pengelolaan Inovasi: DMO mendorong inovasi dalam pengembangan layanan, mengikuti tren terbaru dalam ekowisata dan teknologi.
- Mediasi dan Resolusi Konflik: DMO berperan dalam memediasi jika terjadi masalah layanan atau konflik antar pemangku kepentingan dalam penyediaan layanan.

Tantangan dalam Pengembangan Layanan Ekowisata

Dalam pengembangannya, meskipun vital, pengembangan layanan ekowisata menghadapi sejumlah tantangan:

- Keterbatasan Sumber Daya: Anggaran, tenaga ahli, dan infrastruktur seringkali menjadi kendala, terutama di destinasi yang baru berkembang.
- Kapasitas SDM: Kurangnya SDM lokal yang terampil dan berpengetahuan di bidang ekowisata.
- Standarisasi Kualitas: Menjaga standar kualitas layanan yang konsisten di berbagai penyedia jasa, terutama yang melibatkan komunitas lokal.
- Adopsi Teknologi: Keterbatasan akses atau pemahaman teknologi di beberapa komunitas lokal.
- Perubahan Perilaku Wisatawan: Edukasi wisatawan untuk menghargai dan berpartisipasi dalam layanan ekowisata yang bertanggung jawab.
- Keseimbangan antara Komersial dan Konservasi: Menemukan titik temu antara kebutuhan bisnis untuk menghasilkan keuntungan dan prinsip konservasi yang ketat.

Pengembangan layanan adalah tulang punggung keberhasilan ekowisata. Ini melampaui penyediaan fasilitas dasar; ini adalah tentang menciptakan pengalaman yang memperkaya, mendidik, dan bertanggung jawab. Dengan perencanaan yang matang, investasi dalam peningkatan kapasitas SDM lokal, pemanfaatan teknologi secara bijak, dan kolaborasi yang erat antara semua pemangku kepentingan (di mana DMO berperan sentral), destinasi ekowisata dapat menawarkan layanan kelas dunia yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga secara aktif mendukung konservasi alam dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Layanan yang prima adalah investasi jangka panjang untuk keberlanjutan ekowisata.

BAB 11
MULTIPLIER EFFECT DARI PENGEMBANGAN EKOWISATA

Multiplier Effect dari Pengembangan Ekowisata

Pengembangan ekowisata tidak hanya memberikan manfaat langsung berupa pemasukan dari kunjungan wisatawan, tetapi juga memicu serangkaian efek ekonomi dan sosial yang meluas ke berbagai sektor. Fenomena ini dikenal sebagai multiplier effect atau efek pengganda, di mana setiap rupiah yang diinvestasikan atau dibelanjakan dalam ekowisata menghasilkan dampak ekonomi yang lebih besar dari nilai awalnya. Multiplier effect ini mencerminkan bagaimana uang beredar dalam suatu ekonomi lokal, menciptakan pendapatan, lapangan kerja, dan stimulus ekonomi di luar sektor pariwisata itu sendiri.

Dalam ekonomi, *multiplier effect* mengacu pada konsep bahwa perubahan awal dalam pengeluaran (misalnya, investasi atau konsumsi) menyebabkan perubahan yang lebih besar pada pendapatan agregat. Ada beberapa jenis multiplier effect yang relevan dalam konteks ekowisata:

- *Direct Effect* (Efek Langsung): Ini adalah dampak langsung dari pengeluaran wisatawan dan investasi dalam ekowisata. Contohnya, uang yang dibelanjakan wisatawan untuk tiket masuk, akomodasi (eco-lodge, homestay), makanan di restoran lokal, jasa pemandu, atau pembelian kerajinan tangan. Investasi langsung seperti pembangunan fasilitas ekowisata atau pelatihan masyarakat juga termasuk efek langsung.
- *Indirect Effect* (Efek Tidak Langsung): Ini adalah dampak ekonomi yang timbul dari pengeluaran bisnis yang secara langsung melayani wisatawan. Misalnya, eco-lodge membeli bahan makanan dari petani lokal, pemandu membeli peralatan dari toko setempat, atau operator tur menyewa transportasi dari penyedia lokal. Uang yang diterima oleh bisnis primer ini kemudian dibelanjakan lagi dalam ekonomi lokal.

- *Induced Effect* (Efek Terinduksi): Ini adalah dampak yang muncul ketika individu (karyawan di sektor pariwisata atau bisnis pendukung) membelanjakan pendapatan yang mereka peroleh dari aktivitas ekowisata. Misalnya, pemandu ekowisata menggunakan gajinya untuk membeli kebutuhan rumah tangga, pakaian, pendidikan anak, atau jasa lainnya, yang kemudian menstimulasi sektor lain dalam ekonomi lokal.

Dengan demikian, uang yang awalnya dibelanjakan oleh seorang wisatawan bisa "berputar" beberapa kali dalam ekonomi lokal, menciptakan pendapatan dan lapangan kerja yang berlipat ganda.

Sumber Multiplier Effect dalam Ekowisata

Multiplier effect dalam ekowisata sangat dipengaruhi oleh karakteristik uniknya yang berlandaskan keberlanjutan dan keterlibatan komunitas.

1. Keterlibatan Komunitas Lokal yang Tinggi
    - Penyedia Layanan Lokal: Ekowisata cenderung memprioritaskan pemandu lokal, pengelola homestay yang berbasis komunitas, produsen makanan lokal, dan pengrajin setempat. Ini berarti sebagian besar uang yang dibelanjakan wisatawan langsung masuk ke kantong masyarakat.
    - Upah dan Pendapatan: Masyarakat yang bekerja di sektor ekowisata atau menjual produk/jasa kepada wisatawan mendapatkan penghasilan. Penghasilan ini kemudian dibelanjakan kembali di desa atau kota mereka (misalnya, untuk kebutuhan sehari-hari, pendidikan, kesehatan), menciptakan efek terinduksi.
    - Pengurangan Kebocoran Ekonomi: Dengan memprioritaskan penyedia lokal, ekowisata membantu meminimalkan "kebocoran ekonomi" (economic leakage), yaitu uang yang keluar dari destinasi karena pembelian barang/jasa dari luar atau pembayaran kepada perusahaan multinasional yang beroperasi di luar daerah.
2. Rantai Pasok Berbasis Lokal
    - Bahan Baku Lokal: Akomodasi ekowisata dan restoran cenderung menggunakan bahan makanan segar dari petani dan nelayan lokal, serta bahan bangunan lokal yang ramah lingkungan. Hal ini mendorong sektor pertanian, perikanan, dan industri kecil lokal.

- Produk Kerajinan Tangan: Wisatawan ekowisata sering mencari produk autentik yang mencerminkan budaya lokal. Ini mendukung UMKM kerajinan tangan, tekstil, dan oleh-oleh tradisional, yang seringkali menggunakan bahan baku lokal.
- Jasa Pendukung Lokal: Kebutuhan akan transportasi lokal, jasa laundry, perawatan fasilitas, dan pemeliharaan lainnya seringkali dipenuhi oleh bisnis lokal.

3. Investasi dalam Infrastruktur dan Konservasi
    - Peningkatan Infrastruktur: Pembangunan fasilitas ekowisata (pusat informasi, boardwalk, toilet ramah lingkungan, jalur trekking) sering melibatkan pekerja dan bahan baku lokal, serta mendorong investasi dalam listrik tenaga surya atau sistem pengolahan air bersih yang berkelanjutan.
    - Dana Konservasi: Bagian dari pendapatan ekowisata sering dialokasikan kembali untuk program konservasi (penanaman kembali hutan, perlindungan satwa, penelitian ilmiah, manajemen sampah). Pengeluaran ini menciptakan lapangan kerja bagi ranger, peneliti, atau pekerja konservasi, dan pembelian peralatan yang diperlukan.
    - Pengembangan SDM: Investasi dalam pelatihan pemandu lokal, manajer destinasi, dan masyarakat setempat meningkatkan keterampilan dan kapasitas sumber daya manusia di daerah tersebut, yang tidak hanya bermanfaat untuk pariwisata tetapi juga sektor lain.
4. Nilai Tambah Melalui Edukasi dan Pengalaman
    - Pemandu Profesional: Pemandu ekowisata yang berpengetahuan luas dan mampu memberikan interpretasi mendalam tentang alam dan budaya, menambahkan nilai pada pengalaman wisatawan. Hal ini memungkinkan destinasi untuk menetapkan harga yang lebih tinggi dan memberikan pendapatan lebih bagi pemandu.
    - Workshop dan Aktivitas Interaktif: Penawaran seperti kelas memasak tradisional, lokakarya kerajinan, atau program partisipasi konservasi (misalnya, penanaman mangrove) memberikan pengalaman unik dan seringkali melibatkan biaya tambahan yang menguntungkan masyarakat lokal.

Contoh Nyata Multiplier Effect dalam Ekowisata. Bayangkan seorang wisatawan mancanegara berkunjung ke destinasi ekowisata di Indonesia:

Contoh Efek Langsung

- Wisatawan membayar paket tur ekowisata seharga Rp10.000.000 kepada operator tur lokal.
- Rp3.000.000 untuk akomodasi eco-lodge yang dikelola masyarakat.
- Rp2.000.000 untuk jasa pemandu lokal selama beberapa hari.
- Rp1.000.000 untuk pembelian kerajinan tangan dan makanan lokal.
- Rp500.000 untuk tiket masuk area konservasi.
- Total Pengeluaran Langsung: Rp16.500.000 (tidak termasuk tiket pesawat internasional).

Contoh Efek Tidak Langsung:

- Eco-lodge menggunakan Rp1.500.000 dari pendapatan untuk membeli bahan makanan dari petani sayuran dan nelayan lokal.
- Pemandu menggunakan sebagian pendapatan (misalnya, Rp500.000) untuk membeli peralatan trekking dari toko lokal.
- Operator tur membayar jasa transportasi lokal senilai Rp1.000.000.
- Pusat konservasi menggunakan Rp300.000 dari tiket masuk untuk membeli bibit pohon dari penangkaran lokal.
- Penjual kerajinan tangan membeli bahan baku (misalnya, kayu, kain) dari pengrajin lain di desa.
- Terjadi perputaran uang di sektor-sektor pendukung.

Conoth Efek Terinduksi:

- Petani sayuran yang menerima uang dari eco-lodge membelanjakan Rp1.000.000 untuk membeli pupuk, membeli bensin untuk motornya, atau membeli baju baru untuk anaknya di pasar lokal.
- Pemilik toko peralatan trekking menggunakan keuntungannya untuk memperbaiki rumahnya atau menyekolahkan anaknya.
- Pengemudi transportasi lokal menggunakan gajinya untuk membeli kebutuhan pokok di warung tetangga.

- Pendapatan ini kemudian menciptakan permintaan di sektor lain (pendidikan, kesehatan, ritel, transportasi domestik), yang secara tidak langsung menciptakan lapangan kerja dan pendapatan lebih lanjut.
- Dalam ocal io ini, Rp16.500.000 yang dibelanjakan oleh seorang wisatawan bisa menghasilkan dampak ekonomi yang jauh lebih besar, misalnya Rp30.000.000 atau bahkan Rp50.000.000 di seluruh ekonomi ocal, tergantung pada seberapa kuat keterkaitan antar sektor dan seberapa rendah "kebocoran ekonomi" terjadi.

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Besar Kecilnya Multiplier Effect

1. Besar kecilnya multiplier effect sangat bergantung pada beberapa faktor:
    - Tingkat Ketergantungan pada Impor/Outsourcing: Semakin banyak barang dan jasa yang dibutuhkan oleh sektor ekowisata dan wisatawan yang diimpor dari luar daerah atau negara, semakin besar "kebocoran ekonomi," dan semakin kecil multiplier effect-nya.
    - Struktur Ekonomi Lokal: Ekonomi lokal yang beragam dengan banyak bisnis kecil dan menengah yang saling terhubung akan memiliki multiplier effect yang lebih besar dibandingkan ekonomi yang didominasi oleh segelintir perusahaan besar yang mungkin membawa keuntungan keluar daerah.
    - Kebijakan Pemerintah Daerah: Kebijakan yang mendukung pengadaan lokal, pelatihan SDM lokal, dan insentif bagi investasi komunitas dapat memperkuat multiplier effect.
    - Jenis Ekowisata: Ekowisata yang berfokus pada keterlibatan komunitas dan pengalaman autentik cenderung memiliki multiplier effect yang lebih besar dibandingkan ekowisata yang lebih berorientasi pada fasilitas mewah dengan rantai pasok global.
    - Pengelolaan Keuangan Lokal: Ketersediaan lembaga keuangan lokal yang dapat memutar kembali keuntungan di dalam daerah juga penting.

Manfaat Multiplier Effect dari Ekowisata

Multipler effect dari ekowisata membawa berbagai manfaat, tidak hanya ekonomi tetapi juga sosial dan lingkungan:

- Peningkatan Pendapatan Masyarakat: Pendapatan yang berlipat ganda tidak hanya dirasakan oleh pelaku pariwisata langsung tetapi juga oleh sektor lain, meningkatkan pendapatan per kapita dan kesejahteraan umum.
- Penciptaan Lapangan Kerja: Selain pekerjaan langsung di sektor pariwisata (pemandu, pengelola penginapan), muncul juga lapangan kerja tidak langsung di pertanian, transportasi, kerajinan, dan jasa lainnya.
- Peningkatan Standar Hidup: Pendapatan yang lebih tinggi memungkinkan masyarakat untuk meningkatkan akses ke pendidikan, kesehatan, dan fasilitas dasar lainnya.
- Diversifikasi Ekonomi Lokal: Ekowisata mendorong pengembangan sektor-sektor lain yang mendukungnya (pertanian organik, kerajinan tangan), mengurangi ketergantungan pada satu sektor saja.
- Pengurangan Urbanisasi: Dengan adanya peluang ekonomi di daerah pedesaan, masyarakat lokal tidak perlu bermigrasi ke kota untuk mencari pekerjaan.
- Pemberdayaan Komunitas: Masyarakat menjadi lebih mandiri dalam mengelola sumber daya dan ekonomi mereka.
- Peningkatan Kesadaran Konservasi: Ketika masyarakat merasakan manfaat ekonomi langsung dari pelestarian alam dan budaya, motivasi mereka untuk menjaga lingkungan akan meningkat.
- Peningkatan Infrastruktur Lokal: Peningkatan pendapatan dan kebutuhan pariwisata dapat mendorong investasi dalam perbaikan jalan, listrik, air bersih, dan telekomunikasi.

Strategi untuk Memaksimalkan Multiplier Effect

Untuk memaksimalkan multiplier effect, destinasi ekowisata perlu menerapkan strategi berikut:

- Prioritaskan Pengadaan Lokal (*Local Sourcing*): Buat kebijakan yang mewajibkan atau mendorong bisnis pariwisata untuk membeli barang dan jasa dari produsen dan penyedia lokal.
- Pengembangan Kapasitas Lokal: Investasi dalam pelatihan dan pendidikan bagi masyarakat lokal agar mereka memiliki keterampilan yang dibutuhkan

untuk mengisi posisi di sektor ekowisata dan menyediakan layanan berkualitas.

- Promosi Produk Lokal: Aktif mempromosikan produk kerajinan tangan, kuliner, dan seni pertunjukan lokal kepada wisatawan.
- Dukungan UMKM: Memberikan dukungan (pelatihan, akses modal, pemasaran) kepada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang ingin terlibat dalam rantai nilai ekowisata.
- Minimalkan Impor: Mencari alternatif lokal untuk barang dan jasa yang sebelumnya diimpor.
- Pendidikan dan Kesadaran Wisatawan: Mengedukasi wisatawan tentang pentingnya mendukung ekonomi lokal dan bagaimana pilihan belanja mereka dapat berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan.
- Transparansi dan Keadilan: Memastikan distribusi manfaat ekonomi yang adil di antara semua pemangku kepentingan, terutama masyarakat lokal.
- Pembangunan Infrastruktur yang Berkelanjutan: Pastikan bahwa pembangunan infrastruktur mendukung dan terintegrasi dengan ekonomi lokal, bukan menciptakan kantong-kantong eksklusif.

Multiplier effect adalah bukti nyata bahwa pengembangan ekowisata yang terencana dan bertanggung jawab dapat menjadi kekuatan transformatif bagi perekonomian lokal. Dengan setiap rupiah yang dibelanjakan oleh wisatawan ekowisata, potensi untuk menciptakan gelombang pendapatan, lapangan kerja, dan pembangunan yang lebih luas di seluruh komunitas lokal adalah signifikan. Ini bukan hanya tentang berapa banyak wisatawan yang datang, tetapi seberapa efektif uang mereka dapat diputar dan didistribusikan di dalam sistem ekonomi lokal, sehingga ekowisata benar-benar menjadi motor penggerak bagi kesejahteraan dan keberlanjutan. Memaksimalkan multiplier effect adalah kunci untuk mewujudkan potensi penuh ekowisata sebagai alat pembangunan yang inklusif dan lestari.

BAB 12
PERANAN STAKEHOLDER DALAM PENGEMBANGAN EKOWISATA

Pengembangan ekowisata yang berkelanjutan adalah sebuah orkestrasi kompleks yang membutuhkan sinergi dari berbagai pihak. Para pihak ini, yang disebut stakeholder, memiliki kepentingan, pengaruh, dan peran yang berbeda-beda namun saling terkait dalam membentuk arah dan keberhasilan ekowisata. Keterlibatan aktif dan kolaborasi yang efektif antar stakeholder adalah kunci utama untuk mencapai tujuan ekowisata: konservasi alam, pemberdayaan masyarakat lokal, dan pengalaman edukatif bagi wisatawan, tanpa mengorbankan masa depan.

Dalam konteks ekowisata, stakeholder dapat dikategorikan menjadi beberapa kelompok utama, yang sering disebut sebagai model "Penta Helix" atau bahkan lebih dari itu, mengingat kompleksitas ekosistem pariwisata:

1. Pemerintah (Government). Pemerintah Pusat: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Kementerian Perhubungan, dan lembaga terkait lainnya yang menetapkan kebijakan nasional, regulasi, standar, serta alokasi anggaran untuk pengembangan pariwisata dan konservasi. Pemerintah Daerah (Provinsi, Kabupaten/Kota): Dinas Pariwisata, Dinas Lingkungan Hidup, Dinas Kehutanan, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda), yang bertanggung jawab atas perencanaan spasial, perizinan, pengembangan infrastruktur lokal, pengelolaan destinasi, dan implementasi kebijakan di tingkat lokal.
2. Sektor Swasta (Private Sector/Business). Operator Tur Ekowisata: Agen perjalanan yang merancang dan menjual paket ekowisata. Penyedia Akomodasi: Pemilik eco-lodge, homestay, atau penginapan yang menerapkan prinsip ramah lingkungan. Penyedia Transportasi: Perusahaan yang menyediakan layanan transportasi lokal yang seringkali berupaya ramah lingkungan. Pemandu Wisata Profesional: Individu atau asosiasi pemandu yang memiliki pengetahuan mendalam tentang alam dan budaya lokal, serta prinsip ekowisata. Produsen

Produk Lokal: UMKM yang menghasilkan kerajinan tangan, makanan/minuman khas, atau suvenir yang relevan dengan destinasi. Investor: Pihak yang menanamkan modal dalam pengembangan fasilitas atau program ekowisata.

3. Masyarakat Lokal dan Komunitas Adat (Local Communities & Indigenous People):Masyarakat Pengelola Kawasan: Komunitas yang tinggal di dalam atau sekitar kawasan konservasi, yang seringkali memiliki pengetahuan tradisional dan ketergantungan langsung pada sumber daya alam. Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis): Kelompok yang dibentuk oleh masyarakat untuk mengelola dan mengembangkan potensi pariwisata di desa mereka. Tokoh Adat/Masyarakat: Pemimpin yang memiliki pengaruh dan peran penting dalam menjaga tradisi dan nilai-nilai lokal.
4. UMKM Berbasis Komunitas: Usaha-usaha kecil yang dimiliki dan dioperasikan oleh masyarakat lokal (misalnya, pengelola homestay, penyedia kuliner, pengrajin).
5. Akademisi dan Peneliti (Academics & Researchers). Perguruan Tinggi: Fakultas pariwisata, kehutanan, biologi, ilmu lingkungan, atau sosiologi yang melakukan penelitian, pengembangan kurikulum, dan memberikan konsultasi teknis. Lembaga Penelitian: Organisasi yang fokus pada riset ilmiah terkait konservasi, ekologi, sosiologi pariwisata, atau dampak ekonomi ekowisata. Konsultan: Tenaga ahli independen yang memberikan masukan dan bimbingan profesional.
6. Organisasi Non-Pemerintah (Non-Governmental Organizations/NGOs) dan Lembaga Konservasi. LSM Lingkungan: Organisasi yang berfokus pada konservasi keanekaragaman hayati, restorasi ekosistem, atau advokasi kebijakan lingkungan. LSM Sosial: Organisasi yang berfokus pada pemberdayaan masyarakat, hak-hak adat, atau pembangunan berkelanjutan. Yayasan: Lembaga yang mendanai atau mengimplementasikan program-program konservasi dan pengembangan komunitas.
7. Media Massa (Media). Jurnalis/Reporter: Pihak yang meliput berita dan informasi terkait ekowisata, konservasi, dan isu-isu terkait. Travel Blogger/Vlogger/Influencer: Individu yang menciptakan konten digital tentang pengalaman perjalanan dan memengaruhi opini publik. Penerbit: Pihak yang menerbitkan buku panduan, majalah pariwisata, atau materi edukasi lainnya.

8. Wisatawan (Tourists/Visitors). Meskipun sering dianggap sebagai penerima manfaat, wisatawan juga merupakan stakeholder penting. Perilaku, pilihan, dan umpan balik mereka secara langsung memengaruhi keberlanjutan destinasi. Mereka memiliki peran dalam mempraktikkan etika ekowisata dan mendukung produk lokal.

Peran Kunci Setiap Stakeholder dalam Pengembangan Ekowisata

Setiap kelompok stakeholder memiliki peran unik yang saling melengkapi terkait dengan pengembangan ekowisata:

1. Peran Pemerintah
    - Regulator dan Fasilitator. Penyusunan Kebijakan dan Regulasi: Pemerintah menetapkan kerangka hukum dan kebijakan untuk pengelolaan kawasan konservasi, perizinan usaha ekowisata, standar lingkungan, dan perlindungan masyarakat adat. Contohnya, Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjadi landasan, dilengkapi dengan peraturan turunan tentang zonasi dan pengelolaan taman nasional
    - Perencanaan dan Zonasi: Melakukan perencanaan spasial yang komprehensif, termasuk zonasi kawasan ekowisata untuk meminimalkan dampak negatif dan mengoptimalkan manfaat.
    - Pengembangan Infrastruktur: Membangun dan memelihara infrastruktur dasar (jalan akses, air bersih, listrik, telekomunikasi) yang mendukung pengembangan ekowisata, dengan tetap mempertimbangkan keberlanjutan.
    - Alokasi Anggaran: Mengalokasikan dana untuk riset, pelatihan, promosi, dan program konservasi di destinasi ekowisata.
    - Pengawasan dan Penegakan Hukum: Memastikan kepatuhan terhadap peraturan lingkungan dan standar operasional ekowisata.
    - Fasilitasi Kemitraan: Mendorong dan memfasilitasi kerja sama antara sektor swasta, masyarakat, dan NGO.
2. Peran Sektor Swasta: Inovator dan Operator
    - Investasi Berkelanjutan: Menanamkan modal dalam pengembangan fasilitas ekowisata (eco-lodge, pusat informasi) yang ramah lingkungan dan memenuhi standar keberlanjutan.

- Pengembangan Produk dan Layanan Ekowisata: Merancang dan mengoperasikan paket tur yang edukatif, bertanggung jawab, dan memberikan pengalaman otentik, serta memastikan kualitas layanan yang tinggi.
- Pemasaran dan Promosi: Memasarkan destinasi ekowisata kepada pasar yang tepat, dengan mengedepankan nilai-nilai konservasi dan budaya lokal.
- Penciptaan Lapangan Kerja: Menyerap tenaga kerja lokal dan memberikan pelatihan keterampilan yang relevan.
- Penerapan Praktik Terbaik: Mengadopsi praktik bisnis yang bertanggung jawab secara lingkungan dan sosial, seperti pengurangan limbah, efisiensi energi, dan dukungan terhadap produk lokal.
- Kontribusi Finansial: Memberikan kontribusi melalui pajak, retribusi, atau program Corporate Social Responsibility (CSR) untuk mendukung konservasi dan pengembangan masyarakat.

3. Peran Masyarakat Lokal dan Komunitas Adat:
   - Penjaga dan Pengelola Sumber Daya
   - Penjaga Budaya dan Pengetahuan Tradisional: Masyarakat lokal adalah pemilik dan pewaris budaya serta pengetahuan tradisional tentang pengelolaan lingkungan. Peran mereka penting dalam menjaga keaslian pengalaman ekowisata.
   - Penyedia Jasa Utama: Menjadi pemandu lokal, pengelola homestay, penyedia kuliner, atau produsen kerajinan tangan. Ini memastikan manfaat ekonomi langsung bagi mereka.
   - Partisipasi dalam Pengambilan Keputusan: Terlibat aktif dalam proses perencanaan, implementasi, dan pemantauan ekowisata untuk memastikan bahwa pengembangan sesuai dengan nilai dan kebutuhan mereka. Pentingnya Free, Prior, and Informed Consent (FPIC) dalam melibatkan masyarakat adat.
   - Pelestarian Lingkungan: Berkontribusi langsung pada upaya konservasi karena mereka memiliki ketergantungan dan ikatan emosional dengan lingkungan sekitar.
   - Pengembangan Produk Autentik: Mengembangkan produk dan pengalaman wisata yang mencerminkan kekayaan budaya dan kearifan lokal.

4. Peran Akademisi dan Peneliti: Sumber Pengetahuan dan Inovasi
    - Riset dan Data: Melakukan penelitian ilmiah tentang keanekaragaman hayati, dampak ekowisata, kapasitas dukung lingkungan, model bisnis, dan preferensi pasar. Data ini krusial untuk perencanaan berbasis bukti.
    - Pengembangan Model dan Pedoman: Mengembangkan model pengelolaan ekowisata yang efektif, pedoman best practice, dan indikator keberlanjutan.
    - Pengembangan Kurikulum dan Pelatihan: Mendesain kurikulum untuk pendidikan ekowisata dan memberikan pelatihan kepada pemandu, pengelola, dan masyarakat lokal.
    - Evaluasi dan Monitoring: Membantu dalam proses evaluasi dampak ekowisata dan merekomendasikan perbaikan.
    - Transfer Pengetahuan: Menyebarluaskan hasil penelitian dan pengetahuan kepada semua stakeholder melalui publikasi, seminar, dan lokakarya.

5. Peran Organisasi Non-Pemerintah (NGOs) dan Lembaga Konservasi: Advokat dan Pelaksana Konservasi
    - Pelaksanaan Program Konservasi: Mengimplementasikan proyek-proyek konservasi di lapangan (restorasi habitat, perlindungan spesies, mitigasi konflik manusia-satwa).
    - Pemberdayaan Komunitas: Melakukan program pendampingan dan pemberdayaan masyarakat lokal untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola ekowisata.
    - Advokasi dan Kebijakan: Mendesak pemerintah untuk mengadopsi kebijakan yang lebih pro-lingkungan dan pro-komunitas dalam pariwisata.
    - Pendidikan Publik: Meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya konservasi dan pariwisata bertanggung jawab.
    - Pendanaan: Mencari dan menyalurkan dana dari donor internasional atau filantropi untuk mendukung proyek ekowisata yang berkelanjutan.
    - Sertifikasi dan Standarisasi: Membantu dalam proses sertifikasi destinasi atau operator ekowisata sesuai standar internasional.

6. Peran Media Massa: Komunikator dan Pengawas
    - Penyebar Informasi: Memberitakan potensi ekowisata, keindahan alam, dan upaya konservasi, sehingga menarik minat wisatawan.
    - Edukasi Publik: Mengedukasi masyarakat luas tentang prinsip ekowisata dan pentingnya perjalanan bertanggung jawab
    - Pengawas: Melakukan investigasi dan melaporkan jika terjadi praktik pariwisata yang merusak lingkungan atau merugikan masyarakat, sehingga mendorong akuntabilitas.
    - Promosi Digital: Melalui travel blogger, vlogger, dan influencer yang kredibel, membantu menyebarkan pesan tentang destinasi ekowisata secara luas dan otentik.

7. Peran Wisatawan: Pelaku dan Penerima Manfaat
    - Penerapan Etika Perjalanan: Mengikuti panduan dan peraturan yang ditetapkan oleh pengelola destinasi, menghormati budaya lokal, dan meminimalkan dampak lingkungan.
    - Dukungan Ekonomi Lokal: Memilih akomodasi dan jasa yang dikelola lokal, serta membeli produk dari UMKM lokal.
    - Umpan Balik Konstruktif: Memberikan masukan dan ulasan yang membantu pengelola destinasi untuk terus meningkatkan kualitas layanan dan keberlanjutan.
    - Duta Ekowisata: Setelah kembali, berbagi pengalaman positif dan menginspirasi orang lain untuk melakukan perjalanan yang bertanggung jawab.

Pentingnya Kolaborasi dan Sinergi Antar Stakeholder

Peran-peran di atas tidak dapat berjalan sendiri-sendiri. Keberhasilan pengembangan ekowisata sangat bergantung pada kolaborasi dan sinergi yang kuat antar stakeholder. Konflik kepentingan mungkin saja muncul (misalnya, antara keinginan bisnis untuk keuntungan maksimal dan kebutuhan konservasi yang ketat), namun DMO (Destination Management Organization) atau lembaga sejenisnya berperan penting sebagai fasilitator untuk menjembatani perbedaan dan mencapai kesepakatan bersama.

Contoh konkret kolaborasi:

- Pemerintah daerah menetapkan kawasan lindung dan memberikan izin operasi.
- NGO konservasi melakukan penelitian tentang spesies endemik.
- Masyarakat lokal yang dibantu oleh NGO pemberdayaan mengembangkan homestay dan dilatih sebagai pemandu.
- Sektor swasta (operator tur) kemudian memasarkan paket yang melibatkan homestay dan pemandu lokal ini, serta menyalurkan sebagian keuntungan untuk program konservasi yang dijalankan NGO.
- Akademisi mengevaluasi dampak ekonomi dan lingkungan dari kegiatan tersebut.
- Media meliput cerita keberhasilan ini, menarik minat wisatawan yang pada gilirannya memberikan manfaat lebih lanjut.
- Setiap pihak adalah roda penggerak yang esensial, dan jika salah satu roda macet atau bergerak ke arah yang berbeda, keseluruhan sistem ekowisata akan terganggu.

Tantangan dalam Keterlibatan Stakeholder

Meskipun penting, keterlibatan stakeholder dalam ekowisata tidak selalu mulus. Tantangan yang sering dihadapi meliputi:

- Perbedaan Kepentingan: Prioritas yang berbeda antara profit (swasta), konservasi (NGO), dan kesejahteraan (masyarakat) dapat menimbulkan friksi.
- Kesenjangan Informasi dan Pengetahuan: Kurangnya pemahaman tentang prinsip ekowisata atau dampak pembangunan di antara beberapa stakeholder.
- Kapasitas Terbatas: Keterbatasan sumber daya (finansial, SDM) pada beberapa stakeholder, terutama di tingkat komunitas.
- Kurangnya Kepercayaan: Sejarah konflik atau kegagalan proyek sebelumnya dapat menghambat kerja sama.
- Representasi yang Tidak Merata: Tidak semua kelompok stakeholder memiliki suara yang sama kuat dalam pengambilan keputusan.

Peran stakeholder dalam pengembangan ekowisata tidak bisa diremehkan. Setiap entitas, mulai dari regulator pemerintah hingga individu wisatawan, memainkan peran vital dalam membentuk wajah ekowisata. Hanya melalui kolaborasi yang kuat, komunikasi yang transparan, dan komitmen bersama terhadap prinsip-prinsip keberlanjutan, ekowisata dapat berkembang menjadi sektor yang tidak hanya memberikan manfaat ekonomi, tetapi juga secara efektif melestarikan alam, memberdayakan masyarakat, dan memberikan pengalaman yang bermakna bagi semua. Tanpa keterlibatan aktif dan sinergi antar stakeholder, ekowisata berisiko kehilangan esensinya dan berubah menjadi bentuk pariwisata massal yang merusak.

DAFTAR PUSTAKA

A Yoeti, Oka. 1997. ***Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata***. Jakarta: Pradnya Paramita.

Damanik, J., dan Weber, H.F. 2006. ***Perencanaan Ekowisata dari teori keaplikasi***. Yogyakarta: Andi.

Fennel, D.A. 1999. ***Ecotourism, An Introduction***. New York: Routledge.

Hidayah, Nurdin (2019). Pemasaran Destinasi Pariwisata. Bandung: Alfabeta

Hidayah, Nurdin (2021). Pemasaran Destinasi Pariwisata Berkelanjutan di Era Digital: Targeting, Positioning, Branding, Selling, Marketing Mix, Internet Marketing. Jakarta: Kreasi Cendekia Pustaka

Janri D. Manafe, Tuty Setyorini, Yermias A Alang. 2016. Pemasaran Pariwisata Melalui Strategi Promosi Objek Wisata Alam, Seni dan Budaya. Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam Vol. 4, No. 1, Juni 2016\

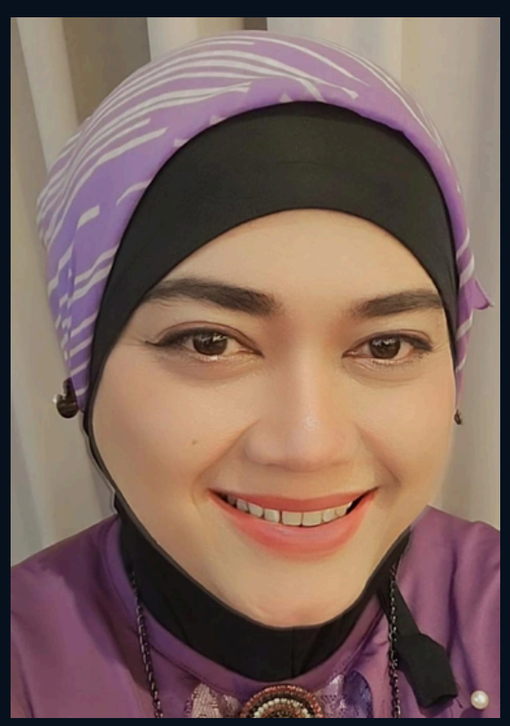
Latupapua, Y. 2007. ***Studi Potensi Kawasan dan*** *Pengembangan Ekowisata di Tual Kabupaten Maluku* ***Tenggara***. Jurnal Agroforestri, Vol.II, No.1, Maret 2007.

Muntasib, EKSH. 2007. ***Prinsip Dasar Rekreasi Alam dan Ekowisata***. Bogor: IPB.

Page, S.J., dan Ross, D.K. 2002. ***Ecotourism Pearson Education Limited***. China.

Riadi, Muchlisin. (2019). ***Ekowisata (Pengertian, Prinsip, Karakteristik dan Jenis)***. Diakses pada 2/8/2024, dari **https://www.kajianpustaka.com/2019/12/ekowisatapengertian-prinsip-karakteristik-dan-jenis.html**

Suprayitno. 2008. ***Teknik Pemanfaatan Jasa Lingkungan dan Wisata Alam***. Bogor: Departemen Kehutanan Pusat Diklat Kehutanan.



Profile Penulis

Dr. Dhian Tyas Untari,SE.,SH.,MM.,MBA merupakan Dosen Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Dan aktif sebagai Dosen Tamu dibeberapa Perguruan Tinggi di Jakarta.

Penulis, menyelesaikan kuliah S3 di Institut Pertanian Bogor dibidang Manajemen Ekowisata, dan telah menghasilkan ratusan publikasi terkait pemasaran, ekowisata, dan pengembangan kuliner baik dari sisi budaya, hukum, pemasaran dan produksi. Saat ini penulis aktif dalam kegiatan penelitian dengan tema Pemasaran Ekowisata Kuliner dan menginventarisir variasi kuliner dari berbagai suku di Nusantara dan menggali sisi nilai budayanya.

Buku yang merupkan hasil elaborasi dari berbagai teori dan temuan dilapangan, menjadi sebuah warisan pengetahuan bagi generasi muda Indonesia bahwa Indonesia memiliki kekayaan sumber daya kuliner yang sangat besar. Buku ini juga merupakan sebuah warisan karya untuk anak-anak Penulis; Endhita Shafa Anargya, Mharwa Youneal Satria dan Early Vhanaya Martien Satria. Buku Trilogi; Etnogastronomi, Eko-gastronomi dan Gastro economics ini juga penulis persembahkan sebagai masterpeace untuk suami tercinta Budi Satria,ST.,MM yan selalu memberikan support dan motivasi bagi penulis.

TRIBUDHI PELITA INDONESIA
PENERBIT

ISBN 978-623-88968-3-7 (PDF)
9 786238 896837