

# SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC002025094402, 21 Juli 2025

## Pencipta

Nama : **Evi Novianti**  
Alamat : Jl. Palem Kipas No. 10 003/007, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat, 40826  
Kewarganegaraan : Indonesia

## Pemegang Hak Cipta

Nama : **Evi Novianti**  
Alamat : Jl. Palem Kipas No. 10 003/007, Buahbatu, Kota Bandung, Jawa Barat, 40826  
Kewarganegaraan : Indonesia

Jenis Ciptaan : **Buku**  
Judul Ciptaan : **5A: Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : 26 Desember 2024, di Kota Bandung

Jangka waktu perlindungan : Berlaku selama hidup Pencipta dan terus berlangsung selama 70 (tujuh puluh) tahun setelah Pencipta meninggal dunia, terhitung mulai tanggal 1 Januari tahun berikutnya.

Nomor Pencatatan : 000934663

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon. Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM  
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL  
u.b  
Direktur Hak Cipta dan Desain Industri



Agung Damarsasongko,SH.,MH.  
NIP. 196912261994031001

**LAMPIRAN PENCIPTA**

No	Nama	Alamat
1	Evi Novianti	Jl. Palem Kipas No. 10 003/007, Jati Sari, Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat 40826
2	Jimmy Ruben Sihombing	Kp Ciwates RT 02 RW 04 Desa Jomin Barat Kecamatan Kotabaru Kabupaten Karawang, Jawa Barat
3	Ghaziana Zhafarini	Perum Griya Satria Bancarkembar Blok G9, Bancarkembar, Purwokerto Utara, Jawa Tengah
4	Caroline Fildzah Diara Putri	Kalibata Utara II 5GA 011/007 Kalibata, Pancoran, Jakarta Selatan, Jakarta 12740
5	Nabila Nurrahmadina Abdullah	Jalan Gang Gumuruh VI No.55 RT08/RW06 Gatot Soebroto, Bandung 40275
6	Eldo Delamontano	Jl. Pita Asri No.14, Tatar Pitaloka, Kota Baru Parahyangan, Kel. Cipeundeuy, Kec. Padalarang, Kabupaten Bandung Barat, Jawa Barat 40553
7	Salma Nur Hanif	Jl. KH Wahid Hasyim 2 Perumahan TVRI GRAHA ASRI blok A nomor 4a. Sempaja Barat, Samarinda Utara, Kalimantan Timur. 75119
8	Taqiy Gusdi Baitulloh	Kp. Kudang, 02/09, Cibiru Wetan, Cileunyi
9	Zendra Haris Prasetya	Jl. Setiabudi No.161C, Gegerkalong, Sukasari, Kota Bandung
10	Jannatinnai'mah Arifda	Kel. Sariwangi Kec. Parongpong Kode Pos 40559 Jl. Sariwangi Perumahan Sariwangi City View Blok AA No 13 RT/RW 05/12
11	Ar. Nurin Amalia Pramudhani	Jl. Casa Soronsa No. 11, Harjamukti, Cimanggis, Depok 16454
12	Hasan Kholilurrachman	Jalan Harapan Indah XVI no 4, Cipinang Melayu, Jakarta Timur, 13620
13	Aldhara Mahdavikia Yudiasa Asri	Jl. Musyawarah No.16 jagakarsa jakarta selatan
14	Fajar Kusnadi Kusumah Putra	Jl. Pelajar Pejuang 45 No.123, Kota Bandung
15	Hilda Sri Rahayu	Kost Putri Azkya Jl. Kedasih V Jl. Jababeka Raya No.132, Mekarmukti, Cikarang Baru, Kabupaten Bekasi, Jawa Barat 17534
16	Setiawan Wibowo	Perumahan Tera Damai Cluster Astama Blok TA 8-03, Jalan Turi, Sriamur, Tambun Utara, Kabupaten Bekasi,

		Jawa Barat 17510
17	Annisa Lazuardina	Jl. Ligar Selatan I Kav 28, 002/011, Cibeunying, Cimeunyan, Bandung
18	Naufal Hibatullah	Kinagara regency blok A1 no.11 . Desa Lengkong, Kecamatan Bojongsoang, Kab. Bandung, Jawa Barat. 40287
19	Nurul Aini	Dusun Patrol RT 003 RW 005 Kelurahan Cibenda Kecamatan Parigi Kabupaten Pangandaran
20	Zaki Alif Ramadhani	Jalan MT Haryono Gang 6D No 885 Dinoyo, Lowokwaru, Kota Malang
21	Bergas Anggito Adjie	Kost Happy Deutzzy, RL5H/11, Jl. Medokan Asri Timur VII, Kel. Kalirungkut, Kec. Rungkut, Kota Surabaya, Jawa Timur, 60293
22	Ayang Khairunnisa	Jorong Bukit Tamasu, 000/000, Balimbing, Rambatan, Tanah Datar





# 5A:

## Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia

**Penulis:**

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk

# **5A: Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia**

Disusun oleh:  
Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk



Bandung  
2024

# **5A: Pondasi Utama Pariwisata Berkelanjutan Indonesia**

Penulis:

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si

Salma Nur Hanif

Dr. Yunus Winoto, M.Pd

Dr. Ir. Dicky Muslim, M.Sc.

Nurin Amalia Pramudhani

Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum

Dr. Rully Khairul Anwar, S.Ag., M.Si

Jannatinnai'mah Arifda

Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si

Zendra Haris Prasetya

Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec

Taqiy Gusdi Baitulloh

Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum

Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T

Ayang Khairunnisa, M. Par.

Nurul Aini

Zaki Alif Ramadhani

Jimmy Ruben Sihombing

Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si

Ghaziana Zhafarini

Dr Fajar Kusnadi Kusumah Putra, CHIA, CHE

Eldo Delamontano

Caroline Fildzah Diara Putri

Setiawan Wibowo

Durotul Yatimah

Annisa Lazuardina

Nabila Nurrahmadina Abdullah

Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra, M.Hum

Dr. Yustikasari, S.Sos., M.I.Kom

Hilda Sri Rahayu

Hasan Kholilurrachman

Alexander M.A.Khan, S.Pi., M.Si., Ph.D  
Naufal Hibatullah  
Aldhara Mahdavikia Yudiasa Asri  
Dr. Mohamad Sapari Dwi Hadian, S.T., M.T  
Bergas Anggito Adjie

MENGENAL LEBIH DALAM PARIWISATA  
BERKELANJUTAN

Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si., dkk

Copyright 2024

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang dilarang memperbanyak atau mengutip sebagian atau seluruh isi buku ini dalam bentuk apapun tanpa seijin penulis dan penerbit.

Penerbit dan Pencetak: Satria Publisher

Anggota IKAPI No. 232/JTE/2021

Jalan Raya Tinggarjaya RT 01/09

Jatilawang, Banyumas, Jawa tengah

085867822579

ISBN: 978-623412784-3

230 Halaman, 18, 2 x 25,7 cm

Terbitan Pertama

Cetakan Pertama

2024

Tata Bahasa dan Tata Letak: Ghaziana Zhafarini, Jimmy Ruben  
Sihombing

Reviewer: Taqiy Gusdi Baitulloh, Salma Nur Hanif, Hasan  
Kholilurrachman, Nabila Nurrahmadina Abdullah

Editor: Yunus Winoto

Desainer Sampul: Devi Anne Suherman



## PRAKATA

Dengan memanjatkan puji dan syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, akhirnya kami berhasil mengumpulkan berbagai tulisan dalam rangkaian kegiatan penting, yaitu penyusunan book chapter yang akan membahas tentang komponen fundamental dalam pengembangan pariwisata, yakni konsep 5A: *Attractions, Accessibility, Amenities, Accommodation, dan Activities*.

Konsep 5A bukan hanya sekedar komponen yang membentuk destinasi wisata, tetapi juga menjadi pondasi untuk membangun sistem pariwisata yang berkelanjutan. Dalam hal ini, keberadaan daya tarik wisata (*attractions*) harus dikelola dengan pendekatan konservasi lingkungan dan budaya. Perlu diingat bahwa kelestarian lingkungan dan budaya adalah aset utama yang mendukung daya tarik wisata dalam jangka panjang. Tanpa perhatian pada keberlanjutan, daya tarik ini akan kehilangan nilainya.

Selain itu, *accessibility* atau aksesibilitas menjadi salah satu komponen penting yang sering terabaikan. Namun, aksesibilitas yang berkelanjutan harus memperhatikan keterjangkauan yang ramah lingkungan dan inklusif, sehingga setiap orang, termasuk penyandang disabilitas, dapat menikmati destinasi tanpa merusak lingkungan. Fasilitas penunjang (*amenities*) dan akomodasi (*accommodation*) juga memainkan peran vital dalam memberikan pengalaman wisata yang nyaman dan memuaskan. Dalam hal ini, kami mendorong praktik-praktik ramah lingkungan, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang baik, serta implementasi konsep bangunan hijau (*green building*). Pengelola pariwisata harus senantiasa berinovasi agar aspek-aspek ini dapat menjadi lebih efisien dan selaras dengan tujuan berkelanjutan.

Tidak kalah penting, *activities* atau kegiatan wisata harus dirancang untuk tidak hanya menghibur wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas lokal. Kegiatan yang berkelanjutan mampu menjaga nilai-nilai tradisional dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat setempat. Pariwisata bukan hanya tentang kunjungan, tetapi juga tentang keterlibatan aktif dari wisatawan dalam menjaga dan melestarikan lingkungan serta budaya lokal.

Dalam konteks pendidikan tinggi, Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran berperan aktif dalam mencetak lulusan yang memiliki kesadaran akan pentingnya pembangunan pariwisata berkelanjutan. Program studi kami tidak hanya berfokus pada teori, tetapi juga pada praktik nyata yang dapat diaplikasikan di lapangan. Kami berkolaborasi dengan berbagai pihak, baik di tingkat lokal maupun global, untuk memperkuat kapasitas sumber daya manusia di sektor pariwisata. Kami menyadari bahwa tantangan yang dihadapi sektor pariwisata saat ini semakin kompleks, terutama dengan adanya perubahan iklim, pertumbuhan populasi, serta meningkatnya permintaan untuk pengalaman wisata yang lebih autentik. Oleh karena itu, pendidikan berkelanjutan menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini. Kami terus berkomitmen untuk menghadirkan kurikulum yang relevan dan inovatif, serta mendorong penelitian-penelitian yang memberikan solusi bagi permasalahan di sektor pariwisata.

Akhir kata, kami sangat mengapresiasi partisipasi semua pihak dalam penyusunan book chapter ini. Semoga hasil dari kegiatan ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi perkembangan pariwisata di Indonesia dan dunia, serta memberikan kontribusi nyata dalam mendorong pariwisata yang berkelanjutan dan bertanggung jawab. Terima kasih atas perhatian dan kerja sama yang baik dari semua pihak. Semoga book chapter bisa bermanfaat sesuai harapan.

Bandung, Oktober 2024  
Tim Penulis

# DAFTAR ISI

<i>PRAKATA</i> .....	6
<i>DAFTAR ISI</i> .....	9
<i>ATRAKSI</i> .....	11
SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SUSUR SUNGAI MAHAKAM SEBAGAI ATRAKSI WISATA DI KOTA SAMARINDA .....	12
ARSITEKTUR YANG ATRAKTIF: MERANCANG DAYA TARIK WISATA	24
ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN ATRAKSI EDUWISATA PENGELOLAN NIRA DI DESA WISATA BELITAR SEBRANG .....	33
<i>AKSESIBILITAS</i> .....	42
KONSEP ACCESSIBLE TOURISM PADA DESA WISATA .....	43
PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA DALAM MENINGKATKAN AKSESIBILITAS DI PASAR KAGET CIWARU WETAN, KECAMATAN CILENGKRANG .....	58
KONSEP AKSESIBILITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN .....	67
PENENTUAN TOURISM RELEVANT ROAD (TRR) DI PULAU WANGI- WANGI KABUPATEN WAKATOBI .....	76
<i>AKOMODASI</i> .....	92
AKOMODASI DALAM INDUSTRI PARIWISATA .....	93
URGensi PENERAPAN PRAKTIK PARIWISATA BERKELANJUTAN PADA AKOMODASI GEOPARK CILETUH-SUKABUMI .....	105
STRATEGI OPTIMALISASI PENGALAMAN MENGINAP MELALUI PEMBERDAYAAN AREA WISATA HIJAU BAGI AKOMODASI <i>GLAMPING</i> .....	117
PRAKTIK-PRAKTIK BERKELANJUTAN DI SEKTOR AKOMODASI: ERA BARU BAGI PARIWISATA INDONESIA .....	136
<i>AKTIVITAS</i> .....	151
PERAN MASYARAKAT MELALUI AKTIVITAS <i>RIVER CLEANUP</i> SEBAGAI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA SUNGAI .....	152
MENYELAMI BUDAYA NUSANTARA: WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA .....	161

TRANSFORMASI WISATA EDUKASI MELALUI PENDEKATAN <i>DIGITAL STORYNOMICS TOURISM</i> .....	172
MENCIPTAKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERTANGGUNG JAWAB .....	182
MENGGALI POTENSI AKTIVITAS WISATA MELALUI LENS MASYARAKAT DI DUSUN KERUJUK KABUPATEN LOMBOK UTARA .....	198
STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DESA WISATA CIMAJA KABUPATEN SUKABUMI.....	208
<i>AMENITAS</i> .....	227
KONTRIBUSI AMENITAS UNTUK KARBON BIRU SEBAGAI SUDUT PANDANG BARU PARIWISATA BERKELANJUTAN .....	228
AMENITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN.....	241
PENGARUH KUALITAS PRODUK GASTRONOMI DI CIHAPIT BANDUNG TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN .....	252
<i>SUSTAINABLE RESTAURANT</i> : TREN KEKINIAN NAN CERDAS DALAM MENYIKAPI ISU LINGKUNGAN.....	261

# **ATRAKSI**

# **SEJARAH DAN PERKEMBANGAN SUSUR SUNGAI MAHAKAM SEBAGAI ATRAKSI WISATA DI KOTA SAMARINDA**

**Salma Nur Hanif  
Dr. Yunus Winoto, M.Pd  
Dr. Ir. Dicky Muslim, M.Sc.**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Kalimantan Timur merupakan salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Kalimantan. Provinsi ini dibagi menjadi tiga kota, yaitu Samarinda, Balikpapan, dan Bontang, serta tujuh kabupaten, antara lain Kabupaten Paser, Kutai Barat, Kutai Kartanegara, dan Kutai Timur. Keberagaman geografis dan budaya menjadikan Kalimantan Timur memiliki berbagai daya tarik wisata, mulai dari keindahan alam, kebudayaan lokal, hingga atraksi wisata buatan.

Salah satu daya tarik utama yang sangat terikat dengan identitas Provinsi Kalimantan Timur adalah Sungai Mahakam. Sebagai sungai terpanjang di Kalimantan Timur, sungai ini memiliki peran sentral dalam kehidupan masyarakat di sekelilingnya. Sungai ini tidak hanya menjadi sumber kehidupan, tetapi juga menjadi jalur transportasi yang vital bagi penduduk yang tinggal di sepanjang alirannya. Sungai sendiri merupakan aset budaya yang melekat erat dengan tradisi dan kehidupan sehari-hari masyarakat setempat, yang mempengaruhi struktur dan praktik sosial mereka (Sidik et al., 2017). Sungai Mahakam merupakan sungai yang berperan dalam berbagai aspek, baik transportasi, perairan, perikanan, dan tentunya pariwisata. Keterikatan masyarakat dengan Sungai Mahakam tercermin

dalam budaya, tradisi, dan ekonomi yang menjadikannya identitas regional khususnya di Kota Samarinda (Nugroho, 2016).

Dengan demikian, sebagai ibu kota Provinsi Kalimantan Timur, Kota Samarinda memiliki potensi yang signifikan untuk mengembangkan wisata dari keindahan alam dan keberagaman budayanya. Namun, jumlah daya tarik wisata di Samarinda masih sangat terbatas. Sungai Mahakam menjadi salah satu obyek yang berpotensi dikembangkan menjadi atraksi wisata (Widodo, 2020). Selain Sungai Mahakam, mayoritas atraksi wisata di Kota Samarinda menawarkan atraksi wisata buatan, seperti taman rekreasi dan kolam pemandian.. Selain itu, terdapat Wisata Budaya Pampang yang menjadi wisata budaya adat Dayak yang cukup populer di kota ini. Oleh karena itu, Sungai Mahakam dapat menjadi salah satu daya tarik wisata alam yang memperkaya variasi atraksi wisata di Kota Samarinda, di samping wisata buatan dan budaya.

Atraksi wisata di Kota Samarinda yang memanfaatkan Sungai Mahakam sebagai daya tarik wisata utamanya merupakan ‘Susur Sungai Mahakam’. Wisata ini memanfaatkan kapal-kapal yang dahulunya berfungsi sebagai alat transportasi yang melayani pengangkutan barang dengan rute Kota Samarinda hingga ke Ulu Mahakam. Dengan berkembangnya infrastruktur darat, kapal-kapal tersebut beralih fungsi menjadi sarana wisata, sehingga memberikan atraksi baru bagi wisatawan yang ingin menikmati keindahan alam.

Sebagai gambaran, wisata serupa juga dapat ditemukan di Kota Pontianak, yaitu Wisata Susur Sungai Kapuas. Wisata ini juga memanfaatkan kapal untuk menyusuri Sungai Kapuas. Hadirnya wisata ini diharapkan dapat menambah daya tarik Kota Samarinda sebagai ibukota Provinsi Kalimantan Timur dan diharapkan akan berdampak baik terhadap perekonomian masyarakat setempat. Seperti pengembangan atraksi wisata di Pantai Ina Marina yang terbukti dapat meningkatkan perekonomian lokal dengan adanya diversifikasi peluang kerja

dan peningkatan gaya hidup bagi penduduk setempat (Salampessy et al., 2024).

Disamping aspek ekonomi, atraksi wisata ini juga berperan dalam memperkenalkan budaya lokal kepada wisatawan. Pariwisata yang melibatkan pengambilalihan narasi budaya lokal, seperti dimunculkannya praktik-praktik tradisional, diharapkan dapat menarik antusias pengunjung (Oakes, 1999). Melalui pengalaman susur sungai, pengunjung dapat belajar tentang tradisi, kebiasaan, dan cara hidup masyarakat yang tinggal di sepanjang aliran sungai.

Dengan mempertimbangkan berbagai aspek tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran atraksi wisata Susur Sungai Mahakam dalam konteks pengembangan pariwisata di Kota Samarinda Provinsi Kalimantan Timur. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi praktik-praktik dalam pengelolaan atraksi wisata yang dapat diadopsi oleh pengelola destinasi wisata lainnya. Salah satunya adalah pemanfaatan kapal-kapal yang sebelumnya tidak terpakai beralih fungsi menjadi sebuah atraksi wisata. Dengan mengubah fungsi kapal-kapal ini menjadi atraksi yang menarik, pengelola tidak hanya memberikan nilai tambah bagi aset yang ada, tetapi secara tidak langsung menerapkan praktik pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan menjadi inspirasi untuk pengembangan atraksi wisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan, sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan menjaga kelestarian budaya.

Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif guna mengkaji peran atraksi wisata Susur Sungai Mahakam dalam pengembangan pariwisata di Kota Samarinda. Data primer dikumpulkan melalui wawancara dengan dua narasumber yang memiliki relevansi langsung dengan objek penelitian ini. Narasumber pertama adalah tokoh pariwisata Kalimantan Timur serta mantan Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur

, Drs. H. Syafruddin Pernyata M.Hum, yang merupakan inisiator atraksi wisata Susur Sungai Mahakam. Narasumber kedua adalah seorang staf di salah satu operator wisata Susur Sungai Mahakam. Wawancara dilakukan dengan menggunakan pertanyaan terbuka yang dirancang untuk menggali kisah dan pengalaman narasumber terkait atraksi wisata. Data sekunder juga dikumpulkan melalui studi literatur dari berbagai sumber terkait, seperti laporan penelitian, artikel, dan dokumen resmi yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata di Kalimantan Timur.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Sungai Mahakam**

Sungai Mahakam adalah sungai terbesar di provinsi Kalimantan Timur yang bermuara di Selat Makassar. Dengan panjang alirannya yang mencapai 920 km, Sungai Mahakam merupakan sungai terpanjang kedua di Indonesia. Sungai ini melintasi wilayah Kabupaten Kutai Barat di bagian hulu hingga Kabupaten Kutai Kartanegara dan Kota Samarinda di bagian hilir. Sejak dulu hingga saat ini, Sungai Mahakam memiliki peranan penting dalam kehidupan masyarakat di sekitarnya sebagai sumber air, potensi perikanan, dan prasarana transportasi (Arifin et al., 2012). Sungai Mahakam dikelilingi oleh ekosistem hutan yang berperan sebagai penyedia oksigen bagi masyarakat yang tinggal di dalam dan sekitar kawasan hutan, serta bagi seluruh area Pulau Kalimantan.



Gambar 1 Pesut Mahakam

Sumber : <https://www.ykrasi.org/gallery-1/>

Sebagai suatu sistem ekologi yang terintegrasi antara hulu, tengah, dan hilir, ekosistem Sungai Mahakam memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi. Sungai ini berfungsi sebagai sumber air bagi danau-danau yang terletak di jalurnya. Perlu dipahami betapa pentingnya perlindungan terhadap danau-danau di Sungai Mahakam. Terdapat sekitar 76 danau tersebar di daerah aliran sungai Mahakam dan sekitar 30 danau terletak di daerah Mahakam bagian tengah. termasuk 3 (tiga) danau utamanya yaitu Danau Jempang, Danau Semayang, Danau Melintang. Danau-danau ini tidak hanya memiliki nilai ekologis yang signifikan tetapi juga berfungsi sebagai warisan budaya yang perlu dilestarikan (Prayoga, 2016).

Keanekaragaman hayati yang melimpah di Sungai Mahakam turut menambah nilai ekologisnya. Salah satu satwa endemik yang menjadi ikon Kalimantan Timur adalah Pesut Mahakam, mamalia air tawar yang keberadaannya terancam punah. Meskipun populasinya tidak banyak, mamalia air tawar ini masih dapat ditemukan di salah satu aliran sungai Mahakam yang melintasi Kabupaten Kutai Kartanegara tepatnya di Desa Pela, Kotabangun. Kemudian, sebanyak 147 spesies ikan asli juga telah teridentifikasi di sungai ini. Dimana sekitar 298 spesies burung, termasuk 70 spesies yang dilindungi dengan lima spesies endemik

juga menjadi habitat satwa di Sungai Mahakam (Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur, 2023).

Selain fungsinya sebagai habitat bagi berbagai satwa, sungai ini juga menjadi pusat aktivitas budaya yang kaya. Keberadaan budaya nelayan yang berkembang di sepanjang aliran sungai mencerminkan interaksi yang erat antara masyarakat dengan sumber daya perairan. Praktik tradisional dalam menangkap ikan dan pengelolaan sumber daya akuatik menjadi elemen integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat lokal. Salah satu atraksi budaya yang menonjol merupakan tradisi Erau, yang diadakan di Tenggarong, Kabupaten Kutai Kartanegara. Dalam tradisi ini, berbagai acara dan pertunjukan seni budaya, seperti tarian, musik, dan festival makanan, diadakan untuk menarik perhatian masyarakat lokal hingga luar daerah. Tradisi Erau tidak hanya memperkuat ikatan komunitas, tetapi juga menjadi sarana untuk melestarikan warisan budaya yang unik dan memperkenalkan nilai-nilai lokal kepada generasi mendatang.

Sungai Mahakam, dengan keanekaragaman potensi satwa dan budaya yang dimilikinya, memiliki potensi menjadi destinasi pariwisata unggulan di Kalimantan Timur sesuai dengan visi Dinas Pariwisata Kalimantan Timur “Terwujudnya Kalimantan Timur Sebagai Daerah Tujuan Pariwisata Yang Berdaya Saing“. Kehidupan masyarakat yang berinteraksi dengan ekosistem sungai menawarkan keunikan tersendiri bagi pengunjung, terutama bagi mereka yang tidak familiar dengan konteks perairan. Contohnya, Desa Wisata Pela di Kabupaten Kutai Kartanegara, yang terletak di sepanjang aliran Sungai Mahakam telah menerima berbagai penghargaan atas inisiatif pariwisata dan pelestarian Pesut Mahakam. Selain itu, atraksi wisata yang memanfaatkan keindahan Sungai Mahakam juga sudah diterapkan di Kota Samarinda berupa atraksi wisata Susur Sungai Mahakam yang diharapkan dapat mencerminkan identitas budaya lokal serta berkontribusi pada kebanggaan masyarakat setempat.

## **Sejarah Atraksi Wisata Susur Sungai Mahakam**

Wisata Susur Sungai Mahakam berawal dari kapal-kapal yang berfungsi sebagai sarana pengangkutan barang antara Kota Samarinda dan daerah-daerah di hulu sungai, termasuk Kabupaten Kutai Kartanegara, Kutai Barat, dan Mahakam Ulu. Kapal-kapal ini memainkan peranan penting sebagai sarana transportasi bagi masyarakat setempat, terutama sebelum adanya pengembangan infrastruktur jalan yang memadai menuju daerah pedalaman. Dengan tersedianya rute darat, penggunaan kapal sebagai sarana transportasi mengalami penurunan signifikan, sehingga banyak kapal tersebut tidak lagi beroperasi.



Gambar 2 Kapal Wisata Pesut Etam

Sumber : <https://images.app.goo.gl/bntxAegZBZRAPRKR8>

Kapal-kapal tersebut memiliki dimensi yang signifikan, dengan panjang mencapai tiga puluh meter dan lebar lima meter, serta umumnya terdiri dari dua tingkat. Dalam konteks operasional, kapal-kapal ini seringkali menunggu selama sepuluh hingga tiga puluh hari untuk mendapatkan giliran pengangkutan. Meskipun frekuensi pengangkutan mengalami penurunan, sejumlah kapal tetap digunakan untuk angkutan barang maupun penumpang karena biayanya yang relatif terjangkau dibandingkan dengan transportasi darat. Selain itu, kapal ini masih diminati masyarakat setempat karena kemampuannya untuk mengakses daerah-daerah yang sulit dijangkau melalui transportasi darat.

Pada tahun 2017, Drs. H. Syafruddin Pernyata M.Hum, selaku Kepala Dinas Pariwisata Kalimantan Timur pada periode tersebut mengambil inisiatif untuk mengundang salah satu pemilik

kapal, Husaini Anwar. Inisiatif ini guna mendiskusikan potensi alih fungsi kapal menjadi atraksi wisata. Inspirasi untuk mengembangkan konsep kapal wisata ini muncul saat Bapak Syafruddin menulis novel berjudul “Zulaiha”. Beliau membayangkan adanya kapal yang menyusuri keindahan Sungai Mahakam. Terutama yang melayani perjalanan dari kawasan Mal BigMall Samarinda kemudian melewati Jembatan Mahakam menuju ilir dekat dengan jembatan Mahkota Dua. Proses pengalihan fungsi kapal angkutan menjadi kapal wisata akhirnya terealisasi setelah pemilik kapal menyatakan kesepakatan, disertai dengan penyesuaian fasilitas kapal agar memenuhi standar kelayakan sebuah atraksi wisata. Pada awal tahun 2017, atraksi wisata kapal ini diresmikan oleh dinas pariwisata daerah dengan mengundang wartawan, komunitas pariwisata, dan para pelaku pariwisata. Antusiasme masyarakat terhadap wisata ini meningkat secara signifikan.

Kesuksesan kapal pertama yang diberi nama Pesut Kita menginspirasi pemilik kapal lainnya untuk mengikuti jejak yang sama. Sehingga diresmikan kapal kedua yang sebelumnya juga berfungsi sebagai kapal angkutan bernama Kapal Wisata Pesut Mahakam. Kemudian, pada tahun yang sama, berlayar lagi Kapal wisata yang ketiga bernama Kapal Wisata Pesut Etam yang menjadi kapal dengan dekorasi dan desain paling menarik. Diikuti oleh kapal keempat, Patin Mahakam yang beralih nama menjadi Pesut Mahkota. Selanjutnya, kapal kelima yang diresmikan yang melayani wisata pelayaran di Sungai Mahakam adalah kapal wisata Pesut Bentong dengan kapasitas besar. Diikuti dengan kapal keenam bernama Silak Naran dan kapal ketujuh, Enggang Borneo.

Hal ini semakin membuktikan popularitas atraksi wisata kapal di Sungai Mahakam Samarinda. Atraksi susur sungai dengan kapal wisata telah menjadi salah satu ikon pariwisata di Samarinda. Berbagai pertemuan tingkat nasional, termasuk rapat kerja, musyawarah nasional, dan seminar, sering kali diakhiri dengan kegiatan wisata susur sungai. Atraksi wisata ini semakin

menarik karena memperlihatkan aktivitas kapal tongkang yang mengangkut tumpukan batu bara di jalur aliran Sungai Mahakam setiap harinya. Walaupun fenomena ini dianggap biasa bagi masyarakat lokal, namun masyarakat luar daerah yang tidak familiar dengan aktivitas ini menganggap angkutan batu bara yang tiada hentinya sepanjang hari merupakan fenomena unik yang dapat dinikmati di Kapal Wisata. Rute perjalanan menyusuri Sungai Mahakam juga melewati salah satu masjid terbesar di Asia Tenggara yaitu Masjid Baitul Muttaqien serta beberapa jembatan yang menghubungkan dua wilayah administrasi Kota Samarinda, antara lain Jembatan Mahakam, Jembatan Kembar, dan Jembatan Mahkota Dua.

### **Tantangan dan Harapan Pengembangan Atraksi Wisata Susur Sungai Mahakam**

Pengembangan atraksi wisata Susur Sungai Mahakam menghadapi sejumlah tantangan, dengan kendala utama berasal dari masalah pendanaan dan keterbatasan keuangan pemerintah. Untuk mengatasi isu ini, dilakukan kolaborasi antara Dinas Pariwisata dan pemilik kapal yang bersedia mengalihkan fungsi kapal penumpang menjadi kapal wisata. Pendekatan proaktif ini menunjukkan upaya untuk mengatasi tantangan yang ada dalam pengembangan wisata di wilayah tersebut.

Kemudian, pentingnya pengembangan infrastruktur khusus dermaga, juga menjadi fokus dalam meningkatkan standar atraksi wisata Susur Sungai Mahakam di Kota Samarinda. Karena sungai ini membelah dua wilayah administrasi Kota Samarinda, yakni Samarinda Kota dan Samarinda Seberang, maka penambahan dermaga yang berlokasi di Samarinda Seberang diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap atraksi wisata yang ada di lokasi tersebut. Dengan keberadaan dermaga, kapal wisata dapat mengangkut pengunjung dari kedua sisi sungai. Disamping hal itu, kawasan Samarinda Seberang memiliki berbagai atraksi menarik, seperti Kampung Tenun, cagar budaya Masjid Tertua, dan Kampung Ketupat. Fasilitas dermaga yang memadai akan

memberikan pengunjung kesempatan untuk menikmati pengalaman wisata yang lebih beragam, tidak hanya terbatas pada aktivitas menyusuri sungai, tetapi juga mengunjungi berbagai atraksi budaya di sekitarnya.

## **PENUTUP**

Kekayaan letak geografis dan budaya yang dimiliki Kalimantan Timur berpotensi signifikan untuk dikembangkannya industri pariwisata. Hal ini tercermin dengan keindahan alam dan tradisi lokal yang beragam. Sungai Mahakam yang menjadi sungai terpanjang di Kalimantan Timur memegang peran sentral dalam kehidupan masyarakatnya. Sungai ini tidak hanya berfungsi sebagai sumber kehidupan tetapi juga berfungsi sebagai jalur transportasi sehingga menjadi identitas budaya yang memperlihatkan praktik dan interaksi masyarakat lokal.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Sungai Mahakam memiliki potensi yang besar untuk dijadikan wisata unggulan khususnya di Kota Samarinda. Keberadaan danau-danau di sepanjang aliran sungai memiliki nilai ekologis dan kultural yang tinggi sehingga berpotensi menjadi daya tarik wisata. Sejarah pengembangan atraksi wisata di Sungai Mahakam Kota Samarinda menunjukkan adanya transisi dari kapal yang melayani angkutan barang menjadi kapal wisata berkat inisiatif dari pemerintah setempat. Kepekaan dan kesadaran pemerintah dalam melihat potensi wisata pada saat pengembangan atraksi wisata Susur Sungai Mahakam sangat diapresiasi dan menimbulkan antusiasme industri wisata di Kota Samarinda.

Saat ini, terdapat tujuh kapal wisata yang beroperasi yang memperkuat daya tarik wisata Sungai Mahakam. Meskipun dalam mewujudkannya, pemerintah dan pengelola dihadapkan dengan sejumlah tantangan yang meliputi pendanaan dan kebutuhan peningkatan infrastruktur, namun pada akhirnya atraksi wisata ini dapat diresmikan dan menjadi populer sebagai daya tarik wisata Kota Samarinda.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis terhadap potensi Sungai Mahakam sebagai atraksi wisata, beberapa saran diusulkan guna meningkatkan pengembangan pariwisata yang berkelanjutan di Kota Samarinda. Pertama, penting untuk meningkatkan kesadaran wisatawan terkait nilai budaya dan penjagaan alam yang terikat dengan Sungai Mahakam mengingat eratnya nilai budaya dan ekologis dari sungai ini. Selanjutnya, untuk mengembangkan sebuah atraksi wisata, berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan zaman juga diperlukan agar memastikan pengalaman wisata tetap relevan. Dengan menambahkan dermaga yang dapat menghubungkan kapal wisata dengan atraksi wisata lainnya, diharapkan sinergi antara berbagai atraksi wisata ini dapat memperkaya pengalaman wisata dan memberikan dampak positif yang berkelanjutan. Dengan demikian dampak positif dari adanya atraksi wisata Sungai Mahakam dapat dirasakan secara merata bagi masyarakat lainnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad et al., (2017). The changes of mangrove ecosystem in Mahakam delta, Indonesia: a complex sociale nvironmental pattern of linkages in resources utilization. 4(1)
- Arifin, M. D., Prabowo, E., & Febrian, S. (2012). Perubahan Peran Angkutan Sungai Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Di Sungai Mahakam Samarinda, Kalimantan Timur.
- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Timur. (2023). *Buku Data dan Informasi Pariwisata Kalimantan Timur 2023*. <https://dispar.kaltimprov.go.id/wp-content/uploads/2024/07/BUKU-DATIN-PAR-2023.pdf>
- M., S., Christensen. (1993). The artisanal fishery of the Mahakam River floodplain in East Kalimantan, Indonesia. *Journal of Applied Ichthyology*, 9:185-192. doi: 10.1111/J.1439-0426.1993.TB00394.X

- Nugroho, A. P. (2016, March 14). *Trobos Aqua*. Ironi perikanan budidaya di sungai Mahakam; Potensi besar, produksi kecil. <http://trobos aqua.com/detai lberita/2016/02/15/48/7153/ari-panggih-nugroho-ironi-perikanan-budidaya-di-sungai-mahakam-potensi-besar-produksi-kecil>
- Prayoga, A. P. (2016). Bertumpu Pada Hutan di DAS Mahakam. *Forest Watch Indonesia*.
- Tim, Oakes. (1999). Eating the food of the ancestors: place, tradition, and tourism in a Chinese frontier River town. *Ecumene*, 6(2):123-145. doi: 10.1177/096746089900600201
- Widodo, A. F. (2020). *Pengembangan Kawasan Tepi Sungai Mahakam Samarinda Sebagai Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Urban Riverfront* [Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta].
- Zainab, Salampessy., Maryam, Sangadji., I., T., Matitaputty. (2024). 5. The Impact of the Development of the INA Marina Beach Tourism Area on the Socio-Economic Life of the Surrounding Communities. *Journal of Tourism Economics and Policy*, doi: 10.38142/jtep.v4i1.996

# **ARSITEKTUR YANG ATRAKTIF: MERANCANG DAYA TARIK WISATA**

**Nurin Amalia Pramudhani**  
**Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum**  
**Dr. Rully Khairul Anwar, S.Ag., M.Si**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

*“Architecture has always been an attraction factor in tourism”* (Dahlgaard-Park, n.d.).

Arsitektur memiliki peran penting dalam menciptakan daya tarik dari suatu destinasi melalui pengalaman yang didapat oleh wisatawan. Elemen-elemen arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai wadah bagi aktivitas wisata, namun juga mampu memfimarnghadirkan identitas dan atmosfer khas yang melekat pada destinasi tersebut (Tuan, 1977)) dan (Norberg-Schulz, 1980) Berbagai studi telah dilakukan dan menunjukkan bahwa arsitektur dapat memengaruhi persepsi estetika, kenyamanan, dan keterlibatan emosional wisatawan (Ye & Tussyadiah, 2024), (Dahlgaard-Park, n.d.) dan (Specht, 2009) Arsitektur dengan identitas dan ciri khas yang kuat dari suatu tempat mampu memberikan nilai tambah dan pengalaman autentik yang dicari oleh wisatawan. Dengan demikian, kajian ini akan mengeksplorasi peran arsitektur dalam membentuk pengalaman wisatawan melalui tinjauan literatur terkait.

## **MENGHIDUPKAN DAYA TARIK**

Mengacu pada Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, atraksi atau daya tarik wisata dapat

diartikan sebagai segala hal yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia. Dengan begitu, atraksi digolongkan menjadi tiga kategori yaitu atraksi alam yang terdiri dari keindahan bentang alam, atraksi budaya berupa sejarah, seni, dan kerajinan, serta atraksi buatan yang di antaranya adalah atraksi kreatif (Kabes et al., 2022).

Atraksi dikemas sedemikian rupa sehingga berperan sebagai daya tarik yang memberikan motivasi awal bagi wisatawan untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata. Keputusan berkunjung ini dipengaruhi oleh variasi kegiatan yang ditawarkan oleh atraksi wisata kepada wisatawan (Mardalis & Wijaya, 2016). Wisatawan mencari pengalaman yang bermakna dan menarik, salah satunya, melalui atraksi yang memenuhi harapan wisatawan, baik dari segi visual (*what to see*) maupun aktivitas (*what to do*). Keterlibatan langsung wisatawan dengan atraksi wisata memberikan dimensi tambahan pada pengalaman mereka dan memperkaya kunjungan mereka ke destinasi tersebut (Helpiastuti, 2018). Hal ini lah yang menciptakan keterhubungan emosional antara wisatawan dan destinasi. Pengalaman yang menarik dan unik dapat membangun memori jangka panjang dan meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi tersebut (Isdarmanto, 2017).

Pengalaman wisatawan adalah apa yang dirasakan secara subjektif oleh individu yang melakukan perjalanan wisata dari produk wisata yang diterimanya, baik secara langsung atau tidak langsung (Rista et al., 2019). Pengalaman ini merupakan akumulasi psikologis dari rangkaian sebelum perjalanan (ekspektasi), saat perjalanan, dan setelah perjalanan (kenangan) (Sheng & Chen, 2013).

Faktor-faktor yang menjadi pembentuk pengalaman berwisata adalah faktor *conditional experience*, *relational experience*, dan *historical experience* (Rikona et al., 2016). *Conditional experience* adalah variabel-variabel dasar yang dialami saat berwisata, seperti di antaranya keindahan, kepuasan,

cuaca, relaksasi, kesenangan, kenyamanan, event, memorabilitas, dan pengalaman. Faktor *relational experience* adalah adanya hubungan yang baik antara wisatawan dengan penduduk setempat. Beberapa di antara variabel dari faktor ini adalah relasi, pengakuan, keramahan, dan keamanan. Faktor *historical experience* adalah faktor berdasarkan nilai atau sejarah dari suatu destinasi wisata, di antaranya adalah sejarah, karakter, budaya local, dan perasaan ditempat berbeda.

Dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata yang bermakna memiliki peran penting dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi wisata melalui pengalaman yang didapat oleh wisatawan. Pengalaman wisata yang dirasakan secara subjektif oleh individu, baik sebelum, saat, maupun setelah perjalanan, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kondisi pengalaman (keindahan, cuaca, kenyamanan), hubungan sosial (interaksi dengan penduduk lokal), dan nilai historis destinasi. Pengalaman yang unik dan memuaskan dapat membangun keterhubungan emosional dengan wisatawan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas mereka terhadap destinasi tersebut.

## MERANGKAI PENGALAMAN

Pengalaman wisatawan didapat dari interaksi wisatawan dengan atraksi ataupun destinasi wisata melalui identitasnya. Dalam hal ini, Arsitektur di suatu destinasi berperan penting dalam mencerminkan identitas tempat tersebut. Wisatawan seringkali memandang arsitektur sebagai simbol atau representasi dari karakter dan budaya unik destinasi yang mereka kunjungi. Melalui interaksi, wisatawan memahami dan menjadi terhubung dengan suatu tempat tersebut secara lebih mendalam (Ye & Tussyadiah, 2024). Interaksi utama antara wisatawan dan arsitektur sebagai atraksi dari suatu destinasi wisata terbagi menjadi 4 mode yaitu: mengamati (*gazing*), mengelilingi (*touring*), membaca (*reading*), dan merenung (*pondering*) (Ye & Tussyadiah, 2024).

### 1. Mengamati (*Gazing*):

Mode ini melibatkan observasi visual dari arsitektur. Wisatawan biasanya mengagumi keindahan, keunikan, atau monumentalitas bangunan dari jarak jauh atau dekat. Proses mengamati ini sering kali pasif, di mana wisatawan hanya melihat arsitektur sebagai bagian dari pemandangan atau lanskap tempat yang mereka kunjungi. Meski pasif, pengalaman ini dapat menciptakan kesan mendalam karena arsitektur sering menjadi ikon visual dari destinasi tersebut.

### 2. Mengelilingi (*Touring*):

Mode ini lebih aktif, di mana wisatawan mengunjungi dan menjelajahi bangunan atau situs arsitektural secara langsung. Proses ini melibatkan fasilitas tur atau pengalaman fisik langsung seperti berjalan melalui bangunan, ruang, atau situs. Dalam mode ini, wisatawan tidak hanya melihat arsitektur dari luar, tetapi juga merasakan suasana interior dan fungsi bangunan dalam konteks sejarah atau budaya lokal.

### 3. Membaca (*Reading*):

Dalam mode ini, wisatawan menginterpretasi dan memahami arsitektur dengan membaca atau mempelajari sejarah, latar belakang, dan makna simbolis dari bangunan tersebut. Proses ini melibatkan pembelajaran aktif, di mana wisatawan mencari informasi melalui panduan, plakat informasi, buku, atau bahkan cerita lokal. Wisatawan kemudian menghubungkan pengetahuan mereka dengan arsitektur yang mereka lihat, sehingga memperdalam pemahaman mereka terhadap nilai budaya atau sejarah dari bangunan tersebut.

### 4. Merenung (*Pondering*):

Mode ini melibatkan refleksi pribadi dan emosional terhadap arsitektur. Wisatawan menggunakan arsitektur sebagai medium untuk introspeksi, di mana mereka mungkin mengaitkan pengalaman arsitektural dengan identitas atau pengalaman pribadi mereka. Arsitektur dalam konteks ini berfungsi sebagai pemicu pemikiran mendalam tentang tempat, waktu, atau bahkan diri sendiri. Ini sering kali menghasilkan pengalaman

transformasional, di mana wisatawan merasakan hubungan emosional atau spiritual yang kuat dengan tempat tersebut.

Keempat mode ini tidak selalu terjadi secara terpisah, melainkan sering kali saling melengkapi. Seorang wisatawan mungkin memulai dengan mengamati sebuah bangunan dari luar, lalu memutuskan untuk mengelilinginya secara fisik, membaca tentang sejarahnya, dan akhirnya merenungkan makna yang lebih dalam dari bangunan tersebut dalam konteks pribadi atau sejarah. Setiap mode memberikan lapisan pengalaman yang berbeda, menciptakan interaksi yang kaya antara wisatawan dan arsitektur, yang pada akhirnya memperkaya pemahaman dan pengalaman wisatawan.

Interaksi wisatawan dengan arsitektur tidak hanya berupa apresiasi visual, tetapi melibatkan pengalaman fisik, intelektual, dan emosional. Arsitektur menjadi alat bagi wisatawan untuk memahami tidak hanya tempat yang mereka kunjungi, tetapi juga untuk merefleksikan identitas diri dan menjalin hubungan yang lebih dalam dengan budaya dan sejarah tempat tersebut. Inilah yang membuat arsitektur berperan penting dalam menciptakan pengalaman yang transformasional bagi wisatawan.

## **DARI RUANG KOSONG MENJADI TEMPAT BERMAKNA**

Transformasi *space* dan *place* dalam konteks pariwisata merupakan proses yang krusial dalam menciptakan atraksi yang bermakna dan berkesan bagi wisatawan. Wisatawan tidak hanya mencari ruang fisik untuk dikunjungi, tetapi juga menginginkan pengalaman yang autentik dan penuh makna yang dapat memberikan mereka koneksi mendalam dengan destinasi tersebut. Penjelasan terkait *space* dan *place* dalam tulisan ini berlandaskan pada teori “Being and Place” oleh Martin Heidegger (1975), “Genius Loci” oleh Christian Norberg-Schulz (1980), dan “Humanistic Geography” oleh Yi-Fu Tuan (1977).

Yi-Fu Tuan mendefinisikan *space* sebagai kebebasan dan potensi. Bagi Tuan, *space* adalah wilayah terbuka dan abstrak yang memungkinkan pergerakan dan eksplorasi, tetapi tidak memiliki makna sampai manusia mulai memanfaatkan ruang tersebut. *Place*, di sisi lain, muncul ketika *space* diberi makna melalui pengalaman dan interaksi manusia. Tuan menekankan peran pengalaman manusia dalam mengubah *space* menjadi tempat, terutama melalui proses keterikatan emosional dan keterlibatan fisik yang memberikan karakter dan identitas unik pada tempat tersebut.

Sementara itu, Martin Heidegger lebih menekankan konsep “*dwelling*” dalam hubungannya dengan *place*. Heidegger melihat *place* bukan hanya sebagai ruang yang bermakna secara emosional, tetapi juga sebagai bentuk eksistensi di mana manusia “mendiami” dunia dengan cara yang lebih mendalam dan autentik. Baginya, *space* menjadi *place* melalui proses *dwelling*, di mana manusia tidak hanya tinggal secara fisik, tetapi juga merasakan keterhubungan eksistensial dengan lingkungan. Christian Norberg-Schulz, yang banyak terinspirasi oleh Heidegger, memperkenalkan konsep “*genius loci*”, yang melihat *place* sebagai sesuatu yang memiliki karakter dan roh khas. Norberg-Schulz fokus pada bagaimana tempat memiliki atmosfer dan identitas yang dibentuk oleh konteks alam, sejarah, dan budaya, yang menciptakan pengalaman unik bagi manusia yang mendiami tempat tersebut.

Ketiga teori dari Yi-Fu Tuan, Martin Heidegger, dan Christian Norberg-Schulz tersebut memiliki kesamaan dalam memandang *space* sebagai sesuatu yang abstrak, netral, dan tidak memiliki makna secara intrinsik. *Space* dianggap sebagai suatu area yang terbuka yang belum, bukan tidak, didefinisikan. Area ini dapat digunakan untuk eksplorasi dan penuh dengan potensi, tetapi belum memiliki keterikatan emosional atau identitas tertentu. Baik Tuan, Heidegger, maupun Norberg-Schulz setuju bahwa *space* menjadi lebih bermakna hanya ketika manusia

berinteraksi dengannya dan memberikan konteks, baik melalui pengalaman, aktivitas, maupun hubungan sosial.

Selain itu, dalam ketiga teori tersebut terdapat pandangan yang sama bahwa *place* adalah *space* yang telah mendapatkan makna dan identitas melalui kehadiran dan pengalaman manusia. *Place* bukan sekadar ruang fisik, tetapi juga merupakan konstruksi psikologis dan sosial yang berkembang karena adanya keterlibatan emosional dan sosial. Manusia memberikan arti pada tempat melalui ingatan, budaya, dan pengalaman mereka, dan tempat ini kemudian menjadi bagian penting dari identitas manusia. Dalam perspektif ini, *place* mencerminkan bagaimana manusia merasa “berada” di dunia dan menciptakan ikatan yang lebih dalam dengan lingkungan mereka. Dalam pariwisata, transformasi ruang fisik (*space*) menjadi tempat yang bermakna (*place*) memainkan peran penting dalam membentuk koneksi emosional dan pengalaman wisatawan dengan suatu destinasi.

## SIMPULAN

Arsitektur memiliki peran penting dalam membentuk daya tarik wisata karena tidak hanya menyediakan latar fisik bagi aktivitas wisatawan, tetapi juga menciptakan identitas dan atmosfer khas suatu destinasi. Keberadaan arsitektur yang unik dan ikonik mampu memperkaya pengalaman wisatawan melalui pengaruhnya terhadap persepsi estetika, kenyamanan, dan keterlibatan emosional. Pengalaman wisatawan sendiri terbentuk dari interaksi mereka dengan berbagai atraksi, baik alam, budaya, maupun arsitektur buatan, di mana pengalaman ini dipengaruhi oleh kondisi lingkungan, hubungan sosial, serta nilai sejarah suatu tempat. Interaksi wisatawan dengan arsitektur dapat terjadi melalui beberapa mode, seperti mengamati, mengelilingi, membaca, dan merenung, yang saling melengkapi dan memperkaya keterlibatan wisatawan dengan destinasi yang dikunjungi. Dalam konteks pariwisata, ruang fisik yang awalnya bersifat abstrak dan netral dapat berubah menjadi tempat yang

bermakna melalui interaksi manusia yang memberikan nilai dan identitas, sehingga menciptakan pengalaman autentik yang memperkuat koneksi emosional wisatawan dengan destinasi tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dahlgaard-Park, S. M. (n.d.). Architecture in tourism-Case of Copenhagen-Visitors' perspective.
- Heidegger, M. (1975). Poetry, Language, and Thought. In Poetry, Language, and Thought. Harper & Row.  
<http://mysite.pratt.edu/~arch543p/readings/Heidegger.html>
- Helpiastuti, S. B. (2018). Pengembangan Destinasi Pariwisata Kreatif Melalui Pasar Lumpur. *Journal of Tourism and Creativity*, II.
- Isdarmanto. (2017). Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata. Gerbang Media Aksara.
- Kabes, R., Soedihwajono, & Suminar, L. (2022). Kajian Potensi dan Permasalahan Desa Pongok, Kabupaten Klaten, sebagai Desa Wisata. *Desa-Kota*, 4.  
<http://jurnal.uns.ac.id/jdk>
- Mardalis, A., & Wijaya, R. P. (2016). Pengelolaan Daya Tarik Wisata Alam Berdasarkan Kepuasan dan Keinginan Wisatawan. *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis FEB UMSIDA 2016*, 20–32.  
<http://nasional.kompas.com/>
- Norberg-Schulz, C. (1980). *Genius Loci: Towards a Phenomenology of Architecture*. Rizzoli International Publications.
- Rikona, Y., Majid, T. I., & Octavia, D. (2016). Analisis Faktor Tourism Experience Kota Bandung (Analysis Factor of

- Tourism Experience in Bandung City). E-Proceeding of Management, 3.
- Rista, Sinangjoyo, N. J., & Damasdino, F. (2019). Membangun Imajinasi Wisatawan Melalui Pengalaman Perjalanan di Kawasan Wisata Warisan Budaya. *Media Wisata*, 17.
- Sheng, C. W., & Chen, M. C. (2013). Tourist Experience Expectations: Questionnaire Development and Text Narrative Analysis. *International Journal of Culture, Tourism, and Hospitality Research*, 7(1), 93–104. <https://doi.org/10.1108/17506181311301390>
- Specht, J. (2009). The Role of Architecture in Tourism Destination Development and Branding. In S. Krakover & N. Uriely (Eds.), *Tourism Destination Development and Branding* (pp. 98–106).
- Tuan, Y.-F. (1977). *Space and Place: The Perspective of Experience*. University of Minnesota Press.
- Ye, H., & Tussyadiah, I. P. (2024). Tourists' Transformation Experience: From Destination Architecture to Identity Formation. <https://hdl.handle.net/20.500.14394/48272>

# **ANALISIS SWOT DALAM PENGEMBANGAN ATRAKSI EDUWISATA PENGELOLAN NIRA DI DESA WISATA BELITAR SEBRANG**

**Jannatinnai'mah Arifda**  
**Dr. Drs. Awaludin Nugraha, M.Hum**  
**Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Desa Belitar Seberang berasal dari tahun 1930, ditandai dengan pergeseran demografis yang signifikan atau transmigrasi dari Kabupaten Blitar di Jawa Timur ke Pulau Sumatera, khususnya di dalam batas-batas Provinsi Bengkulu (Putra et al., 2023). Saat ini, Desa Belitar Seberang statusnya masih sebagai Desa berkembang dengan adanya pengembangan diharapkan desa ini bisa menjadi maju. Posisi strategis Desa Wisata Belitar Seberang didukung oleh alamnya yang masih asri, sehingga potensi wisata di desa ini beragam terdiri dari tujuh air terjun alam dan kolam air panas alami, selain wisata alam terdapat juga wisata budaya seperti kuda lumping. Karena alam yang masih terbentang luas sebagian besar masyarakat masih bekerja sebagai petani, komoditas utama di desa Belitar Seberang adalah kopi dan nira. Sebagai salah satu desa penghasil nira terbaik hal ini juga bisa menjadi potensi wisata sebagai atraksi eduwisata di desa wisata Belitar Seberang. Sehingga diharapkan memainkan peran penting dalam mendorong pertumbuhan dan pengembangan eduwisata di wilayah tersebut.

Ekowisata merupakan aktivitas wisata yang berkaitan dengan menikmati keaslian alam sehingga bisa meningkatkan kepedulian dan rasa cinta lingkungan, ekowisata juga tidak banyak menuntut tersedianya fasilitas akomodasi modern tetapi

lebih banyak menampilkan keaslian lingkungannya (Yoeti, 2008). Ekowisata memiliki tiga bagian penting yang harus dicapai dalam pengembangannya terdiri dari pelestarian, edukasi, dan sosial ekonomi masyarakat pada artikel ini akan membahas bagaimana nilai edukasi bisa tercapai dalam pengembangan ekowisata sehingga bisa menerapkan atraksi eduwisata di desa wisata Belitar Seberang. Eduwisata menawarkan peluang belajar yang unik, memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan pengetahuan tentang budaya lokal, sejarah, dan lingkungan (Widya Darmayanti et al., n.d.). Dengan konsep eduwisata diharapkan nilai ekologi dan pendidikan bisa ikut tercapai. Selain itu dalam pengembang ini perlu mempertimbangkan partisipasi masyarakat bagai mana masyarakat ikut berperan aktif dalam pengembangan eduwisata, maka diperlukan bimbingan kepada masyarakat untuk terlibat dalam pengembangan ini.

Pengembangan ini tidak hanya menampilkan kekayaan alam tapi juga bisa menjadi cara masyarakat untuk tetap menjaga lingkungan, budaya dan juga bisa mengedukasi wisatawan. rencana komprehensif ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara melestarikan lingkungan alam dan memenuhi kebutuhan wisatawan memastikan pengalaman yang berkesan dan menyenangkan bagi wisatawan yang mengunjungi desa tersebut dan mendorong kunjungan berulang. Selain itu pengembangan eduwisata ini diharapkan dapat mendorong pembangunan di kawasan desa wisata Belitar Seberang. Dari potensi tersebut maka menghasilkan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana analisis SWOT untuk potensi wisata di Desa Wisata Belitar Sebrang?
2. Bagaimana strategi pengembangan atraksi eduwisata dalam pengelolaan air nira di Desa Wisata Belitar Seberang?

## **ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN ATRAKSI**

Dalam strategi pengembangan potensi wisata di Desa Wisata Belitar Seberang masih perlu pengembangan infrastruktur dan peningkatan kualitas fasilitas. Hasil analisis berdasarkan komentar pada google review menunjukkan bahwa pengembangan infrastruktur seperti jalan raya, fasilitas umum, dan akomodasi wisata sangat penting untuk meningkatkan kualitas wisata dan kepuasan wisatawan di desa Belitar Seberang. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa promosi wisata melalui media sosial telah dilakukan hal ini sangat efektif dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang potensi wisata di Desa Wisata Belitar Seberang. Pada media sosial Instagram juga terdapat update mengenai aktifitas apa saja yang bisa dilakukan di Desa wisata sehingga meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi Belitar Sebrang, berikut telah dilakukan analisis SWOT untuk potensi desa wisata Belitar Sebrang.

Tabel 1 Analisis SWOT

Indikator SWOT	Analisis SWOT
Kekuatan ( <i>Strengths</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Desa Wisata Belitar Seberang memiliki panorama alam yang indah, terdiri dari air terjun dan pemandian air panas alami.</li> <li>•Desa ini memiliki budaya dan adat istiadat yang masih terjaga, seperti kuda kepang</li> <li>•Potensi eduwisata dengan berbagai kegiatan edukatif yang dapat diikuti oleh wisatawan, seperti belajar tentang pertanian kopi dan aren dan pengolahan hasil panen dari pertanian tersebut.</li> <li>•Pemuda dan masyarakat desa ikut berpartisipasi dalam pengembangan desa wisata.</li> </ul>
Kelemahan ( <i>Weaknesses</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aksesibilitas: Akses menuju Desa Belitar Seberang masih tergolong sulit, dengan</li> </ul>

---

jalan yang belum memadai dan minimnya transportasi umum.

- Fasilitas wisata: Fasilitas wisata di Desa Belitar Seberang masih terbatas, seperti akomodasi, tempat makan, dan toilet.

- Sumber daya manusia di desa ini masih perlu ditingkatkan, terutama dalam hal pengetahuan dan keterampilan tentang pariwisata.

- Promosi wisata Desa Belitar Seberang masih belum optimal, sehingga belum banyak wisatawan yang mengetahui tentang potensi wisata di desa ini.

- Produk wisata yang ditawarkan di Desa Belitar Seberang masih tergolong terbatas, sehingga wisatawan tidak memiliki banyak pilihan.

Peluang (*Opportunities*)

- Meningkatnya minat wisatawan terhadap wisata alam dan eduwisata, sehingga membuka peluang bagi Desa Belitar Seberang untuk menarik lebih banyak wisatawan.

- Pemerintah berencana untuk membangun infrastruktur di kawasan Desa Belitar Seberang, seperti jalan dan jembatan. Hal ini akan memudahkan akses wisatawan menuju desa ini.

- Desa Belitar Seberang dapat menjalin kerjasama dengan pihak swasta untuk mengembangkan pariwisata di desa ini.

- Dapat memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan wisata di desa ini, seperti melalui media sosial dan website.

---

---

Ancaman (*Threats*)

- Pengembangan produk wisata seperti paket wisata edukasi, wisata budaya, dan wisata kuliner.
  - Di sekitar Desa Belitar Seberang terdapat beberapa desa wisata lain yang juga memiliki potensi wisata yang besar. Hal ini dapat menjadi ancaman bagi desa ini.
  - Perubahan iklim dapat berdampak pada kondisi alam di Desa Belitar Seberang, seperti kekeringan atau banjir. Hal ini dapat mengganggu aktivitas wisata di desa ini.
  - Konversi lahan hutan menjadi lahan pertanian atau pemukiman dapat mengurangi keindahan alam di Desa Belitar Seberang.
  - Krisis ekonomi dapat menyebabkan wisatawan mengurangi pengeluaran untuk wisata. Hal ini dapat berdampak negatif pada pendapatan masyarakat di Desa Belitar Seberang.
- 

Pada tabel 1 analisis SWOT didapatkan hasil analisis bahwa kekuatan yang berasal dari internal desa perlu terus dijaga dan dikembangkan lagi, potensi alam yang beragam bisa menghasilkan atraksi yang bervariasi sehingga bisa mendatangkan wisatawan yang memiliki minat khusus. Seperti wisatawan yang menyukai kegiatan alam bisa melakukan tracking pada jalur air terjun, wisatawan yang berasal dari sekolah bisa mengikuti eduwisata dengan atraksi pengelolaan air nira sebagai produk-produk UMKM. Namun masih ada kelemahan, sehingga perlu ditingkatkan serta mendapatkan bimbingan dalam pengembangannya yaitu pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam menghadapi pengunjung. Dengan kesiapan

diharapkan desa Belitar Seberang bisa terus berkembang menjadi desa wisata maju.

Berdasarkan kekuatan desa wisata belitar seberang bisa dikembangkan menjadi destinasi eduwisata, sebagai daerah penghasil gula aren terbaik di kabupaten Rejang Lebong potensi ini bisa dimanfaatkan sebagai bagian atraksi dari eduwisata. Dimulai dari panen, pengolahan, dan menghasilkan produk-produk baru turunan dari pengolahan aren. Menurut (I Putu Gede, 2019) air dari nira bisa dikembangkan bermacam produk selain sebagai gula aren juga bisa diolah menjadi gula semut, sirup, dan minuman probiotik. Dan buah pohon nira betina bisa menghasilkan kolang kaling, selama ini kolang kaling hanya dijual dalam bentuk mentah dengan eduwisata bisa mengolah kolang kaling menjadi manisan sebagai produk UMKM.

Pengembangan Eduwisatabutuh analisis yang mendalam karena keterbatasan peneliti dalam memperoleh data, maka analisis dilakukan pada artikel, laporan riset, website, dan sosial media serta melakukan wawancara terhadap ketua pokdarwis. Dengan potensi alam yang melimpah, strategi pengembangan eduwisata di desa wisata ini diperlukan agar potensi yang ada bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya dengan tetap mempertimbangkan lingkungan dan masyarakat tapi juga mendapatkan nilai ekonomi. Hal ini dapat dimanfaatkan Hasil wawancara dengan ketua pokdarwis setempat sebagai atraksi wisata edukasi dengan melihat bagaimana proses air nira bisa diolah menjadi gula aren, pengelola desa juga bekerja sama dengan Universitas Dehasen Bengkulu untuk mengembangkan produk turunan dari air nira. Selain itu kerja sama ini juga menghasilkan branding desa wisata agar bisa bersaing dengan desa wisata lainnya.



Gambar 2. Hasil Panen Air Nira



Gambar 3 Gula Aren

Penelitian ini juga menemukan bahwa pengembangan eduwisata di Desa Wisata Belitar Seberang dapat dilakukan dengan mengintegrasikan kegiatan wisata dengan upaya edukasi dan menjadi eduwisata. Selain itu, penelitian ini juga menemukan bahwa pengembangan atraksi eduwisata dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konservasi lingkungan dan meningkatkan pendapatan masyarakat melalui wisata yang berkelanjutan. Eduwisata menekankan bahwa pengembangan wisata harus dilakukan dengan cara yang berkelanjutan dan tidak mengganggu lingkungan. Dalam teori ini, integrasi kegiatan wisata dengan upaya konservasi lingkungan sangat penting untuk

meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya konservasi lingkungan (Mahrizal, 2023). Keterlibatan masyarakat dalam pengembangan sangat diperlukan dengan peningkatan SDM diharapkan desa wisata Belitar Seberang dapat terus berkembang menjadi desa wisata Maju (Amdhi Yul et al., 2023). Dengan demikian, pengembangan eduwisata dapat menjadi strategi yang efektif dalam meningkatkan pendapatan masyarakat melalui wisata yang berkelanjutan.

## SIMPULAN

Setelah melakukan analisis SWOT terhadap potensi wisata di desa wisata Belitar Seberang, maka konsep eduwisata sangat dibutuhkan dalam pengembangan wisata. Dengan eduwisata diharapkan potensi air nira dapat dikembangkan sebaik-baiknya sehingga desa wisata ini bisa terus berjalan dan memberikan manfaat kepada lingkungan dan masyarakat. Pengembangan potensi wisata dan eduwisata di Desa Wisata Belitar Seberang membutuhkan upaya terpadu dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah, pengelola desa, dan masyarakat (Ervizal Amzu, 2023). Dengan strategi yang tepat, Desa Wisata Belitar Seberang dapat menjadi desa wisata yang maju dan berkelanjutan, memberikan manfaat bagi masyarakat setempat dan lingkungan.

Menyoroti dampak positif dari pariwisata pendidikan. Dampak tersebut meliputi penciptaan peluang kerja, penghasil pendapatan, pengembangan keterampilan melalui program pelatihan, dan pemberdayaan masyarakat lokal, terutama generasi muda. Namun, tantangan seperti masalah manajemen kelembagaan, keterbatasan pemasaran, dan kebutuhan untuk pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan melalui pendidikan dan pelatihan tetap ada.

## SARAN

Berdasarkan analisis SWOT pada potensi eduwisata di Desa Wisata Belitar Sebrang dan dampak positifnya terhadap masyarakat, disarankan untuk fokus pada pengembangan program eduwisata yang terintegrasi dengan potensi lokal, khususnya pengolahan nira. Upaya ini perlu didukung oleh kolaborasi yang kuat antara pemerintah daerah, pengelola desa, dan masyarakat. Selain itu, penting untuk meningkatkan kapasitas sumber daya manusia melalui pelatihan dan pemberdayaan masyarakat, terutama generasi muda. Dalam rangka mengatasi tantangan yang ada, perlu dilakukan upaya yang lebih intensif dalam manajemen kelembagaan, pengembangan strategi pemasaran yang efektif, serta memastikan keberlanjutan program eduwisata melalui pendidikan dan pelatihan berkelanjutan

## DAFTAR PUSTAKA

- Amdhi Yul, F., Siska, J., Fitria, Y., Lestari, T., & Deana Putri, Y. (2023). *Peningkatan Mutu SDM Desa Belitar Sebrang Melalui Penerapan E-Tourism Menuju Obyek Wisata Internasional* (Vol. 4). [www.ejournal.unib.ac.id/index.php/abdireksa](http://www.ejournal.unib.ac.id/index.php/abdireksa)
- Ervizal Amzu. (2023). *Strategi Peningkatan Ekonomi Masyarakat Bangka Melalui Pemberdayaan Ekowisata Kelekak Aren* (pp. 640–643).
- Mahrizal, M. , J. J. J. , & A. A. (2023). Pengembangan Aneka Produk Hilir dari Biji Kakao untuk Meningkatkan Pengetahuan dan Pendapatan Masyarakat. Prima Abdika: Jurnal Pengabdian Masyarakat. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Pemanfaatan Gula Aren Original (AREO) Sebagai Bahan Olahan Produk Kuliner Lokal Dalam Pengembangan Kewirausahaan Masyarakat Desa Kekait Kabupaten Lombok Barat Oleh I Putu Gede 1) & I Ketut Purwata 2)

- 1,2 Sekolah Tinggi Pariwisata Mataram Email: 1  
iputugede@gmail.com &. (2019). *Open Journal Systems*,  
14(1). <http://ejurnal.binawakya.or.id/index.php/>
- Putra, D. A., Rullyanti, M., Diana, E., Mahdiansyah, V., & Martin,  
R. (2023). Pengembangan Deskripsi Destinasi Wisata Di  
Desa Wisata Belitar Seberang Berbasis Internasional. In  
*Jurnal Dehasen Untuk Negeri* (Vol. 2, Issue 2).
- Widya Darmayanti, P., Made Darma Oka, I., Sumadi, K., & Bagus  
Sugriwa Denpasar, G. (n.d.). *Edutourism menawarkan  
peluang belajar yang unik, memungkinkan wisatawan  
untuk mendapatkan pengetahuan tentang budaya lokal,  
sejarah, dan lingkungan.* .  
<http://ojs.uhnsugriwa.ac.id/index.php/parbud>
- Yoeti, O. A. (2008). *Perencanaan dan Pengembangan  
Pariwisata*. PT Pradnya Paramita.

## **AKSESIBILITAS**

# KONSEP ACCESSIBLE TOURISM PADA DESA WISATA

**Zendra Haris Prasetya**  
**Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si**  
**Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec**

**Universitas Padjadjaran**

## PENDAHULUAN

Keberlanjutan sebagai akar dari pariwisata berkelanjutan, dalam beberapa tahun kebelakang (2021-sekarang) seringkali disandingkan dengan inklusifitas beriringan dengan berkembangnya pariwisata inklusif ini menjadi paradigma baru. Pariwisata inklusif memungkinkan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk menikmati aktivitas pariwisata (Baramuli et al., 2021). Perhatian terhadap pariwisata inklusif juga menjadi bagian dari visi pariwisata ASEAN untuk menjadi wilayah “destinasi berkualitas”. Melalui ASEAN Framework on Sustainable Tourism Development, salah satu strategi untuk mencapai visi tersebut adalah dengan memastikan bahwa pariwisata ASEAN berkelanjutan dan inklusif (ASEAN, 2023).

Pariwisata inklusif merupakan bentuk pemenuhan hak setiap individu dalam berwisata, terutama bagi penyandang disabilitas. Pada penerapannya, pariwisata inklusif mendorong hadirnya sarana dan prasarana pariwisata yang dapat memudahkan akses bagi penyandang disabilitas (Baramuli et al., 2021). Sarana dan prasarana yang utama dalam konteks tersebut adalah aksesibilitas pariwisata. Beriringan dengan berkembangnya pariwisata inklusif, muncul konsep pariwisata yang disebut dengan *accessible tourism*. *Accessible tourism* adalah Upaya berkelanjutan untuk memastikan destinasi, produk, maupun layanan pariwisata dapat diakses oleh semua orang,

terlepas dari keterbatasan fisik, disabilitas, maupun usia (CBI, 2022). Upaya tersebut memungkinkan individu dengan disabilitas mental dan fisik untuk terlibat dalam aktivitas wisata (Kevin, 2024). Dari perspektif pemasaran, *accessible tourism* merupakan ceruk pasar yang sedang bertumbuh, diperkirakan potensi pasar penyandang disabilitas di Uni Eropa (UE) mencakup lebih dari 80 juta orang, dan bahkan mencapai 130 juta jika termasuk warga lanjut usia dan teman seperjalanan mereka (CBI, 2022).

Sebagai tren yang bertumbuh, *accessible tourism* masih belum dikaji sedalam topik-topik pariwisata lainnya (contoh: Pariwisata alternatif). Hasil pencarian pada basis data Scopus, hanya menampilkan 569 dokumen publikasi artikel terkait *accessible tourism*, sedangkan hasil pencarian topik pariwisata alternatif ditampilkan 2.080 dokumen publikasi artikel pada kurun waktu 5 tahun terakhir (2019-2024). Pembahasan *accessible tourism* menarik jika disandingkan dengan pariwisata alternatif, terutama pariwisata pedesaan yang sedang terus bertumbuh. Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata berkualitas dan pariwisata alternatif yang menonjolkan model “desa wisata” tentu perlu untuk mempertimbangkan *accessible tourism* dalam pengembangannya. Wisatawan dengan disabilitas memang merupakan ceruk pasar yang sedang bertumbuh, namun dibalik itu, wisatawan dengan disabilitas memiliki tantangan nyata dalam berwisata (CBI, 2022), yaitu:

1. Kurangnya informasi tentang fasilitas, layanan, penyewaan peralatan, dan objek wisata yang dapat diakses;
2. Layanan pemesanan dan situs web terkait yang tidak dapat diakses;
3. Staf profesional yang tidak terlatih yang mampu memberi informasi dan memberi saran tentang masalah aksesibilitas khusus;
4. Kurangnya bandara yang dapat diakses dan fasilitas serta layanan transfer;
5. Jalan dan layanan transportasi yang tidak dapat diakses;

6. Kurangnya kamar hotel, restoran, toko, toilet, dan tempat umum yang disesuaikan untuk disabilitas;
7. Kurangnya objek wisata dan layanan bebas hambatan (bagi disabilitas);
8. Ulasan tentang segmen wisata dan cerita untuk mendorong perjalanan mereka.

Tantangan yang ada bagi penyandang disabilitas, secara umum berkaitan dengan aksesibilitas dari aspek fisik maupun non fisik dari destinasi wisata. Jika dilihat dari perspektif pengembangan desa wisata, penyediaan komponen aksesibilitas bagi penyandang disabilitas dapat menghadirkan berbagai tantangan. Tantangan ini tentu berkaitan dengan proses pembangunan infrastruktur maupun proses pengembangan sumber daya manusia yang sesuai untuk *accessible tourism*, sedangkan desa wisata harus berpegang teguh dalam prinsip pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis masyarakat. Topik *accessible tourism* pada desa wisata menghadirkan beberapa pertanyaan yang perlu dijawab, diantaranya, apakah konsep *accessible tourism* relevan diterapkan pada desa wisata? Jika relevan, maka bagaimana *accessible tourism* dapat diterapkan pada pengembangan desa wisata?

Tulisan ini mengkaji literatur terkait *accessible tourism* dan penerapannya pada area wisata pedesaan. Literatur yang dikaji, dikumpulkan melalui basis data Scopus, dengan kata kunci pencarian "*accessible tourism*". Pencarian dibatasi dengan kategori dokumen hanya berupa artikel ilmiah yang terbit pada tahun 2019 sampai dengan 2024. Artikel berdasarkan tingkat relevansi pada sistem pencarian basis data Scopus. Artikel ilmiah terkait dengan penerapan *accessible tourism* di Indonesia khususnya pada desa wisata dihimpun melalui pencarian Google Scholar dengan kata kunci "Pengembangan *Accessible tourism* di desa wisata, artikel dipilih berdasarkan dengan kategori dan batasan pencarian yang sama pada basis data scopus sebelumnya. Melalui kajian literatur, tulisan ini diharapkan untuk dapat

mensintesis serta mendeskripsikan aspek-aspek *accessible tourism* yang relevan diterapkan pada desa wisata.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui pencarian dokumen pada basis data Scopus dan Google Scholar, terhimpun 6 artikel yang dapat di review. Artikel yang dihimpun dapat dijabarkan melalui tabel berikut ini:

**Tabel 1 Artikel Ilmiah yang dikaji**

<b>Penulis (Tahun)</b>	<b>Judul</b>	<b>Metodologi</b>	<b>Temuan</b>
Damiasih, et.al (2022)	<i>Comprehensive Analysis of Accessible Tourism and Its Case Study in Indonesia</i>	Kajian Literatur	Penelitian ini menyajikan beberapa temuan penting terkait pariwisata inklusif bagi penyandang disabilitas dan lansia di Indonesia. Namun demikian, terdapat kekurangan yang signifikan dalam hal fasilitas pariwisata yang memadai untuk memenuhi kebutuhan mereka. Akibatnya, mobilitas dan kenyamanan wisatawan dengan keterbatasan fisik menjadi sangat terbatas
Alves, et.al (2022)	<i>Benchmarking of Technological Platforms for Accessible Tourism: A Study Resulting in an Innovative Solution— Access@tour</i>	Penelitian Kualitatif	Penelitian ini menemukan kurangnya platform web pariwisata yang mengakomodasi kebutuhan khusus penyandang disabilitas. Platform Access@tour hadir sebagai solusi inovatif. Penelitian ini menyoroti pentingnya sistem informasi berbasis web untuk meningkatkan aksesibilitas pariwisata.
Sisto, et. al (2021)	<i>Sustainable and accessible tourism in</i>	Penelitian kualitatif	Penelitian ini menekankan pentingnya pendekatan

<b>Penulis (Tahun)</b>	<b>Judul</b>	<b>Metodologi</b>	<b>Temuan</b>
	<i>natural areas: a participatory approach</i>		partisipatif dalam menentukan spesifikasi untuk pariwisata inklusif. Keterlibatan pemangku kepentingan dalam proses ini dapat meningkatkan kesadaran akan kebutuhan bersama dan menghasilkan pedoman yang efektif untuk meningkatkan aksesibilitas di area alam.
Kevin Fuchs (2023)	<i>The Barriers to Accessible Tourism in Phuket: Toward an Exploratory Framework with Implications for Tourism Planning</i>	Penelitian Kualitatif	Penelitian ini mengidentifikasi lima tema utama terkait aksesibilitas penyandang disabilitas di Phuket: fasilitas bandara, akomodasi, transportasi, kegiatan rekreasi, dan layanan kesehatan. Temuan-temuan ini menyoroti hambatan utama yang menghambat keterlibatan Phuket dalam pariwisata inklusif.
Suksmawati, Nuryananda, Rahmatin. (2024)	<i>Local Community Awareness in Inclusive Tourism Development in Tegaren Village, Trenggalek</i>	Penelitian Kualitatif	Penelitian ini menguraikan beberapa hasil utama terkait pengembangan pariwisata inklusif di Desa Tegaren. Desa Tegaren telah menjalin kemitraan dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal, termasuk universitas dan LSM, untuk meningkatkan pengembangan pariwisata. Selain itu, desa ini telah berkolaborasi untuk menciptakan tur virtual dan merencanakan perbaikan infrastruktur untuk

<b>Penulis (Tahun)</b>	<b>Judul</b>	<b>Metodologi</b>	<b>Temuan</b>
			mendukung pariwisata inklusif.
Agustin (2023)	<i>Implementasi Ratifikasi CRPD Dalam Bidang Pariwisata Di Yogyakarta</i>	Penelitian Kualitatif	Penelitian ini membahas implementasi Konvensi tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas (CRPD) dalam sektor pariwisata di Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemerintah daerah telah menciptakan peraturan untuk mendukung hak-hak penyandang disabilitas dalam pariwisata. Selain itu, telah terjadi peningkatan fasilitas umum dan upaya untuk mempromosikan kegiatan budaya dan pariwisata yang inklusif.

Artikel yang telah dihimpun tentang pariwisata inklusif menyoroti kebutuhan mendesak akan inklusivitas di sektor pariwisata. Subtopik yang dibahas dalam artikel - artikel ini menggarisbawahi berbagai tantangan yang dihadapi oleh individu - individu dengan disabilitas, wisatawan lanjut usia, dan kelompok-kelompok marginal dalam mengakses pengalaman pariwisata(CBI, 2022). Dari identifikasi hambatan dalam *accessible tourism* di Phuket(Fuchs, 2023) hingga pengembangan platform inovatif seperti Access@tour (Alves et al., 2022), penelitian ini menekankan pentingnya kolaborasi di antara para pemangku kepentingan, termasuk komunitas lokal, lembaga pendidikan, dan agen-agen penyedia layanan pariwisata (Suksmawati et al., 2024). Selain itu, pendekatan partisipatif yang diadvokasi dalam penelitian yang melibatkan area-area alam, seperti Taman Nasional Gargano, menggambarkan perlunya

keterlibatan para pemangku kepentingan dalam menciptakan pedoman pariwisata inklusif (Sisto et al., 2022). Implementasi kerangka kerja seperti Konvensi tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas (CRPD) di Yogyakarta menunjukkan komitmen untuk menciptakan lingkungan inklusif yang memenuhi kebutuhan semua wisatawan (Agustin et al., 2023). Secara keseluruhan, temuan-temuan ini menegaskan pentingnya upaya terkoordinasi untuk meningkatkan aksesibilitas, memastikan bahwa pariwisata merupakan pengalaman yang ramah dan menyenangkan bagi semua orang, terlepas dari kemampuan fisik mereka.

### **A. Accessible Tourism**

*Accessible tourism* merupakan perkembangan penting dalam industri pariwisata, yang memperjuangkan hak-hak dan inklusi individu dengan disabilitas dan lansia (Damiasih et al., 2022) dalam pengalaman perjalanan. Berbagai definisi dan perspektif yang diberikan oleh para peneliti menggarisbawahi komitmen bersama (Suksmawati et al., 2024) untuk menghapus hambatan baik dari aspek fisik, sosial, atau informasional (Alves et al., 2022) yang menghambat akses yang adil terhadap kegiatan pariwisata. *Accessible tourism* dipertimbangkan sebagai bagian dari pariwisata inklusif yang merupakan integral dari pariwisata berkelanjutan.

### **B. Aspek-Aspek Accessible Tourism**

Untuk mendorong praktik pariwisata inklusif, *accessible tourism* mencakup berbagai aspek. Aspek dalam *accessible tourism* berdasarkan pada keenam artikel yang dikaji meliputi: aksesibilitas fisik (fasilitas, transportasi, dan infrastruktur yang mudah diakses) (Damiasih et al., 2022) (Suksmawati et al., 2024); aksesibilitas informasi (ketersediaan informasi yang jelas dan mudah dipahami) (Alves et al., 2022); kualitas layanan (perlakuan yang ramah dan pelayanan yang memenuhi kebutuhan khusus) (Damiasih et al., 2022); kompetensi penyedia layanan (kemampuan penyedia layanan untuk memahami dan melayani

wisatawan disabilitas); solusi teknologi (platform teknologi yang disesuaikan) (Fuchs, 2023); inklusi sosial (lingkungan yang bebas diskriminasi dan mendorong partisipasi semua orang) (Agustin et al., 2023); kolaborasi *stakeholder* (Sisto et al., 2022); serta dukungan kebijakan (regulasi yang melindungi hak-hak penyandang disabilitas) (Sisto et al., 2022).

Meskipun terdapat kesamaan dalam memahami konsep *accessible tourism*, kajian mendalam terhadap enam artikel ilmiah mengungkapkan adanya kesamaan dan perbedaan dalam pemahaman dan pengukuran dimensi *accessible tourism*. Secara umum, studi-studi ini sepakat bahwa aksesibilitas fisik, informasi, dan sosial merupakan pilar utama dalam mewujudkan pariwisata yang inklusif. Namun, terdapat variasi dalam penekanan pada dimensi-dimensi tertentu, seperti aksesibilitas teknologi, kebijakan, dan lingkungan. Perbedaan ini mencerminkan keragaman konteks dan perspektif dalam kajian *accessible tourism*.

Melalui irisan serta perbedaan yang dijelaskan sebelumnya, dapat dirumuskan aspek-aspek utama *accessible tourism* yang terdiri atas aspek utama, dan aspek penunjang. Aspek utama dalam *accessible tourism* diantaranya:

1. Aksesibilitas Fisik:
  - Fasilitas: Penyediaan fasilitas yang mendukung mobilitas dan kenyamanan bagi penyandang disabilitas dan lansia, seperti ramp, toilet khusus, kursi roda, alat bantu komunikasi, dan layanan khusus untuk penyandang disabilitas.
  - Infrastruktur: Jaringan transportasi dan jalan yang dapat diakses oleh semua individu, termasuk penyandang disabilitas.
2. Aksesibilitas Informasi & Komunikasi:
  - Ketersediaan Informasi: Penyediaan informasi yang jelas, mudah dipahami, dan dapat diakses oleh semua individu, termasuk melalui berbagai media.

- Bahasa Isyarat dan Teks Alternatif: Penggunaan bahasa isyarat dan teks alternatif untuk memudahkan akses informasi bagi penyandang disabilitas visual dan pendengaran.
3. Aksesibilitas Produk dan Layanan:
    - Diversitas produk wisata: Penyediaan berbagai produk dan layanan wisata yang telah disesuaikan secara inklusif.
    - Personalisasi Pelayanan: Penyesuaian pelayanan sesuai dengan kebutuhan individu.
  4. Aksesibilitas Lingkungan:
    - Kebersihan dan Keselamatan: Kebersihan, sistem keselamatan, serta lingkungan bebas hambatan bagi wisatawan disabilitas & lansia.
  5. Inklusivitas Sosial:
    - Inklusivitas: Penciptaan lingkungan yang inklusif dan ramah bagi semua individu, tanpa diskriminasi berdasarkan jenis kelamin, usia, atau disabilitas.
    - Interaksi Sosial: Peningkatan interaksi sosial antara penyandang disabilitas dengan masyarakat lokal dan wisatawan lainnya.
  6. Penyesuaian Teknologi:
    - Platform Digital: Pengembangan platform digital yang dapat diakses oleh semua individu, termasuk penyandang disabilitas.
    - Aplikasi Pendukung: Penggunaan aplikasi pendukung untuk memudahkan akses informasi dan layanan wisata.
  7. Kebijakan dan Regulasi:
    - Kerangka Hukum: Penguatan kerangka hukum yang mendukung aksesibilitas dalam sektor pariwisata.
    - Pelaksanaan Kebijakan: Pelaksanaan kebijakan yang efektif untuk memastikan aksesibilitas dalam semua aspek pariwisata.

Aspek pendukung dalam *accessible tourism* diantaranya:

1. Keterlibatan Masyarakat: Peningkatan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata yang inklusif.

2. Pelatihan dan Pendidikan: Pelatihan dan pendidikan bagi pelaku industri pariwisata untuk memahami kebutuhan dan tantangan penyandang disabilitas.
3. Kerjasama Antar Pihak: Penguatan kerjasama antara seluruh pemangku kepentingan
4. Penyesuaian Teknologi: Pengembangan platform digital dan teknologi yang dapat diakses oleh semua individu, termasuk penyandang disabilitas.
5. Kebijakan dan Regulasi: Penguatan kerangka hukum dan kebijakan yang mendukung inklusivitas aksesibilitas dalam sektor pariwisata.

Hasil sintesis ini menunjukkan bahwa *accessible tourism* merupakan konsep yang multidimensional dan melibatkan berbagai aspek, mulai dari fisik, informasi, sosial, hingga kebijakan. Implementasi *accessible tourism* yang sukses membutuhkan komitmen dari berbagai pihak, termasuk pemerintah, pelaku bisnis, masyarakat, dan penyandang disabilitas itu sendiri. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi lebih inklusif dan memberikan manfaat bagi semua.

### **C. Implementasi Konsep Accessible Tourism pada Area Pedesaan**

Implementasi *accessible tourism* di desa wisata merupakan langkah penting untuk memastikan bahwa semua wisatawan, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan, dapat menikmati keindahan dan kekayaan budaya yang ditawarkan oleh desa. Berdasarkan pada studi kasus Tegaren (Suksmawati et al., 2024) dan penjabaran aspek *accessible tourism* sebelumnya, beberapa aspek kunci perlu diperhatikan dalam penerapannya:

- Keterlibatan Masyarakat: Keterlibatan aktif masyarakat desa dalam setiap tahap pengembangan *accessible tourism* sangat krusial (Suksmawati et al., 2024). Melalui partisipasi aktif ini, kebutuhan dan aspirasi masyarakat, termasuk penyandang disabilitas (ACCESS-IT, 2020), dapat terakomodasi secara optimal. Selain itu, partisipasi

masyarakat juga dapat meningkatkan rasa memiliki dan keberlanjutan program.

- Pemanfaatan Aset Lokal: Desa wisata memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata inklusif dengan memanfaatkan aset lokal yang ada. Ini bisa berupa keindahan alam, warisan budaya, produk kerajinan tangan, atau keahlian masyarakat setempat. Dengan cara ini, *accessible tourism* tidak hanya memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat, tetapi juga melestarikan keunikan dan kekhasan desa.
- Teknologi Digital (Suksmawati et al., 2024): Penggunaan teknologi digital seperti *virtual tour* dapat membuka aksesibilitas bagi wisatawan yang memiliki keterbatasan mobilitas. Selain itu, platform digital juga dapat digunakan untuk mempromosikan desa wisata dan memberikan informasi yang mudah diakses bagi semua pengunjung.
- Kesadaran dan Pendidikan: Peningkatan kesadaran dan pemahaman tentang *accessible tourism* di kalangan masyarakat desa sangat penting (ACCESS-IT, 2020). Melalui program pendidikan dan pelatihan, masyarakat dapat memahami pentingnya inklusivitas dan cara untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi semua pengunjung.
- Kemitraan: Kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan seperti pemerintah, pelaku usaha, masyarakat, dan organisasi non-pemerintah sangat penting untuk memastikan keberhasilan implementasi *accessible tourism*. Kemitraan ini memungkinkan adanya pertukaran sumber daya, pengetahuan, dan dukungan untuk mencapai tujuan bersama (ACCESS-IT, 2020).

#### **D. Tantangan dan Solusi**

Meskipun potensi *accessible tourism* di desa wisata sangat besar, terdapat beberapa tantangan yang perlu diatasi, antara lain:

- Infrastruktur: Banyak desa wisata di Indonesia masih memiliki keterbatasan infrastruktur, seperti jalan yang

rusak, kurangnya fasilitas umum yang ramah disabilitas, dan keterbatasan akses transportasi.

- Sumber Daya: Terbatasnya sumber daya manusia dan finansial dapat menghambat upaya pengembangan *accessible tourism*.
- Kurangnya Kesadaran: Kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya inklusivitas dapat menjadi hambatan dalam implementasi *accessible tourism*.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, beberapa solusi dapat dipertimbangkan:

- Pengembangan Infrastruktur Bertahap: Prioritaskan pengembangan infrastruktur yang paling penting untuk aksesibilitas, seperti jalan utama, tempat parkir, dan fasilitas umum (ACCESS-IT, 2020).
- Pemanfaatan Teknologi Sederhana: Gunakan teknologi yang sederhana dan mudah diakses (Tomej & Liburd, 2020), seperti peta digital yang menunjukkan lokasi fasilitas yang ramah disabilitas.
- Peningkatan Kapasitas Masyarakat: Melalui pelatihan dan pendidikan, tingkatkan kapasitas masyarakat dalam memahami dan menerapkan prinsip-prinsip *accessible tourism*.
- Kerjasama dengan Pemerintah: Dapatkan dukungan dari pemerintah melalui kebijakan dan program yang mendukung pengembangan *accessible tourism* di desa wisata.

## SIMPULAN

*Accessible tourism* di desa wisata bukanlah sekadar tren, melainkan sebuah transformasi yang diperlukan untuk mewujudkan pariwisata yang lebih adil dan berkelanjutan. Dengan melibatkan masyarakat, memanfaatkan teknologi, dan mengatasi tantangan infrastruktur, desa wisata dapat menjadi

destinasi yang ramah bagi semua. Melalui kolaborasi yang kuat antara pemerintah, pelaku bisnis, dan masyarakat, kita dapat menciptakan lingkungan yang inklusif dan memberdayakan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di daerah pedesaan. Pemerintah perlu mengambil peran aktif dalam mendukung pengembangan *accessible tourism* melalui kebijakan yang tepat, seperti penyediaan insentif, peningkatan kapasitas, dan standarisasi.

Sebagai topik baru *accessible tourism* pada desa wisata, masih banyak ruang untuk penelitian lebih lanjut, terutama dalam mengukur dampak, mengembangkan model bisnis, dan mengeksplorasi peran teknologi. Dengan demikian, *accessible tourism* tidak hanya dapat menghadirkan pariwisata yang inklusif, namun juga berkontribusi pada pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- ACCESS-IT. (2020). *ACCESS-IT Innovation for Accessible Tourism in Natural and Rural Areas: How to develop a truly accessible tourism offer and meet demand*. <http://accessitpro.eu/wp-content/uploads/IO3-3-en-LAST.pdf>
- Agustin, V. M., Subandi, Y., Wiratma, H. D., & Nurgiyanti, T. (2023). IMPLEMENTASI RATIFIKASI CRPD DALAM BIDANG PARIWISATA DI YOGYAKARTA (Studi Kasus: Walking-Walking Tour Organizer). *ARMADA: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(6), 422–432. <https://doi.org/10.55681/armada.v1i6.552>
- Alves, J., Teixeira, P., Eusébio, C., & Teixeira, L. (2022). Benchmarking of Technological Platforms for Accessible Tourism: A Study Resulting in an Innovative Solution—Access@tour. *Applied Sciences (Switzerland)*, 12(8). <https://doi.org/10.3390/app12083963>

- ASEAN. (2023). *ASEAN Framework on Sustainable Tourism Development (Summary)*. [https://asean.org/wp-content/uploads/2023/01/Executive-Summary\\_ASEAN-Framework-on-Sustainable-Tourism-Development.pdf](https://asean.org/wp-content/uploads/2023/01/Executive-Summary_ASEAN-Framework-on-Sustainable-Tourism-Development.pdf)
- Baramuli, E., Darwin, M., & Susilastuti, D. H. (2021). *Membangun Malioboro Sebagai Kawasan Pariwisata Yang Memenuhi Hak Inklusi Bagi Penyandang Disabilitas*.
- CBI. (2022). *The European market potential for accessible tourism*. <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/accessible-tourism/market-potential>
- Damiasih, Palestho, A., Raka, A. A. G., Kurniawan, H., Pebriani, P., Suhendroyono, Gunawarman, A. A. G., & Maulidimas, P. (2022). Comprehensive Analysis of Accessible Tourism and Its Case Study in Indonesia. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(4), 995–1015. <https://doi.org/10.14505/jemt>
- Fuchs, K. (2023). The Barriers to Accessible Tourism in Phuket: Toward an Exploratory Framework with Implications for Tourism Planning. *Tourism*, 71(4), 798–805. <https://doi.org/10.37741/t.71.4.10>
- Kevin, F. (2024). An Importance-Performance Analysis of Accessible Tourism: A Tourist and Resident Perspective with Empirical Insights from Phuket. *Journal of Environmental Management and Tou*, 15(2), 107–118. <https://doi.org/10.14505/jemt>
- Sisto, R., Cappelletti, G. M., Bianchi, P., & Sica, E. (2022). Sustainable and accessible tourism in natural areas: a participatory approach. *Current Issues in Tourism*, 25(8), 1307–1324. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1920002>
- Suksmawati, H., Nuryananda, P. F., & Rahmatin, L. S. (2024). *Local community awareness in inclusive tourism development in Tegaren Village, Trenggalek*. 8th International Seminar of Research Month 2023. 52–58. <https://doi.org/10.11594/nstp.2024.4111>

Tomej, K., & Liburd, J. J. (2020). Sustainable accessibility in rural destinations: a public transport network approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(2), 129–146. <https://doi.org/10.1080/09669582.2019.1607359>

# **PENGEMBANGAN ATRAKSI WISATA DALAM MENINGKATKAN AKSESIBILITAS DI PASAR KAGET CIWARU WETAN, KECAMATAN CILENGKRANG**

**Taqiy Gusdi Baitulloh**

**Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum**

**Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T**

**Dr. Evi Novianti S.Sos., M.Si**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata merupakan salah satu sektor yang menjadi perhatian utama saat ini di Indonesia. Salah satu jenis kepariwisataan yang menjadi perhatian utama yakni pengembangan desa wisata. Salah satu desa yang dikembangkan menjadi desa wisata yakni Desa Cilengkrang, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung. Desa ini masuk kedalam rencana pengembangan desa wisata berdasarkan Keputusan Bupati No. 556/Kep. 770-Disbudpar/2022. Desa Wisata sendiri dapat dikatakan sebagai suatu wilayah pedesaan dengan keunikan yang ada di pedesaan tersebut yang dibentuk sedemikian rupa agar menjadi tujuan wisata dengan nilai keaslian sosial, adat istiadat, arsitektur serta hal lainnya yang ada di wilayah tersebut (Setiawati & Aji, 2020).

Pengembangan pariwisata sendiri dapat dilihat dari berbagai macam sudut seperti sudut amenities, atraksi, akomodasi, dan sudut-sudut lainnya termasuk pada sudut aksesibilitas. Dalam pengembangan daya tarik wisata maupun atraksi wisata, salah satu unsur penting yang perlu diperhatikan yakni unsur aksesibilitas. Aksesibilitas sendiri merupakan suatu ukuran kenyamanan maupun kemudahan dalam cara lokasi tata guna lahan saling

berinteraksi antara satu dengan yang lain, selain itu juga mudah atau susahya lokasi tersebut dicatat dalam suatu sistem jaringan transportasi (Rahantoknam et al., 2015). Aksesibilitas merupakan alat yang mengukur potensi dalam perjalanan, selain dari jumlah perjalanan. Ukuran tersebut menggabungkan antara sebaran geografis tata guna lahan serta kualitas dari sistem jaringan transportasi yang menghubungkan satu tempat dengan tempat yang lainnya (Tamin, 2000).

Pengembangan aksesibilitas menjadi penting sebagai menunjang operasional dari atraksi wisata, serta kegiatan-kegiatan dari atraksi wisata yang akan meningkatkan nilai serta memberikan pengalaman-pengalaman yang baik bagi pengunjung yang datang ke atraksi wisata tersebut.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Data Eksisting

#### a. Luas Kawasan

Lahan terletak di Desa Cilengkrang, Kecamatan Cilengkrang, Kabupaten Bandung, Jawa Barat dengan luasan  $\pm$  3,676.43 meter persegi.

Batas-batas kawasan mulai dari utara yakni Lapangan Gobi *Mini Soccer*, selatan yakni Angkringan Teh Rani, timur yakni kebun, dan barat yakni tanah carik desa.

#### b. Regulasi

- Peraturan Daerah Kabupaten Bandung Nomor 27 Tahun 2016 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Tahun 2016 – 2036.

Kecamatan Cilengkrang berfungsi sebagai perdagangan dan jasa, wisata alam, industri, agroindustri, perumahan, permukiman, pertanian, perkebunan dan kehutanan berdasar dari Pasal 13 ayat d. Pada Pasal 14 huruf h, dijelaskan bahwa WP Cilengkrang-Cimemyan dengan pusat PPK Cilengkrang dan Cimemyan. Fungsi dari WP Cilengkrang-Cimemyan sendiri berfungsi sebagai kawasan jasa dan perdagangan,

pertanian, perumahan, pemukiman, pariwisata dan konservasi. Kawasan peruntukan pariwisata sendiri masuk kedalam rencana kawasan budidaya pada Pasal 35 ayat 3 yang merujuk pada Pasal 35 ayat 1.

- Keputusan Bupati Bandung No. 556/Kep.770-Disbudpar/2022 Tentang Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung.

Dalam Peraturan ini Desa Cilengkrang masuk kedalam pengembangan desa wisata, dimana Desa Cilengkrang sendiri masuk kedalam desa wisata rintisan.

#### **c. Sarana Prasarana Eksisting**

Pada lahan tersebut terdapat beberapa sarana dan prasarana yang sudah ada seperti toilet yang menyediakan fasilitas sanitasi bagi pengunjung.

#### **d. Potensi Pariwisata**

Pada Pasar Kaget Ciwaru Wetan, aktivitas yang terjadi yakni aktivitas berbelanja. Hal tersebut dapat didukung dengan fasilitas-fasilitas lain yang ada disekitar seperti perpustakaan Desa Cilengkrang yang dapat sebagai aktivitas bersantai atau membaca buku. Penataan kawasan yang difokuskan dalam peningkatan aksesibilitas dapat memberikan kemudahan bagi wisatawan yang ingin melaksanakan aktivitas terkait di Pasar Kaget Ciwaru Wetan. Dengan hal ini diharapkan dapat meningkatkan pengalaman pengunjung selama berada di kawasan Pasar Kaget Ciwaru Wetan.

Pasar Kaget Ciwaru Wetan memiliki fungsi utama sebagai pasar tradisional yang digunakan oleh masyarakat dalam membeli kebutuhan-kebutuhan yang diperlukan. Namun, Pasar Kaget Ciwaru Wetan memiliki potensi yang unik bila dikembangkan lebih lanjut sebagai pasar tradisional bila ditata dengan lebih baik. Hal tersebut terlihat dari lanskap yang dimiliki di Pasar Kaget Ciwaru yang langsung berhadapan dengan Kota Bandung. Dengan pengembangan Pasar Kaget Ciwaru ini diharapkan dapat menarik bukan hanya masyarakat lokal, tetapi wisatawan atau pelancong yang datang dengan minat menikmati suasana desa.

## **Perencanaan Wilayah Atraksi Wisata**

### **a. Pengelola dan Pengguna Kawasan**

Pengelola atraksi wisata secara langsung yakni masyarakat sekitar Desa Cilengkrang, Kelompok Pasar Kaget Ciwaru Wetan, serta Pemerintah Desa Cilengkrang. Dalam perancangan, terdapat *booth-booth* untuk berjualan yang dapat digunakan oleh masyarakat secara langsung serta sebagai atraksi wisata utama bagi masyarakat maupun wisatawan atau pelancong yang datang ke Pasar Kaget Ciwaru. Tanah yang digunakan merupakan tanah sekitar Kantor Desa Cilengkrang sehingga pihak kantor desa dapat bekerjasama langsung dengan Kelompok Pasar Kaget Ciwaru dalam melakukan operasional terkait dengan Pengelolaan Pasar Kaget Ciwaru Wetan.

Pengelola dapat melakukan perawatan terkait fasilitas-fasilitas yang ada, terdapat area yang dapat digunakan sebagai area perawatan yang diperuntukan untuk mempermudah pengelola dalam melakukan perawatan serta kegiatan operasional pasar. Selain itu, beberapa bangunan di sekitar kantor desa dapat digunakan sebagai area kegiatan pengelolaan Pasar Kaget Ciwaru Wetan bila diperlukan.

Pengguna dapat dikatakan sebagai pengunjung yang datang, bukan hanya masyarakat lokal tetapi wisatawan dan pelancong. Fasilitas-fasilitas yang disediakan berfungsi untuk pengguna maupun pengelola dalam interaksi secara langsung di Pasar Kaget Ciwaru Wetan.

### **b. Zonasi pada Area**

Zonasi area terbagi menjadi empat area, yakni area pasar tradisional, area parkir, area fasilitas umum, area Kantor dan GOR Desa Cilengkrang. Area pasar tradisional merupakan area utama untuk memfasilitasi pengunjung yang datang, hal tersebut didukung dengan area-area lainnya yang saling berkesinambungan. Masing-masing area saling terhubung untuk mempermudah akses bagi pengunjung maupun pengguna.

### **c. Perbaikan Infrastruktur Sarana dan Prasarana**

Saat ini kondisi dilapangan menunjukkan tidak adanya infrastruktur pedestrian sekitar jalan utama yang secara tidak langsung maupun langsung dapat membahayakan pejalan kaki di sekitar. Sehingga diperlukan adanya pengembangan infrastruktur pedestrian, salah satunya yakni trotoar. Salah satu solusi yang diusulkan yakni pengembangan trotoar pada sisi jalan memanfaatkan ruang yang ada tanpa merubah struktur eksisting jalan. Bahan yang digunakan untuk pengembangan trotoar yakni *paving block*, dimana penggunaan *paving block* tidak hanya meningkatkan kenyamanan dan aksesibilitas jalan, tetapi juga berperan penting dalam menjaga keseimbangan alam. Hal tersebut karena sifat dari *paving block* yang memungkinkan infiltrasi air hujan kedalam tanah, lalu mengurangi limpasan permukaan, serta mengurangi resiko erosi tanah (Benson & Bradshaw, 2011).

Selain dari pengembangan trotoar, perlu juga pengembangan infrastruktur pedestrian lain. Salah satunya yakni pengembangan *zebra cross*. Pengembangan *zebra cross* dapat meningkatkan keamanan dan kenyamanan pedestrian untuk menyebrang jalan.

Pengembangan trotoar sebagai infrastruktur pedestrian perlu mengakomodir pejalan kaki dengan berkebutuhan khusus, sehingga dikembangkan *guiding block*. *Guiding block* sendiri dirancang agar memenuhi kebutuhan pengguna jalan yang memiliki keterbatasan atau disabilitas penglihatan, hal tersebut diperuntukan untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan penyandang keterbatasan tersebut ketika melakukan mobilitas dari satu tempat ke tempat yang lain. Penerapan pedestrian yang ramah disabilitas tersebut bertujuan untuk menciptakan lingkungan inklusif serta mendukung mobilitas semua lapisan masyarakat. Berdasar dari hal-hal diatas, diperlukan adanya pengembangan infrastruktur jalan pedestrian yang ramah pengguna sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan keberlanjutan lingkungan di area Pasar Kaget Ciwaru Wetan.

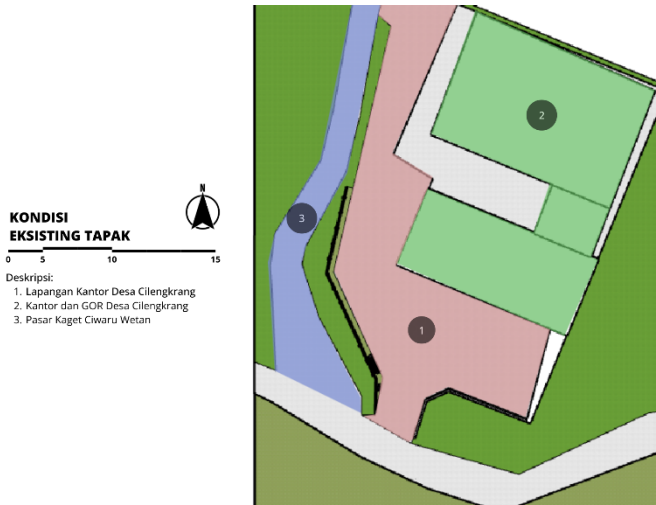
#### **d. Rencana Penataan Pasar**

Jalan eksisting pada tapak memiliki lebar 4,5 meter hingga 6 meter atau lebih. Lajur jalan dapat mengakomodasi dua mobil. Namun, ketika dilaksanakannya Pasar Kaget Ciwaru Wetan kondisi jalan penuh sehingga tidak dapat digunakan sebagai jalan normal. Hal tersebut karena Jalan Ciwaru sebagai lokasi utama pelaksanaan pasar kaget. Kondisi ini menimbulkan tantangan terutama dalam efisiensi jalan serta keamanan lalu lintas di dalam area. Sehingga diperlukan adanya penataan ulang alur kendaraan dalam peningkatan kenyamanan serta keamanan untuk pengguna atau pengelola. Salah satu langkah yang diusulkan oleh peneliti yakni menata ulang Pasar Kaget Ciwaru Wetan agar tidak menutupi jalan sehingga dapat digunakan sebagai jalan normal. Selain itu ditambahkan jalur *service* serta area *service*.

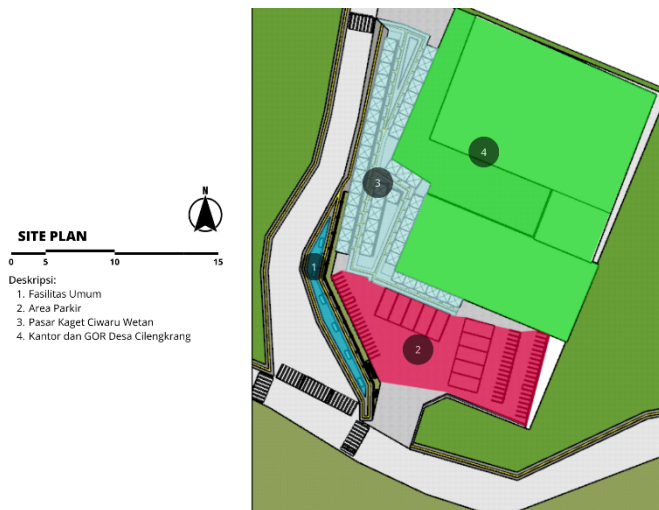
Penataan pasar sendiri dirancang khusus untuk peningkatan mobilitas pengguna maupun pengelola dalam kegiatan Pasar Kaget Ciwaru Wetan. Di Dalam pasar terdapat sekitar 50 *stand* yang dibangun secara non-permanen agar tidak merubah lanskap yang ada di sekitar Kantor Desa Cilengkrang. Selain itu dikembangkan *guiding block* di sekitar pasar untuk mengakomodasi pengguna dengan berkebutuhan khusus di sekitar pasar.

Dalam penataan pasar, dikembangkan 2 tipe parkir yakni untuk kendaraan roda dua dan untuk kendaraan roda empat. Terdapat 3 bagian untuk roda dua dengan kapasitas masing-masing bagian mulai dari 15 hingga 20 kendaraan roda dua. Lalu untuk kendaraan roda empat, terdapat 2 bagian dengan masing-masing bagian berjumlah 5 buah kendaraan.

Penataan pasar dilakukan tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dasar pengguna, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik kawasan Pasar Kaget Ciwaru Wetan sebagai destinasi yang aman serta nyaman untuk pengguna maupun untuk pengelola. Diharapkan pengembangan yang dilaksanakan dapat mendukung pengembangan pariwisata dengan prinsip berkelanjutan dan berkontribusi positif untuk perekonomian yang ada di Desa Cilengkrang.



Gambar 1. Kondisi Eksisting Tapak  
 Sumber: Olahan Peneliti, 2024



Gambar 2. *Site Plan*  
 Sumber: Olahan Peneliti, 2024

## SIMPULAN

Hasil penelitian yang dilakukan dalam pengembangan aksesibilitas pada Pasar Kaget Ciwaru Wetan dapat memenuhi kebutuhan pengguna maupun kebutuhan pengelola yang ada. Hal tersebut melihat fungsi dari pasar serta potensi yang ada pada Pasar Kaget Ciwaru Wetan. Penggunaan lahan Kantor Desa Cilengkrang dapat meningkatkan aksesibilitas pada Pasar Kaget Ciwaru Wetan, hal tersebut dengan kembalinya fungsi jalan pada saat pelaksanaan kegiatan pasar kaget. Namun, penggunaan lahan Kantor Desa Cilengkrang perlu ada koordinasi antar pemegang kepentingan seperti antara Pemerintah Kantor Desa, Kelompok Pasar Ciwaru Wetan, dan masyarakat sekitar.

### DAFTAR PUSTAKA

- Benson, C. H., & Bradshaw, S. (2011). *User Guideline for Foundry Sand in Green Infrastructure Construction*. Madison: University of Wisconsin-Madison.
- Kabu, M. (2019). Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Aksesibilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Wisata ke Desa Boti Kabupaten Timor Tengah Selatan. *Jurnal Tourism Vol. 02 No.1*, 24-31.
- Marka Jalan, 34 (Menteri Perhubungan Republik Indonesia den 4 September 2014).
- Neufert, E. (2002). *Data Arsitek*. Jakarta: Erlangga.
- Pedoman Perencanaan Teknis Fasilitas Pejalan Kaki, 18/SE/Db/2023 (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat Direktorat Jenderal Bina Marga den 16 Mei 2023).
- Pedoman Teknis Fasilitas dan Aksesibilitas Pada Bangunan Gedung dan Lingkungan, 30.PRT/M/2006 (Menteri Pekerjaan Umum den 1 Desember 2006).
- Pedoman Teknis Penyelenggaraan Fasilitas Parkir, 272/HK.105/DRJD/96 (Departemen Perhubungan Direktorat Jenderal Perhubungan Darat den 8 April 1996).

- Penetapan Desa Wisata di Wilayah Kabupaten Bandung, 556/Kep.770-Disbudpar/2022 (Bupati Bandung den 14 Desember 2022).
- Rahantoknam, S., Tondobala, L., & Tarore, R. (2015). Pemanfaatan Ruang Para Pedagang di Pasar Tradisional Bahu, Manado dan Pengaruhnya terhadap Kondisi Aksesibilitas Kawasan. *Spasial Vol. 2 No. 3*, 131-141.
- Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Bandung Tahun 2016-2036, 27 (Bupati Bandung den 30 Desember 2016).
- Setiawati, R., & Aji, P. (2020). Implementasi Sapta Pesona Sebagai Upaya Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan Vol. 2, No. 6*, 142.
- Tamin, O. (200). *Perencanaan dan Pemodelan Transportasi* (2 uppl.). Bandung: Penerbit ITB.
- Tata Cara Perencanaan Fasilitas Pejalan Kaki di Kawasan Perkotaan, 011/T/Bt/1995 (Departemen Pekerjaan Umum Juni 1995).
- Tyastri, D. R., & Setyowati, E. (2020). Studi Besaran Ruang dan Rasio Parkir pada Bangunan MALL. *IMAJI Vol.9 No.6*, 701-710.

# **KONSEP AKSESIBILITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Ayang Khairunnisa, M. Par.**

**Institut Seni Indonesia Padang Panjang**

## **PENDAHULUAN**

Aksesibilitas dalam konteks pariwisata dapat didefinisikan sebagai kemudahan dalam menjangkau suatu destinasi maupun suatu daya tarik wisata yang ditunjang dengan ketersediaan dan kualitas moda transportasi, jalan, fasilitas seperti toilet dan air minum, serta waktu operasional dan biaya masuk suatu daya tarik wisata (AlKahtani et al., 2015). Sedangkan (Nabila & Widiyastuti, 2018) menerangkan bahwa aksesibilitas diartikan sebagai suatu kemudahan untuk mencapai suatu destinasi pariwisata maupun daya tarik wisata, yang berkaitan dengan kenyamanan, keamanan, dan waktu tempuh. Aksesibilitas merupakan suatu tolak ukur untuk menilai mudah atau tidaknya suatu kawasan untuk di jangkau (Riwukore et al., 2021). Dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa akses adalah suatu kemudahan dalam proses menuju suatu tempat atau tujuan wisata yang diiringi dengan kualitas keamanan dan kenyamanan.

Aksesibilitas dalam pariwisata sejatinya merupakan suatu kesatuan dalam kehidupan masyarakat sehari-hari. Apabila akses untuk pemenuhan kebutuhan hidup masyarakat pada suatu daerah sudah terpenuhi dengan kualitas terbaik, maka hal tersebut juga akan memberikan dampak positif pada akses wisata serta begitupun sebaliknya.



**Gambar 1.** Aksesibilitas di Singapura  
Sumber: Visit Singapore

Pemenuhan aksesibilitas dalam kehidupan masyarakat Singapura dapat dijadikan sebagai salah satu gambaran bahwa ketika akses untuk kebutuhan dasar sudah terpenuhi, akses untuk kepentingan pariwisata juga akan terpenuhi. Masyarakat Singapura menggunakan akses yang sama dengan wisatawan yang berkunjung ke negara tersebut serta tidak ada ketimpangan antara masyarakat lokal dengan wisatawan.

Pemenuhan aspek aksesibilitas adalah bentuk dorongan untuk menciptakan pariwisata berkelanjutan. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Indonesia mendefinisikan pariwisata berkelanjutan sebagai aktivitas pariwisata yang dapat memberikan dampak positif untuk jangka panjang terhadap aspek ekonomi, budaya dan lingkungan. Dampak positif yang diharapkan untuk keberlanjutan 3 (tiga) aspek tersebut akan terwujud apabila aksesibilitas pariwisata pada suatu kawasan sudah mumpuni dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dan wisatawan.

Peran dan kolaborasi antar sektor sangat dibutuhkan untuk merealisasikan aksesibilitas yang berkualitas untuk masyarakat dan juga wisatawan. Indonesia dalam hal ini masih memiliki banyak persoalan yang harus segera diselesaikan. Pembahasan pada bab ini berfokus pada kriteria aksesibilitas dalam pariwisata berkelanjutan serta tantangan yang dihadapi Indonesia dalam pengembangan aksesibilitas pariwisata berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Kriteria Aksesibilitas Pariwisata Berkelanjutan

Indikator dalam penilaian akses menurut (Alaeddinoglu & Can, 2011) terdiri atas 4 (empat) pembahasan, yaitu:

- a. Jarak ke pusat kota
- b. Jarak antara daya tarik wisata yang satu dengan yang lainnya
- c. Tingkat kenyamanan jalan
- d. Jenis transportasi.

Sedangkan (AlKahtani et al., 2015) memaparkan bahwa terdapat 3 (tiga) indikator, yaitu: kualitas jalan, jenis moda transportasi yang digunakan dan jarak ke destinasi wisata ataupun daya tarik wisata.

World Tourism Organization (WTO) telah merealisasikan komponen-komponen dalam aksesibilitas pariwisata pada awal tahun 1991 dimana komponen ini sudah mempertimbangkan fasilitas untuk disabilitas. Adapun komponen tersebut ialah sebagai berikut:

1. Akses ke destinasi pariwisata
2. Akses ke fasilitas umum, hotel dan fasilitas pelayanan wisatawan
3. Akses ke daya tarik wisata, termasuk situs budaya dan alam, *viewpoints*. Termasuk beberapa tempat yang hanya bisa dijangkau oleh mereka yang mampu atau yang memiliki keahlian khusus.
4. Akses untuk mendapatkan pengalaman dalam berwisata, termasuk akses wisata minat khusus.
5. Akses terhadap pertolongan atau bantuan (termasuk bantuan khusus bagi yang memiliki disabilitas seperti kebutaan, tuli, keterbatasan mobilitas atau kebutuhan untuk perawatan lainnya).
6. Akses pemenuhan kepuasan dari penyandang disabilitas terhadap daya tarik maupun destinasi pariwisata.

Berdasarkan pemaparan dari tiga teori diatas dapat dibuat kesimpulan bahwa kriteria aksesibilitas dalam sudut pandang pariwisata adalah bukan hanya dari segi fisik seperti; kualitas

jalan, moda transportasi dan fasilitas melainkan juga mengkaji dari segi non fisik. Adapun penjabaran mengenai aksesibilitas dari non fisik ialah sebagai berikut:

a. Jarak dari dan ke pusat kota

Mengapa jarak dari pusat kota menjadi sebuah tolak ukur? Pada dasarnya pemenuhan kebutuhan dalam transportasi yang masif dan memadai adalah berada di pusat kota atau kota besar. Seperti halnya keberadaan stasiun, bandara dan terminal. Ketika Wisatawan ingin mengunjungi salah satu daya tarik wisata, maka salah satu pertimbangan mereka adalah berapa lama jarak tempuh ke suatu daya tarik wisata dari stasiun atau bandara terdekat.

b. Keamanan perjalanan

Faktor keamanan merupakan faktor utama yang menjadi landasan seseorang atau sekelompok orang melakukan perjalanan ke suatu kawasan wisata. Keamanan ini diartikan secara luas dari segi keamanan dari bencana alam maupun bencana yang disebabkan oleh ulah manusia.

c. Faktor kenyamanan

Kenyamanan dalam aksesibilitas adalah kenyamanan terhadap penggunaan moda transportasi, penggunaan fasilitas yang berkaitan dengan transportasi dan sekaligus kenyamanan dalam penggunaan jalan. Contoh kasus yang sangat sering menjadi pembahasan dalam kenyamanan ini adalah terkait dengan kebersihan.

d. Tarif/biaya

Faktor penting dalam aksesibilitas ialah terkait dengan besarnya biaya yang harus dikeluarkan pada saat melakukan perjalanan ke kawasan wisata. Besarnya biaya yang dikeluarkan seharusnya berimbang dengan fasilitas dan pelayanan yang didapatkan selama melakukan perjalanan tersebut. Pokok permasalahan sering terjadi adalah tingginya biaya yang harus dikeluarkan akan tetapi fasilitas dan pelayanan yang didapat sangat minim.

e. Pengalaman

Pengalaman berkaitan dengan kegiatan dan hal menarik yang dapat dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok pada saat melakukan perjalanan. Ketika kegiatan yang ditawarkan dalam perjalanan merupakan suatu hal yang baru dan menarik, maka hal tersebut juga menyebabkan seseorang termotivasi melakukan perjalanan wisata. Sebagai contoh Desa Adat Wae Rebo di Nusa Tenggara Timur. Selain karena desanya yang unik, perjalanan menuju desa ini juga menjadi hal yang menarik. Meskipun akses menuju Wae Rebo tidak mudah, namun wisatawan domestik dan wisatawan internasional tetap tertarik untuk mengunjungi desa ini karena pengalaman yang ditawarkan adalah pesona garis pantai dan pulau yang cantik, melewati desa yang masih tradisional dan juga pengalaman *trekking* di dalam rimba.



**Gambar 2.** Desa Adat Wae Rebo, NTT

Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Bentuk aplikasi aksesibilitas pada pariwisata berkelanjutan adalah dengan cara memenuhi kriteria-kriteria dasar pada aksesibilitas serta memperhatikan aspek keberlanjutan ekonomi, budaya dan juga lingkungan. Beberapa tahun terakhir, aksesibilitas dari segi lingkungan sedang banyak dibahas oleh para ahli khususnya di bidang transportasi. Dampak yang ditimbulkan akibat aktivitas transportasi berbahan bakar fosil dinilai telah mencemari udara dan lingkungan, sehingga saat ini telah dikembangkan sistem transportasi yang lebih ramah lingkungan atau biasa disebut sebagai *sustainable transport* (Sidjabat, 2016).

## **B. Tantangan Aksesibilitas Di Indonesia Dalam Mewujudkan Pariwisata Berkelanjutan.**

Kondisi geografis Indonesia yang memiliki ribuan pulau merupakan suatu anugerah sekaligus suatu tantangan dalam aspek aksesibilitas. Berdasarkan pemaparan mengenai kriteria aksesibilitas, dapat dijabarkan bahwa masih banyak sekali hal-hal yang perlu segera dibenahi. Berdasarkan kriteria aksesibilitas pariwisata berkelanjutan, berikut adalah beberapa kendala yang dihadapi oleh sektor pariwisata di Indonesia:

- a. Tidak maksimalnya kondisi jalan ke destinasi maupun daya tarik wisata

Kondisi jalan raya di beberapa daerah di Indonesia sangat memprihatinkan sehingga daya tarik wisata tidak dapat di *expose* oleh wisatawan. Kondisi jalan memiliki keterkaitan dengan tingkat keamanan dan kenyamanan. Kondisi jalan yang buruk akan membahayakan keselamatan dari wisatawan serta mengurangi kenyamanan wisatawan pada saat berwisata.

Ketimpangan regulasi dan pendanaan atas pembangunan jalan di wilayah Indonesia adalah isu klasik yang sudah terdengar biasa dan tidak ada kemajuan sampai saat ini. Hal inilah yang menjadi tantangan terbesar dalam pengembangan aksesibilitas di Indonesia. Jika dua hal ini dijalankan secara maksimal tentu saja aksesibilitas tidak lagi menjadi persoalan di negara ini.

- b. Moda transportasi yang tidak mumpuni

Transportasi umum yang kurang memadai di beberapa daerah di Indonesia juga merupakan isu yang sudah lama berkembang di masyarakat. Dengan tidak memadainya transportasi umum ke suatu daya tarik wisata tentunya akan membuat kegiatan wisata menjadi tidak maksimal. Transportasi umum juga merupakan suatu pemecahan masalah atas tingginya tingkat polusi yang ditimbulkan akibat masifnya penggunaan kendaraan pribadi

Berkaca dari negara maju, Indonesia sangat ketinggalan dari segi transportasi umum terutama transportasi darat. Bahkan masyarakat merasa enggan menggunakan transportasi umum karena kurang efektifnya waktu tempuh, jarak, rute perjalanan serta fasilitas pendukung. Sedangkan untuk kasus transportasi udara ialah berkaitan dengan harga/biaya. Dimana biaya tiket penerbangan domestik lebih mahal dibandingkan dengan tiket untuk rute penerbangan internasional (CNN, 2024).

Masyarakat justru lebih tertarik untuk berlibur ke luar negeri dibandingkan berlibur di Indonesia karena pertimbangan biaya yang harus dikeluarkan. Besarnya biaya ini bisa dirasakan ketika ingin melakukan perjalanan ke daerah timur Indonesia.

- c. Minimnya aksesibilitas untuk pejalan kaki dan penyandang disabilitas

Akses untuk pejalan kaki sering tidak diperhatikan dan disalah fungsikan. Akses pejalan kaki berupa trotoar seringkali tidak bisa digunakan dengan nyaman karena kondisi trotoar yang sempit, rusak, atau bahkan hilang. Rambu lalu lintas untuk pejalan kaki juga belum tersedia di beberapa daerah serta fasilitas penyeberangan yang masih minim.

Perencanaan tata kota yang tidak mempertimbangkan pejalan kaki adalah salah satu aspek yang sangat berkontribusi terhadap permasalahan ini. Serta Tingkat kesadaran dan edukasi masyarakat terhadap fasilitas pejalan kaki juga masih kurang karena budaya penggunaan kendaraan pribadi di Indonesia yang sangat kuat. Sehingga pengguna kendaraan sering kali abai terhadap hak pejalan kaki.

Fasilitas untuk penyandang disabilitas belum sepenuhnya diimplementasikan dalam fasilitas publik di Indonesia dan hanya sedikit sekali destinasi wisata yang menyediakan fasilitas untuk penyandang disabilitas. Salah satu kawasan wisata yang telah memperhatikan fasilitas untuk disabilitas

ialah Kawasan Malioboro Yogyakarta. Terdapat jalan yang dikhususkan untuk penyandang disabilitas penglihatan di sepanjang jalan Malioboro. Meskipun belum sepenuhnya maksimal namun hal ini perlu diapresiasi dan menjadi pertimbangan untuk kawasan wisata lainnya untuk menyediakan fasilitas untuk penyandang disabilitas.

## SIMPULAN

Aksesibilitas di Indonesia masih kurang efektif dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat serta wisatawan. Indonesia memiliki banyak catatan dalam pengembangan akses wisata untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan. Transportasi umum dan kondisi jalan adalah dua hal yang sangat perlu dipenuhi dalam pemenuhan kriteria aksesibilitas. Meskipun ada beberapa kriteria yang harus dipenuhi, namun transportasi umum dan perbaikan jalan merupakan langkah awal dalam mewujudkan aksesibilitas yang mendukung konsep pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

## SARAN

Realisasi atas penanganan permasalahan aksesibilitas di Indonesia dapat segera ditindak lanjuti oleh pihak terkait terutama pemerintah. Serta diharapkan ada penelitian lanjutan mengenai mekanisme implementasi pemenuhan kriteria aksesibilitas secara efektif di masa yang akan datang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alaeddinoglu, F., & Can, A. S. (2011). Identification and classification of nature-based tourism resources: Western Lake Van basin, Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 19, 198–207. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.05.124>
- AlKahtani, S. J. H., Xia, J., Veenendaaland, B., Caulfield, C., & Hughes, M. (2015). Building a conceptual framework for determining individual differences of accessibility to

- tourist attractions. *Tourism Management Perspectives*, 16, 28–42. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.05.002>
- Nabila, A. D., & Widiyastuti, D. (2018). Kajian Atraksi, Amenitas dan Aksesibilitas untuk Pengembangan Pariwisata Umbul Pongok di Kabupaten Klaten. *Jurnal Bumi Indonesia*.
- Riwukore, J. R., RichsetHabaora, F., & Yustini, T. (2021). Kondisi Eksisting Destinasi Pariwisata Pantai Lasiana Kota Kupang Berdasarkan Atraksi, Aksesibilitas, Fasilitas, Kelembagaan, Dan Ekosistem Pariwisata. *Jurnal Kepariwisataan Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisataan Indonesia*, 15(2), 103–115. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i22021.103-115>
- CNN, T. I. (2024, August 08). *CNN Indonesia*. Retrieved from CNN Indonesia Web Site: <https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20240808144823-92-1130792/besar-pajak-tiket-pesawat-yang-bikin-harganya-mahal>
- Kemenparekraf. (2021, November 12). *Kemenparekraf: Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia*. Retrieved from Kemenparekraf Web site: <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Destinasi-Wisata-Berbasis-Sustainable-Tourism-di-Indonesia>

# **PENENTUAN TOURISM RELEVANT ROAD (TRR) DI PULAU WANGI-WANGI KABUPATEN WAKATOBI**

**Nurul Aini**

**Institut Teknologi Bandung**

## **PENDAHULUAN**

Secara geografis, Kabupaten Wakatobi, termasuk salah satu Kabupaten di Indonesia yang relatif terpencil. Pasar wisatawan domestik maupun internasional menghadapi hambatan sulitnya akses menuju Kabupaten Wakatobi. Saat ini perkembangan pariwisata premium di Wakatobi didominasi oleh pariwisata selam, yang didominasi oleh Wakatobi Dive Resort di Pulau Tolandona, dengan mengandalkan keindahan alam bahari sebagai jantungnya segitiga terumbu karang.

Selain wisata selam yang ada di sisi laut, terdapat 136 titik daya Tarik wisata (DTW) yang tersebar di sisi darat keempat Kawasan Wisata Utama (KWU), yang terdiri dari tiga jenis yaitu alam, budaya, dan buatan. Dari 136 titik tersebut, 81 titik DTW Alam, 46 titik DTW Budaya, dan 9 titik DTW Buatan. Dengan kata lain, 59% dari seluruh titik merupakan DTW Alam yang wujudnya berupa pantai, danau, goa, tebing, hutan, dan perbukitan. (Kementerian Bappenas, 2022)

Sebagai pulau terbesar, KWU Wangi-Wangi memiliki jumlah Destinasi Tujuan Wisata (DTW) terbanyak, diikuti oleh KWU Binongko, KWU Kaledupa, dan KWU Tomia. KWU Wangi-Wangi memiliki jumlah Destinasi Tujuan Wisata 26 wisata alam, 12 wisata budaya dan 7 wisata buatan. Berikut ini disajikan peta yang menunjukkan distribusi DTW di Pulau Wangi-wangi. Intensitas pariwisata yang ada di KWU Wangi-wangi, Jaringan jalan mempunyai peran penting dalam

menghubungkan kawasan wisata ataupun dengan simpul transportasi. Simpul transportasi yang menghubungkan antara KWU Wangi-wangi dengan luar Kawasan berupa bandara dan pelabuhan. Sedangkan prasarana yang menghubungkan di dalam KWU Wangi-wangi adalah jaringan jalan.

KDW Wakatobi saat ini sedang mengembangkan *Tourism Relevant Road* (TRR) dalam perencanaan pariwisatanya. *Tourism Relevant Road* (TRR) atau sederhananya bisa disebut jalan yang menghubungkan obyek wisata mulai dari pintu gerbang hingga TDA atau disebut jalur wisata. Perencanaan *Tourism Relevant Road* (TRR) ini diharapkan mampu memberikan perencanaan dalam menyusun pengembangan pariwisata di Pulau Wangi-wangi Kabupaten Wakatobi. Tujuan perencanaan *Tourism Relevant Road* (TRR) ini adalah untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan untuk mengakses daya tarik wisata yang ada di Wakatobi.

Penelitian ini akan difokuskan pada identifikasi ruas-ruas jalan yang termasuk dalam kategori *Tourism Relevant Road*. *Tourism Relevant Road* sendiri merupakan ruas jalan yang memiliki peran penting dalam mendukung mobilitas wisatawan dan aksesibilitas ke destinasi wisata di Pulau Wangi-Wangi. Penelitian ini akan menggunakan pemodelan transportasi. Model transportasi ini diperlukan untuk memberikan gambaran dari jaringan transportasi yang ada di wilayah studi (Tamin, 2000). Model transportasi merupakan suatu simplifikasi dan simulasi untuk mempresentasikan keadaan yang sesungguhnya dan yang mungkin terjadi pada sistem transportasi yang direncanakan melalui penggunaan perangkat bantu analisis, pragmatis, matematis dan analogis. Proses simulasi tersebut didasarkan kepada hubungan dan interaksi antara aktivitas tata guna lahan dan penyediaan prasarana dan sarana transportasi (Tamin, 2000). Model yang akan dilakukan pada penelitian ini menggunakan PTV VISUM sebagai alat bantu dalam menganalisis pembebanan perjalanan yang terjadi dari adanya kegiatan pariwisata di kawasan penelitian.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran strategis dalam merencanakan pengembangan infrastruktur dengan melakukan identifikasi jalan-jalan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap aktivitas pariwisata. Hasil dari identifikasi ini akan menjadi landasan bagi peningkatan kapasitas, pemeliharaan, dan pengelolaan ruas jalan prioritas, sehingga dapat memastikan kelancaran akses menuju destinasi wisata utama.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Potensi Pariwisata Pulau Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi**

Pulau Wangi-Wangi adalah pulau terbesar dan menjadi salah satu tujuan utama pariwisata di Kabupaten Wakatobi, Sulawesi Tenggara, Indonesia. Pulau ini dikenal dengan keindahan alamnya yang menakjubkan, terutama keindahan bawah lautnya, serta kekayaan budaya lokal yang menarik bagi wisatawan. Pulau Wangi-wangi memiliki daya tarik wisata bahari yang luar biasa, dengan taman bawah laut yang memukau dan pantai berpasir putih. Destinasi ini masih terjaga keasliannya, karena minimnya sentuhan modernisasi, sehingga menghadirkan nuansa lokal yang autentik.

Wakatobi terutama Pulau Wangi-wangi terkenal akan terumbu karangnya, menjadikannya salah satu destinasi utama bagi penyelam, khususnya wisatawan mancanegara. Bagi wisatawan yang tidak menyelam SCUBA, terumbu karang dangkal Pulau Wangi-wangi dapat dinikmati melalui snorkeling. Di sekitar Pulau Wangi-Wangi dan Karang Kapota terdapat 21 titik penyelaman. Titik selam tersebut sebagian besar tersebar di bagian utara dan barat perairan pulau Wangi Wangi yang mempunyai tipe rataan terumbu karang 'reef plate' dan 'drop off'. Sementara untuk kegiatan snorkeling dapat dilakukan di tepian 'drop off'.

Pulau Wangi-wangi juga memiliki potensi besar dalam wisata bahari lainnya yang belum digarap, seperti sea kayaking,

stand-up paddle boarding, perahu layar, dan kite surfing. Aktivitas lain berbasis laut, seperti memancing rekreatif, mengamati lumba-lumba, dan mengunjungi Pulau Runduma untuk melihat habitat penyu, juga dapat dikembangkan lebih lanjut. Dengan kondisi geografis kepulauan dan perairan yang relatif tenang sepanjang tahun (khususnya antara April hingga Juni serta akhir September hingga awal Desember), Pulau Wangi-wangi ideal bagi kegiatan wisata air yang aman dan nyaman.

### **Kondisi Infrastruktur Jalan**

Transportasi memegang peranan sentral dalam pembangunan wilayah, berfungsi sebagai tulang punggung yang menghubungkan berbagai sektor dan mendorong kegiatan ekonomi. Keberadaan sistem transportasi yang efisien dan handal diyakini dapat menciptakan iklim investasi yang kondusif, yang pada gilirannya akan mendorong pertumbuhan ekonomi. Dalam konteks ekonomi global yang semakin kompetitif, sistem transportasi dan logistik yang efektif menjadi kunci untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, sekaligus meningkatkan kinerja perdagangan nasional. Jaringan transportasi yang kuat dan efisien akan memfasilitasi pergerakan barang dan penumpang dengan lancar di berbagai wilayah Indonesia, memperkokoh jaringan ekonomi nasional.

Prasarana transportasi dan komunikasi yang memadai juga sangat penting untuk memperlancar proses pembangunan, karena dapat memangkas berbagai biaya tambahan yang muncul dalam aktivitas pembangunan. Infrastruktur transportasi, seperti angkutan dan jaringan jalan, memainkan peran utama dalam menciptakan aksesibilitas yang baik. Jalan sebagai bagian dari prasarana transportasi, memiliki peran strategis dalam menunjang aktivitas ekonomi, sosial budaya, lingkungan, politik, pertahanan, dan keamanan, serta menjadi aset untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Dalam konteks Kawasan Destinasi Wisata (KDW) Wakatobi, jaringan jalan memiliki fungsi penting dalam menghubungkan kawasan wisata satu sama lain serta menghubungkan kawasan wisata dengan simpul-simpul transportasi utama. Simpul-simpul ini, seperti bandara dan pelabuhan, menghubungkan KDW Wakatobi dengan wilayah lain di luar kawasan. Di dalam kawasan itu sendiri, prasarana utama meliputi jalan, pelabuhan, dan dermaga, yang mendukung kelancaran mobilitas wisatawan dan distribusi barang dalam wilayah tersebut.

Pulau Wangi-Wangi dapat diakses melalui Bandara Matahora, yang terletak di pulau ini dan menjadi pintu masuk utama bagi wisatawan. Selain itu, ada pelabuhan yang melayani transportasi laut ke pulau-pulau lain di Wakatobi. Kondisi jaringan jalan di Pulau Wangi-wangi masih menunjukkan kualitas yang bervariasi di berbagai ruasnya. Penilaian terhadap kondisi permukaan jalan didasarkan pada pengamatan visual, belum menggunakan Indeks Kekasaran Internasional (International Roughness Index atau IRI). Hal ini menunjukkan masih adanya ruang untuk peningkatan kualitas jaringan jalan di kawasan tersebut. Dengan perbaikan dan pemeliharaan yang tepat, jaringan jalan yang ada di Pulau Wangi-wangi dapat mendukung optimalisasi pariwisata di kawasan ini, meningkatkan aksesibilitas, kenyamanan, dan keamanan bagi para wisatawan serta penduduk lokal. Infrastruktur jalan yang memadai tidak hanya akan mendukung mobilitas tetapi juga akan berdampak pada peningkatan ekonomi lokal, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pembangunan wilayah yang berkelanjutan.

Kondisi jalan di Pulau Wangi-wangi menunjukkan kualitas yang masih sangat perlu ditingkatkan, di mana 25% dari total panjang jaringan jalan, yang mencapai lebih dari 55,5 km berada dalam kondisi rusak berat. Hal ini menunjukkan tantangan besar dalam memastikan aksesibilitas dan mobilitas di wilayah tersebut. Selain itu, kondisi geometri jalan di Pulau Wangi-wangi

bervariasi, dengan mayoritas ruas jalan memiliki lebar di bawah 3,5 meter. Keterbatasan lebar jalan ini tentunya berpengaruh terhadap kelancaran lalu lintas, terutama pada saat volume kendaraan meningkat, seperti pada musim pariwisata.

Demi meningkatkan konektivitas dan mendukung pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan, perbaikan kondisi perkerasan jalan sangat diperlukan, terutama untuk akses menuju kawasan wisata dan jalur utama menuju simpul transportasi seperti Bandara dan Pelabuhan. Peningkatan kualitas jalan ini tidak hanya akan memperlancar pergerakan wisatawan tetapi juga akan meningkatkan daya tarik kawasan Wakatobi sebagai destinasi wisata unggulan. Dengan infrastruktur yang lebih baik, diharapkan dapat meningkatkan keselamatan dan kenyamanan perjalanan, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui akses yang lebih baik terhadap layanan dan fasilitas yang tersedia. Oleh karena itu, investasi dalam perbaikan dan pengembangan infrastruktur jalan di Wakatobi menjadi langkah penting untuk mencapai tujuan pembangunan yang lebih luas di daerah ini.

### **Jaringan Jalan Pulau Wangi-Wangi**

Masalah utama dalam konektivitas jaringan jalan adalah panjangnya waktu tempuh yang dialami pengguna. Hal ini disebabkan oleh sejumlah faktor yang saling berkaitan dan berdampak pada kelancaran arus lalu lintas. Salah satu penyebabnya adalah lebar jalan yang masih sempit, sehingga kapasitasnya terbatas dan tidak mampu menampung volume kendaraan yang terus meningkat. Kondisi ini mengakibatkan terjadinya kepadatan dan perlambatan di beberapa titik, terutama pada jam-jam sibuk.

Selain itu, keberagaman aktivitas penggunaan lahan di sepanjang jalur transportasi menyebabkan bercampurnya kendaraan dengan kecepatan yang bervariasi, seperti kendaraan angkutan berat, kendaraan pribadi, dan angkutan umum. Akibatnya, arus lalu lintas menjadi tidak stabil dan sulit mencapai kecepatan optimal.

Faktor lain yang memperburuk situasi adalah meningkatnya jumlah kendaraan yang melewati jalan-jalan penghubung antar pusat pertumbuhan ekonomi. Dengan semakin berkembangnya kawasan-kawasan tersebut, volume lalu lintas pun turut bertambah, sementara infrastruktur jalan belum mampu mengimbangi kebutuhan tersebut. Kombinasi dari faktor-faktor ini menyebabkan waktu tempuh menjadi lebih lama dan menghambat konektivitas jaringan jalan, sehingga mengurangi efisiensi pergerakan dan produktivitas secara keseluruhan.

Di kawasan strategis pariwisata, kebutuhan akan waktu tempuh yang singkat menjadi sangat krusial untuk meningkatkan aksesibilitas bagi para pengguna jalan, baik wisatawan maupun masyarakat setempat. Waktu tempuh yang lebih efisien akan memperlancar integrasi layanan transportasi, memungkinkan koneksi yang lebih baik antara destinasi wisata, serta antara simpul-simpul transportasi utama, seperti bandara, pelabuhan, dan terminal bus. Dengan demikian, wisatawan dapat berpindah dari satu tempat ke tempat lain dengan lebih mudah dan cepat, meningkatkan kenyamanan serta daya tarik kawasan pariwisata tersebut.

Upaya untuk mengurangi waktu tempuh ini dapat dicapai melalui berbagai strategi, salah satunya adalah dengan meningkatkan kepastian aksesibilitas. Hal ini mencakup berbagai langkah, seperti memperluas dan memperbaiki infrastruktur jalan, mengatur lalu lintas dengan lebih efektif, serta menyediakan transportasi umum yang andal dan mudah diakses. Selain itu, pengembangan fasilitas pendukung di simpul-simpul transportasi juga penting untuk mengurangi hambatan dalam perjalanan wisatawan, baik yang datang dari luar maupun yang melakukan perjalanan di dalam kawasan wisata.

Program peningkatan aksesibilitas darat secara keseluruhan memiliki tujuan utama untuk menjamin bahwa koneksi antara tempat-tempat strategis ini berjalan lancar, sehingga memberikan dampak positif bagi sektor pariwisata.

Dengan aksesibilitas yang lebih baik, daya saing pariwisata daerah dapat meningkat, menarik lebih banyak wisatawan, dan mendukung pertumbuhan ekonomi lokal.

Di Pulau Wang-Wangi, terdapat 135 ruas jalan yang tersebar di berbagai wilayah. Namun, dengan keterbatasan anggaran yang tersedia, sangat penting untuk menentukan prioritas jaringan jalan yang strategis, terutama yang menghubungkan lokasi-lokasi destinasi wisata. Penentuan jaringan prioritas ini akan memungkinkan pengembangan infrastruktur jalan secara maksimal, sehingga aksesibilitas menuju destinasi wisata dapat ditingkatkan dan memberikan dampak positif bagi perkembangan pariwisata serta perekonomian di pulau tersebut.

Di Pulau Wang-Wangi, terdapat 135 ruas jalan yang tersebar di berbagai wilayah, menciptakan jaringan transportasi yang berpotensi mendukung aktivitas masyarakat dan sektor pariwisata. Namun, dengan keterbatasan anggaran yang tersedia, penting untuk melakukan analisis mendalam guna menentukan prioritas jaringan jalan yang strategis, terutama yang menghubungkan lokasi-lokasi destinasi wisata utama.

Penentuan jaringan jalan prioritas ini sangat krusial untuk mengoptimalkan pengembangan infrastruktur jalan di pulau tersebut. Dengan memfokuskan sumber daya pada ruas jalan yang memiliki dampak paling signifikan terhadap aksesibilitas menuju destinasi wisata. Ruas jalan yang strategis akan memungkinkan perjalanan yang lebih cepat dan aman bagi wisatawan, sehingga meningkatkan kenyamanan dan kepuasan mereka selama berkunjung.

### ***Tourism Relevant Road (TRR)***

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah menyusun matriks *Origin-Destination* (OD) untuk menganalisis pola perjalanan. Matriks ini digunakan untuk mengidentifikasi jumlah bangkitan dan tarikan pergerakan yang ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata di suatu wilayah. Dengan

mengetahui aliran pergerakan wisatawan dari titik asal ke tujuan, penelitian ini dapat memberikan gambaran tentang dampak pariwisata terhadap mobilitas wisatawan. Pemahaman yang diperoleh dari analisis ini memberikan wawasan yang lebih luas tentang dampak pariwisata terhadap mobilitas di wilayah penelitian, terutama dalam hal distribusi arus wisatawan, potensi titik-titik kemacetan, dan tekanan pada infrastruktur transportasi lokal.

Analisis *matriks Origin-Destination (OD)* dalam penelitian ini diperoleh dari hasil perhitungan menggunakan data ATTN (Angkutan Transportasi) Tahun 2017. Data tersebut dianalisis secara mendalam untuk menghasilkan informasi yang akurat mengenai pola perjalanan wisatawan. Dari hasil analisis ini, diperoleh data mengenai volume bangkitan dan tarikan pergerakan serta distribusi asal-destinasi. Data tersebut menjadi landasan utama dalam memahami bagaimana aktivitas pariwisata yang ada di Pulau Wangiwangi. *OD Matriks* dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



OD Matriks

MAT (empj/jam)	Kapaltosoro	Kapota	Liya Raya	Matchara	Patuno	Sombu	Tindoi	Wanci
Kapaltosoro	-	57	170	65	39	19	76	88
Kapota	57	-	198	37	50	73	95	258
Liya Raya	170	198	-	163	70	39	88	118
Matchara	65	37	163	-	68	17	50	31
Patuno	39	50	70	68	-	67	198	44
Sombu	19	73	39	17	67	-	150	55
Tindoi	76	95	88	50	198	150	-	147
Wanci	88	258	118	31	44	55	147	-

Gambar 3 *OD Matriks* Pulau Wangi-wangi Kabupaten Wakatobi  
 Sumber: Hasil Analisis 2024

Model makro lalu lintas jalan dilakukan dengan pemodelan 4 tahap, dengan bantuan perangkat lunak PTV

VISUM. Model lalu lintas dibangun dengan 8 Zona bangkitan-tarikan pariwisata, dengan prinsip distribusi pembebanan lalu lintas *equilibrium*. Pada prinsip pendistribusi ini, lalu lintas akan terdistribusi bergantung terhadap kepadatan lalu lintas pada jaringan yang ada, sehingga seluruh ruas jalan yang dimodelkan akan terisi oleh pergerakan lalu lintas.

Sebelum model digunakan untuk memprediksi kinerja lalu lintas, dilakukan kalibrasi model untuk memastikan model yang dibuat sesuai dengan kondisi nyata. Kalibrasi model dilakukan dengan membandingkan hasil model dengan hasil perhitungan *matriks OD* yang telah dilakukan pada ruas-ruas jalan. Hasil kalibrasi model menunjukkan nilai R-squared sebesar 0,9537 yang sudah hampir mendekati angka 1,0. Hasil kalibrasi ini menunjukkan bahwa model sudah akurat dan sudah menyerupai kondisi nyata.

Pemodelan lalu lintas dilakukan pada 135 ruas jalan yang tersebar di Pulau Wangiwangi, dengan tujuan untuk mengidentifikasi jaringan jalan yang paling terpengaruh oleh aktivitas pariwisata di wilayah tersebut. Analisis ini memberikan gambaran tentang seberapa besar beban lalu lintas yang ditimbulkan oleh pergerakan wisatawan pada setiap ruas jalan.

Hasil pemodelan lalu lintas menunjukkan bahwa ketebalan garis yang ditampilkan pada peta lalu lintas berkorelasi langsung dengan tingkat pengaruh ruas jalan terhadap aktivitas pariwisata di Pulau Wangi-Wangi. Semakin tebal garis yang terlihat pada peta, semakin besar kontribusi ruas jalan tersebut dalam mendukung mobilitas wisatawan, menandakan pentingnya jalan tersebut sebagai jalur utama yang menunjang sektor pariwisata. Ruas-ruas jalan yang memiliki ketebalan garis tertinggi telah diidentifikasi sebagai prioritas untuk pengembangan infrastruktur, yang dalam konteks ini disebut sebagai Tourism Relevant Road (TRR).

Berdasarkan hasil model, ditemukan bahwa terdapat 42 ruas jalan yang memiliki pengaruh signifikan terhadap kegiatan

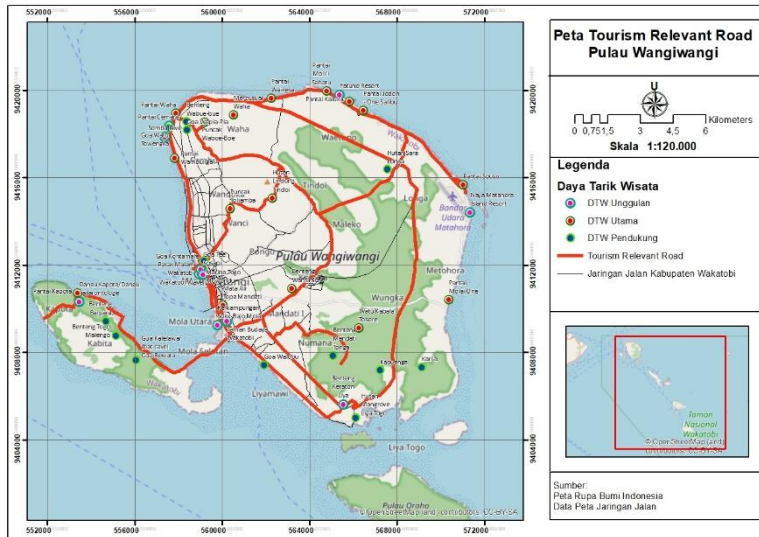
pariwisata di Pulau Wangi-Wangi, Kabupaten Wakatobi. Ruas-ruas jalan ini masuk dalam kategori TRR dan akan menjadi prioritas utama dalam rencana pengembangan untuk meningkatkan aksesibilitas menuju destinasi wisata. Dengan menjadikan jalan-jalan tersebut sebagai fokus pengembangan, diharapkan tingkat kemudahan akses ke objek-objek wisata dapat meningkat, yang pada akhirnya akan memperkuat daya tarik pariwisata daerah, meningkatkan kepuasan wisatawan, dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal. Berikut adalah daftar ruas jalan yang termasuk dalam kategori TRR di Pulau Wangi-Wangi yang akan menjadi perhatian utama dalam pengembangan infrastruktur pariwisata di wilayah ini.

Tabel 1 Ruas Jalan Tourism Relevant Road (TRR) Di Pulau Wangi-Wangi Kabupaten Wakatobi

No	Nama Ruas	Panjang Jalan (km)	Jenis Jalan
1	Jalan Boronang	0,12	TRR
2	Jalan By Pass	6,27	TRR
3	Jalan Cagar Biosfera	8,64	TRR
4	Jalan Cumi cumi	0,44	TRR
5	Jalan Djilaba	2,57	TRR
6	Jalan Ganggsauri	1,04	TRR
7	Jalan Gangsalangi	5,82	TRR
8	Jalan Jend. Sudirman	1,31	TRR
9	Jalan K.H Asy'ari	2,65	TRR
10	Jalan K.H. Dewantara	1,31	TRR
11	Jalan Katamba	0,63	TRR
12	Jalan Kelapa	2,28	TRR
13	Jalan Kelapa	2,28	TRR
14	Jalan Kontamale	0,22	TRR
15	Jalan LA Ode Taru	1,29	TRR
16	Jalan Laode Mbai Maswar	6,51	TRR
17	Jalan Ligkar Timur II	4,62	TRR
18	Jalan Mandati III-Kollo	3,11	TRR
19	Jalan Masuk TPA I	1,87	TRR
20	Jalan Masuk TPA II	4,21	TRR
21	Jalan Matahora-Pookambua	4,52	TRR

No	Nama Ruas	Panjang Jalan (km)	Jenis Jalan
22	Jalan Mola Raya	0,35	TRR
23	Jalan Pada Raya Makmur	1,19	TRR
24	Jalan Panglima Talotalo	5,95	TRR
25	Jalan Pantai Sousu	1,04	TRR
26	Jalan Poros Kapota Utara	0,97	TRR
27	Jalan Poros Wisata Kollo	4,24	TRR
28	Jalan Puncak Posalu	3,04	TRR
29	Jalan Puncak Tindoi	5,46	TRR
30	Jalan Puncak Waginopo	2,93	TRR
31	Jalan Puncak Waha	0,83	TRR
32	Jalan Simba	0,17	TRR
33	Jalan Sultan Dayanu Iksanudin	1,37	TRR
34	Jalan Sultan Murhum	1,83	TRR
35	Jalan Utudae Samad	3,24	TRR
36	Jalan Wabuebue	3,18	TRR
37	Jalan Wabuebue	3,18	TRR
38	Jalan Waelumu-Longa	7,15	TRR
39	Jalan Wangka Barakati	5,46	TRR
40	Jalan Wangka Barakati	5,46	TRR
41	Jalan Watu Mohute	2,57	TRR
42	Jalan Wisata Kapota	2,29	TRR

*Sumber: Hasil Analisis 2024*



Gambar 6 Peta *Tourism Relevant Road* (TRR) di Pulau Wangiwangi Kabupaten Wakatobi  
 Sumber: Hasil Analisis 2024

Sebanyak 42 ruas jalan di Pulau Wangiwangi telah diidentifikasi sebagai *Tourism Relevant Road* (TRR), atau jalan-jalan yang memainkan peran krusial dalam mendukung dan meningkatkan aktivitas pariwisata. Ruas-ruas jalan ini terhubung dengan berbagai destinasi wisata unggulan, mulai dari pantai, situs budaya dan sejarah, hingga wisata alam lainnya. Penetapan ruas TRR sebagai prioritas utama dalam rencana pengembangan infrastruktur, hal ini tidak hanya untuk mempermudah akses wisatawan, tetapi juga untuk menciptakan jaringan transportasi yang efisien, mengurangi waktu tempuh, dan memaksimalkan potensi wisata yang ada di Pulau Wangiwangi.

Peningkatan infrastruktur pada ruas-ruas TRR bertujuan untuk mewujudkan kawasan wisata yang mudah diakses oleh wisatawan lokal maupun internasional, menjadikannya lebih menarik bagi pasar pariwisata yang lebih luas. Infrastruktur jalan yang baik akan meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan. Akses yang lancar ke destinasi wisata akan memperkuat posisi Pulau Wangiwangi sebagai salah satu tujuan

utama di wilayah tersebut, membantu daerah ini bersaing dengan destinasi wisata lainnya di tingkat nasional maupun internasional.

Selain manfaat langsung terhadap sektor pariwisata, pengembangan jalan-jalan TRR juga memiliki efek ganda yang signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat setempat. Ketersediaan akses yang baik menciptakan peluang besar bagi sektor-sektor pendukung pariwisata, seperti UMKM yang menyediakan produk kerajinan tangan lokal, kuliner khas, dan akomodasi. Pertumbuhan sektor ini akan membuka lapangan pekerjaan baru bagi masyarakat setempat, meningkatkan pendapatan, serta memperkuat daya tahan ekonomi lokal. Dengan lebih banyak wisatawan yang berkunjung dan menjelajahi berbagai sudut pulau, masyarakat di seluruh wilayah dapat ikut merasakan dampak positif dari pariwisata, menjadikan TRR sebagai penggerak ekonomi yang inklusif dan berkeadilan.

Di samping itu, pembangunan TRR juga dirancang untuk selaras dengan prinsip keberlanjutan guna menjaga kelestarian lingkungan Pulau Wangiwangi yang menjadi daya tarik utama wisatawan. Dengan pendekatan ini, pengembangan TRR tidak hanya berfokus pada aspek fungsional dan ekonomis, tetapi juga pada pelestarian ekosistem pulau serta peningkatan kualitas hidup masyarakat lokal.

Lebih jauh lagi, peningkatan infrastruktur pada TRR diharapkan dapat memperkuat daya saing Pulau Wangiwangi sebagai destinasi wisata unggulan yang menawarkan pengalaman wisata ramah lingkungan dan berkelanjutan. Dengan aksesibilitas yang baik dan sarana prasarana yang nyaman, pulau ini dapat menarik segmen wisatawan yang lebih luas, termasuk wisatawan yang memiliki minat khusus pada wisata alam, budaya, dan ekowisata. TRR tidak hanya menciptakan konektivitas fisik antar-destinasi, tetapi juga menjadi bagian dari strategi besar untuk memperkenalkan keindahan dan keunikan Pulau Wangiwangi kepada dunia, menjadikannya destinasi pariwisata yang berdaya saing tinggi di pasar global.

## SIMPULAN

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa analisis pemodelan makro lalu lintas berperan penting dalam memahami dampak pariwisata terhadap infrastruktur jalan di Pulau Wangiwangi, Kabupaten Wakatobi. Berdasarkan data ATTN 2017, penelitian ini mengidentifikasi volume pergerakan wisatawan. Pemodelan lalu lintas dengan prinsip distribusi equilibrium menghasilkan gambaran beban lalu lintas di 135 ruas jalan. Kalibrasi model menunjukkan tingkat kecocokan tinggi dengan nilai R-squared 0,9537, menunjukkan akurasi model dapat merepresentasikan kondisi nyata.

Sebanyak 42 ruas jalan diidentifikasi sebagai *Tourism Relevant Road (TRR)*, yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas pariwisata. Jalan-jalan ini menjadi prioritas utama dalam pengembangan infrastruktur untuk meningkatkan aksesibilitas dan mendukung pertumbuhan pariwisata berkelanjutan di Pulau Wangiwangi.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, beberapa saran yang dapat diusulkan adalah sebagai berikut:

1. **Prioritas Peningkatan Infrastruktur:** Pemerintah daerah dapat memprioritaskan peningkatan dan pemeliharaan 42 ruas jalan yang diidentifikasi sebagai *Tourism Relevant Road (TRR)*. Prioritas ini akan meningkatkan aksesibilitas wisatawan dan mendukung pertumbuhan pariwisata di Pulau Wangiwangi.
2. **Pembaharuan Lalu Lintas :** Untuk memastikan bahwa model lalu lintas terus sesuai dengan kondisi nyata perlu dilakukan pemantauan berkala terhadap perubahan pola pergerakan wisatawan. Pembaruan data matriks OD secara

berkala dapat membantu mengantisipasi perubahan kebutuhan infrastruktur.

3. Penting untuk melaksanakan kajian serupa di pulau-pulau lain yang ada di Kabupaten Wakatobi agar dapat diperoleh hasil yang komprehensif mengenai pola pergerakan wisatawan dan dampaknya terhadap infrastruktur pariwisata.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ansusanto, J. D. (2009). Perbandingan Beberapa Metode Trip Assignment (Pembebanan Perjalanan) dalam Pemodelan Transportasi Four Step Model. Konferensi Nasional Teknik Sipil 3. Jakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Theresia A. Bria, T. W. (2019). Model Bangkitan Perjalanan Pada Kawasan Pinggiran Menuju Pusat Kota (Studi Kawasan yang Mengalami Perubahan Spasial). 54-60.
- Arikunto. (2006). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Barreto, M. d. (2015). Strategi Pengembangan Objek Wisata, Vol.4:11.
- Karyono, H. (1997). Kepariwisataaan. Jakarta: Grasindo.
- Kementerian Bappenas. (2022). Integrated Tourism Masterplan For Wakatobi. Jakarta: Kementerian Bappenas.
- Tamin. (2000). Perencanaan Pemodelan Transportasi. Bandung: Institut Teknologi Bandung.
- BPIW. (2021). Program Pembangunan Pariwisata Terintegrasi dan Berkelanjutan. Retrieved from p3tb: [https://p3tb.com/in/main/project\\_location/toba/121/171/168/197](https://p3tb.com/in/main/project_location/toba/121/171/168/197)

# **AKOMODASI**

# AKOMODASI DALAM INDUSTRI PARIWISATA

**Zaki Alif Ramadhani**

**Universitas Brawijaya**

## PENDAHULUAN

Akomodasi merupakan salah satu elemen penting dalam industri pariwisata yang secara langsung mempengaruhi pengalaman wisatawan. Menurut (Isdarmanto, 2017) akomodasi adalah fasilitas yang menyediakan layanan penginapan beserta makanan, minuman, dan layanan tambahan lainnya, yang dapat dikelompokkan berdasarkan standar kualitasnya menjadi hotel bintang, hotel non-bintang, hotel melati, losmen, *guest house*, dan apartemen, masing-masing dengan segmen pasar yang unik. Sebagai bagian dari rantai nilai pariwisata, akomodasi tidak hanya menyediakan fasilitas penginapan tetapi juga memberikan layanan yang berdampak pada kepuasan wisatawan. Kehadiran berbagai jenis akomodasi, seperti hotel, resort, dan homestay, menjadikan sektor ini sangat beragam dan dinamis. Setiap jenis akomodasi menawarkan karakteristik dan segmentasi pasar yang berbeda, sehingga berkontribusi pada daya tarik dan keberlanjutan destinasi wisata.

Perubahan preferensi wisatawan dan perkembangan tren global juga mempengaruhi industri akomodasi. Konsep-konsep inovatif seperti *green hotel* yang berfokus pada keberlanjutan lingkungan, *budget hotel* yang menawarkan layanan ekonomis, dan *glamping* yang menggabungkan kenyamanan dengan petualangan, semakin diminati. Selain itu, tren terbaru seperti *capsule hotel*, *MICE hotel*, *homestay* berbasis komunitas, dan *campervan* menjadi alternatif akomodasi yang lebih fleksibel, yang memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan pengalaman yang unik dan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Oleh karena itu, pengelolaan dan inovasi dalam industri akomodasi perlu terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang terus berubah. Regulasi yang tepat dan adaptasi terhadap tren baru menjadi kunci dalam mempertahankan daya saing akomodasi di industri pariwisata. Bab ini akan membahas berbagai aspek akomodasi berdasarkan regulasi pemerintah serta mengidentifikasi tren dan inovasi yang mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan sektor ini.

## **AKOMODASI SEBAGAI JENIS USAHA PARIWISATA**

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, terdapat 14 jenis usaha pariwisata, salah satunya adalah usaha penyediaan akomodasi. Usaha ini didefinisikan sebagai usaha yang menyediakan pelayanan penginapan dan dapat dilengkapi dengan berbagai layanan pariwisata lainnya. Akomodasi tersebut meliputi berbagai bentuk, seperti hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karavan, serta jenis-jenis akomodasi lainnya yang ditujukan untuk kepentingan wisata.

Selain itu, Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata juga menegaskan bahwa usaha penyediaan akomodasi mencakup berbagai jenis, antara lain usaha hotel, kondominium hotel, apartemen servis, bumi perkemahan, persinggahan karavan, vila, pondok wisata, jasa manajemen hotel, hunian wisata senior atau lansia, rumah wisata, serta motel. Peraturan ini memberikan panduan yang lebih terperinci mengenai jenis-jenis usaha akomodasi yang harus terdaftar dan memenuhi persyaratan tertentu untuk beroperasi sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam industri pariwisata. Berikut definisi masing-masing jenis usaha penyediaan akomodasi:

1. Usaha hotel merupakan bisnis yang menyediakan akomodasi harian dalam bentuk kamar-kamar di satu atau lebih bangunan, termasuk losmen, penginapan, dan pesangrahan,

yang bisa dilengkapi dengan layanan makanan, minuman, hiburan, dan fasilitas lainnya.

2. Usaha kondominium hotel adalah bisnis yang menyediakan akomodasi harian dalam bentuk unit kamar di satu atau lebih bangunan yang dikelola oleh jasa manajemen hotel.
3. Usaha apartemen servis merupakan usaha yang menyediakan akomodasi harian dalam bentuk unit hunian di satu atau lebih bangunan.
4. Usaha bumi perkemahan adalah bisnis yang menyediakan akomodasi di alam terbuka dengan menggunakan tenda.
5. Usaha persinggahan karavan menyediakan area di alam terbuka yang dilengkapi tempat untuk kendaraan karavan serta fasilitas menginap di dalam karavan.
6. Usaha vila menyediakan akomodasi berupa penyewaan bangunan secara keseluruhan untuk jangka waktu tertentu, termasuk *cottage*, *bungalow*, dan *guest house*, yang digunakan untuk kegiatan wisata dan bisa dilengkapi fasilitas hiburan dan penunjang lainnya.
7. Usaha pondok wisata adalah bisnis penyediaan akomodasi berupa rumah tinggal yang dihuni oleh pemiliknya dan sebagian disewakan, memungkinkan wisatawan untuk berinteraksi dengan kehidupan sehari-hari pemilik, serta dimiliki oleh masyarakat lokal dalam rangka pemberdayaan ekonomi setempat.
8. Usaha jasa manajemen hotel mencakup pengelolaan operasional, manajemen keuangan, sumber daya manusia, dan pemasaran suatu hotel.
9. Usaha hunian wisata senior menyediakan akomodasi berupa hunian bagi warga senior yang dilengkapi dengan fasilitas kesehatan dan sarana pendukung lainnya sesuai kebutuhan mereka.
10. Usaha rumah wisata adalah bisnis yang mengelola dan/atau menyediakan akomodasi harian dalam bentuk rumah tinggal yang disewakan kepada wisatawan.
11. Usaha motel menyediakan akomodasi harian atau minimal selama 6 jam dalam bentuk kamar-kamar yang dilengkapi dengan fasilitas parkir yang terhubung dengan bangunan, serta fasilitas makanan dan minuman, dan biasanya berlokasi di sepanjang jalan utama dengan tujuan komersial.

## KLASIFIKASI HOTEL

Menurut (Bagyono, 2012), hotel dapat diklasifikasikan ke dalam delapan kategori berdasarkan berbagai aspek yang membedakannya. Klasifikasi ini mencakup komponen harga kamar, lokasi, musim operasi, ukuran dan jumlah kamar, tarif, lama menginap tamu, jenis tamu, serta aktivitas yang ditawarkan oleh hotel. Pembagian ini bertujuan untuk memudahkan identifikasi dan pemahaman tentang berbagai jenis hotel yang ada, serta memberikan panduan bagi para wisatawan dalam memilih akomodasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

### a. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Harga Kamar

Klasifikasi hotel berdasarkan harga kamar mencakup berbagai pilihan paket yang ditawarkan kepada tamu. *European Plan (E.P)* hanya mencakup harga kamar tanpa sarapan, sementara *Continental Plan (C.P)* menyertakan sarapan dalam harga. Untuk tamu yang ingin mendapatkan lebih banyak, *Modified American Plan (M.A.P)* mencakup harga kamar dan satu kali makan, entah itu makan siang atau makan malam. Bagi mereka yang mencari pengalaman menginap yang lebih lengkap, *Full American Plan (F.A.P)* mencakup harga kamar bersama dengan tiga kali makan selama masa inap.

### b. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Lokasi

Lokasi hotel juga menjadi faktor penting dalam klasifikasinya. *Mountain Hotel* menawarkan suasana pegunungan yang sejuk, sedangkan *Beach Hotel* menyediakan akses langsung ke pantai yang indah. *Highway Hotel* sangat strategis karena terletak di tepi jalan besar, memudahkan para pelancong yang sedang dalam perjalanan. *Airport Hotel* berfungsi sebagai tempat menginap yang nyaman dekat dengan bandara, sedangkan *Resort Hotel* berlokasi di kawasan wisata, ideal untuk liburan. Terakhir, *City Hotel* terletak di pusat kota, memberikan akses mudah ke berbagai fasilitas dan atraksi lokal.

**c. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Musim Operasi**

Musim operasi hotel juga mempengaruhi pengalaman menginap. *Seasonal Hotel* hanya buka pada waktu tertentu dalam setahun, biasanya mengikuti pola kunjungan wisata. Di sisi lain, *Year Round Hotel* beroperasi sepanjang tahun, memberikan fleksibilitas bagi tamu yang ingin menginap kapan saja.

**d. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Luas dan Jumlah Kamar**

Klasifikasi berdasarkan luas dan jumlah kamar menunjukkan skala hotel. Hotel Kecil memiliki 25 kamar atau kurang, menawarkan suasana yang lebih intim. Hotel Sedang menyediakan antara 25 hingga 100 kamar, sedangkan Hotel Menengah memiliki kapasitas 100 hingga 300 kamar. Terakhir, Hotel Besar menawarkan lebih dari 300 kamar, menjadikannya pilihan yang tepat untuk kelompok besar dan acara.

**e. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Tarif Kamar**

Tarif kamar juga menjadi pertimbangan utama bagi tamu dalam memilih hotel. *Economy Class Hotel* menawarkan tarif lebih murah, menjadikannya pilihan ideal bagi wisatawan dengan anggaran terbatas. *First Class Hotel* memiliki tarif yang lebih tinggi, dengan layanan yang lebih baik. Sementara itu, *Luxury Hotel* menawarkan tarif yang sangat mahal, lengkap dengan fasilitas dan layanan premium bagi tamu yang mencari pengalaman eksklusif.

**f. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Lama Menginap**

Lama menginap tamu juga mempengaruhi klasifikasi hotel. *Transient Hotel* biasanya digunakan oleh tamu yang hanya menginap satu atau dua malam. Sebaliknya, *Semi Residential Hotel* cocok untuk tamu yang tinggal beberapa hari hingga seminggu, dan *Residential Hotel* dirancang untuk tamu yang menginap lebih dari satu minggu, menawarkan kenyamanan layaknya rumah.

**g. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Jenis Tamu**

Klasifikasi ini berfokus pada jenis tamu yang dilayani oleh hotel. *Family Hotel* dirancang untuk memenuhi kebutuhan keluarga, sementara *Business Hotel* menawarkan fasilitas khusus untuk pebisnis. *Tourist Hotel* menargetkan wisatawan, sedangkan *Transit Hotel* diperuntukkan bagi tamu yang transit sementara. *Cure Hotel* menyediakan akomodasi untuk penyembuhan atau kesehatan, dan *Convention Hotel* dirancang untuk menyelenggarakan konvensi atau acara besar.

#### **h. Klasifikasi Hotel Berdasarkan Aktivitas**

Klasifikasi hotel berdasarkan aktivitas menunjukkan fungsi utama dari setiap jenis akomodasi. Hotel menyediakan layanan lengkap termasuk akomodasi, makanan, dan minuman, sedangkan Motel biasanya terletak dekat jalan raya dan dilengkapi dengan fasilitas parkir untuk tamu yang ingin singgah. *Lodgements* (losmen/penginapan) menawarkan akomodasi sederhana, sementara *Youth Hostel* menyediakan penginapan murah bagi kaum muda. *Camping Ground* adalah area luas untuk berkemah dengan fasilitas dasar, dan *Homestay/Guest House* adalah rumah penduduk yang disewakan kepada wisatawan. *Inn* adalah penginapan yang juga menyediakan makanan dan minuman, sementara *Bungalow* adalah akomodasi berbentuk rumah yang biasanya terletak di pegunungan atau daerah terpencil.

Dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel, disebutkan bahwa setiap usaha hotel wajib memenuhi Standar Usaha Hotel yang mencakup tiga aspek penting, yaitu produk, pelayanan, dan pengelolaan.

1. Produk mencakup berbagai elemen fisik yang disediakan oleh hotel untuk menunjang pengalaman tamu, seperti bangunan hotel, penanda arah untuk memudahkan navigasi tamu, area parkir, lobi, toilet, kamar tamu, dan fasilitas-fasilitas lainnya yang menjadi bagian dari layanan

akomodasi hotel. Aspek produk ini sangat penting untuk menjamin kenyamanan dan keamanan tamu selama menginap di hotel.

2. Pelayanan meliputi berbagai kegiatan operasional yang mendukung kenyamanan dan kepuasan tamu selama menginap. Aspek ini mencakup layanan yang disediakan oleh kantor depan (*front office*), tata graha (*housekeeping*), keamanan, serta area makan dan minum, seperti restoran. Kualitas layanan yang baik dalam setiap komponen tersebut akan menciptakan pengalaman menginap yang menyenangkan bagi tamu.
3. Pengelolaan melibatkan unsur manajerial hotel, mulai dari organisasi, manajemen, hingga pengelolaan sumber daya manusia. Pengelolaan yang baik akan memastikan bahwa operasional hotel berjalan efisien dan efektif, serta memberikan kepastian bahwa standar-standar layanan dan produk dapat dipenuhi secara konsisten.

Ketiga aspek tersebut merupakan landasan penting dalam penerapan standar usaha hotel. Pemerintah pusat dan daerah memiliki tanggung jawab untuk melakukan pembinaan serta pengawasan terhadap implementasi standar ini, agar sektor perhotelan di Indonesia dapat memberikan layanan yang berkualitas dan kompetitif.

## **USAHA AKOMODASI BERBASIS RISIKO**

Pemerintah telah mengatur Standar Kegiatan Usaha pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021. Peraturan ini menetapkan kriteria standar yang harus dipenuhi oleh setiap pelaku usaha di sektor pariwisata. Standar tersebut mencakup beberapa aspek penting meliputi sarana, struktur organisasi dan sumber daya manusia, pelayanan, persyaratan produk usaha, dan pengelolaan usaha.

Klasifikasi standar usaha berisiko dalam penyediaan akomodasi terdiri dari beberapa kategori yang mencerminkan karakteristik dan skala usaha, termasuk usaha hotel, apartemen hotel, dan produk usaha kawasan pariwisata.

### **1. Usaha Hotel**

Usaha hotel dikelompokkan menjadi tiga kategori risiko:

- a. Risiko Menengah Rendah: Memiliki 61-100 kamar tidur, 41-99 karyawan, dan luas bangunan 4.000-6.000 m<sup>2</sup>.
- b. Risiko Menengah Tinggi: Memiliki 101-200 kamar tidur, 100-200 karyawan, dan luas lahan 6.000-10.000 m<sup>2</sup>.
- c. Risiko Tinggi: Memiliki lebih dari 200 kamar tidur, lebih dari 200 karyawan, dan luas bangunan minimal 10.000 m<sup>2</sup>.

### **2. Usaha Apartemen Hotel**

Klasifikasi apartemen hotel juga mengikuti tingkat risiko:

- a. Risiko Rendah:  $\leq 60$  kamar tidur,  $\leq 40$  karyawan, dan luas  $< 4.000$  m<sup>2</sup>.
- b. Risiko Menengah Rendah: 61-100 kamar tidur, 41-99 karyawan, dan luas 4.000-6.000 m<sup>2</sup>.
- c. Risiko Menengah Tinggi: 101-200 kamar tidur, 100-200 karyawan, dan luas 6.000-10.000 m<sup>2</sup>.
- d. Risiko Tinggi:  $> 200$  kamar tidur,  $> 200$  karyawan, dan luas  $\geq 10.000$  m<sup>2</sup>.

### **3. Produk Usaha Kawasan Pariwisata**

Kawasan pariwisata mencakup beragam jenis akomodasi, termasuk hotel, vila, apartemen hotel, kondominium hotel, bumi perkemahan, pondok wisata, tempat persinggahan caravan, dan rumah wisata, dengan luas lahan minimal 100 hektar. Usaha ini diwajibkan untuk merancang lahan menjadi satuan-satuan tertentu serta mematuhi standar pengembangan dan pengawasan yang telah ditetapkan. Kategori usaha ini dinilai berisiko tinggi karena kompleksitas dalam pengelolaannya.

## **TREN DALAM INDUSTRI AKOMODASI**

Industri akomodasi mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dengan munculnya berbagai tren dan inovasi yang mencerminkan perubahan preferensi konsumen serta kesadaran terhadap keberlanjutan. Berikut adalah beberapa tren utama yang saat ini mendominasi sektor ini:

### **1. *Green Hotel***

*Green hotel* atau hotel ramah lingkungan semakin mendapatkan perhatian sebagai respon terhadap meningkatnya kesadaran masyarakat akan isu lingkungan. Penelitian (Abdou dkk, 2020) menunjukkan bahwa praktik *green hotel* merujuk pada upaya manajemen hotel untuk mengurangi dampak negatif operasional terhadap lingkungan, di mana manajer hotel dan tim manajemen lingkungan merasa bahwa mereka berkontribusi nyata terhadap *Sustainable Development Goals* (SDGs) yang berkaitan dengan keberlanjutan, seperti SDG 6 (Air Bersih dan Sanitasi) dan SDG 7 (Energi Bersih dan Terjangkau). Akomodasi ini mengintegrasikan praktik berkelanjutan dalam operasional mereka, mulai dari penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang efektif, hingga penyediaan produk yang ramah lingkungan. Konsep ini tidak hanya menarik bagi wisatawan yang peduli lingkungan, tetapi juga dapat meningkatkan citra merek dan daya tarik pasar.

### **2. *Capsule Hotel***

*Capsule hotel* menawarkan konsep akomodasi minimalis dan efisien, di mana tamu menginap dalam ruang tidur kecil yang disebut "kapsul." Model ini hadir sebagai alternatif bagi para wisatawan yang menginginkan pengalaman menginap yang ekonomis tanpa harus mengorbankan kenyamanan. *Capsule hotel* umumnya dilengkapi dengan fasilitas dasar, termasuk tempat tidur, lampu, dan colokan listrik. Tren ini sangat populer di negara-negara seperti Jepang dan semakin berkembang di berbagai belahan dunia, terutama di daerah

perkotaan yang padat. Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan tamu di hotel kapsul meliputi harga dan kemudahan layanan, fasilitas dan atmosfer yang memberikan pengalaman unik, kualitas interaksi sosial, kenyamanan dan privasi ruang pribadi, serta nilai keseluruhan yang sebanding dengan akomodasi budget lainnya (Chiang, 2018).

### 3. *Glamping*

*Glamping*, singkatan dari "*glamorous camping*" menggabungkan unsur kemewahan dengan pengalaman berkemah tradisional. Akomodasi ini menawarkan fasilitas yang nyaman dan mewah, seperti tenda yang dilengkapi dengan tempat tidur yang nyaman dan fasilitas sanitasi, di lokasi yang dekat dengan alam. Penelitian (Brochado dan Pereira, 2017) menekankan pentingnya kualitas layanan dalam fasilitas *glamping*, dengan mengidentifikasi lima dimensi utama: fasilitas fisik (*tangibles*), staf, pengalaman berbasis alam, makanan, dan aktivitas, yang semuanya penting untuk meningkatkan kepuasan tamu dan mendorong kunjungan ulang.

### 4. *Campervan*

*Campervan* menggabungkan transportasi dan penginapan dalam satu kendaraan. Model ini menawarkan fleksibilitas bagi pelancong untuk menjelajahi berbagai destinasi sambil memiliki tempat tinggal yang nyaman. *Campervan* menjadi pilihan populer bagi wisatawan yang ingin menikmati kebebasan perjalanan tanpa batasan akomodasi tradisional. Dengan semakin banyaknya layanan penyewaan *campervan*, tren ini semakin berkembang di kalangan pelancong yang mencari petualangan dan eksplorasi. (Wilson dan Hannam, 2017) menjelaskan faktor utama dalam perjalanan dengan *campervan* adalah manifestasinya sebagai bentuk "*slow tourism*" yang ditandai oleh interaksi material dan sensorial yang unik, pengalaman emosional, serta hubungan antara pengemudi dan kendaraan, termasuk pengaruh kondisi eksternal seperti cuaca yang memengaruhi keterlibatan

pengguna dengan *campervan* serta dinamika sosial di antara para pemilik *campervan*.

## KESIMPULAN

Industri akomodasi merupakan salah satu komponen penting dalam sektor pariwisata yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pengalaman wisatawan dan keberlanjutan destinasi wisata. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, usaha akomodasi meliputi berbagai bentuk, seperti hotel, vila, dan bumi perkemahan, yang menyediakan pelayanan penginapan dan layanan pariwisata lainnya. Hotel, sebagai salah satu bentuk akomodasi, diklasifikasikan ke dalam berbagai kategori berdasarkan aspek seperti tarif, ukuran, jenis tamu, dan aktivitas yang ditawarkan, yang bertujuan untuk memberikan pilihan yang lebih tepat bagi wisatawan.

Regulasi terkait usaha akomodasi, terutama yang diatur dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 4 Tahun 2021, menekankan pentingnya standar usaha berbasis risiko. Standar ini mencakup kriteria seperti sarana, struktur organisasi, pelayanan, dan pengelolaan usaha. Pengelolaan berbasis risiko ini menjadi penting untuk meningkatkan kualitas dan kepercayaan dalam usaha akomodasi, serta mendukung tercapainya keberlanjutan dalam industri pariwisata.

Selain itu, tren-tren baru dalam industri akomodasi seperti *green hotel*, *capsule hotel*, *glamping*, dan *campervan* mencerminkan perubahan preferensi wisatawan menuju bentuk akomodasi yang lebih ramah lingkungan, efisien, dan unik. Kehadiran inovasi ini tidak hanya menarik bagi segmen pasar baru, tetapi juga berkontribusi pada upaya keberlanjutan dan diversifikasi sektor pariwisata.

## SARAN

Semakin berkembangnya tren dan preferensi wisatawan, pelaku usaha akomodasi dihadapkan pada tantangan untuk terus berinovasi dan menjaga keberlanjutan. Berdasarkan hal tersebut, beberapa saran yang relevan bagi pengembangan usaha akomodasi di masa mendatang adalah sebagai berikut:

1. **Peningkatan Kualitas dan Pelayanan Akomodasi**

Pelaku usaha akomodasi perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan, tidak hanya melalui pemenuhan standar yang telah ditetapkan oleh pemerintah, tetapi juga dengan berinovasi dalam pelayanan yang lebih personal dan disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan *modern*.

2. **Diversifikasi Akomodasi**

Menyediakan variasi akomodasi seperti *glamping*, *campervan*, atau *capsule hotel* dapat menjadi strategi yang efektif untuk menjangkau segmen wisatawan yang mencari pengalaman unik dan berbeda. Hal ini juga dapat meningkatkan daya saing destinasi wisata di pasar internasional.

3. **Pengembangan *Green Hotel***

Mengingat meningkatnya kesadaran akan isu lingkungan, pelaku usaha akomodasi harus mengadopsi praktik *green hotel*. Hal ini tidak hanya berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan tetapi juga dapat meningkatkan citra merek dan menarik segmen wisatawan yang peduli terhadap keberlanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & El Dief, M. M. (2020). A description of green hotel practices and their role in achieving sustainable development. *Sustainability*, 12(22), 9624.
- Bagyono, S. P. (2012). *Pariwisata & perhotelan*. Bandung: CV. Alfabeta, 21-22.

- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of outdoor recreation and tourism*, 17, 77-83.
- Chiang, C. F. (2018). Influences of price, service convenience, and social servicescape on post-purchase process of capsule hotels. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(4), 373-384.
- Isdarmanto, S. M., & Par, M. (2017). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarukmo.
- Prakoso, P. A. (2017). *Front Office Praktis Administrasi dan Prosedur Kerja*. Yogyakarta: Gava Media.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor PM.53/HM.001/MPEK/2013 tentang Standar Usaha Hotel
- Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2016 tentang Pendaftaran Usaha Pariwisata
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/ Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2021 Tentang Standar Kegiatan Usaha Pada Penyelenggaraan Perizinan Berusaha Berbasis Risiko Sektor Pariwisata
- Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata
- Wilson, S., & Hannam, K. (2017). The frictions of slow tourism mobilities: Conceptualising campervan travel. *Annals of Tourism Research*, 67, 25-36.

**URGENSI PENERAPAN PRAKTIK  
PARIWISATA BERKELANJUTAN PADA  
AKOMODASI GEOPARK CILETUH-SUKABUMI**

**Jimmy Ruben Sihombing  
Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec**

**Dr. Drs. H. Edwin Rizal, M.Si**

**Universitas Padjajaran**

## **PENDAHULUAN**

Praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata telah menjadi perhatian utama dalam beberapa tahun terakhir, terutama karena meningkatnya kekhawatiran terhadap dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas pariwisata. Sektor pariwisata merupakan salah satu industri dengan pertumbuhan tercepat di dunia, namun di Geopark Ciletuh-Sukabumi, saat ini, terdapat tantangan besar dalam menjaga keseimbangan antara keuntungan ekonomi dan pelestarian lingkungan. Menurut penelitian oleh (Gössling dkk., 2012), aktivitas pariwisata menyumbang sekitar 8% dari total emisi karbon dunia, yang menunjukkan adanya dampak signifikan dari sektor ini terhadap perubahan iklim global. Oleh karena itu, penting untuk menerapkan praktik berkelanjutan dalam industri akomodasi pariwisata sebagai upaya mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Praktik berkelanjutan dalam akomodasi pariwisata mencakup berbagai aspek, mulai dari pengelolaan sumber daya alam seperti air dan energi hingga pengelolaan limbah dan penggunaan produk lokal. Pengelolaan energi yang efisien, misalnya, dapat mengurangi konsumsi energi secara signifikan dan menurunkan jejak karbon (Becken dkk., 2020). Selain itu, penerapan sistem pengelolaan air yang bijaksana dapat membantu mengurangi limbah air dan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya ini. Penelitian yang dilakukan oleh Mihalic (2016) menegaskan bahwa praktik-praktik ini tidak hanya berdampak positif pada lingkungan, tetapi juga pada kepuasan wisatawan khususnya di Geopark Ciletuh-Sukabumi, yang semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan dalam pengalaman pariwisata mereka.

Kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi merupakan faktor kunci dalam kesuksesan jangka panjang industri pariwisata. Wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi cenderung lebih memilih akomodasi yang menerapkan prinsip-prinsip berkelanjutan dan bertanggung jawab sosial. Hal ini sejalan dengan temuan (Dwyer dkk., 2012) yang menunjukkan bahwa wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi semakin mempertimbangkan aspek keberlanjutan dalam memilih destinasi dan akomodasi, karena mereka menganggap bahwa praktik tersebut memberikan kontribusi positif terhadap pengalaman perjalanan mereka. Dengan demikian, pelaku industri pariwisata perlu mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam operasional mereka untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi.

Selain hal tersebut, masih terdapat kesenjangan antara kesadaran wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi terhadap praktik berkelanjutan dan implementasi yang dilakukan oleh pelaku industri pariwisata. Dalam observasi yang dilakukan menunjukkan bahwa meskipun wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi semakin sadar akan pentingnya keberlanjutan, hanya sebagian kecil akomodasi yang benar-benar menerapkan praktik berkelanjutan secara konsisten. Hal Ini menunjukkan perlunya edukasi yang lebih mendalam kepada pelaku industri pariwisata mengenai manfaat ekonomi dan citra merek yang dapat diperoleh melalui penerapan praktik-praktik berkelanjutan.

Selain dampak lingkungan, praktik berkelanjutan juga berpengaruh pada aspek sosial dalam industri pariwisata. Beberapa akomodasi telah mulai mengadopsi program-program yang mendukung komunitas lokal, seperti penggunaan produk-produk lokal atau pemberdayaan masyarakat setempat (Jones dkk., 2014). Penerapan prinsip-prinsip ini tidak hanya memberikan dampak positif pada komunitas setempat, tetapi juga meningkatkan kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi yang merasa bahwa mereka turut berkontribusi dalam mendukung ekonomi lokal selama perjalanan mereka.

Di Indonesia, sektor pariwisata memiliki peran penting dalam perekonomian nasional. Namun, tantangan dalam menerapkan praktik berkelanjutan masih cukup besar. Menurut penelitian oleh (Fadli dkk., 2022), masih banyak akomodasi pariwisata di Indonesia yang belum sepenuhnya mengadopsi prinsip-prinsip keberlanjutan. Faktor-faktor seperti keterbatasan sumber daya, kurangnya kesadaran, dan rendahnya insentif ekonomi sering kali menjadi penghalang utama dalam implementasi praktik berkelanjutan di sektor akomodasi. Oleh karena itu, diperlukan upaya yang lebih intensif, baik dari pemerintah maupun sektor swasta, untuk mendorong penerapan praktik berkelanjutan di seluruh industri pariwisata dan akomodasi Indonesia.

Kesadaran dan preferensi wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi terhadap akomodasi berkelanjutan telah meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi masa kini tidak hanya mencari pengalaman yang nyaman, tetapi juga yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan (Hall dkk., 2020). Mereka cenderung menilai kualitas pengalaman pariwisata mereka berdasarkan seberapa besar akomodasi mendukung inisiatif keberlanjutan. Oleh karena itu, bagi para pengelola akomodasi, investasi dalam praktik-praktik berkelanjutan tidak hanya penting untuk keberlanjutan jangka panjang bisnis mereka, tetapi juga untuk memenuhi harapan dan meningkatkan kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi.

Semakin meningkatnya kesadaran global mengenai keberlanjutan, penerapan praktik berkelanjutan dalam akomodasi pariwisata menjadi semakin penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh praktik berkelanjutan yang diterapkan oleh akomodasi pariwisata terhadap kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi, dengan harapan dapat memberikan wawasan bagi pelaku industri untuk lebih memperhatikan aspek keberlanjutan dalam operasional mereka. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pengelola akomodasi pariwisata dalam meningkatkan kualitas

layanan dan pengalaman wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi melalui penerapan praktik-praktik yang berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa penerapan praktik pariwisata berkelanjutan pada akomodasi di Geopark Ciletuh-Sukabumi masih menghadapi berbagai tantangan, yang tercermin dari wawancara mendalam dengan pengelola akomodasi, wisatawan, dan perwakilan pemerintah setempat. Para pengelola akomodasi di Geopark Ciletuh-Sukabumi menyadari pentingnya penerapan praktik pariwisata berkelanjutan, namun mereka mengakui bahwa realisasinya tidak semudah yang dibayangkan. Salah satu pengelola akomodasi menyatakan, “Kami sebenarnya ingin menerapkan sistem pengelolaan limbah yang lebih baik, seperti mendaur ulang sampah plastik dan organik, tetapi terkendala oleh biaya yang cukup tinggi dan kurangnya dukungan teknis dari pihak terkait.” Pernyataan ini menunjukkan bahwa meskipun kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan sudah mulai muncul, keterbatasan finansial dan minimnya bantuan teknis menjadi penghalang yang signifikan.

Pengelola akomodasi lainnya mengungkapkan bahwa keterbatasan pengetahuan tentang praktik berkelanjutan menjadi hambatan utama. “Kami sering mendengar istilah pariwisata berkelanjutan, tetapi belum paham sepenuhnya apa yang harus dilakukan. Kami memerlukan panduan yang jelas dan pelatihan khusus agar bisa menerapkan praktik yang benar,” ujar seorang pengelola. Hal ini mempertegas perlunya edukasi yang lebih intensif dan terstruktur untuk meningkatkan pemahaman para pelaku usaha mengenai pariwisata berkelanjutan. Pengelola juga menyoroti kurangnya regulasi yang mendorong atau mengatur praktik berkelanjutan di sektor pariwisata, sehingga banyak pelaku usaha yang tidak merasa terdorong untuk melakukan perubahan.

Pengelola akomodasi juga menyoroiti tantangan dalam mengedukasi wisatawan tentang pentingnya praktik ramah lingkungan. Mereka sering kali mendapati bahwa wisatawan kurang peduli pada aspek keberlanjutan selama kunjungan mereka. Seorang pengelola menyebutkan, “Kami sudah mencoba menyediakan tempat sampah terpisah untuk daur ulang, tapi sering kali wisatawan masih mencampur sampahnya. Padahal, ini hal kecil yang bisa membantu menjaga kebersihan lingkungan”. Tantangan ini menyoroiti perlunya kampanye edukatif yang tidak hanya ditujukan kepada pengelola tetapi juga kepada para wisatawan agar mereka lebih sadar akan dampak lingkungan dari aktivitas wisata mereka.

Wawancara dengan para wisatawan juga menunjukkan bahwa aspek keberlanjutan belum menjadi prioritas utama dalam memilih akomodasi. Salah seorang wisatawan mengungkapkan, “Saat saya memilih tempat menginap, hal yang saya pertimbangkan adalah harga, fasilitas, dan kenyamanan. Saya belum pernah berpikir apakah tempat tersebut ramah lingkungan atau tidak.” Pernyataan ini mencerminkan bahwa masih ada kesenjangan antara niat baik dari pengelola untuk menerapkan praktik berkelanjutan dan kesadaran wisatawan yang masih rendah.

Selain itu, wisatawan yang memiliki kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan juga mengungkapkan bahwa mereka sering kali kesulitan menemukan informasi yang jelas mengenai akomodasi mana saja yang telah menerapkan praktik tersebut. Salah satu wisatawan mengatakan, “Saya sebenarnya ingin mendukung akomodasi yang ramah lingkungan, tetapi informasi seperti itu sulit ditemukan di *platform* pemesanan *online*.” Ini menunjukkan perlunya transparansi dan komunikasi yang lebih baik dari pihak akomodasi dalam menyampaikan komitmen mereka terhadap keberlanjutan. Penyedia akomodasi dapat memanfaatkan media digital untuk menyampaikan inisiatif ramah lingkungan yang mereka lakukan, sehingga dapat menarik wisatawan yang peduli terhadap isu tersebut.

Dari sisi pemerintah, perwakilan Dinas Pariwisata Sukabumi menyebutkan bahwa upaya untuk mendorong pariwisata berkelanjutan telah dimulai, meskipun masih terbatas pada kampanye penyuluhan. “Kami telah melakukan beberapa kegiatan sosialisasi tentang pentingnya pariwisata berkelanjutan, namun implementasinya di lapangan masih sangat terbatas. Kami sedang berupaya merancang pelatihan khusus bagi pengelola akomodasi untuk meningkatkan pemahaman mereka mengenai praktik berkelanjutan,” ujar salah satu pejabat. Pemerintah menyadari bahwa regulasi yang ada belum cukup kuat untuk memaksa pelaku usaha menerapkan praktik berkelanjutan, sehingga pendekatan yang lebih proaktif dan inklusif sangat dibutuhkan. Hal ini mencakup pemberian insentif bagi akomodasi yang berhasil menerapkan praktik ramah lingkungan, seperti potongan pajak atau dukungan promosi.

Di sisi lain, pemerintah juga mengakui adanya tantangan dalam membangun infrastruktur pendukung yang dapat mendorong praktik pariwisata berkelanjutan. Salah satu perwakilan pemerintah menyoroti masalah pengelolaan sampah yang masih menjadi isu besar di Geopark Ciletuh-Sukabumi. “Kami sedang berusaha meningkatkan fasilitas pengelolaan sampah, namun perlu waktu dan investasi yang cukup besar untuk membangun sistem yang efektif,” ujarnya. Pemerintah berencana melibatkan komunitas lokal dalam program pengelolaan sampah dan konservasi lingkungan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang lebih berkelanjutan. Pendekatan berbasis komunitas ini diharapkan dapat menumbuhkan rasa tanggung jawab kolektif dalam menjaga kelestarian Geopark Ciletuh-Sukabumi.

Selain masalah infrastruktur, keterlibatan komunitas lokal juga dinilai krusial untuk keberhasilan penerapan pariwisata berkelanjutan. Salah satu tokoh masyarakat yang diwawancarai menyebutkan bahwa masyarakat lokal harus dilibatkan dalam setiap inisiatif pariwisata berkelanjutan, mulai dari pelatihan hingga pengelolaan sumber daya alam. “Masyarakat di sini hidup

dari pariwisata, jadi mereka juga harus tahu cara menjaga kelestarian alamnya. Kami siap berkolaborasi, tapi perlu dukungan dari semua pihak, termasuk pemerintah dan pelaku usaha,” ujar tokoh masyarakat tersebut. Pendekatan partisipatif ini akan membantu menciptakan kesadaran kolektif dan komitmen bersama untuk menjaga keberlanjutan Geopark Ciletuh-Sukabumi sebagai destinasi wisata yang ramah lingkungan.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menunjukkan bahwa penerapan praktik pariwisata berkelanjutan di Geopark Ciletuh-Sukabumi masih dalam tahap awal dan memerlukan dukungan dari berbagai pihak. Edukasi dan peningkatan kesadaran terhadap pentingnya pariwisata berkelanjutan harus ditingkatkan, baik untuk pengelola akomodasi maupun wisatawan. Pemerintah perlu memainkan peran lebih aktif dalam mengeluarkan regulasi yang mendukung dan menyediakan insentif untuk pelaku usaha yang berkomitmen pada praktik berkelanjutan. Melalui kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, komunitas lokal, dan wisatawan, Geopark Ciletuh-Sukabumi dapat menjadi contoh destinasi wisata yang berhasil menerapkan pariwisata berkelanjutan dan menjaga keindahan alamnya untuk generasi mendatang.

Hasil ini sejalan dengan berbagai penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa penerapan praktik berkelanjutan dapat mempengaruhi pengalaman dan kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi. Pembahasan ini akan mengkaji hasil penelitian lebih lanjut dan didukung oleh literatur akademis dari jurnal-jurnal terkait.

Penelitian ini menunjukkan bahwa wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi memiliki preferensi terhadap akomodasi yang berkelanjutan. Wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi yang sadar akan lingkungan lebih cenderung memilih akomodasi yang menerapkan strategi pengelolaan limbah yang efisien, mengurangi penggunaan energi, dan menggunakan bahan-bahan lokal yang ramah lingkungan. Hasil dari penelitian ini menambah bukti bahwa wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi tidak hanya peduli

dengan kenyamanan fisik dan fasilitas yang ditawarkan oleh akomodasi, tetapi juga dengan bagaimana tempat tersebut berdampak pada lingkungan dan komunitas lokal.

Praktik berkelanjutan dalam industri pariwisata semakin menjadi fokus utama bagi banyak perusahaan akomodasi. Menurut (Susanti dkk., 2023), sektor pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia, namun juga memiliki dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan, termasuk emisi karbon, degradasi lingkungan, dan peningkatan limbah. Oleh karena itu, banyak perusahaan akomodasi mulai mengadopsi strategi yang ramah lingkungan, seperti efisiensi energi, pengelolaan limbah, dan dukungan untuk produk lokal.

Penelitian ini memperkuat argumen bahwa penerapan praktik-praktik berkelanjutan tidak hanya penting untuk menjaga lingkungan tetapi juga untuk meningkatkan kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi. (Becken dkk., 2020) menunjukkan bahwa wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi semakin mengharapkan akomodasi untuk memainkan peran aktif dalam keberlanjutan. Mereka tidak hanya menghargai fasilitas yang ramah lingkungan, tetapi juga menghargai upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mendukung masyarakat lokal melalui program-program tanggung jawab sosial.

Selain kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi, penelitian ini juga mengindikasikan bahwa praktik berkelanjutan dapat memengaruhi loyalitas wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi. Menurut (Viola dan Nurlisa Ginting, 2022) dalam industri pariwisata, loyalitas wisatawan sangat penting karena dapat mengurangi biaya pemasaran dan meningkatkan pendapatan melalui kunjungan berulang.

Selain dampak lingkungan, praktik berkelanjutan juga berdampak positif pada aspek ekonomi dan sosial. Sebuah studi oleh (Font & McCabe, 2017) menunjukkan bahwa akomodasi yang mengadopsi strategi berkelanjutan sering kali mengalami pengurangan biaya operasional, seperti pengurangan penggunaan energi dan pengelolaan limbah yang lebih efisien. Pengurangan

biaya ini pada akhirnya dapat meningkatkan margin keuntungan dan memastikan kelangsungan bisnis jangka panjang.

Kemudian, dampak sosial dari praktik berkelanjutan juga signifikan. Penggunaan produk-produk lokal dan pemberdayaan masyarakat setempat dapat meningkatkan hubungan positif antara akomodasi dan komunitas di sekitarnya. (Ahmed dkk., 2024) mengatakan dukungan terhadap ekonomi lokal dapat meningkatkan citra positif dari perusahaan akomodasi dan menciptakan pengalaman yang lebih otentik bagi wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi. Dalam hal ini, wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi tidak hanya merasa puas dengan layanan yang mereka terima, tetapi juga merasa bahwa mereka telah memberikan dampak positif bagi masyarakat yang mereka kunjungi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa praktik berkelanjutan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi. Wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi yang menginap di akomodasi yang menerapkan prinsip keberlanjutan cenderung merasa lebih puas dengan pengalaman mereka. Hasil ini didukung oleh berbagai literatur yang menunjukkan bahwa wisatawan Geopark Ciletuh-Sukabumi semakin peduli dengan dampak lingkungan dari aktivitas pariwisata dan lebih memilih akomodasi yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ahmed, O., Anugerah, D., Arifin, S., & Putra, D. F. (2024). Arah Baru Pembangunan Pariwisata Madura. *fisip.publiccorner@wiraraja.ac.id*, 19(1).
- Becken, S., Whittlesea, E., Loehr, J., & Scott, D. (2020). Tourism and climate change: evaluating the extent of policy

- integration. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(10), 1603–1624. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1745217>
- Dwyer, L., Gill, A., & Seetaram, N. (2012). *Handbook of research methods in tourism: Quantitative and qualitative approaches*. Edward Elgar Publishing.
- Fadli, M., Susilo, E., Puspitawati, D., Ridjal, A. M., Maharani, D. P., & Liemanto, A. (2022). Sustainable Tourism as a Development Strategy in Indonesia. *Journal of Indonesian Tourism & Development Studies*, 10(1).
- Gössling, S., Peeters, P., Hall, C. M., Ceron, J. P., Dubois, G., Lehmann, L. V., & Scott, D. (2012). Tourism and water use: Supply, demand, and security. An international review. Dalam *Tourism Management* (Vol. 33, Nomor 1, hlm. 1–15). Elsevier Ltd. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.03.015>
- Hall, C. M., Scott, D., & Gössling, S. (2020). Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. *Tourism Geographies*, 22(3), 577–598. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759131>
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2014). Sustainability in the global hotel industry. Dalam *International Journal of Contemporary Hospitality Management* (Vol. 26, Nomor 1, hlm. 5–17). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2012-0180>
- Mihalic, T. (2016). Sustainable-responsible tourism discourse - Towards “responsustable” tourism. *Journal of Cleaner Production*, 111, 461–470. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.12.062>
- Nina Adlini, M., Hanifa Dinda, A., Yulinda, S., Chotimah, O., & Julia Merliyana, S. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif Studi Pustaka* (Vol. 6, Nomor 1).
- Susanti, P. H., Febianti, F., Rahmawati, R., & Nirmalasari, N. L. P. I. (2023). Destinasi pariwisata ramah lingkungan: Praktik berkelanjutan yang mengubah industri. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 12(2), 663–676.

Viola dan Nurlisa Ginting. (2022). *TALENTA Conference Series: Energy & Engineering*.  
<https://doi.org/10.32734/ee.v5i1.1529>

# **STRATEGI OPTIMALISASI PENGALAMAN MENGINAP MELALUI PEMBERDAYAAN AREA WISATA HIJAU BAGI AKOMODASI *GLAMPING***

**Ghaziana Zhafarini**

**Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec**

**Dr. Yunus Winoto, M.Pd.**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Pandemi telah membangun ulang preferensi masyarakat dalam berwisata, terutama karena banyaknya perubahan dari sisi digital dan berbagai pilihan atraksi serta aktivitas wisata yang tak hanya terpusat di kota. Kemajuan teknologi digital juga menggeser perilaku masyarakat dalam berwisata, terutama saat semakin banyak muncul platform digital dan industri pariwisata kreatif yang menyediakan *exposure* mengenai destinasi wisata dari jarak jauh seperti *virtual reality* hingga gamifikasi hingga muncul istilah *digital* atau *virtual tourism*. Seiring meredanya pandemi, orang-orang cenderung untuk keluar dari rumah mereka dengan cara yang lebih aman dan nyaman, sering kali memilih ruang terbuka alami sebagai tujuan mereka. Pergeseran ini tidak hanya didorong oleh keinginan untuk memenuhi kebutuhan manusia akan istirahat, relaksasi, dan penyegaran mental tetapi juga oleh meningkatnya popularitas perhotelan luar ruang di antara mereka yang mencari atraksi berbasis alam (Vada et al., 2023; Xiang et al., 2023).

Di sisi lain, pengelola wisata dan pemerintah kerap berusaha mengikuti dan mendorong setiap kegiatan wisata untuk tetap memenuhi batas wajar dan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan. Setiap aspeknya mencakup bagaimana cara

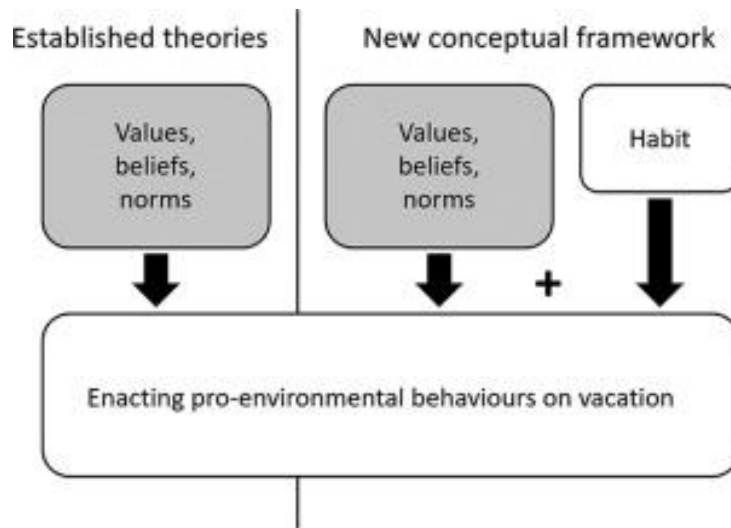
destinasi wisata dikelola bahkan bagaimana wisatawan berperilaku selama perjalanan mereka. Perlu adanya langkah-langkah yang mendukung keberlanjutan seperti mewujudkan praktik ramah lingkungan, penggunaan sumber daya secara efisien, serta perlindungan terhadap keanekaragaman hayati dan juga warisan budaya. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (2021), pariwisata saat ini tidak bisa hanya fokus pada angka kunjungan wisatawan lokal dan internasional, tetapi juga pengembangan konsep berwisata yang dapat memberi dampak pada jangka waktu yang lebih panjang, diantaranya melalui pengelolaan bisnis pariwisata berkelanjutan, sosial ekonomi, keberlanjutan budaya hingga aspek lingkungan.

Melihat urgensitas dari sektor pariwisata saat ini, akomodasi juga memegang peranan penting dalam mengikuti aturan-aturan keberlanjutan. Sebagai salah satu pondasi utama dari pariwisata selain atraksi, aktivitas, amenities dan aksesibilitas, akomodasi tidak hanya menyediakan tempat tinggal bagi wisatawan, tetapi juga berkontribusi besar terhadap pengalaman keseluruhan mereka selama berada di suatu destinasi (Çelik & Çevirgen, 2021). Dengan berubahnya gaya hidup, akomodasi yang ramah lingkungan dan berkelanjutan tentunya lebih diminati dan dapat memberi nilai tambah bagi industri pariwisata.

Di Indonesia, standardisasi dan sertifikasi dilakukan untuk setiap penyelenggaraan pariwisata paska pandemi lewat *Clean, Health, Safety & Environment Sustainability (CHSE) Certification*. Penerapan standar ini dilakukan oleh Kemenparekraf RI sebagai program pemulihan citra pariwisata nasional dalam penetapan standar seluruh tempat wisata di berbagai sektor, seperti hotel, restoran, *homestay*, daya tarik wisata, tempat spa, usaha golf, dan banyak lagi (Kurnianingsih, 2021). Sekitar 11 ribu usaha pariwisata telah tersertifikasi sampai dengan tahun 2024 dan protokol ini menjadi bagian dari cara akomodasi saling bersaing dari sisi bisnis serta mempertahankan daya tarik alam supaya tidak rusak oleh pengunjung. Hampir serupa dengan apa yang dilakukan Amerika Serikat yang

mengatur kualitas air, udara, polusi dan pembuangan limbah. Diatur lewat pedoman khusus Biro Pengelolaan Lahan dan Dinas Kehutanan, aturan ini berlaku pada seluruh lokasi berkemah dan aktivitas rekreasi di lahan publik lainnya. Peraturan ini juga mengatur dampak bagi lanskap sekitar, penggunaan energi, konsumsi air, pengelolaan limbah padat, transportasi dan kualitas udara (CRRHospitality, 2024).

Namun, perilaku yang mendukung keberlanjutan bisa jadi dipengaruhi oleh kebiasaan pengunjung sebelum melakukan perjalanan wisata. Kebiasaan memainkan peran penting karena sebagian besar perilaku yang memiliki konsekuensi lingkungan cenderung bersifat habitual. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (McInnes et al., 2022), perilaku pro-lingkungan yang sangat habitual lebih mungkin dilakukan juga saat berlibur. Banyak perilaku target yang menjadi perhatian bersifat otomatis dan dilakukan tanpa kesadaran. Oleh karena itu, kecuali ada hambatan infrastruktur di tujuan liburan, perilaku diharapkan dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti biasa, didorong melalui berbagai cara. Maka dari itu, perilaku pengunjung saat menginap bisa jadi salah satu cara bagaimana keberlanjutan dapat dipenuhi. Maka dari itu, sektor akomodasi pun membutuhkan pendekatan terpadu yang melibatkan semua pemangku kepentingan, terutama perusahaan pariwisata swasta yang memainkan peran penting dalam menerapkan kebijakan yang ditetapkan oleh sektor publik serta memberikan dorongan bagi pengunjung untuk berperilaku secara bijak dalam menginap di akomodasi, terutama akomodasi yang memanfaatkan area hijau.



Gambar 1. Peran kebiasaan dalam perilaku wisatawan yang berkelanjutan secara lingkungan (MacInnes et al., 2022)

## **TREN *GLAMPING* DI ERA PARIWISATA BERKELANJUTAN**

Saat ini muncul tren akomodasi yang unik seperti *glamping*, akomodasi yang memberdayakan area wisata hijau dan menawarkan pengalaman menginap yang berbeda. *Glamping* menjadi salah satu tren yang juga semakin populer setelah pandemi sebagai konsep baru yang menggabungkan kenyamanan berkemah dengan kontak langsung dengan alam. Diadopsi dari dua kata yaitu *glamour* dan *camping*, *glamping* kerap dikategorikan sebagai opsi aktivitas pada akomodasi bintang 5 yang memberikan pengalaman berbeda. Secara terminologi, *glamping* seringkali diposisikan sebagai sinonim dari akomodasi yang mewah (Hrgović et al., 2018). Sejak tahun 2016, istilah *glamping* masuk ke dalam *Oxford Dictionary* sebagai jenis akomodasi kemah menggunakan tenda dengan fasilitas yang lebih nyaman dan mahal daripada yang biasanya digunakan untuk berkemah. Ide di balik fenomena ini adalah bahwa lebih banyak orang yang saat ini dapat menikmati alam bebas tanpa harus

terlebih dahulu belajar membuat api, merakit tenda, dan memasak dari bahan-bahan yang ada di alam (Connolly & Sentinel, 2020).

Bagian penting dari *glamping* adalah terhubung dengan alam. Sebelumnya, berada di tengah alam sedikit menakutkan untuk mereka yang tidak terbiasa melakukan pariwisata berbasis petualangan. Kehadiran tren *glamping* salah satunya adalah untuk mengenali daya tarik alam tanpa perlu lagi mendaki hutan dengan cara tradisional (Gallagher, 2020). Pengalaman yang ditawarkan memberikan kesan aman dan nyaman terutama bagi keluarga biasanya harus menyiapkan liburan dengan upaya lebih, mulai dari persiapan sampai dengan pertimbangan akan ketidaknyamanan kasur yang tersedia hingga akses menuju tempat makan yang jauh dari penginapan.

Karakteristik *glamping* yang unik menjadi pembeda dari akomodasi kemah pada umumnya. Lingkungan alam natural dengan pemandangan yang baik menjadi karakteristik yang paling dinikmati (Utami, 2020). Selain itu, bentuk arsitektur, servis dari pengelola dan kebersihan maksimal menjadi faktor pengambilan keputusan lainnya. Fasilitas penunjang yang lengkap seperti listrik dan stop kontak, akses *WiFi* yang lancar, *bath tub*, *air conditioner*, juga spot foto menarik sangatlah penting dipertimbangkan. Dari berbagai jenis *glamping* yang tersedia, rumah pohon serta tenda dengan fasilitas menjadi dua jenis akomodasi yang lebih menarik perhatian dibandingkan mobil *van/campervan*, *bungalow* dan rumah kabin. Berbagai alasan tersebut yang menjadi pembeda dan tentunya tidak ditawarkan di pengalaman berkemah tradisional pada umumnya.

Tren *glamping* berkembang di berbagai negara dengan cukup merata sebagai pengembangan akomodasi kreatif dari *camping* yang sebelumnya begitu erat dengan akomodasi berbentuk tenda. Perkembangan pesat *glamping* selama dua dekade terakhir dapat dilihat di negara besar Mediterania dan Eropa seperti Prancis. Di Amerika Serikat, popularitas pelarian ke alam dapat dilihat dari terus bertambahnya lokasi Getaway House, salah satu pelopor industri hospitality yang memberdayakan area

hijau sebagai akomodasi *glamping*. Menurut data dari (Kampgrounds of America, 2022), berkemah menjadi salah satu bentuk rekreasi yang sederhana dan memuaskan, sehingga tidak heran jika kesadaran masyarakat terhadap *glamping* meningkat dari tahun ke tahun di berbagai segmentasi pasar sekitar 8% setiap tahunnya. Masyarakat Amerika Utara memiliki preferensi untuk mencoba *glamping* dengan alasan akomodasi yang unik dan servis serta amenities yang lebih baik dari hotel biasanya, menikmati waktu luang dan jauh dari hiruk pikuk kesibukan, serta memungkinkan mereka untuk mengakses tempat yang indah sambil menikmati penginapan yang mewah.

Di Indonesia sendiri, kehadiran *glamping* membuat variasi akomodasi semakin kaya dan mendorong kesadaran pengunjung terhadap pemberdayaan area hijau. Selain menyediakan fasilitas yang lengkap, pengelola juga kerap membangun narasi agar pengunjung tidak merusak alam dan bersikap sebaik-baiknya di tengah alam seperti menjaga kualitas alam sekitar, hingga menggunakan sumber daya alam dengan tidak berlebihan. Dan untuk menciptakan retensi yang tinggi bagi akomodasi, wisatawan atau pengunjung perlu mendapatkan pengalaman yang berbeda dari akomodasi konvensional pada umumnya. Hal ini menjadi tren baru di dunia pariwisata, terutama didukung pula dengan adanya *platform digital* yang memungkinkan wisatawan melakukan promosi terhadap akomodasi yang mereka gunakan, seperti *online travel agent* (OTA) atau Google Review. Wisatawan juga kini lebih menghargai ruang terbuka dan lingkungan yang sehat, sehingga akomodasi yang menawarkan suasana alami dan hijau menjadi daya tarik tersendiri.

Dari tren akomodasi *glamping*, peneliti melihat adanya urgensi terhadap kajian mengenai perilaku pengunjung akan prinsip-prinsip *sustainability* dan bagaimana peran sektor swasta berkompetisi satu sama lain untuk tetap mendukung kebiasaan pengunjung tersebut serta menciptakan pengalaman menginap yang berbeda. Dari sisi pemberdayaan area wisata hijau yang semakin berkurang karena penggunaannya untuk atraksi,

akomodasi serta aktivitas wisata, tentu perlu adanya tanggung jawab pengelola wisata akan kualitas sumber daya alam dan menjauhkannya dari kepadatan pengunjung dan kerusakan. Tulisan ini bertujuan untuk menjawab bagaimana strategi yang dilakukan oleh pemangku kebijakan dan sektor wisata guna mengoptimalkan kebiasaan serta perilaku dan pengalaman menginap pengunjung terhadap akomodasi glamping yang memberdayakan area wisata hijau.

### **STRATEGI PERAN SWASTA DALAM MENGOPTIMALISASI PENGALAMAN PENGUNJUNG AKOMODASI *GLAMPING***

Untuk mendapatkan jawaban yang mendalam terkait strategi optimalisasi tersebut, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dan mengumpulkan data melalui observasi langsung dan melakukan wawancara terhadap tim *commercial* dari Bobocabin Indonesia, salah satu pionir merek hotel kabin yang menawarkan pengalaman menginap di tengah alam dengan konsep *elevated camping*. Bobocabin sendiri merupakan salah satu produk dari Bobobox, *start-up* yang berkecimpung di segmen hotel dan *hospitality* yang terkenal dengan penginapan yang lengkap dengan pemandangan alam mengelilingi kabin serta menawarkan aktivitas luar ruangan sebagai pelengkap, yang hadir pada tahun 2021 sebagai opsi bagi para wisatawan pada periode pandemi. Setiap unit Bobocabin telah terintegrasi berbagai fitur teknologi *Internet of Things* (IoT) canggih, seperti sistem *Smart Window*, *Mood Lamp*, serta kunci pintu berbasis QR dan berbagai fitur lainnya yang dapat diatur melalui satu aplikasi. Bobocabin saat ini telah tersebar di 17 daerah wisata alam di Indonesia seperti Lembang, Gunung Mas Bogor, Coban Rondo, Toba, Ubud, dan lainnya. Dalam tulisan ini, peneliti fokus pada 5 lokasi Bobocabin di Jawa Barat yaitu Cikole, Ranca Upas, Pangalengan, Madasari, dan Gunung Mas Bogor.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *open coding*, dengan memeriksa hubungan antara poin-poin penting dalam prinsip berkelanjutan dan konsep akomodasi serta mengembangkan kategori inti melalui diskusi dengan responden. Para peneliti merujuk literatur terkait dan memanfaatkan pengalaman pribadi mereka sebagai tim strategi dalam pengelolaan akomodasi *glamping* untuk memperkaya analisis serta observasi secara langsung sebagai pengunjung. Meskipun ada risiko bias karena bersifat satu arah, pendekatan ini memungkinkan eksplorasi strategi baru bagi industri pariwisata.

Tabel 1. Ringkasan Topik Wawancara

<b>Lokasi</b>	<b>Tipe Area Hijau</b>	<b>Topik</b>
Cikole, Kab. Bandung Barat	Hutan pinus	Eksplorasi umum mengenai <i>glamping</i> , peran sektor swasta dan pemerintah
Pangalengan, Kab. Bandung	Perkebunan teh	Lokasi, jalur, akses, amenitas yang ditawarkan
Ranca Upas, Kab. Bandung	Hutan hijau	Aktivitas yang ditawarkan, pengelolaan akomodasi
Madasari, Pangandaran	Pesisir pantai	Pemberdayaan sumber daya alam dan manusia
Gunung Mas, Puncak, Bogor	Pemukiman dan perkebunan teh	Pelestarian area hijau, pemeliharaan ekologi, keunikan lokasi

Dari hasil pengumpulan data yang dilakukan, responden dalam studi ini mengidentifikasi sumber daya inti yang penting untuk kegiatan pariwisata pengunjung akomodasi mereka. Seperti ketersediaan aktivitas lain sebagai bagian dari *entertainment*,

kegiatan rutin yang dilakukan untuk menjaga kualitas area hijau sekitar akomodasi, pemanfaatan sumber daya alam dalam kompetisi bisnis, hingga narasi yang tepat untuk mendorong perilaku pengunjung tanpa memaksa. Untuk memberikan perspektif yang kaya, peneliti mendorong responden menjelaskan perbedaan dari setiap cabang dari Bobocabin dan karakteristik area hijau yang dimanfaatkan (lihat tabel 1). Temuan ini kemudian diorganisir ke dalam kerangka kerja dengan empat bagian berdasarkan kategori strategi.

### **Strategi Peningkatan Kesadaran Pengunjung akan Pentingnya *Sustainability***

Pada pembahasan strategi yang pertama, responden memberikan informasi dan penjelasan bagaimana pengelola akomodasi *glamping* juga turut sadar akan pentingnya prinsip-prinsip keberlanjutan. Merujuk pada konsep (McInnes, 2022), bahwasanya perilaku *pro-environment* tidak hanya hadir berdasar pada kepercayaan masing-masing wisatawan, tetapi juga dapat didorong oleh berbagai peran pengelola wisata bahkan warga lokal dan pemangku kebijakan, untuk meneruskan kebiasaan atau menciptakan suatu kebiasaan yang baru berupa perilaku sadar lingkungan. Dengan bangunan berupa kabin yang berdiri diatas area wisata hijau, Bobocabin turut bertanggungjawab untuk mengedukasi serta memfasilitasi pengunjung untuk memiliki kesadaran tersebut.

Sebagai salah satu langkah signifikan, pengunjung diharapkan memiliki gaya hidup yang berkelanjutan dan tidak hanya saat menginap saja. Seperti amenities yang disediakan di dalam kabin, pengunjung diberikan sikat gigi kayu dan bukan sikat gigi berbahan plastik seperti pada hotel konvensional. Begitu pula air mineral yang dikemas dalam botol kaca dan bukan air mineral dalam botol plastik yang sampahnya sulit terurai. Informasi mengenai penggunaan air bersih secara bijak juga tersedia di dalam kabin sehingga pengunjung dapat memulai

perilaku *pro-environment* saat menginap. Ada pun edukasi yang kerap aktif digaungkan lewat media sosial serta aplikasi mengenai *travel light* atau berkemas dengan jumlah yang sedikit seperti yang biasa dilakukan oleh *backpacker*. Hal ini penting dan sebagai salah satu bagian dari strategi untuk menawarkan hal-hal seperti amenities, makanan khas lokal, hingga servis lain yang sudah tersedia secara lengkap tanpa harus membawa begitu banyak barang dari rumah saat menginap. Edukasi lainnya seperti *reuse, reduce & recycle* (3R) terhadap barang-barang yang dimiliki serta penggunaan transportasi umum untuk mengurangi karbon selama perjalanan menuju akomodasi juga dengan aktif dilakukan melalui berbagai *platform digital*.

Untuk memberikan pengalaman yang berbeda bagi pengunjung terhadap keikutsertaan mereka pada kegiatan *pro-environment*, Bobocabin bekerjasama dengan Fairatmos, salah satu pihak ketiga yang memfasilitasi penghitungan karbon yang dihasilkan. Dalam hal ini, wisatawan juga dapat berdonasi melalui aplikasi dan *website* Bobobox untuk mendukung proyek pengurangan emisi karbon di Katingan Mentaya, Kalimantan. Tentunya hal ini dilakukan sebagai bagian dari *corporate social responsibility* (CSR) dari pengelola akomodasi terhadap pemberdayaan area wisata hijau sebagai lahan bisnis. Di lain sisi, pengelola akomodasi berharap wisatawan semakin memahami pentingnya meminimalisir emisi karbon di era pariwisata berkelanjutan ini dan turut bertanggungjawab dalam melestarikan alam lewat berbagai hal sederhana.

Kampanye digital *#ResponsibleTraveler* masih dikomunikasikan pengelola akomodasi. Kampanye ini tidak semata-mata bertujuan untuk memberikan edukasi, namun juga mendorong wisatawan untuk menginspirasi calon pengunjung lainnya bahwa menjadi penginap di akomodasi *glamping* tentu berbeda dengan saat menginap di hotel konvensional di tengah kota. Selain dengan perilaku bijak dalam memelihara alam, kampanye digital ini digunakan untuk menyamakan ekspektasi wisatawan saat sebelum dan setelah datang ke penginapan.

## **Strategi Pelestarian Area Hijau pada Akomodasi *Glamping***

Strategi ini tak kalah penting untuk dilakukan pengelola akomodasi *glamping*. Berada di ruang terbuka hijau memungkinkan fasilitas akomodasi *glamping* terpengaruh secara langsung oleh kondisi cuaca dan iklim. Perubahan iklim secara signifikan mempengaruhi keputusan suatu perjalanan rekreasi—terutama berkemah dan *glamping*—karena sumber daya dari suatu destinasi terdiri dari berbagai variabel cuaca yang dialami wisatawan selama kunjungan (Craig et al., 2021). Hal ini memunculkan indikator baru yaitu *Camping Climate Index* (CCI) yang mengukur pengembangan, validasi, dan aplikasi sebuah indeks iklim pariwisata, serta menilai efek jangka pendek dan panjang dari variabilitas iklim dan cuaca untuk kegiatan berkemah. Dengan jumlah yang semakin meningkat pada sektor perkemahan, CCI membantu pengelola destinasi kemah, baik yang berorientasi pada keuntungan maupun nirlaba, untuk memahami dampak dari cuaca dan variabilitas iklim (Ma et al., 2020).

Sebagai bagian dari agenda pelestarian area hijau di sekitar akomodasi dan lahan hijau yang digunakan sebagai area perkemahan, kabin, area *playground*, serta fasilitas-fasilitas lain seperti *pop-up restaurant*, *pop-up mart* serta area api unggun, pengelola akomodasi membagi peran. Pada agenda yang melibatkan tim internal, pemeliharaan ekologi dilakukan secara rutin dengan berkolaborasi bersama pemerintah setempat seperti Perhutani, Dinas Pariwisata Jawa Barat, dan pihak ketiga guna mengelola kondisi kabin dari jamur, binatang liar, serangga, dan kondisi-kondisi alam yang tidak diinginkan. Selain itu, kualitas pohon dan tanah juga menjadi indikator penting bagi pelestarian area hijau. Terkhusus di lokasi Cikole dengan pemandangan hutan pinus, pohon-pohon tinggi dengan umur yang memiliki kecenderungan untuk tumbang dilakukan pengecekan bahkan penebangan. Sedangkan di lokasi Madasari Pangandaran,

dilakukan penghitungan ketinggian ombak serta kencangnya angin di sekitar kabin agar tidak mengganggu aktivitas wisatawan selama menginap. Berbeda dengan dua lokasi tersebut, Bobocabin Pangalengan dan Gunung Mas Puncak mendapatkan *treatment* yang berbeda berupa penghempasan hama sekitar kebun plantasi teh yang memungkinkan mengganggu pengunjung.

Pada agenda yang melibatkan tim eksternal, pengelola akomodasi berkonsultasi pada *Environmental Social and Governance Expert* guna mengukur dan mengidentifikasi semua risiko serta peluang non-keuangan yang berkaitan dengan segala aktivitas perusahaan. Dalam hal ini, penggunaan listrik, pemberdayaan sumber daya manusia, hingga pemanfaatan lahan saat sebelum dilakukan pembangunan perlu melewati berbagai fase konsultasi. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir pengelolaan bisnis yang melewati batas wajar. Meski bisnis akomodasi *glamping* bergerak oleh adanya *demand* serta campuran tangan *investor*, risiko akan longsor atau kebakaran area wisata hijau perlu dikaji supaya tidak memunculkan kepadatan dan kehancuran alam yang kemudian merusak habitat yang ada di sekitarnya.

### **Strategi Bisnis *Glamping* dalam Kompetisi Akomodasi Berbasis Alam**

Meningkatnya permintaan akomodasi luar ruangan, termasuk aktivitas wisata alam seperti berkemah, karavan dan *glamping* tentu disebabkan berbagai faktor. Dalam hal ini, operator akomodasi pun menghadapi persaingan yang semakin ketat yang disebabkan oleh meningkatnya ekspektasi wisatawan terhadap pengalaman yang dipersonalisasi dan nyaman juga aktivitas *outdoor* yang tidak didapatkan di hotel konvensional (Fossgard & Fredman, 2019). Tidak dapat dipungkiri bahwa dalam kasus *glamping*, pengalaman dan layanan menjadi tawaran utama bagi para pengunjung sehingga berbeda dari perkemahan pada umumnya (Brochado & Pereira, 2017). Selain faktor yang

bersifat *nature-based* seperti suasana sejuk yang pemandangan alam yang atraktif (Hrgović et al., 2018), dan faktor pendukung meningkatnya emosi dalam bentuk kesejahteraan holistik pengunjung ketika menginap (Clissold et al., 2022), faktor pelayanan atau *service-based* perlu hadir dalam fasilitas *glamping*. Komponen yang *tangible* dan bersifat fisik seperti ruangan dengan privasi, para staf yang saling berinteraksi dengan pengunjung, serta makanan yang disesuaikan dengan konsep *glamping* (sehat, organik, dan segar), diidentifikasi sebagai peluang untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pengunjung (Brochado & Brochado, 2019; Brochado & Pereira, 2017).

Pada bagian ini, analisis bauran pemasaran 5P digunakan sebagai kategorisasi faktor pendukung dalam kompetisi bisnis berdasarkan informasi pengelola *glamping* untuk memaksimalkan potensi serta memberdayakan peluang yang ada.

a. Tempat (*place*)

Berdasarkan penjelasan responden, lokasi pada bauran pemasaran dapat diartikan sebagai tempat dimana pengelola akomodasi bertemu dengan wisatawan, baik itu lokasi fisik dimana akomodasi *glamping* didirikan, atau pun lokasi *digital* seperti media sosial hingga *website* dimana calon pengunjung dapat mengakses informasi atau melakukan pemesanan (*booking*). Secara fisik, pengelola *glamping* memberikan pemetaan yang jelas bahwa tempat sangat mempengaruhi pembangunan tipe kabin. Sebagai contoh, tipe dan material kabin yang dibangun di Madasari bisa saja berbeda dengan Ranca Upas karena cuaca yang jauh berbeda. Di lain sisi, setiap lokasi Bobocabin di Jawa Barat menawarkan keunikan serta *ambience* yang berbeda seperti kebun teh, hutan pinus, dan pantai. Untuk lokasi digital, calon wisatawan dapat dengan mudah mengakses *website* serta media sosial Instagram @bobocabin untuk mencari informasi serta promosi.

b. Sumber daya manusia (*people*)

Sebagai salah satu komponen keberlanjutan yang harus dipenuhi, pemberdayaan warga lokal dan memperkenalkan mereka pada *basic hospitality* menjadi wajib dilakukan pada setiap *training* yang dilakukan pada cabang-cabang *glamping*. Tidak hanya itu, pendidikan evakuasi dasar terhadap skenario alam seperti kebakaran atau pohon tumbang juga difasilitasi oleh pengelola *glamping*. Dan kondisi alam yang memungkinkan untuk hadirnya aktivitas alam seperti *hiking* membutuhkan juga dukungan dari *skill* dan *expertise* dari pengelola *glamping* guna menjaga kenyamanan dan keamanan wisatawan saat menginap.

c. Harga (*price*)

Data dari responden menunjukkan bahwa wisatawan yang telah menginap lebih dari dua kali memberikan simpulan bahwa *glamping* memiliki harga yang lebih mahal daripada hotel konvensional, namun *value for money* atau sesuai dengan ekspektasi, servis, pengelolaan area hijau, juga pengalaman menginap yang didapatkan. Harga juga disesuaikan dengan tipe kabin, jumlah penginap dalam satu kamar, hingga harga *bundling* dengan transportasi atau aktivitas tambahan (*add-on*) lainnya.

d. Produk dan servis (*product*)

Pengelola *glamping* bahwa wisatawan tidak akan cukup puas dengan hanya akomodasi saja. Pengalaman menggunakan fitur teknologi di dalam kamar menjadi salah satu *unique selling point* (USP) bagi Bobocabin sejak didirikan di tahun 2021 yang menginspirasi bagi pengelola akomodasi serupa di Jawa Barat. Selain itu, aktivitas berupa *hiking*, *ATV*, *rafting*, menjadi penawaran yang sangat menarik terutama bagi wisatawan luar kota. Eksplorasi makanan dan minuman lokal juga memperkuat *glamping* sebagai *all-in accommodation*, dan hal ini kerap

mendorong perhatian wisatawan internasional untuk mencoba rasa dan variasi makanan baru di setiap cabang.

e. Penawaran promosi (*promotion*)

Bagi pengelola *glamping*, promosi akan lebih mudah dilakukan dengan adanya pemanfaatan *digital*, pembuatan *database*, serta komunikasi lewat media sosial yang menargetkan calon pengunjung. Kolaborasi bersama komunitas sosial untuk membuat agenda *workshop* dan *event* grup atau kantor juga merupakan opsi yang membedakan *glamping* dengan hotel konvensional. Secara teknis, apa yang biasanya dilakukan di hotel seperti *meeting* juga bisa dilakukan di area hijau dengan mempertimbangkan kepadatan dan aksesibilitas.

## **Strategi Pengelola Wisata dalam Menciptakan Pengalaman Menginap yang Berbeda**

*Glamping* yang merupakan bagian dari pariwisata berbasis alam dapat menyediakan format terstruktur guna memfasilitasi hadirnya *wellness outcomes* (Clissold et al., 2022). Hal ini dapat dikorelasikan pada semakin berkembangnya segmen pasar dari *wellness tourism*, yang menyediakan beragam pilihan seperti destinasi spa, yoga, kamp meditasi, perjalanan kesehatan hingga resor mewah guna memenuhi kebutuhan orang-orang dengan motivasi dan nilai yang beragam dalam memberikan manfaat yang baik secara sosial dan psikologi. Koneksi spiritual manusia dengan alam tentu tidak dapat dihindari. Kesejahteraan holistik dari aktivitas *glamping* dapat bersifat menyeluruh, kompleks dan subjektif, namun juga dapat menjadi kajian bagi pengelola *glamping* supaya dapat menawarkan pengalaman yang unik, menarik, menyentuh, dan berpengaruh bagi kesehatan para pengunjung. Hal ini pula yang ditawarkan oleh pengelola *glamping* Bobocabin yaitu pengalaman *intimacy* dengan diri

sendiri dan alam, atau orang tersayang yang dibawa menginap seperti memberikan kesempatan pada anak untuk mengenal alam lebih dalam.

Selain pengalaman holistik, pengelola akomodasi berharap bahwa wisatawan dapat menjadi *brand ambassador* bagi bisnis *glamping* itu sendiri. Semakin banyak memberikan testimoni terhadap pengalaman menginap yang dirasakan, semakin besar juga kemungkinan calon pengunjung menikmati hal yang serupa. Dalam hal ini, pengelola *glamping* memanfaatkan fitur *review* atau *e-WOM* melalui platform digital atau survei setelah menginap guna menjaga kualitas kenyamanan modern yang dirasakan wisatawan selama menginap.

## KESIMPULAN

Dengan perkembangan sektor pariwisata, aspek akomodasi kian penting dan perlu dikaji lebih lanjut, terutama akomodasi yang tumbuh dan berdiri dengan memberdayakan area wisata hijau. Akomodasi *glamping* kini hadir menjadi opsi akomodasi yang lebih tren dengan memanfaatkan kemajuan digital serta pemberdayaan area wisata hijau. Penelitian dilakukan menggunakan metode kualitatif dan pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara serta observasi langsung. Untuk mengetahui lebih lanjut bagaimana akomodasi memenuhi prinsip-prinsip keberlanjutan. Lima lokasi Bobocabin di Jawa Barat dipilih menjadi objek penelitian dan tim komersial dari bisnis Bobocabin sebagai responden dari penelitian ini guna memberikan informasi terkait peran sektor swasta dalam mengelola dan mengoptimalisasi pengalaman menginap wisatawan. Pembahasan berupa strategi optimalisasi kemudian terbagi menjadi empat subtopik, yaitu (1) strategi peningkatan kesadaran pengunjung akan pentingnya *sustainability*; (2) strategi pelestarian area hijau; (3) strategi bisnis *glamping* diantara kompetisi aspek akomodasi; dan (4) strategi dalam menciptakan pengalaman menginap yang berbeda. Hasil penelitian menjawab

bagaimana pengelola bisnis *glamping* turut serta bertanggungjawab dalam membangun keseimbangan bagi pariwisata berbasis alam, menjaga kondisi lanskap sekitar yang dijadikan daya tarik bagi wisatawan, serta mendorong perilaku bijak wisatawan. Berdasarkan simpulan diatas, strategi akomodasi *glamping* yang dilakukan Bobocabin Indonesia dapat menjadi acuan bagi pengelola akomodasi di kemudian hari.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brochado, A., & Brochado, F. (2019). What makes a glamping experience great? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 10(1), 15–27. <https://doi.org/10.1108/JHTT-06-2017-0039>
- Brochado, A., & Pereira, C. (2017). Comfortable experiences in nature accommodation: Perceived service quality in Glamping. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 17, 77–83. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2017.01.005>
- Çelik, M. N., & Çevirgen, A. (2021). The Role of Accommodation Enterprises in the Development of Sustainable Tourism. *Journal of Tourism and Services*, 12(23), 181–198. <https://doi.org/10.29036/JOTS.V12I23.264>
- Clissold, R., Westoby, R., McNamara, K. E., & Fleming, C. (2022). Wellbeing outcomes of nature tourism: Mt Barney Lodge. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 3(2), 100077. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2022.100077>
- Connolly, P., & Sentinel, O. (2020). *Camping Goes Mainstream: Glamping and RVs Help Make Outdoor Overnights Effortless*. Rismedia. <https://www.rismedia.com/2020/11/08/glamping-rvs-help-make-outdoor-overnights-effortless/#close>
- Craig, C. A., Ma, S., Karabas, I., & Feng, S. (2021). Camping, weather, and disasters: Extending the Construal Level

- Theory. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 49, 353–363. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.10.005>
- CRRHospitality. (2024). *GLAMPING AND THE ENVIRONMENT: MEETING COMPLIANCE STANDARDS*. <https://crrhospitality.com/blog/glamping-and-the-environment-meeting-compliance-standards/>
- Fossgard, K., & Fredman, P. (2019). Dimensions in the nature-based tourism experiencescape: An explorative analysis. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 28. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2019.04.001>
- Gallagher, O. (2020). *Outdoor Lodging, Not what it Used to Be*. Campnj.Com. <https://campnj.com/news/2020/04/outdoor-lodging-not-what-it-used-be>
- Hrgović, A.-M. V., Bonifačić, J. C., & Licul, I. (2018). Glamping - New Outdoor Accommodation. *EKON. MISAO I PRAKSA DBK*, 2, 621–639.
- Kampgrounds of America. (2022). *North American Glamping Report*. <https://koa.com/north-american-glamping-report/#lp-overview>
- Kemenparekraf RI. (2021). *Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Destinasi-Wisata-Berbasis-Sustainable-Tourism-di-Indonesia>
- Kurnianingsih, F. (2021). Implementation of The Cleanliness, Health, Safety, Environment Program in Supporting The Tourism Sector during The Covid-19 Pandemic in Bintan Regency (Case Study of the Bintan Regency Culture and Tourism Office). *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 20(1), 62–69.
- Ma, S., Craig, C. A., & Feng, S. (2020). The Camping Climate Index (CCI): The development, validation, and application of a camping-sector tourism climate index. *Tourism Management*, 80, 104105. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104105>

- MacInnes, S., Grün, B., & Dolnicar, S. (2022). Habit drives sustainable tourist behaviour. *Annals of Tourism Research*, 92. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103329>
- Utami, N. K. Y. (2020). Glamping sebagai Sebuah Perspektif Baru dalam Akomodasi Berkemah. *Jurnal Arsitektur ZONASI*, 3(3), 185–194. <https://doi.org/10.17509/jaz.v3i3.27854>
- Vada, S., Filep, S., Moyle, B., Gardiner, S., & Tuguinay, J. (2023). Welcome back: Repeat visitation and tourist wellbeing. *Tourism Management*, 98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104747>
- Xiang, K., Cao, Y., Qiao, G., & Li, W. (2023). Glamping: An exploration of emotional energy and flow experiences in interaction rituals. *Tourism Management Perspectives*, 48, 101149. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101149>

# **PRAKTIK-PRAKTIK BERKELANJUTAN DI SEKTOR AKOMODASI: ERA BARU BAGI PARIWISATA INDONESIA**

**Dr Fajar Kusnadi Kusumah Putra, CHIA, CHE**

**Politeknik Pariwisata NHI Bandung**

Akomodasi adalah elemen inti dari industri pariwisata, dan sebagai salah satu sektor yang paling banyak menggunakan sumber daya, akomodasi memainkan peran penting dalam membentuk praktik pariwisata yang berkelanjutan (Warren dkk., 2018). Kegiatan operasional di sektor jasa akomodasi secara tradisional sangat boros sumber daya, dengan tingkat konsumsi energi, penggunaan air, dan limbah yang tinggi. Pembangunan dan pengoperasian hotel, resor, dan akomodasi lainnya sering kali menimbulkan dampak lingkungan yang signifikan (Warren & Wardana, 2018).

Menurut (Sakshi dkk., 2020) ada tiga dampak utama dari operasi akomodasi. Dampak pertama adalah konsumsi energi. Hotel mengkonsumsi energi dalam jumlah besar untuk pemanasan, pendinginan, penerangan, dan menyalakan peralatan. Penggunaan pendingin ruangan, khususnya, merupakan *contributor* emisi karbon yang signifikan di negara tropis seperti Indonesia. Lebih lanjut diungkap oleh laporan *World Travel & Tourism Council* (WTTC) memperkirakan bahwa industri hospitaliti bertanggung jawab atas sekitar 8% emisi karbon global (Ben Youssef & Zeqiri, 2022). Dampak kedua adalah penggunaan air. Banyak hotel yang menggunakan ribuan liter air per hari untuk kamar tamu, *laundry*, lansekap, dan kolam renang. Di destinasi wisata populer seperti Bali, hal ini dapat membebani pasokan air lokal, terutama di musim kemarau. Dampak ketiga adalah produksi limbah. Akomodasi menghasilkan limbah padat dalam jumlah besar, yang sebagian besar tidak dapat terurai secara

hayati. Plastik sekali pakai, khususnya, merupakan masalah utama, dengan barang-barang seperti air kemasan, perlengkapan mandi, dan kemasan makanan yang berkontribusi terhadap polusi di banyak daerah yang padat turis.

Saat ini sektor jasa akomodasi Indonesia perlu mengadaptasi praktik-praktik berkelanjutan yang dapat membangun dan memperkuat citra dari industri ini dengan cara yang berkelanjutan. Periode pasca-COVID-19 telah menciptakan peluang bagi industri akomodasi untuk memikirkan kembali praktik-praktiknya dan menyelaraskannya dengan tujuan keberlanjutan global. Seiring dengan meningkatnya permintaan perjalanan wisata baik domestik maupun internasional, pilihan untuk penginapan ramah lingkungan menjadi lebih menarik, hal ini didorong oleh ekspektasi konsumen dan kebutuhan sektor akomodasi untuk mengurangi dampak terhadap lingkungan dari operasional mereka (Saepudin & Putra, 2023). Pergeseran tren menuju keberlanjutan di sektor akomodasi bukan lagi menjadi pilihan, tetapi merupakan sebuah keharusan. Wisatawan semakin sadar akan dampak lingkungan dan sosial dari perjalanan wisata mereka, sehingga banyak wisatawan yang lebih memilih destinasi yang ramah lingkungan dan memilih akomodasi yang memprioritaskan kesejahteraan manusia dan planet ini (Chakraborty, 2024).

Bab ini akan mengeksplorasi konsep akomodasi hijau dan berkelanjutan (*sustainable green accommodation*) yang mengintegrasikan sumber energi terbarukan, sistem konservasi air, dan desain bangunan yang ramah lingkungan. Selain itu akan dibahas juga mengenai inisiatif untuk mengurangi limbah dan menghilangkan penggunaan plastik sekali pakai. Pada akhir bab ini dibahas juga peran penting dalam mendorong inklusivitas dan memberdayakan penduduk setempat, memastikan bahwa pariwisata tidak hanya bermanfaat bagi lingkungan, tetapi juga mengangkat komunitas yang menjadi tuan rumah.

## PERGESERAN MENUJU AKOMODASI YANG RAMAH LINGKUNGAN DAN BERKELANJUTAN

Salah satu perubahan besar di sektor akomodasi pasca-COVID-19 dan perubahan iklim global adalah meningkatnya permintaan akan pilihan akomodasi yang ramah lingkungan. Pandemi membawa kesadaran yang lebih tinggi akan kesehatan, keselamatan, dan keberlanjutan, sehingga mendorong para tamu untuk mencari akomodasi yang mengedepankan kebersihan, tanggung jawab terhadap lingkungan, dan dukungan masyarakat (Japutra & Situmorang, 2021; Saepudin & Putra, 2023). Di Indonesia, pergeseran ini telah terlihat dalam berbagai bentuk operasional jasa akomodasi, mulai dari akomodasi ramah lingkungan butik kecil hingga resor mewah yang besar. Akomodasi-akomodasi ini telah menerapkan praktik-praktik yang meminimalkan dampaknya terhadap lingkungan sekaligus mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab (Yuniati, 2021).

Saat ini banyak akomodasi menerapkan protokol pembersihan pasca COVID-19 juga menjadi lebih ramah lingkungan, dengan hotel-hotel yang menggunakan produk pembersih bersertifikasi ramah lingkungan dan mengadopsi praktik meminimalkan limbah. Sebagai contoh di Mandapa, *A Ritz-Carlton Reserve* di Ubud, Bali, staf kebersihan menggunakan disinfektan ramah lingkungan yang tidak membahayakan lingkungan sekitar atau menghasilkan limpasan beracun (Astawa et al., 2020). Mandapa resor juga telah memperkenalkan layanan tamu digital, termasuk pemesanan makanan secara online dan layanan pramutamu, untuk mengurangi limbah kertas dan mempromosikan keberlanjutan. Hal ini dapat memenuhi ekspektasi tamu yang kini memprioritaskan layanan akomodasi yang ramah lingkungan.

Lebih lanjut dijelaskan oleh (Abdou dkk., 2020) bahwa akomodasi ramah lingkungan adalah akomodasi yang mengutamakan kelestarian lingkungan melalui praktik hemat

energi, konservasi air, pengurangan limbah, dan penggunaan material yang berkelanjutan. Akomodasi dan resor ramah lingkungan sering kali menggunakan bahan bangunan yang mengedepankan aspek ramah lingkungan dan bersumber secara lokal untuk meminimalkan dampak lingkungan, misalnya bambu, kayu yang digunakan berasal dari hutan yang dikelola secara berkelanjutan, dan bahan daur ulang biasanya juga digunakan di akomodasi ramah lingkungan (Chandran & Bhattacharya, 2022). Sebagai contoh adalah resor hotel Bambu Indah di daerah Ubud, Bali yang terkenal dengan penggunaan bambu dan bahan alami lainnya dalam arsitektur bangunannya. Pilihan ini tidak hanya meningkatkan daya tarik estetika akomodasi dari resor itu sendiri, tetapi juga mengurangi dampak lingkungan dengan menggunakan sumber daya yang terbarukan dan tersedia secara lokal. Penggunaan bahan-bahan tersebut tidak hanya mengurangi jejak karbon yang terkait dengan konstruksi tetapi juga mendukung ekonomi lokal (Manandhar et al., 2019).

## **KONSERVASI ENERGI DAN AIR**

Pandemi menggarisbawahi pentingnya ketahanan di sektor akomodasi, terutama dalam mengelola sumber daya. Dengan hotel dan resor yang mengalami penurunan tajam dalam tingkat hunian, banyak yang mengambil kesempatan untuk meninjau pola konsumsi energi dan air mereka dan membuat perubahan jangka panjang untuk mengurangi limbah (Sinha & Fukey, 2020). Saat ini sektor usaha jasa akomodasi ini merefleksikan pentingnya pengelolaan sumber daya, tidak hanya untuk keberlanjutan lingkungan tetapi juga untuk efisiensi operasional dan penghematan biaya.

### **1. Efisiensi Energi**

Akomodasi ramah lingkungan berfokus pada pengurangan konsumsi energi melalui penggunaan sumber energi terbarukan, seperti tenaga surya atau angin, peralatan hemat energi, dan desain bangunan pintar yang mengurangi kebutuhan pendingin udara dan

pemanas (Subbiah & Kannan, 2011). Sebagai contoh, resor Nihhi Sumba, yang terletak di pulau Sumba, telah beralih ke sumber energi terbarukan untuk sebagian besar operasinya. Dengan memasang panel surya dan memanfaatkan sistem ventilasi alami, resor ini telah secara signifikan mengurangi jejak karbonnya sambil mempertahankan pengalaman mewah bagi para tamu (Yuniati, 2021).

Saat ini adopsi teknologi digital yang ramah lingkungan disektor akomodasi telah meningkat, didorong oleh kebutuhan akan layanan tanpa kontak dan manajemen sumber daya yang lebih efisien (Abdou, dkk., 2020). Banyak akomodasi sekarang memanfaatkan teknologi untuk mengurangi dampak lingkungan mereka sekaligus meningkatkan pengalaman bagi para tamu. Sebagai contoh, banyak akomodasi yang telah memperkenalkan *check-in* mandiri melalui layanan digital, sehingga mengurangi kebutuhan akan tanda terima kertas, menu, dan brosur (Kuo, dkk., 2022).

Di Indonesia, beberapa penyedia akomodasi telah mengadopsi teknologi hemat energi, seperti panel surya dan sistem energi pintar (*Smart Energy System*) untuk efisiensi energi. Sistem energi pintar, misalnya, memungkinkan hotel untuk memantau dan mengoptimalkan konsumsi energi secara *real-time*, menyesuaikan sistem pencahayaan, pemanas, dan pendingin berdasarkan tingkat hunian (Kurniawan & Feinnudin, 2021). Teknologi ini tidak hanya mengurangi pemborosan energi, tetapi juga berkontribusi pada penghematan biaya yang menjadi pertimbangan penting bagi industri di sektor jasa akomodasi.

## **2. Konservasi Air**

Mengingat iklim tropis Indonesia dan meningkatnya masalah kekurangan air di daerah-daerah wisata populer, konservasi air adalah elemen penting dari penginapan ramah lingkungan. Hotel dan resor semakin banyak mengadopsi teknologi hemat air seperti keran, shower, dan toilet dengan aliran rendah, serta sistem daur ulang air limbah (*greywater*) yang

kemudian menggunakan kembali air tersebut untuk area taman dan keperluan non konsumsi lainnya (Sayegh, dkk., 2021).

Konservasi air juga telah menjadi titik fokus, terutama di daerah seperti Bali, di mana kekurangan air menjadi masalah yang terus meningkat. Banyak akomodasi yang telah menerapkan sistem daur ulang air limbah untuk mengurangi konsumsi air tawar, sementara yang lain mendorong para tamu untuk menggunakan kembali handuk dan seprai selama mereka menginap untuk meminimalkan limbah air (Astawa, dkk., 2021). Sebagai contoh, di Plataran Menjangan Resort, yang terletak di Taman Nasional Bali Barat, resor ramah lingkungan ini menggunakan daur ulang air limbah untuk mengairi kebunnya dan telah menerapkan sistem pemanenan air hujan untuk menambah penggunaan air selama musim kemarau. Dengan mengurangi konsumsi air tawar, resor ini membantu mengurangi kelangkaan air di wilayah tersebut.

### **PENGURANGAN LIMBAH DAN PENGHAPUSAN PENGUNAAN PLASTIK SEKALI PAKAI**

Mengurangi limbah padat, terutama plastik sekali pakai, merupakan aspek penting dari akomodasi yang berkelanjutan. Banyak akomodasi ramah lingkungan yang telah menghilangkan barang-barang plastik sekali pakai, seperti botol air dan perlengkapan mandi, dan menggantinya dengan wadah yang dapat diisi ulang atau alternatif yang mudah terurai (Roy, 2024). Selain itu, membuat kompos dari sampah makanan dan memisahkan bahan yang dapat didaur ulang menjadi praktik standar yang dilakukan di beberapa akomodasi.

Pergeseran menuju keberlanjutan telah membuat banyak akomodasi mengadopsi kebijakan pengelolaan limbah yang lebih ketat. Penghapusan plastik sekali pakai telah menjadi prioritas utama, dengan hotel-hotel mengganti botol air plastik, perlengkapan mandi, dan kemasan dengan alternatif yang dapat terurai secara hayati atau dapat digunakan kembali (McCaffery,

dkk., 2023). Perubahan ini merupakan respon dari harapan tamu dan tekanan peraturan, seiring dengan inisiatif pemerintah Indonesia yang mendorong pengurangan sampah plastik, terutama di daerah-daerah yang banyak dikunjungi turis seperti di Bali dan Jakarta. Sebagai contoh, Alila Villas Uluwatu di Bali telah berkomitmen untuk mengurangi sampah hingga 80% melalui program daur ulang dan melarang penggunaan plastik sekali pakai. Resor ramah lingkungan mewah ini juga terlibat dalam proyek penghijauan dan mencari sumber makanan secara lokal untuk meminimalkan jejak karbonnya.

Contoh lain dari Ayana Resort and Spa di Bali yang telah memperkenalkan program pengurangan sampah yang komprehensif. Resor ini menggunakan fasilitas pengomposan di tempat untuk memproses limbah makanan dan telah menghilangkan plastik sekali pakai di seluruh operasinya. Demikian pula Bambu Indah, Bali, resor mewah ramah lingkungan di Ubud ini telah mengadopsi prinsip-prinsip *zero-waste* dengan menghilangkan kemasan plastik, menggunakan botol air isi ulang, dan membuat kompos dari sampah makanan. Resor ini juga mendorong para tamu untuk berpartisipasi dalam praktik-praktik berkelanjutan selama mereka menginap, menumbuhkan budaya kesadaran lingkungan.

Beberapa usaha akomodasi berinvestasi dalam layanan tamu digital untuk mengurangi kebutuhan akan materi cetak dan barang sekali pakai, contohnya Capella Ubud di Bali, para tamu kini dapat mengakses semua informasi hotel, mulai dari menu makanan hingga pemesanan spa, melalui aplikasi seluler, sehingga tidak perlu lagi menggunakan brosur dan menu dalam bentuk kertas. Dengan mengadaptasi digitalisasi dan teknologi ramah lingkungan, sektor usaha jasa akomodasi dapat menciptakan industri pariwisata yang lebih berkelanjutan (Semwal, dkk., 2024).

## **PARIWISATA BERBASIS MASYARAKAT DAN MENDUKUNG EKONOMI LOKAL**

Salah satu prinsip utama dari kegiatan usaha pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan adalah memastikan bahwa pariwisata bermanfaat bagi masyarakat setempat (Saepudin, dkk., 2022). Akomodasi ramah lingkungan sering kali bekerja sama dengan desa dan kota terdekat, mencari sumber makanan, kerajinan, dan tenaga kerja secara lokal. Hal ini tidak hanya mengurangi emisi transportasi, tetapi juga membantu meningkatkan ekonomi lokal, menyediakan lapangan pekerjaan dan pendapatan bagi anggota masyarakat. Pandemi telah menyoroti pentingnya mendukung komunitas lokal, dan banyak akomodasi telah beralih ke pariwisata berbasis komunitas sebagai strategi untuk pemulihan yang berkelanjutan. Dengan menggunakan sumber daya lokal dan bermitra dengan bisnis di sekitarnya, hotel dan resor dapat menciptakan ekonomi pariwisata yang lebih inklusif sekaligus mengurangi dampak lingkungan.

Salah satu contohnya adalah Plataran Indonesia, sebuah grup hotel yang beroperasi di beberapa lokasi di Indonesia, termasuk Bali, Flores, dan Bromo. Selama pandemi, Plataran berfokus untuk memperkuat hubungan dengan petani, pengrajin, dan pemasok lokal untuk mempromosikan ekonomi sirkular yang bermanfaat bagi masyarakat sekitar. Dengan membeli makanan, kerajinan, dan layanan secara lokal, Plataran mengurangi emisi transportasi dan membantu mempertahankan mata pencaharian lokal.

Demikian pula, Sukau Rainforest Lodge di Kalimantan telah lama menerapkan pendekatan berbasis masyarakat. Penginapan ini mempekerjakan penduduk setempat dan berkolaborasi dengan desa-desa terdekat dalam proyek-proyek konservasi, memastikan bahwa pendapatan dari sektor pariwisata secara langsung memberikan manfaat bagi masyarakat. Selain itu, Misool Eco Resort, yang terletak di Raja Ampat, resor ini lebih dari sekedar pelestarian lingkungan dengan secara aktif melibatkan masyarakat lokal dalam operasinya. Resor ini mempekerjakan staf lokal, mengambil bahan makanan dari petani

dan nelayan sekitar, serta berpartisipasi dalam program konservasi laut yang melindungi keanekaragaman hayati di wilayah tersebut.

## KESIMPULAN

Seiring dengan semakin sadarnya para pelancong akan dampak lingkungan dan sosial mereka, telah terjadi pergeseran yang signifikan menuju penginapan ramah lingkungan dan perhotelan yang bertanggung jawab. Tren ini bukan hanya merupakan reaksi terhadap perubahan preferensi konsumen, tetapi juga merupakan respon yang diperlukan untuk menghadapi tantangan perubahan iklim, penipisan sumber daya alam, dan kesenjangan sosial-ekonomi. Di Indonesia, gerakan menuju keberlanjutan ini telah terlihat dalam berbagai bentuk, mulai dari resor ramah lingkungan di Bali hingga akomodasi berbasis komunitas di daerah pedesaan, semuanya bertujuan untuk mengurangi jejak lingkungan sekaligus mendukung ekonomi lokal.

Mempercepat adopsi praktik-praktik berkelanjutan seiring dengan pembangunan dan pemulihan bisnis. Mulai dari konservasi energi dan air hingga pengurangan limbah dan pariwisata berbasis masyarakat, akomodasi memikirkan kembali operasi mereka untuk memenuhi permintaan wisatawan yang lebih sadar lingkungan dan berfokus pada kesehatan. Keberlanjutan tidak lagi menjadi sebuah pilihan, namun menjadi pilar utama kesuksesan bagi akomodasi di Indonesia. Seiring Indonesia terus memposisikan diri sebagai pemimpin global dalam pariwisata berkelanjutan, permintaan akan penginapan yang ramah lingkungan kemungkinan akan meningkat. Wisatawan semakin sadar akan dampak lingkungan dan sosial dari pilihan perjalanan mereka, mencari akomodasi yang sesuai dengan nilai-nilai keberlanjutan, kesehatan, dan keterlibatan masyarakat.

Namun, ada isu yang muncul tentang *Greenwashing*, beberapa akomodasi mungkin mengklaim “*Eco-friendly*” tanpa

benar-benar menerapkan praktik keberlanjutan yang berarti. Hal ini dapat memberikan informasi yang tidak benar kepada para wisatawan, sehingga dapat mengikis kepercayaan terhadap gerakan pariwisata berkelanjutan yang lebih luas. Dimana hal ini dapat merusak kepercayaan terhadap industri ini dan menyesatkan wisatawan yang sadar lingkungan. Ada beberapa masalah yang perlu diatasi di beberapa wilayah, baik operator maupun tamu mungkin kurang menyadari pentingnya keberlanjutan. Hotel mungkin tidak sepenuhnya memahami manfaat dari praktik ramah lingkungan, sementara para tamu mungkin tidak memprioritaskan keberlanjutan saat memilih akomodasi. Oleh sebab itu diperlukan suatu kampanye pendidikan dan kesadaran untuk mengubah pola pikir.

Meskipun masih ada tantangan, pergeseran menuju keberlanjutan memberikan peluang unik bagi sektor akomodasi Indonesia untuk memimpin dalam pariwisata yang bertanggung jawab. Dengan terus berinovasi dan berinvestasi dalam praktik-praktik berkelanjutan, Indonesia tidak hanya dapat membangun kembali industri perhotelan, tetapi juga berkontribusi pada masa depan yang lebih berkelanjutan dan adil bagi semua.

## **SARAN**

Masa depan penginapan ramah lingkungan di Indonesia akan dibentuk oleh beberapa faktor kunci seperti dukungan pemerintah, kemitraan internasional, dan program peningkatan kapasitas akan sangat penting dalam mendorong transformasi yang berkelanjutan. Kebijakan yang mendorong praktik berkelanjutan di industri perhotelan, seperti insentif pajak untuk teknologi ramah lingkungan atau subsidi untuk peningkatan efisiensi energi, akan sangat penting untuk meningkatkan penginapan ramah lingkungan di seluruh negeri. Untuk mempromosikan akomodasi yang berkelanjutan, pemerintah dan badan-badan industri dapat menawarkan subsidi atau insentif bagi operator yang lebih kecil untuk mengadopsi praktik-praktik ramah

lingkungan. Selain itu, mempromosikan sertifikasi yang mengharuskan kepatuhan ketat terhadap standar keberlanjutan dapat membantu membedakan akomodasi yang benar-benar ramah lingkungan dengan yang melakukan “*greenwashing*”.

Peningkatan transparansi dan akuntabilitas melalui sertifikasi ramah lingkungan dapat membantu memandu wisatawan dalam memilih akomodasi yang benar-benar berkelanjutan. Hal ini juga akan memotivasi operator untuk mengadopsi dan mempertahankan praktik ramah lingkungan. Beberapa peluang yang dapat diterapkan untuk mendukung praktik keberlanjutan di sektor akomodasi diantaranya adalah dengan melakukan *Green Certification*. Meningkatnya permintaan akan akomodasi ramah lingkungan menawarkan keunggulan kompetitif bagi bisnis yang memprioritaskan keberlanjutan. Sertifikasi, seperti LEED atau *EarthCheck*, dapat membantu membedakan akomodasi yang benar-benar berkelanjutan dengan akomodasi yang hanya mengaku saja. Dengan berinvestasi pada praktik ramah lingkungan, akomodasi dapat menarik generasi baru wisatawan yang sadar lingkungan, memastikan pertumbuhan dan ketahanan jangka panjang.

Penginapan ramah lingkungan dan keramahtamahan yang bertanggung jawab merupakan komponen penting dari pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Pergeseran menuju keberlanjutan menawarkan jalur untuk ketahanan jangka panjang dan pengelolaan lingkungan. Dengan berinvestasi pada praktik ramah lingkungan, akomodasi dapat mengurangi dampak lingkungan, menarik wisatawan yang sadar lingkungan, dan berkontribusi pada tujuan yang lebih luas dari pembangunan berkelanjutan, terutama bagi masyarakat lokal. Memperkuat hubungan antara usaha jasa akomodasi dan komunitas lokal akan sangat penting untuk mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab. Dengan memprioritaskan sumber daya lokal, perekrutan, dan kolaborasi, akomodasi ramah lingkungan dapat menciptakan industri pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Melalui kolaborasi antara sektor swasta, masyarakat lokal, dan badan pemerintah, sektor usaha jasa akomodasi di Indonesia dapat terus berkembang dengan cara yang bermanfaat bagi lingkungan dan masyarakat, praktik-praktik berkelanjutan akan membantu penyedia akomodasi untuk memenuhi permintaan pariwisata yang bertanggung jawab, yang pada akhirnya akan menempatkan Indonesia sebagai salah satu destinasi pariwisata yang ramah lingkungan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdou, A. H., Hassan, T. H., & El Dief, M. M. (2020). A Description of Green Hotel Practices and Their Role in Achieving Sustainable Development. *Sustainability*, 12(22), 9624. <https://doi.org/10.3390/su12229624>
- Astawa, I. K., Budarma, I. K., Sri Widhari, C. I., & Mudana, I. G. (2020). Green Hotel as a Competitive Product: A Case Study at 5-Star Hotel in Bali. *Technium Social Science Journal*, 11, 316-324. <https://doi.org/10.47577/tssj.v11i1.1486>
- Astawa, I. K., Budarma, I. K., & Widhari, C. I. S. (2021). *Manajemen Supervisi Hotel: Orientasi Green Hospitality Business Practices*. Penerbit NEM.
- Ben Youssef, A., & Zeqiri, A. (2022). Hospitality Industry 4.0 and Climate Change. *Circular Economy and Sustainability*, 2(3), 1043-1063. <https://doi.org/10.1007/s43615-021-00141-x>
- Chakraborty, P. P. (2024). Tourism in Transition in Sustainable World: Embracing Technology and Sustainability in the Post-Pandemic Era. In *Special Interest Trends for Sustainable Tourism* (pp. 348-374). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-5903-7.ch017>
- Chandran, C., & Bhattacharya, P. (2022). Development and implementation of sustainability criteria and indicators for eco-lodges and resorts in ecotourism destinations: Case

- studies from India. *Turizam*, 26(3), 161-175.  
<https://doi.org/10.5937/turizam26-30594>
- Japutra, A., & Situmorang, R. (2021). The repercussions and challenges of COVID-19 in the hotel industry: Potential strategies from a case study of Indonesia. *International Journal of Hospitality Management*, 95, 102890.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102890>
- Kuo, F.-I., Fang, W.-T., & LePage, B. A. (2022). Proactive environmental strategies in the hotel industry: eco-innovation, green competitive advantage, and green core competence. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(6), 1240-1261. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1931254>
- Kurniawan, R., & Feinnudin, A. (2021). Assessing the implementation of the energy management system in the first ISO 50001 building in Indonesia. *Indonesian Journal of Energy*, 4(2), 129-139.  
<https://doi.org/10.33116/ije.v4i2.125>
- Manandhar, R., Kim, J.-H., & Kim, J.-T. (2019). Environmental, social and economic sustainability of bamboo and bamboo-based construction materials in buildings. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 18(2), 49-59.  
<https://doi.org/10.1080/13467581.2019.1595629>
- McCaffery, R., Hendrickx, J., & Dubrocard, N. (2023). Zero Plastic in Hotels: Leading question: Is plastic-free the new norm in hotels? In *Critical Questions in Sustainability and Hospitality* (pp. 151-161). Routledge.
- Roy, B. K. (2024). Prospective Developments and Advancements in the Hospitality Sector for Eco-Friendly Waste Handling. In *Sustainable Disposal Methods of Food Wastes in Hospitality Operations* (pp. 154-175). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-2181-2.ch011>
- Saepudin, P., & Putra, F. K. K. (2023). Analyzing the application of cleanliness, health, safety, and environmental sustainability (CHSE) certification in the hotel business

sector during the covid-19 pandemic: perspectives of managers. *Tourism and Hospitality Management*, 29(4), 517-529. <https://doi.org/10.20867/thm.29.4.4>

- Saepudin, P., Putra, F. K. K., Hernowo, A., Maemunah, I., & Dianawati, N. (2022). Community-based agritourism: A qualitative research of the impacts, opportunities, and constraints in a tourist village. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13(8), 2320-2332.
- Sakshi, Shashi, Cerchione, R., & Bansal, H. (2020). Measuring the impact of sustainability policy and practices in tourism and hospitality industry. *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1109-1126. <https://doi.org/10.1002/bse.2420>
- Sayegh, M. A., Ludwińska, A., Rajski, K., & Dudkiewicz, E. (2021). Environmental and energy saving potential from greywater in hotels. *Science of The Total Environment*, 761, 143220. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.143220>
- Semwal, R., Tripathi, N., Kulshrestha, R., & Tyagi, P. (2024). Innovative Approaches to Sustainable Hospitality: Leveraging AI and Technology for Energy Efficiency, Waste Reduction, and Eco-Friendly Mobility. In *Hotel and Travel Management in the AI Era* (pp. 379-400). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-7898-4.ch018>
- Sinha, M., & Fukey, L. N. (2020). Circular Economy: Assessing a Progress of Resources Efficient Practices in Hotel Industry. In *Circular Economy for the Management of Operations* (pp. 89-117). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781003002482>
- Subbiah, K., & Kannan, S. (2011). The eco-friendly management of hotel industry. In *International Conference on Green technology and environmental Conservation (GTEC-2011)*, (pp. 285-290), IEEE. <https://doi.org/10.1109/GTEC.2011.6167681>

- Warren, C., Becken, S., & Coghlan, A. (2018). Sustainability-oriented Service Innovation: fourteen-year longitudinal case study of a tourist accommodation provider. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(10), 1784-1803. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1511721>
- Warren, C., & Wardana, A. (2018). Sustaining the unsustainable? Environmental impact assessment and overdevelopment in Bali. *Asia Pacific Journal of Environmental Law*, 21(2), 101-125. <https://doi.org/10.4337/apjel.2018.02.02>
- Yuniati, N. (2021). Green hotel concept and practices in Indonesia. *E-Journal Of Tourism*, 8(2), 184-196. <https://doi.org/10.24922/eot.v8i2.76346>

# **AKTIVITAS**

# **PERAN MASYARAKAT MELALUI AKTIVITAS *RIVER CLEANUP* SEBAGAI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA SUNGAI**

**Eldo Delamontano  
Dr. Cipta Endyana, S.T., M.T.  
Dr. Yunus Winoto, M.Pd.**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Air merupakan unsur penting dalam kehidupan manusia. Indonesia memiliki sumber air dari air hujan, air sungai dan air tanah. Indonesia sendiri memiliki sekitar 70.000 sungai dan banyak kegiatan wisata di Indonesia menjadikan sungai sebagai destinasi pariwisata. Sekitar 46% dari sungai tersebut dalam keadaan tercemar (BPS, 2023). Sungguh ini adalah sebuah keadaan yang miris dan menjadi pekerjaan rumah bagi Indonesia. Tantangan pada akses dan ketersediaan air bersih ini sangat berhubungan dengan tingkat kesehatan masyarakat. Ketersediaan air bersih di Indonesia menghadapi ancaman yang nyata dan serius dari pertumbuhan populasi penduduk, pertumbuhan industri dan pertumbuhan pembangunan kota.

Pencemaran sungai di Indonesia bersumber dari pembuangan limbah rumah tangga, limbah pabrik, dan pembuangan sampah ke sungai. Terjadi degradasi lingkungan di sungai dan sekitar sungai. Kualitas air sungai menurun sehingga air tidak dapat dikonsumsi oleh masyarakat. Air yang tercemar ini juga mengganggu keragaman hayati flora dan fauna. Mata air yang berada sekitar sungai juga dapat menjadi rusak kualitasnya. Sungai tidak lagi menjadi pilihan masyarakat untuk berwisata karena keadaan sungai yang memprihatinkan.

Sejak *Sustainable Development Goals* (SDGs) digulirkan secara global, SDGs banyak membawa perubahan dalam tata pelaksanaan pembangunan nasional. SDGs merupakan komitmen global untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dalam elemen sosial, ekonomi dan lingkungan. Implementasi SDGs memberi pengaruh pada kegiatan pembangunan nasional di semua bidang termasuk pada bidang pariwisata. Penerapan capaian SDGs di Indonesia dipimpin dan dimonitor oleh Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional / Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Kementerian PPN/Bappenas). Upaya pemerintah ini tertuang dalam sejumlah proyek nasional dan bekerjasama dengan pihak swasta.

Terkait dengan ketersediaan air bersih yang ada pada SDGs nomor 6, pemerintah memiliki sejumlah proyek yang tersebar di berbagai area dan sudah berjalan. Program Air Bersih yang dilaksanakan di Riau bertujuan untuk memberikan akses air bersih yang layak dan berkelanjutan, menguatkan komunitas lokal untuk berpartisipasi aktif mencari solusi air bersih serta membangun kepedulian sosial masyarakat (Kementerian PPN/Bappenas, 2022a). Proyek *Water Access Sanitation and Hygiene* (WASH) di sejumlah kabupaten memiliki tujuan untuk meningkatkan akses sanitasi dan air minum yang aman dan berkelanjutan bagi masyarakat (Kementerian PPN/Bappenas, 2022b). Program pembersihan sungai juga sudah dijalankan oleh pemerintah di berbagai daerah.

Selain program pembersihan sungai dari Pemerintah, juga terdapat masyarakat yang peduli terhadap kebersihan lingkungan sungai. Mereka secara mandiri melakukan pelestarian sungai dengan mengajak masyarakat lain. Kegiatan meliputi aktivitas penghijauan di bantaran sungai, himbauan kepada masyarakat untuk tidak membuang sampah di sungai dan melakukan pembersihan sampah secara langsung di sungai. Masyarakat juga melakukan komunikasi aktif ke pemerintah setempat untuk menjaga lingkungan sungai yang penting bagi keberlangsungan hidup mereka.

Aktivitas *River Cleanup* adalah kegiatan mengumpulkan sampah di sungai dan di bantaran sungai secara berkelompok. Saat ini aktivitas ini dapat dilakukan atas kolaborasi dari komunitas lingkungan, komunitas umum non-lingkungan, korporasi, perusahaan nirlaba dan pemerintah. Peneliti juga sering menjumpai kampanye atas kegiatan ini yang menjadi viral pada media sosial. Kampanye positif ini menarik minat masyarakat sehingga semakin bertambah peserta *River Cleanup*. Kegiatan ini ada yang dilakukan secara kontinyu dan rutin, ada juga yang dikemas pada momen-momen tertentu saja.

Kegiatan membersihkan sungai ini dapat mengumpulkan sampah yang cukup banyak dan diikuti oleh komunitas yang cukup banyak. Tapi di sisi lain, peneliti melihat bahwa kenapa masih banyak sampah yang masuk ke sungai. Dari hal ini peneliti mencoba melakukan penelitian dari program membersihkan sungai yang dilakukan oleh pemerintah dan seperti apa saja tipe masyarakat yang bergabung dalam kegiatan ini agar kegiatan ini dapat dinyatakan berhasil. Berhasil dalam kegiatan *river cleanup* berarti menopang keberhasilan dalam mencapai SDGs dan dalam sektor pariwisata berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Efektifitas Program *River Cleanup*

Efektifitas program diukur berdasarkan teori dari Campbell J.P (2014). Dalam teori ini disebutkan bahwa efektivitas program dapat dilihat dari lima indikator yaitu, keberhasilan program, keberhasilan sasaran, kepuasan terhadap program, tingkat *input* dan *output* dan pencapaian program secara menyeluruh (Campbell & Campbell, 1988).

Pada indikator keberhasilan program, aktivitas yang dijalankan pemerintah dikatakan belum sepenuhnya berhasil. Bila merujuk pada tujuan awal program yaitu meningkatkan efektivitas pembersihan dan pengelolaan sampah, aktivitas ini sudah menunjukkan peningkatan (Puspita & Izzatusholekha, 2023). Di

sisi lain jika melihat pada cakupan kontribusi masyarakat yang ikut serta dalam aktivitas ini, maka masih dinilai kurang. Hanya masyarakat yang berada di sekitar lokasi aktivitas di daerah aliran sungai yang bergabung. Pemerintah perlu meningkatkan sosialisasi program agar semakin luas masyarakat yang ikut serta.

Indikator berikutnya adalah keberhasilan sasaran yaitu aktivitas *river cleanup* dapat dilakukan pada sejumlah lokasi di daerah aliran sungai. Hal ini tidak dapat tercapai karena mayoritas lokasi belum ada infrastruktur yang mendukung *river cleanup* seperti dermaga, alat kerja pengangkutan sampah dari perahu dan lokasi pengumpulan sampah hingga pemrosesan akhir sampah. Pembangunan infrastruktur ini membutuhkan ijin pembangunan, dana dan peran serta dari masyarakat untuk merawat bersama.

Untuk indikator kepuasan terhadap program, dilihat dari dua sisi. Dari sisi petugas, mereka cukup puas karena dalam bekerja terbantu dengan beberapa infrastruktur yang ada dan karena peran serta masyarakat sebagai tim operasional. Para petugas juga merasa senang karena masyarakat yang senang dengan keadaan sungai menjadi lebih bersih dari sampah. Masyarakat juga merasa senang dengan aktivitas *river cleanup* karena membuat lingkungan tempat tinggal mereka menjadi asri, bersih dan rapih.

Indikator *input* dan *output* membahas mengenai *input* pada sumber daya manusia, sarana prasarana dan anggaran dana dan *output* jumlah sampah yang dapat dikumpulkan melalui program ini. Karena program ini baru berjalan sehingga pada bagian *input* cukup besar. Tim yang dibutuhkan cukup besar, sarana yang dibutuhkan belum sepenuhnya efektif dan tersedia dan membutuhkan dana dalam pemeliharaan perahu dan sarana lainnya. Dari sisi *output*, terjadi peningkatan angka sampah yang dikumpulkan. Jumlah sampah yang meningkat ini menjadi indikasi bahwa sampah yang masuk ke sungai juga meningkat. Hal ini perlu dibantu dengan sosialisasi aktivitas *river cleanup* kepada masyarakat lebih luas di sekitar daerah aliran sungai agar meningkat pemahaman peduli lingkungan.

Indikator terakhir adalah pencapaian tujuan secara menyeluruh. Dalam mencapai tujuan program ini yaitu untuk mempermudah dan mempercepat proses pembersihan sungai, pemerintah masih menemui kendala-kendala bersifat teknis dan strategis. Terutama dalam hal sosialisasi kepada masyarakat sehingga peran serta masyarakat dapat muncul pada saat kegiatan dan juga pada bagian pencegahan agar tidak membuang sampah di sungai.

## **B. Kesiediaan Masyarakat Berpartisipasi Aktivitas *Cleanup***

Kesiediaan masyarakat berpartisipasi pada aktivitas membersihkan sampah sangat terkait dengan kepercayaan pada pemerintah melalui pembangunan infrastruktur dalam mengurangi timbunan sampah dan meningkatkan rasa tanggung jawab bersama yang kuat dalam sikap menjaga kebersihan (Lucrezi & Digun-Aweto, 2020).

Masyarakat yang ikut serta pada kegiatan *cleanup* sebagian besar atau 70% adalah masyarakat yang pernah ikut dalam kegiatan pembersihan sampah serupa. Dan mereka yang ikut peran serta menyatakan juga bahwa mereka ingin bergabung di kegiatan berikutnya. Dapat dikatakan bahwa pengalaman langsung yang didapat oleh masyarakat meningkatkan komitmen pada sikap peduli lingkungan. Sikap peduli lingkungan yang ada pada individu masyarakat cenderung mengembangkan rasa tanggung jawab kolektif dan kesadaran pada masalah sampah.

Sosio-demografi dari masyarakat yang ikut serta kegiatan pembersihan sampah adalah orang dewasa muda, yang memiliki pendidikan tinggi dan memiliki motivasi untuk menjaga lingkungan. Dengan demikian hal ini mempengaruhi bentuk sosialisasi dan kampanye kegiatan yang dilakukan. Kampanye kegiatan pembersihan sungai perlu menargetkan pada orang-orang muda terpelajar melalui instansi pendidikan tinggi di tingkat Sekolah Menengah Atas (SMA) dan perguruan tinggi. Bentuk kolaborasinya tidak hanya pada momen tertentu, tetapi juga dalam jangka menengah seperti membentuk kegiatan ekstrakurikuler di

sekolah atau perguruan tinggi. Dalam kegiatan ekstrakurikuler ini diajarkan secara teori dan dalam bentuk kegiatan edukasi dengan mempraktikkan langsung. Orang-orang muda terpelajar ini juga menjadi penggerak melalui aktivitas media sosial mereka. Sehingga dapat mengajak masyarakat lebih luas lagi.

*River clean-up* menjadi salah satu program penting pemerintah Indonesia untuk menjaga kebersihan sungai. Pemerintah telah memulai aktivitas pembersihan Sungai sejak lama dalam bentuk program-program dan ditopang oleh peraturan. Dalam penerapannya, Pemerintah memiliki tantangan-tantangan baik secara teknis pelaksanaan, strategi dan juga peningkatan keterlibatan masyarakat.

Penelitian ini memunculkan ide dalam meningkatkan kesuksesan program pembersihan sampah di sungai. Ide tentang kolaborasi dengan instansi pendidikan tinggi mulai dari SMA ke atas. Kolaborasi ini didasari oleh temuan penelitian yang disampaikan oleh Lucrezi & Digun-Aweto (2020) bahwa sosio-demografi masyarakat yang dewasa muda dan terpelajar dapat dijadikan sasaran peserta kegiatan. Mereka cocok dari sisi motivasi dan sikap terhadap kepedulian lingkungan. Ketika mereka sudah mendapatkan pengalaman kegiatan membersihkan sampah, mayoritas mereka berminat untuk ikut serta pada kegiatan serupa berikutnya.

Bentuk kolaborasi lainnya adalah dengan membentuk kegiatan ekstrakurikuler dan intrakurikuler bagi peserta didik. Kolaborasi ini dapat memunculkan juga inisiatif untuk melakukan penelitian dalam berbagai bidang keilmuan. Baik dari sisi pemasaran kegiatan, sisi teknis pelaksanaan dan sisi kemajuan teknologi pengelolaan sampah. Dengan semakin banyak kolaborasi ini, diharapkan lebih banyak sungai yang terdampak dengan kegiatan *river cleanup*. *River cleanup* menghasilkan sungai yang bersih, asri, hijau dan indah.

Dengan keadaan sungai yang baik, maka fungsi sungai dapat dinikmati oleh masyarakat sebagai ekosistem yang berperan dalam lingkungan (Suarnawati & Dahliani, 2022). Masyarakat

dapat memanfaatkan sungai sebagai sumber mata air, akses air bersih, sanitasi, membantu aktivitas pertanian dan juga menjadi area destinasi pariwisata yang indah. Masyarakat mendapatkan manfaat sosial, lingkungan dan ekonomi dari sungai. *River cleanup* menghasilkan pemahaman masyarakat tentang peduli lingkungan dan pariwisata berkelanjutan.

Kolaborasi dengan instansi pendidikan tinggi dapat meningkatkan tingkat keberhasilan program yang dijalankan pemerintah untuk membersihkan sampah di sungai dan secara umum. Hal ini juga sejalan dengan target pemerintah dalam SDGs nomor 6 mengenai jaminan ketersediaan air bersih dan sanitasi layak bagi masyarakat. Dengan indikator keberhasilan yang tercapai, maka dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program pemerintah tentang pengelolaan sampah secara umum. *River cleanup* menghasilkan pencapaian pada program pemerintah perwujudan dari SDGs.

## SIMPULAN

Sampah adalah permasalahan pemerintah sejak lama dan ditangani secara berbeda-beda tergantung lokasi, kondisi area dan konteks sosio-demografi setempat. Pemerintah dan masyarakat memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan sampah agar dapat bertindak secara kolektif dan kolaboratif. *River cleanup* menjadi upaya solusi dari permasalahan sampah secara umum namun perlu dilakukan pengembangan dari yang sudah dilakukan saat ini. Pemerintah mengajak kelompok masyarakat yang tepat dan mengubah kegiatan *river cleanup* yang sporadis menjadi kegiatan yang berkesinambungan. Pemerintah dan masyarakat bersama mengembangkan sikap peduli lingkungan dan ilmu pengetahuan lingkungan. Penelitian ini memberikan masukan mengenai partisipasi masyarakat dalam kegiatan *river cleanup* yang diselenggarakan. Penelitian ini juga memaparkan tipe peserta kegiatan *river cleanup* yang berpartisipasi serta bentuk kolaborasi yang dapat dilakukan oleh pemerintah. Kegiatan *river cleanup*

membawa hasil positif dan berdampak pada lingkungan, masyarakat dalam lingkup pariwisata berkelanjutan. Dukungan masyarakat pada berbagai saluran dan tingkat pendidikan dapat mendukung pencapaian SDGs.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS. (2023). *Ayo Peduli Kebersihan Sungai!* Indonesia.Go.Id.  
<https://indonesia.go.id/kategori/editorial/7337/ayopeduli-kebersihan-sungai?lang=1>
- Campbell, J. P., & Campbell, R. J. (1988). *Productivity in Organizations: New Perspectives from Industrial and Organizational Psychology*. Wiley.  
<https://books.google.co.id/books?id=94C3AAAAIAAJ>
- Kementerian PPN/Bappenas. (2022a). *Clean Water Project (Project Air Bersih)*. <https://Sdgs.Bappenas.Go.Id/>.  
<https://sdgs.bappenas.go.id/repository/public/dae2e668-3547-4c2c-8820-93b3e825a858>
- Kementerian PPN/Bappenas. (2022b). *Water Access, Sanitation & Hygiene (WASH) Program*. <https://Sdgs.Bappenas.Go.Id/>.  
<https://sdgs.bappenas.go.id/repository/public/41116>
- Lucrezi, S., & Digun-Aweto, O. (2020). "Who wants to join?" Visitors' willingness to participate in beach litter clean-ups in Nigeria. *Marine Pollution Bulletin*, 155, 111167.  
<https://doi.org/10.1016/j.marpolbul.2020.111167>
- Puspita, R., & Izzatusholekha, I. (2023). Efektivitas Program Bekasi River Clean Up (BRIC) Dalam Pembersihan dan Pengelolaan Sampah Sungai Di Kota Bekasi. *PENTAHHELIX*, 1(2), Article 2.  
<https://doi.org/10.24853/penta.1.2.155-162>
- Singh, Y. K. (2006). *Fundamental of Research Methodology and Statistics*. New Age International Publisher.  
<http://www.newagepublishers.com>

Suarnawati, S., & Dahliani, D. (2022). PUSAT EDUKASI SUNGAI KARANG MUMUS. *JURNAL TUGAS AKHIR MAHASISWA LANTING*, 11(2), Article 2. <https://doi.org/10.20527/jtamlanting.v11i2.1488>

# **MENYELAMI BUDAYA NUSANTARA: WISATA EDUKASI DI YOGYAKARTA**

**Caroline Fildzah Diara Putri**  
**Dr. Kurniawan Saefullah, S.E., M.Ec**  
**Dr. Kasno Pamungkas, S.S., M.Hum**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Menjadi negeri yang sangat kaya akan budaya, membuat Indonesia tidak pernah habisnya menawarkan kegiatan wisata yang sangat menarik dan beragam. Setiap daerah yang ada di Indonesia memiliki kekayaan budaya yang tidak ternilai, mulai dari adat istiadat, upacara, pakaian, tarian daerah, alat musik, makanan khas, dan masih banyak lagi. "Menyelami Budaya Nusantara" bukan sekadar kata-kata tanpa makna, namun merupakan sebuah kalimat yang dapat membawa kita merasakan jejak peradaban yang telah berabad-abad membentuk identitas bangsa Indonesia saat ini.

Yogyakarta, kota indah yang sering dijuluki sebagai jantung budaya Jawa selalu menjadi magnet bagi para wisatawan untuk mendapatkan pengalaman perjalanan budaya yang mengesankan. Yogyakarta juga menjadi salah satu pusat budaya terkemuka di Indonesia karena memiliki warisan budaya dan tradisi yang masih sangat kuat. Yogyakarta merupakan pilihan destinasi yang tepat bagi mereka yang menginginkan sebuah perjalanan immersif ke dalam jiwa dan roh kebudayaan Jawa yang terus hidup di tengah arus modernisasi.

Salah satu aktivitas terbaik yang dapat dilakukan untuk menyelami budaya Nusantara di Yogyakarta yaitu melalui kegiatan wisata edukasi. Dengan wisata edukasi, wisatawan tidak hanya menjadi penonton, namun juga terlibat aktif secara

langsung dalam menjelajahi kebudayaan Nusantara dan kearifan lokal yang ada di Yogyakarta. Wisata edukasi menawarkan program kegiatan di mana peserta melakukan perjalanan ke suatu lokasi dalam kelompok (*group tour*) dengan tujuan utama yakni untuk terlibat langsung dalam pengalaman belajar yang berhubungan dengan lokasi atau destinasi tujuan (Rodger, 1998). Program edukatif sangatlah penting karena dapat berperan dalam menciptakan pengalaman yang berkesan bagi wisatawan (Keller, 2013).

Kajian ini akan membahas tentang bagaimana wujud dari wisata edukasi yang dilakukan di Yogyakarta dengan menyelami budaya Nusantara secara dalam yang dilakukan oleh salah satu sekolah internasional yang ada di Surabaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Program Kegiatan

Dalam melaksanakan kegiatan wisata edukasi atau *educational tourism experience*, terdapat beberapa aspek penting yang termasuk di dalamnya yaitu *attractions and events*, *resource specialists*, *affinity travel planners*, dan juga *tour and receptive operators* (Ritchie, 2003). Wisata Sekolah, sebagai sebuah perusahaan *school trip organizer* pertama di Indonesia yang bergerak dan fokus pada bidang wisata edukasi tematik yang sudah bergelut sejak tahun 2012. Dengan berfokus pada program wisata edukasi yang diunggulkan, Wisata Sekolah melayani perjalanan wisata edukasi pada Tingkat Pendidikan mulai dari Pendidikan Anak Usia Dini (PAUD) hingga Sekolah Menengah Atas (SMA) dari berbagai sekolah *National Plus* atau *International School* yang ada di berbagai wilayah di Indonesia.

Kegiatan wisata edukasi tematik yang dilaksanakan oleh Wisata Sekolah selalu memiliki beragam respon yang sangat baik dari setiap wisatawan yang mengikutinya. Wisatawan dalam konteks perjalanan ini adalah siswa dan siswi, serta guru dari sekolah *National Plus* atau *International School*. Salah satu

program kegiatan wisata edukasi yang baru saja dilaksanakan pada 30 September sampai dengan 3 Oktober 2024 dengan judul “*Week Without Walls*” atau “Minggu tanpa Dinding”.

Program “*Week Without Walls*” merupakan program tahunan yang dilaksanakan oleh salah satu sekolah internasional yang ada di Surabaya yaitu *Surabaya Intercultural School (SIS)* pada *Secondary Level* melalui *school trip organizer*, WisataSekolah, di mana mereka melakukan perjalanan wisata edukasi ke berbagai kota di Indonesia untuk mengeksplorasi tidak hanya alamnya saja, namun juga budaya dari destinasi setempat.

Melakukan kegiatan *study tour* atau wisata ke luar negeri belakangan menjadi tren di kalangan sekolah – sekolah, namun *SIS* selalu berkomitmen untuk melakukan program tersebut di dalam negeri. Di mana mereka membawa siswa siswinya mengeksplorasi destinasi – destinasi di Indonesia yang menakjubkan. Kekayaan alam Indonesia dan budayanya yang melimpah sudah lebih dari cukup menjadikan Indonesia sebagai ruang kelas terbuka bagi kegiatan wisata edukasi.

Kota atau destinasi tujuan dari program “*Week Without Walls*” berbeda – beda dari tiap *grade* atau kelasnya. Tidak hanya seputar destinasi di Pulau Jawa saja seperti Bandung, Yogyakarta, Semarang, Jepara, dan Banyuwangi, program ini juga menjadikan Bali dan Lombok sebagai tujuan wisatanya. Dalam kajian ini, akan membahas lebih dalam dari perjalanan “*Week Without Walls*” kelas 7 dengan destinasi kota Yogyakarta yang dilaksanakan selama 4 (empat) hari dan 3 (tiga) malam.

## **B. Wisata Edukasi Yogyakarta**

Program “*Week Without Walls*” Yogyakarta ini diikuti oleh 14 wisatawan dari *SIS* yang diantaranya yaitu sebanyak 12 orang merupakan siswa dan siswi kelas 7 (tujuh) dan 2 (dua) orang lainnya merupakan *Chaperones* atau guru pendamping. *SIS* merupakan sekolah dengan standar internasional yang menjadikannya memiliki murid dan tenaga pendidik yang berasal

dari berbagai negara. Adapun dalam peserta perjalanan ini terdiri dari:

1. Wisatawan Domestik

Sebanyak 5 (lima) orang Warga Negara Indonesia (WNI) yang ikut pada perjalanan tersebut, terdiri dari 4 (empat) orang siswa siswi dan 1 (satu) guru pendamping.

2. Wisatawan Mancanegara

Terdapat 9 (Sembilan) orang lainnya yang merupakan Warga Negara Asing (WNA) yang terdiri dari 8 (delapan) orang siswa dan siswi yang berasal dari berbagai negara diantaranya yaitu Amerika Serikat (dua orang), Jepang (satu orang), Korea Selatan (empat orang), dan China (satu orang). Serta 1 (satu) guru pendamping yang berasal dari Turki.

Perjalanan ke Yogyakarta difokuskan pada eksplorasi budayanya yang masih terjaga dan sangat kaya. Wisata budaya merupakan sebuah bentuk dari kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi budaya suatu daerah sebagai daya tarik utamanya (Pendit, 1994). Kebudayaan dalam konteks tersebut mencakup kebudayaan baik yang bersifat fisik maupun non-fisik, contohnya seperti peninggalan sejarah, adat istiadat, seni pertunjukan, kerajinan tangan, kuliner tradisional, dan lainnya (Damanik & Weber, 2006). Program ini diharapkan dapat menjadi salah satu sarana untuk mengenalkan budaya Indonesia kepada siswa siswi maupun guru dari sekolah internasional yang ada di Indonesia.

Program kegiatan pariwisata yang dapat dikatakan berhasil harus mampu memberikan manfaat kepada masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial, dan lingkungan secara berkelanjutan (Kapferer, 2012). Program “*Week Without Walls*” yang dirancang oleh Wisata Sekolah, menawarkan berbagai kegiatan edukasi bagi para wisatawan untuk ikut terjun langsung merasakan dan menikmati kayanya budaya yang dimiliki oleh kota Yogyakarta. Tidak hanya mengunjungi situs bersejarah, museum atau destinasi wisata pada umumnya, program ini juga

membawa wisatawan masuk ke desa wisata dan berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Beberapa destinasi yang dikunjungi serta kegiatan wisata edukasi yang dilaksanakan yaitu:

### 1. Kotagede

Di Kotagede, wisatawan melakukan *walking tour* atau tur dengan berjalan kaki berkeliling area tersebut. *Walking tour* merupakan salah satu bentuk wisata kota yang menggabungkan perjalanan fisik dengan elemen edukasi dan budaya, memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk belajar secara langsung dari pemandu lokal melalui narasi atau informasi mengenai lokasi wisata tersebut (Wang & Pizam, 2011).

Program *walking tour* di Kotagede ini memiliki rute dan mengunjungi beberapa destinasi bersejarah di Yogyakarta. Wisatawan diajak mengunjungi kompleks makam raja – raja Mataram, masuk ke kawasan pemukiman warga, hingga mencicipi jajanan tradisional di Pasar Kotagede.

### 2. Museum Sonobudoyo

Kunjungan ke Museum Sonobudoyo memberikan ilmu yang sangat berharga kepada wisatawan karena museum ini merupakan museum sejarah dan kebudayaan Jawa dengan koleksi paling lengkap setelah Museum Nasional Republik Indonesia yang berada di Jakarta (Museum Sonobudoyo, 2024).

### 3. Omah Kecebong

Omah Kecebong merupakan salah satu destinasi wisata di Yogyakarta yang menawarkan pengalaman wisata budaya yang mendalam. Omah Kecebong memiliki beragam aktivitas yang sangat kental akan budaya Jawa yang salah satunya yaitu wisatawan diajak untuk belajar budaya jemparingan, atau olahraga panahan dari Kasultanan Ngayogyakarta Hadiningrat yang telah ada sejak zaman Kerajaan Mataram.

Selain mencicipi makanan tradisional di Omah Kecebong, wisatawan juga mencoba mengenakan busana khas Jawa yaitu

kebaya dan surjan. Omah Kecebong memiliki tujuan untuk melestarikan budaya lokal dan memperkenalkan kehidupan tradisional Jawa kepada pengunjung, baik wisatawan lokal maupun internasional.

#### 4. Candi Prambanan

Wisatawan juga berkunjung ke candi yang merupakan candi Hindu terbesar di Indonesia. Selain berkeliling di area Candi Prambanan pada sore hari, malam harinya wisatawan diajak untuk melihat pagelaran Sendratari Ramayana yang menakjubkan.

#### 5. Pabrik Coklat Monggo

Mengunjungi salah satu produsen coklat terkemuka di kota Yogyakarta, wisatawan tidak hanya mendapatkan ilmu tentang bagaimana proses pembuatan coklat saja, tetapi juga melihat sejarah panjang coklat yang ada di Museum Pabrik Coklat Monggo. Wisatawan juga mendapatkan kesempatan untuk mencoba membuat coklat sendiri.

#### 6. Desa Wisata Wukirsari

Desa yang terkenal sebagai Wisata Wayang ini memberikan pengalaman baru dan tidak terlupakan bagi para wisatawan. Wisatawan diajak untuk mengenal lebih dalam tentang wayang kulit, kesenian tradisional budaya jawa yang melegenda. Selain itu, wisatawan juga belajar untuk memainkan gamelan secara langsung. Kegiatan ini merupakan komitmen dari Desa Wisata Wukirsari untuk melestarikan budaya jawa dan beriringan dengan tujuan untuk mensejahterakan masyarakat Desa Wukirsari.

#### 7. Diorama Arsip Jogja

Diorama Arsip Jogja merupakan destinasi berupa museum visualisasi modern yang menghidupkan arsip kota Yogyakarta dengan menampilkan berbagai diorama tentang sejarah berdirinya kota Yogyakarta selama kurang lebih 430 tahun dari masa Panembahan Senopati hingga terbentuk menjadi kota Yogyakarta yang kita kenal saat ini.

Pada kajian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Metode penelitian kualitatif

merupakan paradigma penelitian yang menekankan pada pemahaman makna, mendalami situasi dan konteks, dan menghasilkan deskripsi yang kaya dan terperinci (Denzin & Lincoln, 2005). Teknik pengumpulan data dalam kajian ini dengan melakukan wawancara kepada 6 (enam) orang peserta yang terdiri dari 4 (empat) siswa dan 2 (dua) guru pendamping. Wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali informasi yang tidak dapat diperoleh melalui metode lain, serta memahami makna di balik jawaban responden (Kvale & Brinkmann, 2009).

### **C. Pandangan Wisatawan**

Dari pengalaman yang didapatkan, wisatawan selaku responden memberikan umpan balik setelah perjalanan tersebut berlangsung. Umpan balik tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana pendapat wisatawan terhadap paket perjalanan yang sudah mereka rasakan. Karena kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Dengan kata lain, ketika harapan pelanggan terpenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi, maka pelanggan akan merasa puas (Tjiptono, 2012).

Siswa 1 menyatakan sangat menikmati perjalanan tersebut dan mendapatkan banyak ilmu dan pengalaman yang baru. Berikut merupakan penuturan hasil wawancaranya.

*“I’m really enjoying this Yogyakarta like it’s really fun to learn and experience a lot of new things here ...”*

Berbeda dengan Siswa 1, Siswa 2 lebih mengutarakan dengan rinci apa saja yang disukainya. Selain budaya Yogyakarta, Siswa 2 juga sangat menyukai sejarah Kotagede dan aktivitas Jemparingan, atau olahraga panahan tradisional.

*“I really like the Yogyakarta since its very informing about the culture here and the history of Kotagede and Yogyakarta. My favourite part of the trip was when we get to do Jemparingan or archery in Omah Gede.”*

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Siswa 3 yang menyampaikan bahwa Siswa 3 menyukai aktivitas Jemparingan. Siswa 3 juga mengatakan bahwa saat mencoba pakaian tradisional Jawa merupakan salah satu hal yang paling disukai. Berikut merupakan pernyataan yang disampaikannya dalam wawancara.

*“My favourite part about the trip was the traditional clothing and the archery and overall, the entire Week Without Walls has been really fun. And we want to thank the tour guide and the entire team for allowing us around.”*

Siswa 4 juga banyak menyebutkan dengan rinci apa saja yang disukainya dari perjalanan tersebut. Berbeda dengan responden lainnya, Siswa 4 membahas tentang bagaimana Siswa 4 sangat menyukai kegiatan saat mengunjungi bangunan tradisional dan merasakan budaya Yogyakarta secara langsung. Siswa 4 juga menyebutkan makanan yang paling disukainya selama di Yogyakarta.

*“My favourite part of this trip is when we are visiting every traditional building and they are very majestic beautiful. Thank you very much for letting us visit this (inaudible) of traditional culture and thank you for bring us here. Also, the traditional food! Like such as nasi goreng, mie goreng, tempe, is very amazing!”*

Guru Pendamping 1 memberikan pendapat tentang bagaimana pihak *tour operator* atau Wisata Sekolah menyusun

program wisata edukasi yang membawa para wisatawan mendapatkan pengalaman baru dengan mengunjungi tempat – tempat yang belum pernah mereka datangi sebelumnya. Guru Pendamping 1 juga menyatakan bahwa para wisatawan sangat senang atas perjalanan ini.

*“... With the WisataSekolah group, they are awesome, they make us understand what we don't understand, they bring us to the places that we never been before. So, and the students are happy, they learned a lot. Mr. Y and I enjoyed being with the students. So, this WisataSekolah is really awesome, thank you.”*

Pada sesi wawancara dengan Guru Pendamping 2, Ia menjabarkan dengan rinci dan sangat puas dengan apa yang dirasakannya selama perjalanan berlangsung. Pernyataan yang disampaikan bukan tanpa makna, karena sebagai Warga Negara Asing (WNA) yang berasal dari Turki, Guru Pendamping 2 sangat terkesan dengan kayanya budaya Yogyakarta yang dituturkannya dalam wawancara berikut.

*“... We learned the Javanese cultures, I think it's not enough four days, we need more spending times here. And I like it the temple (inaudible) and also, the food is amazing! I love it, not like it, I love it. This is the most impressive activity, the archery, also (inaudible) and the culture that we saw it any (inaudible) enjoyed the whole this moment it is just amazing. For me, I'm from Turkey, this is different from me. And perfect! And also, all the team is (inaudible) and all the staff and tour guide is, you are perfect! Thank you so much for everything. Food! Food is oh my God, oh my God, just incredible!”*

Secara garis besar, responden yang merupakan wisatawan menyatakan umpan balik yang sangat baik dan positif serta puas

terhadap layanan dan paket perjalanan yang diterima. Kepuasan pelanggan adalah elemen fundamental dalam strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Pelanggan yang puas akan memiliki hubungan emosional yang lebih kuat dengan merek atau perusahaan, yang pada akhirnya meningkatkan loyalitas pelanggan (Mullins & Walker, 2013). Mullins dan Walker mengidentifikasi bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas produk, kualitas layanan, dan pengalaman interaksi. Mereka menekankan pentingnya konsistensi dalam kualitas produk, keandalan dalam pelayanan, dan interaksi positif antara pelanggan dan staf sebagai penentu kepuasan.

## SIMPULAN

Paket perjalanan wisata edukasi yang disusun oleh Wisata Sekolah cukup merangkum budaya Yogyakarta secara umum. Mulai dari pengalaman wisatawan mengunjungi situs dan bangunan bersejarah, mencicipi makanan tradisional khas Yogyakarta, hingga mengenakan pakaian tradisional Jawa kebaya untuk wisatawan perempuan dan surjan untuk laki – laki. Faktor pendukung lainnya seperti *tour guide* dan *trip manager* yang ikut mendampingi rombongan di lapangan langsung, menjadi poin khusus dan berperan pada tingginya kepuasan wisatawan secara garis besar. Dengan memahami bagaimana menyajikan wisata edukasi yang berkualitas, kita dapat meningkatkan dan menyempurnakan pengalaman yang ditawarkan, sekaligus menjaga keseimbangan antara pelestarian budaya dan pemenuhan kebutuhan pendidikan modern.

## DAFTAR PUSTAKA

Damanik, J., & Weber, H. F. (2006). *Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi*. Yogyakarta: Puspar UGM dan Andi.

- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *Handbook of Qualitative Research*. Sage Publications.
- Kapferer, J. N. (2012). *The New Strategic Brand Management: Advanced Insights and Strategic Thinking*. Kogan Page.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity (4th ed.)*. Pearson Education.
- Kvale, S., & Brinkmann, S. (2009). *Interviews: Learning the Craft of Qualitative Research Interviewing*. Sage Publications.
- Pendit, N. S. (1994). *Ilmu pariwisata: Sebuah pengantar perdana*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Ritchie, Brent. W. (2003). *Aspect Of Tourism: Managing Educational Tourism*. UK: Channel View Publications.
- Rodger, D. (1998). *Leisure, Learning and Travel*. *Journal of Physical Education*, 69, 28-31.  
<https://doi.org/10.1080/07303084.1998.10605532>
- Mullins, J. W., & Walker, O. C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*. McGraw-Hill Education.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Jasa*. Andi Publisher.
- Wang, Y., & Pizam, A. (2011). *Tourism Management: Analysis, Behavior, and Strategy*. London: Elsevier.

# **TRANSFORMASI WISATA EDUKASI MELALUI PENDEKATAN *DIGITAL STORYNOMICS* TOURISM**

**Setiawan Wibowo  
Durotul Yatimah**

**Universitas Negeri Jakarta**

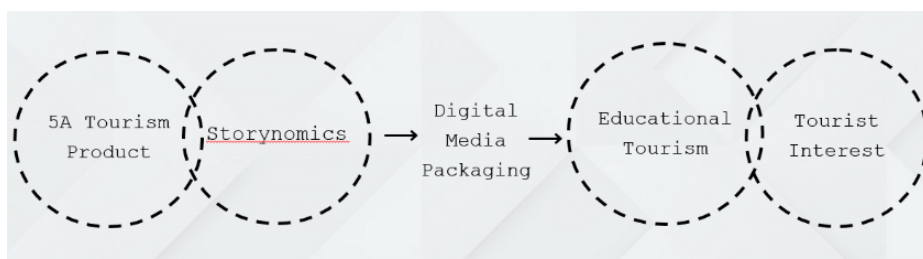
## **PENDAHULUAN**

Konsep wisata edukasi merupakan konsep yang dianggap sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pengelolaan yang menganut *sharing profit* yang sangat bertolak belakang dengan sistem *business oriented*, sehingga tolak ukur keberhasilan tidak terletak pada pendapatan semata tetapi berdasarkan partisipasi masyarakat yang menjadi poin penting dalam keberhasilan wisata edukasi. Kesadaran masyarakat akan potensi alam dan warisan budaya yang dimiliki, kesadaran akan hidup bersih, meningkatnya wawasan dan informasi masyarakat tentang dunia pariwisata, serta dapat meningkatkan kecintaan masyarakat terhadap daerahnya dengan mengembangkan wisata edukasi, salah satunya dengan mengenalkan potensi destinasi wisata melalui narasi kreatif dan menarik.

Pengembangan wisata edukasi dihadapkan pada berbagai tantangan yang kompleks. Permasalahan utama yang dihadapi termasuk kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya pengelolaan informasi destinasi wisata secara berkelanjutan, minimnya keterampilan dalam mengolah dan memasarkan produk lokal, serta terbatasnya fasilitas pendukung pariwisata. Selain itu, keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan potensi wisata masih sangat terbatas, yang dapat menghambat pengembangan wisata yang berkelanjutan. Dalam konteks ini akan dilakukan pemberdayaan masyarakat dalam mengelola informasi destinasi

wisata dengan fokus pada wisata edukasi bagi masyarakat lokal dan wisatawan yang berkunjung secara berkelanjutan. Program ini diberi judul "Transformasi Wisata Edukasi Melalui Pendekatan *Digital Storynomics Tourism*."

Dalam konteks ini, menarasikan destinasi wisata dengan bahasa dan penghayatan yang bersinergi dengan kearifan lokal menjadi semakin relevan memberikan pemahaman mendalam tentang lingkungan dan mendorong kesadaran akan keberlanjutan.



Gambar 1. Analisis situasi wisata edukasi berbasis media

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, terutama dalam bentuk *Digital Storynomics Tourism* telah memberikan dimensi baru pada pengalaman pariwisata dengan menggabungkan unsur narasi digital dengan konten pariwisata, menciptakan cerita yang menarik melalui berbagai media online seperti video, blog, dan platform sosial. Dalam konteks ini, peningkatan kemampuan *Digital Storynomics Tourism* dapat menjadi kunci dalam meningkatkan daya tarik dan dampak positif wisata edukasi berkelanjutan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Potensi dan Kebutuhan Wisata Edukasi

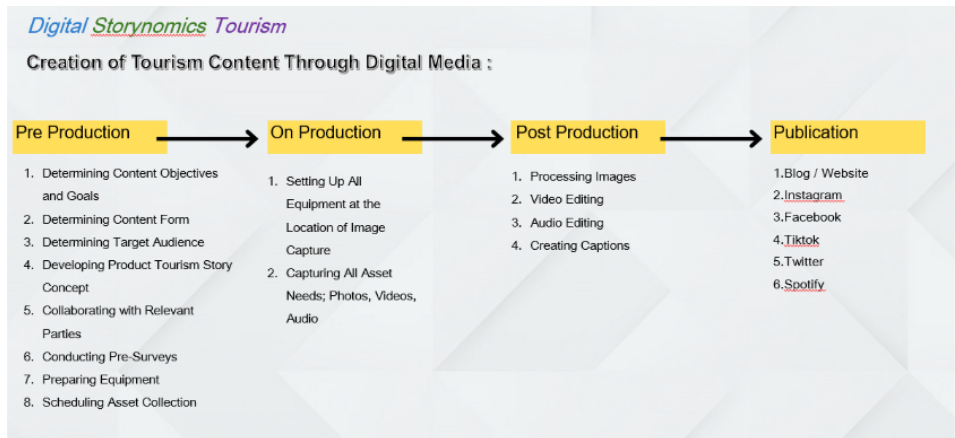
Potensi dari wisata edukasi terletak pada kemampuannya untuk menyatukan hiburan dengan pembelajaran, yang pada akhirnya menciptakan wisatawan yang lebih sadar akan lingkungan, budaya, serta sejarah yang mereka temui. Wisata edukasi dapat memfasilitasi pertukaran pengetahuan antara

wisatawan dan masyarakat lokal, di mana keduanya dapat saling belajar dan memahami perspektif yang berbeda. Ini bukan hanya soal kunjungan ke situs bersejarah atau museum, tetapi juga kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan lokal, seperti belajar cara membuat kerajinan tradisional, mengikuti upacara adat, atau terlibat dalam program konservasi lingkungan. Dalam konteks ini, wisata edukasi berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan wisatawan dengan nilai-nilai yang lebih mendalam dari sebuah destinasi, menjadikan perjalanan lebih bermakna dan penuh penghargaan.

Dalam sisi kebutuhan, wisata edukasi memerlukan pendekatan yang lebih terencana dan holistik untuk mencapai tujuan edukatif. Program wisata yang sekadar mengandalkan daya tarik visual atau atraksi fisik tidak akan cukup jika tidak diimbangi dengan konten yang mendidik dan relevan. Oleh karena itu, peran pemandu wisata yang terlatih dan berpengetahuan sangat penting dalam memberikan narasi yang mendalam tentang sejarah, budaya, atau lingkungan di destinasi tersebut. Selain itu, penyediaan materi edukasi tambahan, seperti brosur, video dokumenter, atau aplikasi digital yang berisi informasi tambahan, dapat memperkaya pengalaman belajar wisatawan. Edukasi tidak hanya terjadi di lokasi wisata, tetapi juga bisa dimulai sebelum perjalanan melalui pengenalan terhadap konteks budaya dan lingkungan yang akan mereka kunjungi. Hal ini dapat meningkatkan antusiasme wisatawan sekaligus membekali mereka dengan pengetahuan yang tepat sebelum terjun langsung ke lapangan.

## **B. Pembuatan Konten Wisata Edukasi**

Pembuatan konten pariwisata adalah kunci untuk mempromosikan destinasi dan menarik minat wisatawan. Dalam prosesnya, penting untuk menggabungkan informasi faktual tentang tempat-tempat menarik, budaya lokal, dan aktivitas yang tersedia, dengan narasi yang memikat secara visual maupun emosional. Konten harus disajikan dalam format yang mudah



diakses, seperti artikel blog, video, dan media sosial, untuk menjangkau audiens yang luas. Elemen visual seperti foto dan video berkualitas tinggi sangat penting dalam memicu imajinasi calon wisatawan, sementara deskripsi yang informatif dapat membantu mereka merencanakan perjalanan dengan lebih baik. Penting juga untuk menyesuaikan konten dengan tren pariwisata terkini, seperti ekowisata atau pariwisata berkelanjutan, untuk menciptakan daya tarik yang relevan dan mendalam. Selain visual dan narasi, integrasi teknologi juga menjadi aspek penting, seperti penggunaan realitas *virtual* (VR) atau *augmented reality* (AR), yang memungkinkan wisatawan merasakan pengalaman *virtual* dari destinasi sebelum memutuskan untuk berkunjung.

Gambar 2. Alur pembuatan konten digital

Dengan pendekatan komprehensif ini, konten pariwisata tidak hanya menginformasikan, tetapi juga menginspirasi dan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan nyata, yaitu berkunjung ke destinasi tersebut. pembuatan konten pariwisata yang efektif:

## 1. Pengembangan Narasi dan *Storytelling* yang Menarik

### a) Membangun Narasi Emosional

*Storytelling* atau penceritaan adalah inti dari konten yang sukses. Bangun cerita yang menyentuh emosi dan menggambarkan pengalaman yang bisa dirasakan oleh

wisatawan. Ceritakan perjalanan dari sudut pandang seseorang yang sudah pernah ke sana, atau kisahkan bagaimana destinasi ini bisa memberikan pengalaman transformasi bagi wisatawan.

b) Elemen Otentik

Tekankan keaslian. Wisatawan modern mencari pengalaman otentik, bukan hanya "tempat yang bagus untuk berfoto." Tunjukkan interaksi dengan penduduk lokal, tradisi yang belum banyak dikenal, atau kuliner khas yang hanya ada di tempat itu. Semakin otentik cerita yang Anda buat, semakin besar kemungkinan wisatawan tertarik.

c) Tampilkan Keindahan Visual Melalui Deskripsi

Menulis narasi dengan menggunakan bahasa deskriptif yang kuat. Misalnya, bukan hanya "pantai yang indah," tetapi "pantai dengan pasir putih lembut yang bersinar di bawah sinar matahari sore, dikelilingi oleh pohon kelapa yang bergoyang lembut oleh angin laut."

## 2. Jenis Konten yang Dapat Dibuat

a) Artikel Panduan Wisata (*Travel Guides*)

Artikel ini bisa mencakup rencana perjalanan, tips, dan rekomendasi untuk wisatawan. Contohnya, "Panduan 3 Hari Wisata di desa wisata" yang memberikan jadwal rinci tentang tempat yang harus dikunjungi, kapan waktu terbaik berkunjung, dan tips lokal.

b) Vlog atau Video Pendek

Konten video semakin populer, terutama di platform seperti YouTube dan TikTok. Buat vlog yang menunjukkan perjalanan wisata, suasana lokal, atau wawancara dengan penduduk setempat. Gunakan visual menarik, musik yang sesuai, dan edit video dengan baik untuk meningkatkan daya tarik.

c) Media Sosial berbasis *User-Generated Content* (UGC)

Menorong wisatawan atau follower untuk berbagi pengalaman mereka di destinasi tersebut. Bisa melalui

penggunaan hashtag khusus, atau dengan mengadakan kompetisi foto. UGC akan membuat konten terasa lebih dekat dengan calon wisatawan karena datang dari sesama pelancong.

d) **Konten Interaktif**

Buat kuis atau survei tentang minat wisata, seperti "Destinasi mana yang cocok untuk kamu?" Ini membantu menarik interaksi dan dapat mengarahkan calon wisatawan ke destinasi tertentu.

### **3. Visualisasi yang Mempesona**

a) **Penggunaan Fotografi Profesional**

Foto yang diambil secara profesional, terutama dari sudut pandang drone atau aerial shot, sangat diminati. Pastikan gambar-gambar tersebut menunjukkan keindahan alam, suasana kota, atau momen unik yang mungkin tidak bisa ditemukan di destinasi lain.

b) **Pentingnya Warna dan Komposisi**

Warna yang cerah dan komposisi yang seimbang dapat membuat foto lebih menarik di mata audiens. Misalnya, sunset dengan langit oranye kemerahan di pantai akan selalu memikat perhatian.

c) **Infografis Edukatif**

Penyajian informasi penting dalam bentuk visual yang mudah dipahami, seperti "panduan transportasi lokal," "tips perjalanan ramah lingkungan," atau "perjalanan ke tempat tertentu." Infografis ini menarik secara visual dan mudah dibagikan.

### **C. Edukasi Produk Pariwisata**

Edukasi produk pariwisata merupakan kunci dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan. Dengan memberikan informasi tentang pentingnya menjaga kelestarian lingkungan dan budaya lokal, edukasi ini dapat mendorong wisatawan untuk berpartisipasi aktif dalam menjaga kelangsungan destinasi wisata. Program edukasi yang melibatkan masyarakat lokal, seperti

pelatihan pemandu wisata berbasis komunitas atau workshop mengenai keberlanjutan lingkungan, dapat membantu menciptakan sinergi antara wisatawan, pelaku industri, dan masyarakat setempat. Sinergi ini tidak hanya membantu melestarikan warisan budaya dan alam, tetapi juga memperkuat ekonomi lokal dengan memberdayakan masyarakat melalui pariwisata yang berbasis pada edukasi dan kesadaran. Beberapa *point of view* terkait edukasi produk pariwisata dari berbagai perspektif:

### 1. Wisatawan/Pengunjung

- a) **Pemahaman Mendalam**
- b) Edukasi produk pariwisata memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada wisatawan tentang destinasi yang mereka kunjungi, sehingga mereka dapat mengetahui nilai-nilai budaya, tradisi lokal, dan keunikan atraksi di sana.
- c) **Kenyamanan dan Keamanan**  
Memberikan edukasi yang tepat, wisatawan dapat memahami tips-tips keamanan dan kenyamanan selama perjalanan, seperti bagaimana cara berinteraksi dengan lingkungan alam atau menjaga etika ketika berhadapan dengan budaya lokal.
- d) **Wisata Berkelanjutan**  
Wisatawan yang teredukasi cenderung lebih peduli terhadap pelestarian alam dan budaya. Mereka lebih memahami pentingnya berwisata secara bertanggung jawab, seperti mengurangi sampah plastik, menghormati tempat-tempat suci, atau ikut serta dalam kegiatan ekowisata.

### 2. Pelaku Industri Pariwisata

- a) **Peningkatan Layanan**  
Edukasi produk pariwisata memungkinkan pelaku industri, seperti operator tur dan penyedia akomodasi, untuk memberikan layanan yang lebih baik dengan pengetahuan yang lebih mendalam tentang destinasi.

Mereka dapat menawarkan pengalaman wisata yang lebih personal dan autentik kepada wisatawan.

b) Promosi yang Lebih Efektif

Memahami secara menyeluruh produk pariwisata yang ditawarkan, pelaku industri dapat membuat strategi pemasaran dan promosi yang lebih efektif, menasar segmen audiens yang tepat, dan menonjolkan keunikan destinasi dengan lebih baik.

c) Inovasi Produk

Pelaku industri dapat menciptakan produk wisata yang lebih inovatif berdasarkan informasi yang didapat dari edukasi ini. Mereka dapat mengembangkan paket wisata baru, layanan tambahan, atau kegiatan berbasis pengalaman yang lebih sesuai dengan kebutuhan pasar.

### 3. Masyarakat Lokal

a) Pemberdayaan Masyarakat

Edukasi produk pariwisata membuka peluang bagi masyarakat lokal untuk lebih diberdayakan sebagai pelaku aktif dalam pariwisata, baik sebagai pemandu wisata, pengrajin lokal, atau penyedia layanan lainnya. Mereka bisa memberikan informasi langsung tentang budaya atau sejarah daerah mereka.

b) Perlindungan Budaya dan Alam

Masyarakat lokal yang teredukasi tentang potensi pariwisata dapat lebih menjaga dan melindungi kekayaan budaya dan lingkungan mereka. Edukasi ini juga membantu menghindari eksploitasi berlebihan terhadap sumber daya alam dan tradisi lokal.

c) Kesejahteraan Ekonomi

Peningkatan pengetahuan dan keterlibatan langsung dalam pariwisata, masyarakat lokal bisa merasakan manfaat ekonomi secara langsung, baik melalui peningkatan jumlah wisatawan maupun permintaan terhadap produk dan layanan lokal.

## SIMPULAN

Wisata edukasi mengalami transformasi signifikan melalui pendekatan *Digital Storynomics Tourism*, sebuah konsep yang menggabungkan narasi edukatif dengan teknologi digital untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih interaktif, bermakna, dan mengesankan. Pada intinya, pendekatan ini menggunakan kekuatan cerita yang kuat untuk menambahkan dimensi emosional dan intelektual pada pengalaman wisata, yang diperkuat oleh teknologi digital seperti *augmented reality* (AR), *virtual reality* (VR), media sosial, dan aplikasi interaktif lainnya. Melalui pendekatan ini, wisata edukasi tidak hanya menawarkan pengetahuan tetapi juga membentuk hubungan emosional antara wisatawan, masyarakat lokal dan destinasi yang mereka kunjungi.

## SARAN

Transformasi wisata edukasi memiliki implikasi signifikan terhadap pengelolaan destinasi wisata dengan memanfaatkan teknologi digital dan narasi yang kuat, destinasi dapat lebih mudah diakses oleh wisatawan yang lebih luas. *Digital Storynomics Tourism* menawarkan cara baru dan inovatif untuk mengembangkan wisata edukasi, menjadikannya lebih menarik, interaktif, dan relevan dengan kebutuhan wisatawan modern. Dengan menggabungkan kekuatan narasi yang kuat dengan teknologi digital, wisata edukasi dapat memberikan pengalaman yang tidak hanya mendidik, tetapi juga meninggalkan kesan emosional yang mendalam bagi wisatawan.

## DAFTAR PUSTAKA

Herlinawati, E., Gunawan, S., Yulia Wijaya, D., Hendra Saputro, A., & Meltareza, R. (2024). Sosialisasi dan Pelatihan Konten

- Marketing di Desa Cibiru Wetan Kecamatan Cileunyi Kabupaten Bandung Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Abdimas Pariwisata*, 5(1), 38–41. <https://doi.org/10.36276/jap.v5i1.529>
- Susianti, H. W., Dianasari, D. A. M. L., Tirtawati, N. M., Liestiandre, H. K., Negarayana, I. B. P., Lilasari, N. L. N. T., Saputra, I. G. G. S., & Aridayanti, D. A. N. (2022). Penguatan Storytelling Produk Desa Wisata Bakas Kabupaten Klungkung. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Makardhi*, 2(1), 54–61. <https://doi.org/10.52352/makardhi.v2i1.766>
- Usman, E., & Pramezwary, A. (2023). Kolaborasi Mitra Co-branding Dalam Meningkatkan Brand Equity Wonderful Indonesia. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 4, 1–7. <https://doi.org/10.34013/mp.v4i1.1282>
- Waraney, S. P. F., Tulenan, V., & Sinsuw, A. A. E. (2017). Pengembangan Virtual Tour Potensi Wisata Baru Di Sulawesi Utara Menggunakan Teknologi Video 360 Derajat. *Jurnal Teknik Informatika*, 12(1). <https://doi.org/10.35793/jti.12.1.2017.17851>
- Destinasi Storynomics <https://www.kemendparekraf.go.id/rumah-difabel/Destinasi-Storynomics-Tourism>

# **MENCIPTAKAN PENGALAMAN WISATA YANG BERTANGGUNG JAWAB**

**Annisa Lazuardina**

**STIEPAR-Yapari Bandung**

## **PENDAHULUAN**

Pembahasan dalam bab ini, pembaca akan melihat peran aktivitas wisata menjadi peran kunci dalam menarik wisatawan dan memberikan pengalaman yang bernilai selama kunjungan mereka. Aktivitas wisata mencakup berbagai kegiatan yang dapat dilakukan oleh pengunjung selama mereka berada di destinasi, dari kegiatan rekreasi hingga partisipasi dalam kegiatan budaya dan sosial (Sari et al., 2021). Aktivitas-aktivitas tersebut berfungsi sebagai sarana untuk memanfaatkan daya tarik destinasi dan memperkaya pengalaman wisatawan.

Setiap destinasi wisata harus mampu menyediakan berbagai aktivitas yang menarik dan relevan bagi pengunjung. Aktivitas tersebut dapat berupa kegiatan yang melibatkan interaksi langsung dengan alam, seperti pendakian gunung, hingga kegiatan yang lebih santai seperti menikmati pemandangan alam, berbelanja, atau mengunjungi museum. Aktivitas wisata juga memberikan nilai tambah dalam bentuk pengembangan ekonomi lokal, karena wisatawan yang terlibat dalam berbagai aktivitas cenderung menghabiskan lebih banyak waktu dan uang di destinasi tersebut.

Sebuah aktivitas wisata harus memiliki tempat atau objek tertentu untuk jadi sebuah produk wisata. Objek wisata merupakan wadah yang paling tepat untuk mewadahi berbagai aktivitas wisata. Aktivitas wisata tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik utama, tetapi juga memotivasi wisatawan untuk menghabiskan

lebih banyak waktu di destinasi, baik dalam kunjungan singkat maupun jangka waktu yang lebih lama.

Tidak hanya destinasi wisata yang memiliki berbagai aktivitas wisata, tetapi industri pariwisata juga berperan penting dalam menyediakan aktivitas wisata yang menunjang pengalaman wisatawan secara keseluruhan. Industri pariwisata mencakup semua layanan dan fasilitas yang mendukung perjalanan wisata, mulai dari pengelolaan akomodasi, transportasi, hingga operasional agen perjalanan dan pemasaran destinasi wisata. Industri ini bekerja untuk menciptakan pengalaman wisata yang memuaskan dan memastikan keberlanjutan destinasi tersebut dalam jangka panjang.

Aktivitas dalam industri pariwisata berfokus pada penyediaan layanan seperti pengelolaan hotel, restoran, transportasi, serta penyusunan paket wisata yang terkoordinasi dengan baik. Aktivitas industri juga melibatkan pemasaran digital dan pengembangan destinasi melalui kolaborasi dengan komunitas lokal, agen perjalanan, dan pihak pemerintah untuk menciptakan destinasi yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan. Industri pariwisata yang bertanggung jawab tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada dampak sosial dan lingkungan dari aktivitas wisata. Hal ini melibatkan pemenuhan kebutuhan wisatawan tanpa mengorbankan sumber daya lokal dan memastikan manfaat ekonomi pariwisata tersebar secara adil ke seluruh pemangku kepentingan, termasuk masyarakat lokal.

UNWTO (2021) menekankan bahwa pariwisata yang bertanggung jawab juga mendorong industri untuk memperhatikan aspek keterjangkauan, keberlanjutan, dan pengalaman wisata berkualitas dengan meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan melibatkan komunitas lokal dalam proses pengelolaan destinasi. Misalnya, sektor akomodasi dan transportasi di industri pariwisata harus memprioritaskan penggunaan energi terbarukan dan pengelolaan limbah yang efisien untuk mengurangi jejak karbon wisatawan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Klasifikasi Aktivitas Wisata

Jenis-jenis aktivitas di objek wisata sangat beragam, sehingga diperlukan penamaan atau klasifikasi yang dapat dibagi berdasarkan jenis kegiatannya. Klasifikasi ini berfungsi sebagai indikator yang membantu menjelaskan aktivitas wisata tersebut. Indikator aktivitas wisata umumnya dikategorikan menjadi aktivitas budaya, aktivitas khusus, dan aktivitas alam, yang masing-masing berkontribusi pada kesuksesan sebuah destinasi wisata dalam menarik pengunjung (Suyuthie, 2020). Menurut Hendee et al. dalam Altman Wohlwill (2013:148), aktivitas wisata dikembangkan ke dalam lima klasifikasi sebagai berikut:

- a. *Appreciate symbolic*, yang mencakup kegiatan yang bersifat apresiatif atau mengagumi, terutama apresiasi terhadap lingkungan alam, seperti fotografi, pendakian gunung, dan lain-lain.
- b. *Extractive symbolic*, yang meliputi kegiatan seperti memancing, berburu, dan sejenisnya.
- c. *Passive free play*, yaitu kegiatan yang melibatkan keadaan fisik yang santai, seperti menikmati pemandangan (*sightseeing*), hiburan, berjemur, beristirahat, dan bersantai.
- d. *Sociable learning*, dengan tujuan sosial seperti bertemu orang lain, berbelanja, mempelajari alam, dan sebagainya.
- e. *Active expensive*, aktivitas wisata yang bersifat aktif dan melibatkan kondisi fisik, seperti berenang, berperahu, berkano, dan kegiatan serupa.

Penulis akan mendeskripsikannya dalam bentuk studi kasus di destinasi wisata. Studi kasus ini akan dijelaskan pada Desa Wisata Ciherang, Nagreg, Kabupaten Bandung. Pertama, aktivitas dalam kategori *Appreciate symbolic* di Desa Ciherang wisatawan dapat terlibat dalam kegiatan apresiatif terhadap alam,

seperti fotografi lanskap dan trekking di jalur Gunung Kaledong. Jalur *trekking* ini tidak hanya menawarkan pemandangan yang indah, tetapi juga menyediakan kesempatan bagi wisatawan untuk menikmati keunikan alam sekitar dan situs bersejarah seperti Benteng Belanda. Aktivitas *hiking* dan fotografi sangat relevan dengan kategori ini karena wisatawan dapat mengagumi alam dan sejarah lokal. Kedua, kategori *Extractive symbolic* dapat diterapkan melalui kegiatan berendam di sekitar Mata Air Ciburial yang terasa segar dirasakan dan bisa merasakan lebih dekat dengan alam. Ketiga, dalam kategori *Passive free play*, Wisatawan dapat menikmati aktivitas santai seperti *sightseeing* di sepanjang jalur *trekking* Gunung Kaledong dan bersantai di area *camping* yang telah disediakan. Selain itu, wisatawan juga dapat menikmati hiburan tradisional lokal, seperti pertunjukan Singa Depok dan Pencak Silat, yang kerap dipertunjukkan sebagai bagian dari atraksi budaya desa. Keempat, dalam klasifikasi *Sociable learning*, kegiatan sosial bagi wisatawan, termasuk mengikuti *workshop* pembuatan kerajinan tangan dari limbah, belajar bertani jagung, atau berinteraksi dengan penduduk setempat dalam kegiatan sehari-hari. Ini memberikan peluang bagi wisatawan untuk belajar tentang budaya dan kehidupan di desa. Kelima, aktivitas *Active expensive* yang melibatkan Aktivitas wisata yang melibatkan fisik, seperti *trekking*, *camping* di bukit menuju Gunung Kaledong. Kegiatan ini memberikan pengalaman aktif bagi wisatawan yang ingin tantangan fisik selama kunjungannya.

Dengan adanya klasifikasi ini, dapat dinilai bahwa desa wisata ciherang memiliki aktivitas yang beragam. Namun perlu di pertimbangkan kegiatan tersebut merupakan kegiatan yang bertanggung jawab atau tidak, mendasari pariwisata berkelanjutan atau tidak. Karena dasar dari segala aktivitas memerlukan ilmu pengetahuan tentang pariwisata berkelanjutan.

Kesejahteraan sosial di Desa Wisata Ciherang dapat didukung melalui partisipasi aktif masyarakat dalam Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis). Mereka berperan penting dalam

melestarikan situs bersejarah seperti Benteng Belanda dan menjaga kebersihan jalur *trekking* di Gunung Kaledong. Aktivitas lainnya, wisatawan didorong untuk ikut serta dalam kegiatan edukatif seperti *workshop* kerajinan tangan dan agrowisata. Sebuah aktivitas di Desa Wisata Ciherang tidak hanya berfokus pada pengalaman yang menyenangkan, tetapi juga memastikan bahwa semua pihak yang terlibat memahami dan menerapkan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dan bertanggung jawab.



Gambar 1 Aksesibilitas Menuju Gunung Kaledong dan Aktivitas *Trekking*  
(Foto: Cep Bubun Burhanudin)

## **B. Faktor Penentu Aktivitas Wisata Di Destinasi**

Faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam memilih aktivitas wisata meliputi berbagai motivasi, termasuk motivasi budaya dan interaksi dengan peserta lain. Wisatawan dapat dikelompokkan ke dalam beberapa *cluster* berdasarkan motivasi mereka dalam memilih aktivitas wisata. *Cluster* [1] (Pencari Kebaruan) dan *Cluster* [2] (Pencari Pengetahuan dan Keterampilan) menganggap motivasi budaya sebagai faktor paling penting dalam pengambilan keputusan mereka. Sementara itu, *Cluster* [3] (Pencari Kreativitas dalam Waktu Luang) lebih

menekankan pada interaksi dengan peserta lain sebagai motivasi utama (Remoaldo et al., 2020).

Baik industri maupun destinasi, keduanya sama-sama memiliki kepentingan didalam aktivitas dan kunci dari pariwisata. Sebagai contoh di industri *resort* yang target pasarnya adalah keluarga, penting untuk menawarkan berbagai aktivitas yang dapat memenuhi kebutuhan semua anggota keluarga, mulai dari balita hingga anak berusia 12 tahun. Salah satu aktivitas yang umumnya menjadi fasilitas hotel adalah *Kids Club*, yang menyediakan berbagai kegiatan seperti seni dan kerajinan, permainan interaktif, serta ruang bermain aman yang dirancang khusus untuk anak-anak. *Kids Club* ini memungkinkan orang tua untuk beristirahat sementara anak-anak mereka terlibat dalam kegiatan yang mendidik dan menyenangkan.

Untuk menjaga kesehatan dan kebugaran tamu, *resort* biasanya menyediakan program kesehatan seperti yoga dan aquarobik. Kelas yoga dapat disesuaikan dengan berbagai tingkat keahlian, termasuk sesi khusus untuk keluarga. Aquarobik, yang sering dilakukan di kolam renang, adalah pilihan populer untuk tamu yang ingin berolahraga dengan cara yang menyenangkan dan menenangkan. Biasanya cocok untuk tamu yang memilih kegiatan ini merupakan orang dewasa. Kepribadian tamu sangat mempengaruhi preferensi aktivitas wisata. Orang dengan sifat ekstrovert atau terbuka lebih mungkin memilih aktivitas yang lebih menantang dan aktif Jovanović et al. (2022).

*Resort* sering kali menawarkan *tour package* yang mengajak tamu untuk menjelajahi area di sekitar hotel. Sebagai studi kasus, di Nusa Dua, ada paket wisata ke Peninsula yang memungkinkan keluarga untuk menikmati pemandangan alam dan *landmark* setempat. *Resort* yang berorientasi pada keluarga juga sering menyewakan sepeda, *buggy* atau sejenisnya yang memberikan kesempatan bagi tamu untuk berkeliling dan menikmati keindahan sekitar secara mandiri.

Untuk tamu yang mencari hiburan di dalam *resort*, tersedia berbagai mini games seperti *dart*, *photobooth* *billiard* dan lain-

lain, yang dapat dinikmati oleh anak-anak yang lebih besar maupun orang dewasa. Aktivitas ini memberikan kesempatan bagi keluarga untuk bersenang-senang bersama.

Pasangan yang ingin menikmati suasana romantis juga dapat memanfaatkan fasilitas *romantic dinner*, yang sering kali diadakan di tempat-tempat eksklusif dengan pemandangan indah, menciptakan momen istimewa yang intim. Hal ini biasanya industri *resort* memiliki program untuk pasangan, baik hanya *dinner* ataupun *honeymoon package* yang sudah termasuk dengan hiasan di kamar tamu, *couple spa*, termasuk *romantic dinner*.

Banyak aktivitas yang bisa dilakukan di sebuah *resort*, dan program yang ditawarkan biasanya disesuaikan dengan kebiasaan serta preferensi target pasar yang dituju. Program-program yang dirancang akan menyesuaikan kebutuhan dan minat para tamu. Tidak jarang *resort* menawarkan promosi makanan dan minuman, seperti *happy hour*, *live music* selama waktu makan malam, hingga acara tematik seperti *girls' night out* atau *boys' night*. Program-program ini biasanya disiapkan untuk menarik pangsa pasar dewasa, yang lebih tertarik pada hiburan sosial dan suasana santai.

Dengan menawarkan berbagai aktivitas untuk semua anggota keluarga, dari anak-anak hingga orang tua, *resort* dapat menciptakan pengalaman menginap yang berkesan dan memuaskan, memastikan bahwa setiap tamu menemukan kegiatan yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka. Namun ada juga hal lain yang perlu di perhatikan yaitu biaya dan keterjangkauan adalah faktor dalam mempengaruhi keputusan wisatawan, terutama dalam memilih industri atau destinasi yang menawarkan pengalaman berkualitas dengan harga terjangkau Khuong & Nguyen (2017).

Banyak jenis aktivitas wisata yang bisa dilakukan oleh wisatawan. Faktor penentu aktivitas pariwisata meliputi jenis aktivitas yang dilakukan wisatawan, yang dikaitkan dengan perilaku dan preferensi pascaperjalanan. Secara khusus, aktivitas pariwisata yang menantang diketahui menantang peserta secara

fisik dan/atau mental, sedangkan aktivitas pariwisata yang menenangkan tidak terlalu menantang. Selain itu, konteks sosial, seperti kemampuan relatif teman seperjalanan, dapat memengaruhi respons emosional dan kemungkinan berbagi pengalaman (Su et al., 2020).

Pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk menjaga keanekaragaman hayati, memastikan efisiensi penggunaan sumber daya, serta melestarikan warisan budaya dan lingkungan agar tetap dapat dinikmati oleh generasi mendatang (Markplus Institute, 2020). Kegiatan yang dilakukan di destinasi dan industri pariwisata harus mempertimbangkan dampaknya terhadap lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya. Selain itu harus dipahami juga bahwa keputusan wisatawan/tamu dalam memilih aktivitas wisata dipengaruhi oleh kombinasi antara motivasi pribadi, kepribadian, interaksi sosial, target pasar, biaya, serta kemampuan untuk berpartisipasi dalam aktivitas secara bersama-sama dengan orang lain.

Tabel 1 Perbandingan Aktivitas Industri dan Destinasi

<b>Aspek</b>	<b>Resort di Nusa Dua, Bali</b>	<b>Desa Wisata Cihérang</b>
Target Pasar	Luxury, pasangan, keluarga	Ekowisatawan, keluarga, petualang
Aktivitas Utama	Makan malam romantis, akses pantai pribadi, olahraga air, golf	Trekking, pengalaman bertani, camping di tepi sungai
Aktivitas Budaya	Pertunjukan tradisional Bali, galeri seni	<i>Workshop</i> kerajinan tradisional, festival budaya lokal
Kesehatan & Kebugaran	Yoga, spa, aquarobik	Aktivitas berbasis alam, hiking hutan
Program Ramah Keluarga	Kids Club, wisata keluarga, permainan mini	Jalan-jalan alam, permainan tradisional untuk anak-anak
Aktivitas Petualangan	Berselancar, snorkeling, olahraga air	<i>Trekking</i> , arung jeram, agrowisata

Keterlibatan Komunitas	Fokus pada pariwisata mewah, interaksi komunitas terbatas	Keterlibatan tinggi, kegiatan pariwisata dijalankan oleh masyarakat
------------------------	---	---

### C. Kreatifitas Aktivitas Wisata

Sebagai sebuah destinasi atau industri pariwisata, tanpa aktivitas yang menarik, tempat tersebut hanya akan menjadi bangunan kosong saja. Seperti Atsız, Leoni, dan Akova (2022) menunjukkan bahwa daya tarik budaya dan pengalaman lokal adalah faktor signifikan dalam memperpanjang durasi kunjungan wisatawan.

Aktivitas wisata yang terencana dan kreatif sangat penting untuk meningkatkan daya tarik suatu destinasi serta mendorong wisatawan untuk memperpanjang waktu kunjungan (*length of stay*) mereka. Menurut penelitian, berbagai aktivitas kreatif dapat memengaruhi keputusan wisatawan untuk tinggal lebih lama dan mengeksplorasi lebih banyak. Terdapat faktor-faktor yang dapat diobservasi untuk dikembangkan sesuai dengan kreativitas dan keunikan masing-masing daerah yaitu [1] Kegiatan Budaya dan Sejarah [2] Aktivitas Alam dan Petualangan [3] Pengalaman Kuliner Lokal [4] Kesehatan dan Kebugaran [5] Program Sosialisasi dengan Masyarakat Lokal [6] Pengalaman Berbasis Kreativitas.

Berikut adalah beberapa contoh aktivitas kreatif yang dapat dikembangkan di Desa Wisata Ciherang untuk meningkatkan daya tarik dan memberikan pengalaman unik bagi wisatawan:

#### 1. *Workshop* Kerajinan Tangan

Desa Ciherang dapat menyelenggarakan *workshop* kerajinan seperti pembuatan kerajinan dari bambu atau anyaman tradisional yang terbuat dari serat alam sekitar desa. Tidak hanya berbahan anyaman, terdapat juga jenis lain yang berupa boneka untuk dipelajari oleh wisatawan. Wisatawan bisa belajar langsung dari para pengrajin lokal dan membawa pulang hasil karya mereka sebagai kenang-kenangan. Ini tidak

hanya memberikan pengalaman kreatif tetapi juga mendukung ekonomi lokal.

## 2. Tur Edukasi dan *Heritage*

Di sekitar Desa Ciherang terdapat situs bersejarah seperti Benteng Belanda. Desa dapat menawarkan tur edukasi yang menceritakan sejarah benteng ini dan perannya di masa lalu. Aktivitas ini dapat diperkuat dengan pemandu lokal yang mengenakan pakaian tradisional dan menghidupkan cerita masa lalu, menjadikan sejarah lebih menarik dan berkesan bagi wisatawan.

Tidak hanya Benteng Belanda yang memiliki Sejarah, namun rel kereta api yang melintas di Desa Ciherang juga memiliki Sejarah yang menarik karena dibangun saat masa penjajahan. Sepanjang rel kereta api tersebut juga terdapat fauna yang unik, masyarakat biasa menyebutnya Burung Cukahkeh. Namun dengan keterbatasan kemampuan fotografi masyarakat di Desa Ciherang masih belum ada foto yang dihasilkan oleh mereka sendiri. Berikut ini merupakan penjelasan dari penulis berita *daring* Delon Workala didalam IDN Times (idntimes.com, 2023) menyatakan bahwa Burung Cukahkeh ini istilahnya sama dengan Cekakak jawa, bisa juga dengan nama *Javan Kingfisher* atau *Blue-bellied Kingfisher* (*Halcyon cyanoventris*).



Sumber: IDNTimes.com

(Foto: [commons.wikimedia.org/Mike.frankenstein](https://commons.wikimedia.org/Mike.frankenstein))

### 3. Kelas Memasak Kuliner Khas Sunda

Mengadakan kelas memasak makanan khas Sunda, seperti membuat nasi liwet atau kue tradisional dari bahan lokal. Wisatawan akan terlibat langsung dalam proses memasak, dari mempersiapkan bahan hingga mencicipi hasilnya. Aktivitas ini tidak hanya memperkenalkan budaya kuliner tetapi juga meningkatkan pemahaman mereka tentang tradisi masyarakat Sunda.

### 4. Seni Pertunjukan dan Musik Tradisional

Desa Ciherang bisa menyelenggarakan pertunjukan seni seperti Seni Singa Depok atau Pencak Silat, yang merupakan bagian dari warisan budaya lokal. Wisatawan tidak hanya menonton tetapi juga dapat mencoba gerakan dasar pencak silat atau bermain alat musik tradisional seperti angklung, yang dipandu oleh seniman lokal.

### 5. Jelajah Alam

Dengan keindahan alam yang dimiliki, Desa Ciherang dapat menawarkan aktivitas *camping* di area tanah carik desa yang berbentuk perbukitan, dipadukan dengan kegiatan alam seperti *hiking* atau jalan-jalan sore di area perkebunan. Aktivitas ini tidak hanya memberikan wisatawan pengalaman

berinteraksi dengan alam tetapi juga menambah lama kunjungan mereka. Aktivitas lainnya, bisa berupa *sightseeing* melihat pemandangan lereng bukit yang warga menyebutnya adalah Bukit Jontor yaitu bebatuan dari gunung api purba dan jalur kereta serta jembatannya.

Sumber dari kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di Desa Wisata Ciherang menunjukkan bahwa jalur trekking di desa ini sudah siap untuk ditawarkan kepada wisatawan. Jalur ini mencakup beberapa titik menarik, mulai dari area penyadapan gula aren, Masjid jami', dan pohon bambu sebagai salah satu *spot camping*. Di sepanjang jalur ini, pengunjung akan melewati habitat burung Cukahkeh, jembatan kereta lingkar Nagreg, hingga menuju Benteng Belanda sebagai destinasi akhir.

Selain itu, terdapat objek lain seperti Bukit Jontor, Kampung Qur'an, pengrajin boneka, dan beberapa fasilitas pendukung seperti saung Pokdarwis, homestay, serta warung bir yang siap melayani wisatawan yang singgah. Jalur ini didesain untuk menawarkan pengalaman trekking yang bervariasi, mulai dari alam hingga aspek budaya dan sejarah.

Aktivitas-aktivitas kreatif ini mampu memberikan nilai lebih bagi wisatawan serta memperkuat keterlibatan masyarakat lokal dalam pengelolaan wisata yang berkelanjutan.

## SIMPULAN

Pentingnya aktivitas wisata dalam menciptakan pengalaman bernilai di destinasi, yang tidak hanya menarik wisatawan tetapi juga meningkatkan kualitas kunjungan mereka. Aktivitas wisata berperan sebagai kunci dalam membentuk daya tarik destinasi, memperpanjang durasi kunjungan, dan memperkaya pengalaman wisatawan. Untuk mencapai tujuan tersebut, destinasi dan industri pariwisata perlu menyediakan berbagai aktivitas yang relevan dan menarik, termasuk kegiatan budaya, rekreasi, dan aktivitas alam yang ramah lingkungan. Hal ini sejalan dengan prinsip pariwisata yang bertanggung jawab, di

mana aktivitas wisata tidak hanya berfokus pada keuntungan ekonomi, tetapi juga mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan.

Klasifikasi aktivitas wisata juga penting dalam memahami preferensi wisatawan, yang dapat terbagi dalam beberapa kategori, seperti aktivitas apresiatif, aktivitas alam, kegiatan santai, serta aktivitas interaktif dan edukatif. Studi kasus di Desa Wisata Ciherang, misalnya, menunjukkan bahwa aktivitas kreatif seperti *workshop* kerajinan tangan, agrowisata, dan tur edukasi ke Benteng Belanda, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan yang mencari pengalaman lokal dan autentik.

Industri pariwisata harus mampu mengelola aktivitas dan layanan dengan baik melalui sinergi dengan komunitas lokal. Pendekatan ini tidak hanya menambah nilai ekonomi tetapi juga memperkuat keberlanjutan pariwisata di destinasi tersebut. Dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan, destinasi wisata dapat menjadi lebih menarik dan kompetitif di mata wisatawan, sehingga dapat mempertahankan relevansi dan daya tariknya dalam jangka panjang.

## SARAN

Berdasarkan temuan ini, disarankan agar setiap destinasi wisata terus mengembangkan aktivitas yang kreatif dan sesuai dengan karakteristik lokal. Misalnya, destinasi wisata alam dapat menambah program *trekking* atau *camping* dengan fokus konservasi, sedangkan destinasi budaya dapat memperbanyak *workshop* yang melibatkan pengrajin lokal. Dengan demikian, wisatawan akan mendapatkan pengalaman yang berkesan, sekaligus mendukung pelestarian budaya dan lingkungan.

Penting bagi pengelola destinasi dan industri pariwisata untuk mempromosikan kegiatan yang bertanggung jawab dan berkelanjutan. Kolaborasi dengan masyarakat lokal perlu diperkuat untuk menciptakan aktivitas wisata yang membawa manfaat ekonomi bagi mereka, misalnya melalui program

homestay atau pelatihan pemandu wisata lokal. Dengan demikian, selain meningkatkan daya tarik wisata, pengelola juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat.

Penerapan teknologi digital untuk promosi dan manajemen destinasi juga direkomendasikan agar wisatawan lebih mudah mengakses informasi terkait aktivitas yang tersedia. Strategi ini dapat memperluas jangkauan pemasaran destinasi serta membantu wisatawan membuat pilihan aktivitas yang sesuai dengan minat dan kebutuhan mereka.

## DAFTAR PUSTAKA

### Jurnal:

- Atsız, O., Leoni, V., & Akova, O. (2022). Determinants of tourists' length of stay in cultural destination: one-night vs longer stays. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 5(1), 62-78. <https://doi.org/10.1108/JHTI-07-2020-0126>
- Jovanović, T., Vujičić, M. D., Morrison, A. M., & Kennell, J. (2022). What Shapes Activity Preferences? The Role of Tourist Personality, Destination Personality and Destination Image: Evidence from Serbia. *Sustainability*, 14(3), 1803. <https://doi.org/10.3390/su14031803>
- Khuong, M. N., & Nguyen, T. H. (2017). The Factors Affecting Tourists' Decision on Choosing a Destination: A Case Study in Vietnam. *International Journal of Hospitality and Tourism Management*, 6(2), 74-81. <https://doi.org/10.11648/j.ijhtm.20170602>
- Remoaldo, P., Serra, J., Marujo, N., Alves, J., Gonçalves, A., Cabeça, S., & Duxbury, N. (2020). Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium-sized cities and rural areas from Continental Portugal. *Tourism Management*

*Perspectives*, 36(September), 100746.  
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100746>

Sari, L., Irene, N., & Sitorus, B. (2021). Pengembangan Aktivitas Wisata di Desa Ciririp. *Journal of Tourism Research*, 10. <https://doi.org/10.53050/ejtr.v3i01.164>

Su, L., Cheng, J., & Swanson, S. R. (2020). The impact of tourism activity type on emotion and storytelling: The moderating roles of travel companion presence and relative ability. *Tourism Management*, 81(April), 104138.  
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104138>

Suyuthie, H. (2020). Strategi Pengembangan Aktivitas Wisata Di Objek Wisata Pantai Padang. *Kajian Pariwisata Dan Bisnis Perhotelan*, 7. <https://tinyurl.com/y7wv9yt8>

Wall, G. (2013). Taking Responsibility for Tourism: Responsible Tourism Management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(2), 299-300.  
<https://doi.org/10.1108/09596111311301658>

**Website:**

Emerald Publishing. (2013). *Taking responsibility for tourism management*. Diakses dari <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/09596111311301658/full/html>

MarkPlus Institute. (2020). Apa itu Sustainable Tourism: Definisi, 12 Tujuan & Contohnya. MarkPlus Institute. Diakses dari [https://markplusinstitute.com/sustainable-tourism&#8203;;:contentReference\[oaicite:0\]{index=0](https://markplusinstitute.com/sustainable-tourism&#8203;;:contentReference[oaicite:0]{index=0)  
}

UNWTO. (2021). *The responsible tourist and traveller: Promoting sustainable, inclusive, and high-quality tourism*. United Nations World Tourism Organization. Diakses dari <https://www.unwto.org>

Workala, D. (n.d.) (2023). *Cekakak Jawa, burung pengicau endemik dari Jawa yang unik*. IDN Times. Diakses dari

<https://www.idntimes.com/science/discovery/delon-workala/cekakak-jawa-burung-pengicau-c1c2>

# **MENGGALI POTENSI AKTIVITAS WISATA MELALUI LENSE MASYARAKAT DI DUSUN KERUJUK KABUPATEN LOMBOK UTARA**

**Nabila Nurrahmadina Abdullah  
Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra, M.Hum  
Dr. Yustikasari, S.Sos., M.I.Kom**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Desa wisata telah menjadi tren dalam dunia pariwisata. Konsep ini tidak hanya menawarkan pengalaman unik bagi wisatawan, tetapi juga menjadi sarana pemberdayaan masyarakat lokal. Pengembangan desa wisata berbasis masyarakat (*Community-Based Tourism*) menjadi semakin relevan dalam konteks pembangunan berkelanjutan yang mengedepankan partisipasi masyarakat dan pelestarian lingkungan. Melalui pendekatan ini, potensi sumber daya alam, budaya, dan sosial ekonomi desa dapat dioptimalkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Keterlibatan masyarakat sangat penting bagi keberlanjutan destinasi dan industri pariwisata dalam jangka panjang. Cukup banyak penelitian yang dilakukan untuk mengetahui tentang bagaimana masyarakat berpartisipasi dalam kegiatan pariwisata, yang merupakan bagian penting dari keberlanjutan. Pengelolaan sumber daya berbasis masyarakat bertujuan untuk memberikan masyarakat lokal hak penuh atau sebagian atas tanah dan sumber daya yang dimiliki untuk membantu mereka dalam meningkatkan kehidupan mereka.

Pariwisata berbasis komunitas (CBT) adalah suatu bentuk pariwisata di mana komunitas lokal memiliki akses terhadap sumber daya seperti kegiatan pariwisata yang bermanfaat bagi

masyarakat. CBT adalah bentuk pariwisata yang semakin populer dan dapat ditemukan di banyak belahan dunia.

Salah satunya adalah Dusun Kerujuk yang dulu pernah aktif menjadi desa wisata. Dusun ini juga menggunakan pariwisata berbasis komunitas, dimana pengelola desa merupakan masyarakat Dusun Kerujuk. Tidak hanya para pengelola, tetapi para penjual juga merupakan warga di sana. Seluruh kegiatan juga mendapatkan dukungan dengan baik dari pemerintah daerah setempat.

Dusun Kerujuk ini dulunya sudah pernah beroperasi menjadi desa wisata yang cukup ramai dikunjungi oleh wisatawan. Bahkan setelah gempa besar yang terjadi di Lombok pada tahun 2018, mereka masih tetap beroperasi walau memerlukan perbaikan di beberapa titik yang terdampak oleh gempa tersebut. Namun saat Covid-19 terjadi, mereka tidak mampu bertahan karena situasi dan kondisi yang terjadi. Sampai akhirnya di tahun ini mereka mulai melakukan perencanaan untuk mengaktifkan kembali desa wisata dengan bantuan dari mahasiswa pengabdian.

Dusun Kerujuk dengan kekayaan alam dan budaya yang unik memiliki potensi besar untuk mengaktifkan kembali desa wisata yang sempat beroperasi. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam potensi aktivitas wisata di Dusun Kerujuk dari perspektif masyarakat. Partisipasi aktif masyarakat diharapkan dapat menghasilkan rekomendasi pengembangan yang lebih relevan, berkelanjutan, dan berdaya saing.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*) atau Penilaian Desa Secara Partisipatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena sosial atau budaya. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggali makna, persepsi, dan pengalaman subjek penelitian secara mendalam.

Metode PRA (*Participatory Rural Appraisal*) atau Penilaian Desa Secara Partisipatif adalah sebuah metode penelitian yang melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses pengumpulan data, analisis, dan interpretasi data. Metode ini sangat berguna dalam penelitian kualitatif, khususnya dalam konteks pembangunan masyarakat, khususnya di daerah pedesaan.

Kegiatan dan penilaian partisipatoris adalah metode di mana terdapat dialog untuk mengumpulkan informasi. Metode ini diwarnai oleh keaslian dan keluwesan. Metode PRA terbukti telah banyak digunakan dalam mendiagnosis masalah yang spesifik dan memberikan alternatif jalan keluarnya (Mikkelsen, 1995).

Penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara dengan salah satu perwakilan masyarakat Dusun Kerujuk, yang pernah aktif dalam Kelompok Sadar Wisata, yang bernama Rifka, dan partisipan lain yang merupakan perwakilan mahasiswa yang sedang melakukan pengabdian di Dusun Kerujuk dari Universitas Muhammadiyah Mataram, yang bernama Aldi Irawan. Penelitian juga dilakukan dengan melakukan studi literatur melalui publikasi-publikasi ilmiah maupun berita *online*.

Analisis data dilakukan dengan melakukan analisis deskriptif untuk menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Selanjutnya akan dilakukan analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama yang muncul dari data yang diperoleh, dan terakhir akan dilakukan verifikasi untuk memvalidasi temuan dengan masyarakat setempat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Lombok Utara adalah salah satu kabupaten yang ada di Pulau Lombok, Provinsi Nusa Tenggara Barat, Indonesia. Kabupaten ini dibentuk berdasarkan Undang-Undang-Nomor 26 Tahun 2008 yang merupakan pemekaran dari Kabupaten Lombok Barat. Kabupaten Lombok Utara merupakan kabupaten termuda

di Nusa Tenggara Barat. Luas dari kabupaten ini adalah 776,25 km<sup>2</sup>, dan secara geografis berada di kaki utara Gunung Rinjani.

Dikutip dari Wikipedia.com, kabupaten dengan semboyan *Tioq, Tata, Tunaq* ini memiliki sejumlah objek wisata yang cukup terkenal di mancanegara, seperti tiga gili (Gili Air, Gili Meno, Gili Trawangan), Air Terjun Sendang Gila (Desa Senaru, Bayan), serta keindahan Danau Segara Anak yang ada di Lereng Gunung Rinjani. Salah satu objek wisata desa yang pernah aktif di Lombok Utara adalah Desa Wisata Kerujuk atau Kampung Ekowisata Kerujuk yang terletak di Dusun Kerujuk di Desa Manggala, Kecamatan Pemenang.

Letak geografis dari Dusun Kerujuk ini yaitu daerahnya masih berada di kawasan pegunungan di mana pada desa ini masih terdapat banyak perkebunan, hutan, persawahan yang masih luas, terdapat sungai yang airnya masih sangat bersih, dan juga cukup dekat dengan pantai. Wilayah dusun ini masih sangat asri dan tidak banyak dirubah meski saat itu sempat aktif menjadi desa wisata.

Kondisi geografis yang seperti itu juga mempengaruhi pekerjaan yang dilakukan oleh warga yang tinggal disana. Kebanyakan warga Dusun Kerujuk ini bekerja sebagai petani dan juga berkebun. Walau zaman sudah banyak berubah, namun warga Desa Manggala khususnya Dusun Kerujuk ini masih konsisten dengan pekerjaan asalnya walau sudah memiliki pekerjaan lain seperti pengajar, aparat desa, dan sebagainya.

Dusun Kerujuk ternyata memiliki legenda yang diceritakan turun-temurun dari generasi ke generasi. Konon katanya, irisan atau serpihan Gunung Rinjani ada yang terlempar ke kawasan Kerujuk. Irisan atau serpihan tersebut berbentuk bukit gagah yang bernama Bukit Sebiris. Irisan ini terlempar saat Gunung Samalas meletus dahsyat di tahun 1257. Gunung Samalas adalah gunung induk dari Gunung Rinjani. Di petilasan bukit ini ada penunggu yang dinamakan *Naq Mban* yang diutus untuk menjaga keturunan Raja Bayan. Warga juga sering mendengar

suara *Naq Mban* menumbuk tanah, yang konon katanya ada emasnya.

Dusun Kerujuk ini memiliki banyak sekali kekayaan alam karena memang wilayahnya masih alami dan belum terlalu banyak terdapat bangunan-bangunan buatan manusia. Dengan kondisi alam dan banyaknya sumber daya alam yang tersedia di dusun ini menjadikan Dusun Kerujuk memiliki potensi wisata alam yang bisa dikembangkan saat nantinya sudah aktif kembali menjadi desa wisata.

Pada tahun 2020, dikutip dari MyTrip.co.id, saat Dusun Kerujuk masih aktif sebagai desa wisata, terdapat banyak ragam aktivitas yang bisa dilakukan oleh wisatawan. Mulai dari merasakan hidup sebagai petani dengan ikut membajak sawah, menanam padi, memanen buah yang ada di Dusun Kerujuk, selain itu juga wisatawan bisa menangkap udang, belut, kepiting dengan cara tradisional, memasak dan menyantap makanan tradisional suku Sasak, ragam permainan dalam kegiatan *outbound*, kolam pemancingan.

Berhubungan dengan kegiatan wisata, (Camilleri, 2018) mengklasifikasikan produk atau layanan industri pariwisata menjadi empat sektor, yaitu transportasi, akomodasi, layanan tambahan (*ancillary services*) dan penjualan serta distribusi yang saling berkaitan dengan destinasi wisata. Terdapat pula satu elemen kunci pada destinasi wisata yang menjadi kebutuhan fundamental bagi wisatawan selain dari empat faktor utama pendukung industri pariwisata yang telah disebutkan. Elemen kunci tersebut dikenal dengan istilah 5A, yaitu aksesibilitas, akomodasi, atraksi, aktivitas, dan amenitas. Aktivitas wisata menjadi salah satu dari elemen 5A tersebut.

Dalam bukunya (Salindri, 2022) mengutip yang dikatakan oleh (Buhalis, 2000) bahwa aktivitas pada destinasi wisata adalah apapun yang dapat dilakukan oleh wisatawan saat datang berkunjung ke destinasi wisata tersebut. Destinasi wisata dikatakan menjanjikan pengalaman tertentu bagi wisatawan, tetapi yang tidak dikatakan adalah aktivitas wisata apa yang dapat

dilakukan sehingga wisatawan dapat memperoleh pengalaman tersebut. Setiap wisatawan pasti memperoleh pengalaman, tetapi bagaimana pengalaman yang diperoleh tersebut, tergantung pada aktivitas apa yang dilakukan di suatu destinasi wisata.

Berdasarkan hasil wawancara dengan para narasumber, ditemukan beberapa rencana aktivitas wisata yang terfokus pada wisata alam. Ada aktivitas yang memang sudah pernah dilaksanakan, ada pula yang baru rencana akan dilakukan saat pengaktifan kembali desa wisata ini. Rencana aktifitas ini dirancang berdasarkan segmentasi pasar yang dituju oleh Desa Wisata Kerujuk yaitu wisatawan dari generasi X sampai dengan generasi Alpha, wisatawan dengan pendapatan menengah kebawah, wisatawan yang mencari ketenangan dari hiruk pikuk kehidupan di kota, dan wisatawan yang ingin belajar budaya serta menyukai petualangan.

Berdasarkan segmentasi tersebut, aktivitas yang pertama yang akan disediakan adalah *trekking*. Pada aktivitas ini wisatawan dapat menyusuri jalur *trekking* yang terbagi menjadi 2, yaitu berkeliling di area rumah warga dan menyusuri sungai, atau mengelilingi area perkebunan, sawah, serta tanah kosong yang cukup luas. Untuk durasi *trekking* ada 3 pilihan, yaitu dua jam, enam jam, atau 12 jam. Untuk rute yang dilalui adayang berjarak satu kilometer sampai dengan 3,5 kilometer. Saat menyusuri sungai, wisatawan akan menemukan beberapa air terjun seperti Loang Bukal, Tiu Kelambu, Tiu Pane, Tiu Sumbak, dan Tiu Setinggi.

Apabila wisatawan datang menjelang musim hujan, saat debit air sedang naik, wisatawan dapat menyaksikan anak-anak kepiting yang disebut kerode melakukan migrasi besar-besaran. Migrasi akan berlangsung selama satu minggu hingga satu bulan. Kawanan kerode ini akan bermigrasi ke arah hulu sungai.

Aktivitas selanjutnya adalah Pasar Minggu. Pasar Minggu dilakukan pada hari Minggu pagi, mulai pukul enam sampai dengan pukul sembilan atau sampai produk habis terjual. Di Pasar Minggu, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)

masyarakat setempat menjual jajanan tradisional maupun makanan tradisional khas suku Sasak. Penjualan pada Pasar Minggu dilakukan di pinggir jalan setapak di dalam Dusun Kerujuk dan setiap penjual memiliki *stand* masing-masing yang dinamakan *Tenten*. Untuk pembelian produk dilakukan dengan menggunakan koin yang dapat ditukarkan di dekat tempat parkir saat memasuki kawasan Desa Wisata Kerujuk. Nilai koin dimulai dari Rp 2.500, Rp 5.000, dan Rp 10.000. Pengunjung bisa menukarkan berapapun sesuka hati.



Gambar 1. *Tenten*, *Stand* Penjualan Pasar Minggu  
(Sumber: Abdullah, 2022)

Aktivitas selanjutnya adalah kegiatan *outbound*. Dikutip dari GoTravelly.com, pada rangkaian kegiatan *outbound*, terdapat *flying fox* sepanjang 200 meter yang melintasi area persawahan. Selain *flying fox*, wisatawan juga bisa mencoba permainan tradisional setempat seperti *engrang*, *silong tereng*, dan permainan tradisional lainnya.

Permainan *silong tereng* atau gelang bambu ini memerlukan dua bahan pendukung, yaitu gelang bambu (*silong tereng*) dan tiang pancang (yang juga dari bambu). adapun cara memainkannya yaitu setiap kelompok yang terdiri dari 5 sampai

10 orang, harus bisa memasukkan gelang bambu ke tiang pancang dari garis (jarak) yang sudah ditentukan. Setiap kelompok tidak boleh melewati garis dan anggota tubuh anggota yang akan memasukkan gelang bambu tidak boleh menyentuh tanah. Apabila ada yang melanggar aturan, maka kelompok tersebut harus mengulangi permainan dari awal.



Gambar 2. Permainan *Silong Tereng*  
(Sumber: MyTrip.com)

Aktivitas selanjutnya, yang juga belum pernah dilakukan oleh Desa Wisata Kerujuk, adalah *camping ground*. Kegiatan *camping* ini akan dilakukan di lahan kosong. Namun untuk aktivitas *camping ground* ini, masyarakat yang dibantu oleh mahasiswa pengabdian masih harus melakukan observasi dan perencanaan yang lebih matang.

Pada tahap perencanaan ini, tentunya masyarakat juga menghadapi tantangan dan hambatan. Hambatan yang pertama adalah adanya keterbatasan sumber daya finansial. Untuk melakukan pembangunan fasilitas pariwisata dan pengembangan atraksi wisata untuk menunjang aktivitas wisata yang bisa dilakukan membutuhkan dana yang cukup besar. Dusun Kerujuk belum memiliki investor untuk pengembangan desa wisata. Infrastruktur yang tersedia masih terbatas. Akses jalan yang tersedia sebenarnya sudah cukup bagus, namun masih belum

berasal sehingga terkadang masih ada polusi udara dari debu yang beterbangan.

Tantangan lainnya adalah sumber daya manusia dan kemampuannya dalam melakukan perencanaan desa wisata secara lebih terstruktur yang masih terbatas. Dusun Kerujuk memiliki sumber daya manusia yang terbatas untuk mengelola desa wisata secara professional. Keterbatasan tersebut juga pernah dialami saat Desa Wisata Kerujuk masih aktif sebagai desa wisata, hal itu terjadi di kegiatan promosi dan pemasaran desa wisata. Pengelola hanya melakukan promosi melalui *platform Facebook* yang juga masih belum konsisten dan belum tertata.

## SIMPULAN

Berdasarkan paparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat Dusun Kerujuk akan mengaktifkan kembali aktivitas wisata yang sudah pernah ada, yaitu *trekking*, pasar minggu, dan *outbound*, serta aktivitas wisata baru seperti *camping ground*.

Adapun tantangan dan hambatan yang dihadapi oleh masyarakat adalah keterbatasan sumber daya finansial, minimnya keterampilan teknis dalam membuat perencanaan destinasi wisata, kurangnya pengetahuan tentang jenis aktivitas yang bisa dilakukan dengan potensi yang tersedia, keterbatasan infrastruktur dasar, dan kemampuan melakukan promosi pemasaran destinasi wisata.

Dusun Kerujuk memiliki kekayaan alam yang luar biasa. Penulis menyarankan untuk masyarakat lokal ataupun pengelola desa wisata nantinya untuk coba mengembangkan aktivitas yang berfokus di sungai dan air terjun, seperti memancing di sungai ataupun berenang dan berendam di sungai. Masyarakat nantinya bisa membuka area peristirahatan dan stand makanan UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) di sekitar sungai agar wisatawan dapat berbelanja lebih mudah.

Selain itu pengelola nantinya juga bisa untuk mengaktifkan kembali eduwisata dengan berbagi ilmu kepada

wisatawan tentang berkebun ataupun mengolah sumber daya alam yang tersedia di Dusun Kerujuk dan juga merealisasikan Laboratorium Bambu yang pernah direncanakan sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Nabila Nurrahmadina. (2022). *Identifikasi Potensi Kuliner Lokal dalam Mendukung Pengembangan Desa Wisata Kerujuk, Kabupaten Lombok Utara* [Tugas Akhir, Politeknik Pariwisata Lombok]
- Bambang, Dwi, Prasetyo., Nufian, S, Febriani., Wayan, Weda, Asmara, Dewi. (2024). Community Based Tourism (CBT) sebagai Model Pengembangan Desa Wisata Adat Desa Ngadas, Kecamatan Poncokusumo Kabupaten Malang. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 22(1):92-92. doi: 10.31315/jik.v22i1.9285
- Camilleri, M. A.. (2018). The Planning and Development of The Tourism Product. *Tourism Planning and Destination Marketing*, 1 - 23. <https://doi.org/10.1108/978-1-78756-291-220181001>
- MyTrip. *Kampung Ekowisata Kerujuk Di Lombok Utara, Contoh Nyata Kreativitas Warga*. <https://www.mytrip.co.id/article/kampung-ekowisata-kerujuk-di-lombok-utara>
- Wikipedia. *Kabupaten Lombok Utara*. [https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten\\_Lombok\\_Utara](https://id.wikipedia.org/wiki/Kabupaten_Lombok_Utara)
- Mikkelsen, Britha. (1999). *Methods for Development Work and Research: A Guide for Practitioners*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Salindri, Yerika Ayu. (2022). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bengkalis-Riau: DOTPLUS Publisher.

# **STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PARIWISATA BERKELANJUTAN DESA WISATA CIMAJA KABUPATEN SUKABUMI**

**Hilda Sri Rahayu**

**Universitas Sains Indonesia**

## **PENDAHULUAN**

Kabupaten Sukabumi, yang terletak di Jawa Barat, dikenal dengan slogan Gemah Ripah Loh Jinawi, yang diterjemahkan menjadi “Berlimpah, Sejahtera, dan Bermartabat.” Kabupaten ini berfungsi sebagai pusat budaya dan pariwisata yang signifikan, dengan peningkatan kunjungan wisatawan yang signifikan setiap tahunnya. Saat ini, setiap kabupaten dan kota secara aktif meningkatkan potensi pariwisatanya (Hidayat, 2024). Menurut data dari (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat, 2024), Sukabumi berada di peringkat kedua dalam hal kunjungan wisatawan, dengan 2.767.167 pengunjung domestik yang tercatat pada tahun 2023. Angka ini menunjukkan penurunan dari tahun sebelumnya, yaitu 5.542.841 pengunjung pada tahun 2022. Menanggapi hal ini, Pemerintah Kabupaten Sukabumi berkomitmen untuk meningkatkan infrastruktur pariwisata dengan meningkatkan akomodasi, transportasi, pilihan kuliner, dan fasilitas penginapan yang tersedia bagi wisatawan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Putri & Ardhanariswari, 2020), Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tengah berupaya meningkatkan sarana dan prasarana guna mendukung pertumbuhan objek wisata. Penelitian ini difokuskan pada penilaian strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Pulewulung dalam mempromosikan pariwisata berkelanjutan. Dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan dokumen. Hasil

penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Pulewulung memanfaatkan bauran pemasaran 4P Produk, Harga, Tempat, dan Promosi dalam strateginya.

Peningkatan upaya pariwisata yang juga dilakukan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi melakukan pengembangan sumber daya manusia (SDM), yakni dilakukan pelatihan melalui berbagai pelatihan, SDM pariwisata dibekali dengan pengetahuan dan keterampilan yang termasuk layanan pelanggan, pengelolaan destinasi pariwisata, dan strategi pemasaran dalam sektor pariwisata. Menekankan pada peningkatan kesadaran akan pariwisata, masyarakat setempat, terutama yang tinggal di daerah yang ditetapkan sebagai desa wisata, masyarakat melakukan pelatihan SDM mengenai pentingnya pariwisata dan cara-cara yang dapat mereka lakukan untuk secara aktif berkontribusi pada pertumbuhan desa wisata (Arintoko et al., 2020).

Dinas Pariwisata (Pattiyagedara & Fernando, 2020) juga berperan aktif meningkatkan pembangunan dan perbaikan infrastruktur seperti jalan, sanitasi, dan fasilitas umum lainnya di kawasan wisata menjadi prioritas. Penataan Destinasi, upaya penataan dilakukan untuk membuat destinasi wisata lebih menarik dan nyaman bagi pengunjung. Diversifikasi Produk Wisata, tidak hanya berfokus terhadap wisata alam tetapi juga mengembangkan berbagai jenis wisata lain seperti wisata budaya, wisata kuliner, dan wisata petualangan.

Pemasaran Pariwisata, Promosi melalui berbagai *platform* baik online maupun offline, potensi wisata Kabupaten Sukabumi terus dipromosikan baik di tingkat lokal, nasional, maupun internasional. Kerja sama dengan *stakeholder* terkait pelaku usaha pariwisata, pemerintah daerah, dan masyarakat, dilakukan untuk meningkatkan efektivitas promosi. Pemanfaatan Teknologi seperti media sosial dan website untuk mempermudah akses informasi tentang destinasi wisata (Mulyani et al., 2022). Meningkatkan kualitas layanan (Chamidah et al., 2020) melibatkan penetapan standar layanan yang tinggi di semua tujuan

wisata. Selain itu, penting untuk melakukan penilaian secara berkala terhadap layanan yang ditawarkan oleh desa wisata kepada para pengunjung. Kemajuan produk wisata yang luar biasa harus diprioritaskan, dengan penekanan pada penciptaan pengalaman yang berbeda yang mendefinisikan desa wisata, sehingga menarik lebih banyak wisatawan.

Masalah utama adalah distribusi pembangunan hotel yang tidak merata, terutama mengenai tingkat hunian hotel di wilayah utara Sukabumi. Kesenjangan ini sebagian besar disebabkan oleh kemacetan yang signifikan di sepanjang jalan nasional Bogor-Sukabumi, terutama di wilayah Kecamatan Cibadak (Rohman, 2023).

Upaya sedang dilakukan untuk meningkatkan pariwisata lokal dengan menciptakan desa wisata. Pemerintah Kabupaten Sukabumi melalui Dinas Pariwisata berupaya meningkatkan kualitas pelayanan dan menambah jumlah desa wisata. Pada tahun 2023, terdapat 12 desa wisata yang diakui: Selancar, Kabayan Gunung Wayang, Situ Cimangkok, Sumber Air Panas Mekarasih dan Air Terjun Cibubuay, Pantai Sangrawyang, Kusukataniku, Agrowisata Sawala di Parungseah, Hanjeli, Tugu Nusa Indah, Buniayu, Kampung Lahang, dan Cisande. (Handi Salam, 2023).

Pembentukan desa wisata (Sulistyaningsih et al., 2022) tidak hanya berfungsi sebagai tujuan yang menarik bagi pengunjung tetapi juga secara signifikan meningkatkan kondisi ekonomi masyarakat setempat. Potensi keuntungan dari desa-desa wisata ini sangat besar, terutama jika dikelola oleh penduduk setempat. Kemajuan desa wisata sangat erat kaitannya dengan peran pemerintah dalam merumuskan pedoman strategi komunikasi pemasaran. Hal ini termasuk penerapan model analisis strategi komunikasi pemasaran pariwisata, yang secara khusus diterapkan pada strategi dan program pemasaran pariwisata desa-desa wisata di Kabupaten Sukabumi. Pemerintah menggunakan formula BAS, yang meliputi *Branding*, *Advertising*, dan *Selling*, sebagai kerangka kerja untuk penelitian ini (Chan et al., 2021).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengembangkan model strategi komunikasi pemasaran analisis pemerintah, yang dievaluasi berdasarkan penjualan tur dan penghargaan yang diterima. Dalam menjalankan aktivitas wisata sehari-hari, pengelola desa wisata menggunakan strategi terarah yang dirancang untuk menjaga kelangsungan desa wisata. Pendekatan ini mencakup berbagai kegiatan promosi yang bertujuan untuk meningkatkan *brand image desa*.

*Branding* yang efektif membantu membangun kepercayaan dan keyakinan di berbagai bidang. Studi ini mengkaji strategi komunikasi pemasaran untuk pariwisata berkelanjutan di desa selancar Cimaja. Ditemukan bahwa hasil yang diperoleh berbeda antara pendekatan pemasaran pariwisata pemerintah dan pendekatan yang dilakukan oleh pengelola desa (Arintoko et al., 2020). Agar strategi ini efektif, strategi tersebut perlu bekerja sama untuk mendukung pengelolaan desa wisata dan memperjelas peran pemerintah dalam membentuk destinasi wisata. Pengelola desa juga harus memanfaatkan sumber daya alam dan manusia setempat agar selaras dengan tujuan pariwisata berkelanjutan yang ditetapkan oleh Kementerian Pariwisata. Pada tahun 2021, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif memperkenalkan konsep pariwisata berkelanjutan yang didasarkan pada empat pilar pembangunan utama: pengelolaan usaha pariwisata yang berkelanjutan, keberlanjutan ekonomi jangka panjang, keberlanjutan budaya, dan keberlanjutan lingkungan (Kemenparekraf, 2021).

Dengan empat pilar utama tersebut (Kemenparekraf, 2021), pariwisata berkelanjutan siap menjadi pilihan populer di kalangan wisatawan. Wisatawan tidak sekadar mencari tempat berlibur; mereka juga memperhatikan kesehatan, keselamatan, kenyamanan, dan praktik lingkungan. Salah satu tempat wisata yang menarik minat peneliti adalah desa wisata selancar Cimaja di kawasan Geopark Ciletuh, yang terletak di Kecamatan Cikakak. Didirikan sebagai desa wisata pada tahun 2019, desa ini memiliki pengelola dari berbagai kelompok usia, baik dewasa maupun

remaja. Penelitian observasional awal menunjukkan bahwa Desa Wisata Cimaja terutama mempromosikan dirinya melalui media sosial, khususnya Facebook dan Instagram. Namun, sebuah studi oleh (Kompaniets, 2022), menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna Facebook telah menurun, sehingga kurang efektif untuk promosi publik. Di sisi lain, meskipun Instagram dan situs web telah berhasil menarik minat audiens, keduanya belum secara efektif mendorong keinginan atau tindakan. Hal ini menyoroti kebutuhan mendesak akan strategi komunikasi pemasaran yang lebih baik.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu**

Desa Wisata Cimaja memiliki potensi yang besar untuk strategi komunikasi pemasaran yang kuat yang ditujukan pada layanan pariwisata. Manajemen bekerja sama dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi untuk meningkatkan sumber daya alam dan manusia. Peneliti telah memanfaatkan teori komunikasi pemasaran terpadu (Ajeng & Marsasi, 2023), khususnya dalam konteks pariwisata berkelanjutan, yang menyoroti peran destinasi dalam menarik pengunjung lokal dan internasional. Pendekatan ini mengharuskan organisasi untuk mengoordinasikan dan mengintegrasikan berbagai saluran komunikasi untuk menyampaikan pesan yang jelas, ringkas, dan konsisten, yang pada akhirnya memicu minat konsumen terhadap organisasi (Ajeng & Marsasi, 2023).

Saluran komunikasi kontemporer (Ajeng & Marsasi, 2023) dapat memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, yang mengharuskan para pemangku kepentingan pariwisata untuk menjadi mahir dalam mempromosikan dan memasarkan penawaran mereka kepada khalayak yang lebih luas. Penerapan komunikasi pemasaran dalam promosi produk sangat penting, karena menyoroti perspektif dan interpretasi pesan oleh penerima.

Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi desa-desa wisata lainnya di Kabupaten Sukabumi dan sekitarnya, memberikan wawasan tentang strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh manajemen. Strategi tersebut telah memungkinkan Desa Wisata Cimaja untuk mempertahankan operasinya dan bersaing secara efektif dengan dua belas desa wisata lainnya di daerah tersebut. Strategi komunikasi pemasaran pariwisata yang terdefinisi dengan baik secara intrinsik terkait dengan perencanaan komunikasi yang efektif.

### **Teori Perencanaan Komunikasi**

Penelitian ini menggunakan teori perencanaan komunikasi Charles Berger sebagaimana dirujuk oleh (van Ruler, 2018) untuk menjelaskan proses komunikasi yang tidak terpisahkan dari perumusan inisiatif komunikasi. Dalam lingkup penelitian ini, teori perencanaan komunikasi bertindak sebagai kerangka dasar untuk memahami strategi komunikasi pemasaran Desa Wisata Cimaja, dengan fokus khusus pada penerapan prinsip-prinsip komunikasi pariwisata berkelanjutan. Agar suatu organisasi atau perusahaan dapat mencapai tujuannya, penting untuk menetapkan serangkaian langkah perencanaan yang mengarah pada penciptaan strategi yang efektif, yang pada gilirannya, memainkan peran penting dalam meningkatkan upaya desa untuk mempromosikan penawaran pariwisatanya.

### **Metode**

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif (Creswell, 2018), khususnya dengan pendekatan studi kasus. Tujuannya adalah untuk menjelaskan temuan melalui elemen deskriptif seperti bahasa dan pengalaman, daripada mengandalkan data numerik. Pendekatan kualitatif ini sangat efektif untuk menjelaskan dan menafsirkan konteks dunia nyata atau dinamika sosial yang ditemui oleh peneliti saat meneliti strategi komunikasi pemasaran pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Cimaja, dalam kaitannya dengan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan.

Pengumpulan data untuk penelitian ini mencakup sumber primer dan sekunder. Data primer dikumpulkan langsung dari partisipan melalui wawancara yang dilakukan di Desa Wisata Cimaja. Sebaliknya, data sekunder bersumber dari berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, dan YouTube, yang berkaitan dengan Desa Cimaja.

Wawancara dilakukan dengan subjek penelitian utama, termasuk Kepala Pengelola Desa Wisata Cimaja, Kepala Desa Cimaja, staf dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi, dan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cimaja. Metode pengumpulan data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara dan dokumentasi. Wawancara dicirikan sebagai dialog antara dua individu yang bertujuan untuk bertukar informasi dan ide melalui format tanya jawab terstruktur, yang membantu dalam membangun makna seputar topik tertentu (Alam, 2021).

Metode analisis data (Creswell, 2018) yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga bagian utama penelitian kualitatif: mereduksi data, menyajikan data, dan menarik kesimpulan sambil memverifikasinya. Untuk memastikan keabsahan data, kredibilitas dinilai melalui triangulasi, yaitu memeriksa dan membandingkan informasi dari wawancara dengan dokumen yang ada. Peneliti mewawancarai semua narasumber yang relevan dan menggabungkan wawasan dari wawancara tersebut dengan dokumen untuk mendukung temuan penelitian, termasuk metode, kerangka teori, dan sumber data.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Desa Wisata Cimaja berperan penting dalam mempromosikan kawasan dan menarik minat wisatawan. Sebagai pelaku baru di industri pariwisata, Desa Wisata Cimaja perlu meningkatkan upaya pemasarannya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap destinasi tersebut. Dengan menonjolkan manfaat mengunjungi desa wisata ini secara efektif, diharapkan akan semakin banyak wisatawan yang tertarik datang ke Cimaja dan terlibat dalam berbagai kegiatan yang ditawarkan oleh pengelola.

Pendapat ini menyoroti perlunya pengelola Desa Wisata Cimaja untuk membuat strategi komunikasi pemasaran yang cepat dan efektif, terutama mengingat semakin ketatnya persaingan di sektor pariwisata. Menurut Teori Perencanaan Komunikasi Charles Berger, pendekatan yang dilakukan pengelola saat ini masih berfokus pada internal. Pengelola berupaya meningkatkan operasional Desa Wisata Cimaja yang sudah ada. Sejak berdiri, para pimpinan pengelola telah menginisiasi upaya komunikasi pariwisata untuk menjadikan Cimaja sebagai destinasi yang bermanfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Kepala pengelola telah menunjukkan kepemimpinan dan komitmen yang kuat untuk memajukan Desa Wisata Cimaja, dengan mengorganisasi dan mengoordinasikan anggota tim secara efektif dalam merencanakan komunikasi pemasaran pariwisata.

Perencanaan promosi yang dilakukan oleh pengelola Desa Wisata Cimaja meliputi peluncuran inisiatif komunikasi kelompok wisata di Cimaja Media Center (CMC). Meskipun CMC sudah berdiri sebelum Desa Wisata Cimaja berkembang, namun pengelolaan dan koordinasi yang efektif sangat penting untuk mencapai hasil yang terbaik. Selain itu, CMC dilengkapi dengan sumber daya penting seperti hotspot Wi-Fi, komputer, penyimpanan data, dan alat

Evaluasi dilakukan melalui pertemuan rutin yang membahas berbagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran pariwisata. Hal ini meliputi pengembangan desa wisata, analisis jumlah pengunjung, penilaian hasil keuangan, perencanaan promosi, dan identifikasi area yang perlu ditingkatkan oleh manajemen. Pelaksanaan strategi ini melibatkan teori dan praktik. Kombinasi ini berasal dari kerja sama tim antara manajemen Desa Wisata Cimaja dan pemerintah, yang membuat kebijakan untuk komunikasi pemasaran pariwisata. Strategi ini bertujuan untuk mengikuti prinsip-prinsip komunikasi pemasaran terpadu. Manajemen menggunakan strategi komunikasi pemasaran terpadu yang menyatukan empat elemen kunci dari bauran

pemasaran(Sulistyaningsih et al., 2022), yang biasa disebut sebagai 4P.

Pengelola Desa Wisata Cimaja menyelenggarakan rapat bulanan untuk meninjau kembali kegiatan yang telah direncanakan dan dilaksanakan. Evaluasi ini sangat penting, sebagaimana tercantum dalam teori perencanaan komunikasi Charles Berger, yang menegaskan bahwa setiap strategi organisasi harus mencakup tinjauan atas program-program yang telah dilakukan. Dalam rapat rutin tersebut, dibahas berbagai aspek strategi komunikasi pemasaran pariwisata, seperti perkembangan desa wisata, jumlah pengunjung, hasil keuangan, rencana promosi, dan area-area yang perlu ditingkatkan oleh pengelola. Pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran pariwisata melibatkan aspek teoritis dan praktis. Kombinasi ini terwujud dari kerja sama antara Pengelola Desa Wisata Cimaja dengan pemerintah yang membuat kebijakan strategi komunikasi pemasaran pariwisata. Strategi ini disusun berdasarkan prinsip-prinsip komunikasi pemasaran terpadu, dengan pengelola menerapkan pendekatan terpadu yang mencakup keempat komponen bauran pemasaran, yang dikenal dengan 4P (Chan et al., 2021).

Aspek *product* digaris bawahi oleh keunggulan produk olahan, terutama sirip batik, yang biasa disebut sirip papan selancar, yang diproduksi oleh usaha kecil dan menengah (UKM) yang dioperasikan oleh para bapak-bapak setempat. Produk kerajinan ini menjadi cinderamata khas Cimaja. Selain itu, pengelola menekankan berbagai paket wisata yang tersedia di Desa Cimaja, termasuk aktivitas air, sesi membatik, dan permainan tradisional congklak. Namun, pengelola belum menyoroti kegiatan yang mencakup dimensi sosial-budaya, yang menunjukkan bahwa komunikasi visual pariwisata, yang seharusnya menonjolkan pariwisata lokal, belum sepenuhnya terwujud. Sebaliknya, fokusnya masih pada UKM dan komunikasi kewirausahaan.

Desa Wisata Cimaja menawarkan harga yang terjangkau karena pengelola memahami bahwa desa tersebut masih dalam tahap pengembangan dan tidak dapat mematok harga yang tinggi. Lokasinya strategis karena dekat dengan pusat Kota Sukabumi sehingga mudah ditemukan menggunakan Google Maps. Tersedia tempat parkir untuk pengunjung, tetapi mungkin tidak cukup untuk kendaraan besar seperti bus dan mobil travel.

Strategi *promotion* yang digunakan oleh manajemen Desa Wisata Cimaja didasarkan pada kerangka kerja bauran promosi yang diartikulasikan oleh Kotler dan Armstrong. Manajemen telah memilih untuk menerapkan tiga metode utama: Pemasaran Langsung, Hubungan Masyarakat, dan Periklanan. Langkah awal yang penting bagi manajemen adalah melaksanakan kegiatan komunikasi pemasaran langsung melalui berbagai platform media sosial, termasuk Facebook, Instagram, TikTok, dan situs web resmi. Namun, potensi media sosial sebagai alat promosi untuk desa wisata masih kurang dimanfaatkan, karena informasi yang disebar tidak secara konsisten terkini atau mudah diakses.

Upaya hubungan masyarakat terutama diwujudkan melalui kemitraan dengan Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi dan Hotel Cimaja Square. Contoh penting dari kerja sama ini adalah pelatihan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan (*Sustainable Tourism Development/Std*) yang difokuskan pada pengelolaan sampah, yang difasilitasi bersama dengan Dinas Pariwisata. Selain itu, kemitraan dengan Cimaja Square Hotel dicontohkan melalui inisiatif “*One Hotel One Village*”, yang mendorong para tamu hotel untuk melakukan kegiatan pariwisata, seperti berselancar, dengan mengarahkan mereka ke Desa Wisata Cimaja.

Upaya periklanan (*advertising*) untuk desa wisata ini terutama dilakukan melalui media *leaflet*, yang mencakup gambaran ringkas tentang potensi desa, lokasi geografis, dan berbagai paket wisata yang tersedia. Selain itu, selebaran ini juga menampilkan dokumentasi kegiatan yang dirancang untuk

meningkatkan daya tarik Cimaja bagi calon pengunjung. Namun, distribusi bahan-bahan ini terbukti tidak efektif, karena hanya diberikan kepada individu yang secara khusus memintanya, sementara salinan lainnya didistribusikan oleh anggota manajemen ke lembaga pendidikan dan tempat kerja.

Dalam hal strategi komunikasi pemasaran pariwisata, pendekatan ini selaras dengan kerangka kerja analisis pemerintah yang mencakup Branding, Advertising, dan Selling. Di bawah komponen Branding, pemerintah daerah, melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi, telah mempromosikan Desa Wisata Cimaja melalui artikel-artikel yang menyoroti peluang pariwisata di Kabupaten Sukabumi, termasuk fokus khusus pada Cimaja. Selain itu, Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi telah menerbitkan sebuah buklet yang merinci berbagai desa wisata di kabupaten tersebut, disertai dengan deskripsi singkat tentang potensi desa wisata mereka. Festival yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Cimaja terbatas pada festival yang desa-desa wisata di Kabupaten Sukabumi.

Mengenai Periklanan, inisiatif seperti memasang iklan di media cetak, termasuk koran dan majalah, serta partisipasi dalam acara-acara internasional, masih belum direalisasikan. Hal ini sebagian besar disebabkan oleh status Desa Wisata Cimaja yang masih baru, yang mengakibatkan belum optimalnya pelaksanaan kegiatan pemasaran pariwisata oleh dinas. Kolaborasi dengan para pemangku kepentingan di industri pariwisata masih terbatas pada kemitraan dengan hotel-hotel lokal di Sukabumi, tanpa adanya hubungan yang mapan dengan hotel-hotel di luar daerah atau internasional, atau dengan agen-agen tur dan perjalanan lokal dan internasional.

Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi mempromosikan paket wisata dari Desa Wisata Cimaja pada pameran dagang, khususnya pada ajang Cimaja Surfing 2023. Inisiatif ini dirancang untuk menampilkan beragam potensi, budaya, dan produk unggulan daerah Sukabumi. Tujuan dari Pameran Potensi Daerah Cimaja Surfing adalah untuk meningkatkan reputasi Kabupaten

Sukabumi sebagai tujuan investasi yang menarik di pasar global dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

Keberadaan desa wisata yang dikelola oleh pengelola lokal Desa Cimaja telah mendorong desa tersebut untuk tumbuh dan berkembang. Pendapatan yang diperoleh dari pengunjung yang melakukan kegiatan wisata dan membeli produk lokal diinvestasikan kembali oleh pengelola untuk meningkatkan dan memperluas fasilitas yang tersedia. Secara lingkungan, pengelola menerapkan gemah ripah loh jinawi dengan menjaga kerapian dan kebersihan lingkungan. Mereka juga turut serta dalam berbagai inisiatif yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata, seperti pelatihan pengelolaan sampah.

Dalam upaya komunikasi pemasaran pariwisata, faktor pendukung dan tantangan telah diidentifikasi. Faktor pendukung tersebut antara lain sumber daya manusia dan pengelola keuangan yang berdedikasi, meskipun jumlahnya terbatas, mereka bekerja sama untuk mendorong pembangunan. Kerja sama di Desa Wisata Cimaja tidak hanya melibatkan lembaga pemerintah, tetapi juga melibatkan mitra sektor swasta yang bergerak di bidang pariwisata.

Tantangan yang dihadapi antara lain proses panjang alih fungsi lahan desa untuk pemanfaatan pariwisata, fokus pemasaran yang sangat bergantung pada media sosial, dan meningkatnya persaingan di sektor pariwisata. Tantangan tersebut mendorong pengelola untuk bekerja lebih keras mengidentifikasi dan mengembangkan potensi daerah sebagai destinasi wisata.

Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi memainkan peran penting dalam mempromosikan paket wisata dari Desa Wisata Cimaja melalui acara-acara seperti Pameran Potensi Daerah Sukabumi, khususnya acara Cimaja Surfing 2023 acara ini dirancang untuk menampilkan beragam potensi, warisan budaya, dan produk khas daerah Sukabumi. Pameran Potensi Daerah Cimaja Surfing bertujuan untuk meningkatkan persepsi Kabupaten Sukabumi sebagai tujuan investasi yang layak,

terutama dalam konteks pasar global dan Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA).

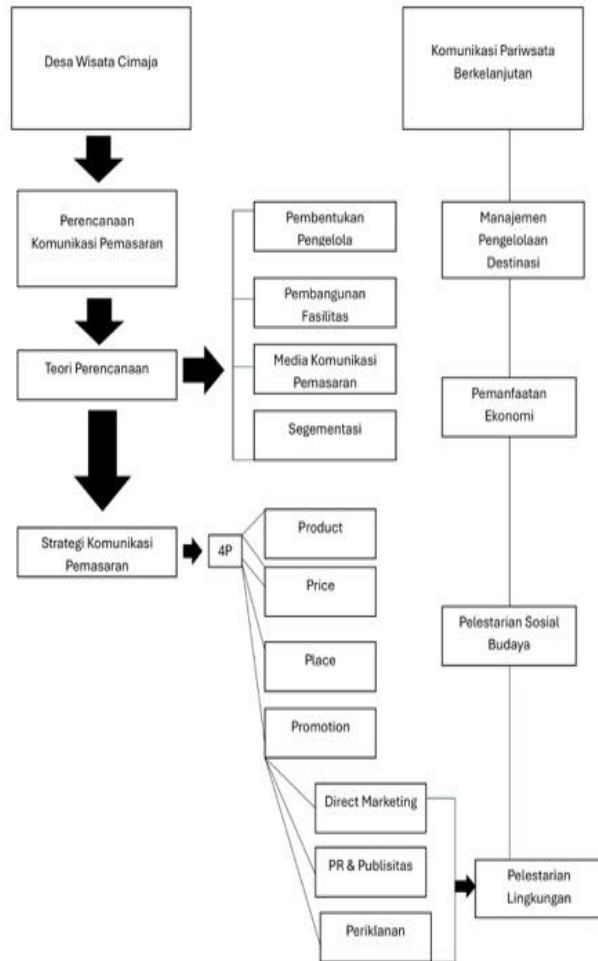
Pengelolaan kolaboratif desa wisata oleh penduduk setempat berkontribusi pada pengembangan dan keberlanjutan. Pendapatan yang dihasilkan dari pengunjung yang terlibat dalam kegiatan pariwisata dan membeli produk lokal diinvestasikan kembali oleh manajemen untuk meningkatkan dan memperluas fasilitas yang ada. Dari sisi lingkungan, manajemen menganut prinsip “gemah ripah loh jinawi” yang menekankan pada pemeliharaan lingkungan yang bersih dan teratur. Selain itu, manajemen secara aktif terlibat dalam inisiatif yang diselenggarakan oleh Dinas Lingkungan Hidup, seperti program pelatihan yang berfokus pada pengelolaan limbah.

Dalam bidang komunikasi pemasaran pariwisata, berbagai faktor pendukung dan penghambat telah diidentifikasi. Kekuatan dari strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh pengelola Desa Wisata Cimaja meliputi komitmen sumber daya manusia, meskipun dengan keterbatasan dana, menumbuhkan semangat pembangunan kolektif melalui gotong royong.

Kolaborasi tidak hanya dilakukan dengan pemerintah, tetapi juga dengan pemangku kepentingan sektor swasta yang sama-sama berinvestasi di industri pariwisata. Namun, tantangan tetap ada, seperti proses yang berbelarut-larut dalam mengubah lahan milik desa untuk tujuan pariwisata, fokus pemasaran yang sebagian besar bergantung pada media sosial, dan meningkatnya persaingan di sektor pariwisata, yang memberikan tekanan tambahan pada pengelola Desa Wisata Cimaja.

Strategi komunikasi pemasaran yang digunakan oleh Desa Wisata Cimaja didasarkan pada kerangka kerja 4P, (Gambar 1) yang mencakup produk, harga, tempat, dan promosi, di samping elemen-elemen seperti pemasaran langsung, hubungan masyarakat, dan periklanan. Pendekatan ini menunjukkan beberapa keuntungan yang sejalan dengan temuan dari penelitian yang dilakukan oleh Putri (2018), yang menunjukkan bahwa ada

peluang pelanggan yang signifikan karena penyediaan produk yang disesuaikan dengan permintaan pasar, harga yang kompetitif, dan penawaran yang berkualitas. Selain itu, pemanfaatan Instagram sebagai platform bisnis dan penerapan strategi promosi yang beragam semakin meningkatkan pendekatan ini.



Gambar 1 Strategi Komunikasi Pemasaran Desa Wisata Cimaja  
 Sumber : Hasil Olahan Peneliti (2024)

Integrasi Bauran Pemasaran 4P *Marketing Mix dan Promotional* dalam strategi komunikasi pemasaran dapat digunakan secara efektif di berbagai konteks untuk meningkatkan nilai ekonomi. Keberhasilan pelaksanaan strategi ini menghasilkan keuntungan bagi organisasi, berkontribusi pada peningkatan pendapatan dan menumbuhkan kepercayaan publik di kalangan wisatawan.

### **SIMPULAN**

Desa Wisata Cimaja sebagian besar menggunakan metode pemasaran tradisional, yang menunjukkan kurangnya strategi manajemen yang unik. Upaya pemasaran mereka difokuskan pada promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Facebook. Namun, strategi ini tidak terlalu efektif karena mereka hanya menjangkau khalayak lokal dan menggunakan sejumlah alat media sosial yang terbatas. Selain itu, komunikasi pariwisata dalam rencana pemasaran mereka belum sepenuhnya dikembangkan, yang menunjukkan perlunya mengeksplorasi lebih banyak cara untuk bekerja dengan berbagai mitra. Ini dapat membantu mempromosikan Desa Wisata Cimaja sebagai tempat wisata utama di Kabupaten Sukabumi kepada khalayak yang lebih luas.

Kekuatan dari strategi komunikasi pemasaran di Desa Wisata Cimaja terletak pada sumber daya manusianya. Meskipun tenaga kerjanya relatif sedikit, ada komitmen yang kuat untuk berlatih, mengembangkan, dan berkolaborasi dengan entitas yang berpengetahuan luas di sektor pariwisata. Sebaliknya, beberapa tantangan menghambat strategi komunikasi pemasaran. Tantangan tersebut antara lain transformasi lahan desa untuk tujuan pariwisata, yang membutuhkan proses perizinan yang panjang, fokus promosi yang terlalu bergantung pada media sosial meskipun ada potensi keterlibatan media yang beragam, dan tekanan persaingan dalam industri pariwisata yang memaksa manajemen untuk mengintensifkan upaya meningkatkan daya tarik desa.

Penerapan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan di Desa Wisata Cimaja didukung oleh berbagai inisiatif yang diselenggarakan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sukabumi. Upaya-upaya ini bertujuan untuk meningkatkan keterampilan dan kompetensi para pengelola, sehingga mereka dapat secara efektif menjalankan kegiatan pariwisata di Cimaja sambil memperhatikan semua aspek kehidupan. Pendekatan ini selaras dengan elemen-elemen inti dari pembangunan pariwisata berkelanjutan, yang meliputi pengelolaan destinasi, pemanfaatan ekonomi, pelestarian sosial-budaya, dan konservasi lingkungan.

Hasil penelitian ini memberikan beberapa rekomendasi, yaitu: a) Pengelola Desa Wisata Cimaja sebaiknya lebih banyak melakukan inovasi dalam strategi komunikasi pemasaran pariwisata dengan memanfaatkan berbagai perangkat dan media komunikasi pemasaran pariwisata. Hal ini akan membantu dalam pengembangan dan perluasan kegiatan ekonomi sehingga Desa Wisata Cimaja semakin dikenal oleh khalayak yang lebih luas. b) Pengelola perlu memperluas kerja sama dengan berbagai pemangku kepentingan di sektor pariwisata, seperti biro perjalanan wisata, maskapai penerbangan, dan perhotelan di luar Kabupaten Sukabumi. c) Pengelola perlu melakukan kajian yang komprehensif dalam komunikasi pariwisata, meliputi bidang-bidang seperti manajemen destinasi, komunikasi daring, komunikasi transportasi, komunikasi kelompok, dan hubungan masyarakat. Strategi komunikasi ini sangat penting untuk menyampaikan pesan dari pelaku usaha pariwisata kepada wisatawan yang berkunjung maupun calon wisatawan. Penelitian ini memberikan rekomendasi kebijakan yang berharga yang bertujuan untuk mengembangkan strategi baru dalam pendekatan komunikasi Bauran Pemasaran 4P dan Bauran Promosi di daerah lain yang ingin meningkatkan keterlibatan wisatawan secara berkelanjutan.

Ajeng, N. J. D., & Marsasi, E. G. (2023). IoT-Based Integrated

- Marketing Communication in Closing Quality Agent Marketing Program. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 198–208. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.229>
- Alam, M. K. (2021). A systematic qualitative case study: questions, data collection, NVivo analysis and saturation. *Qualitative Research in Organizations and Management: An International Journal*, 16(1), 1–31. <https://doi.org/10.1108/QROM-09-2019-1825>
- Arintoko, A., Ahmad, A. A., Gunawan, D. S., & Supadi, S. (2020). Community-based tourism village development strategies: A case of Borobudur tourism village area, Indonesia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 398–413. <https://doi.org/10.30892/gtg.29202-477>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2024, March). Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Objek Wisata (Orang), 2021-2023. *Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat*.
- Başkarada, S. (2014). Qualitative Case Study Guidelines. *The Qualitative Report*. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2014.1008>
- Chamidah, N., Guntoro, B., & Sulastri, E. (2020). Marketing communication and synergy of pentahelix strategy on satisfaction and sustainable tourism. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(3), 177–190. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no3.177>
- Chan, A., Suryadipura, D., & Kostini, N. (2021). City Image: City Branding and City Identity Strategies. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(1), 330–341.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). Mixed Methods Procedures. In *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*.
- Handi Salam. (2023, February). 12 Desa Wisata Ritisani di Sukabumi, Mulai dari Air Terjun, Laut, Goa dan Pegunungan Lengkap. <https://radarsukabumi.com/berita-utama/12-desa-wisata-ritisani-di-sukabumi-mulai-dari-air-terjun-laut-go-dan-pegunungan-lengkap/3/>

- Hidayat, S. (2024, September 8). Makna Perisai Hitam dan Gemah Ripah Loh Jinawi di Lambang Kabupaten Sukabumi. *Sukabumiupdate.Com*.
- Kemendikbud. (2021, November). Destinasi Wisata Berbasis Sustainable Tourism di Indonesia. *Kemendikbud*.
- Kompaniets, O. R. (2022). How social media transformed tourism marketing: A case study of Lund, Sweden. *Handbook on Tourism and Social Media: Research Handbooks in Tourism Series*, February, 197–210. <https://doi.org/10.4337/9781800371415.00023>
- Mulyani, Y., Kholifah, N., Saputro, I. N., Gusti Agung Gede Witarsana, I., & Wurarah, R. N. (2022). Strategies for Village Tourism Development in Coastal During Covid-19: Challenges and Opportunities. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 43(3), 887–894. <https://doi.org/10.30892/gtg.43307-901>
- Pattiyagedara, S. S., & Fernando, P. I. N. (2020). On Rural Community: Reference to Hiriwadunna Village. *Sri Lanka Journal of Management Studies*, 2(1), 87–103.
- Putri, N. D., & Ardhanariswari, K. A. (2020). Sinergitas Marketing dan Promotional Mix dalam Konsep Sustainable Tourism sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 85. <https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.3742>
- Rohman, A. A. (2023, December 26). Tingkat hunian hotel di Sukabumi Jabar mencapai 90 persen. *Antara*.
- Sulistyaningsih, T., Jainuri, J., Salahudin, S., Jovita, H. D., & Nurmandi, A. (2022). Can Combined Marketing and Planning-oriented of Community-based Social Marketing (CBSM) Project Successfully Transform the Slum Area to Tourism Village? A Case Study of the Jodipan Colorful Urban Village, Malang, Indonesia. *Journal of Nonprofit and Public Sector Marketing*, 34(4), 421–450. <https://doi.org/10.1080/10495142.2021.1874590>
- van Ruler, B. (2018). Communication Theory: An Underrated

Pillar on Which Strategic Communication Rests.  
*International Journal of Strategic Communication*, 12(4),  
367–381. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2018.1452240>

# **AMENITAS**

# **KONTRIBUSI AMENITAS UNTUK KARBON BIRU SEBAGAI SUDUT PANDANG BARU PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Hasan Kholilurrachman  
Alexander M.A.Khan, S.Pi., M.Si., Ph.D  
Dr. Yunus Winoto, M.Pd**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata berkelanjutan semakin menjadi perhatian global seiring meningkatnya kesadaran akan pentingnya menjaga keseimbangan antara pertumbuhan ekonomi dan kelestarian lingkungan. Dengan peningkatan jumlah wisatawan yang signifikan dari tahun ke tahun, tekanan terhadap ekosistem alam pun semakin meningkat. Oleh karena itu, pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk mencari solusi yang tidak hanya menguntungkan dari segi ekonomi, tetapi juga menjaga dan melestarikan lingkungan untuk generasi mendatang. Konsep ini penting untuk memastikan bahwa perkembangan pariwisata tidak menyebabkan kerusakan lingkungan yang lebih besar.

Salah satu konsep yang sangat relevan dalam diskusi mengenai pariwisata berkelanjutan adalah Karbon Biru. Karbon Biru merujuk pada karbon yang diserap dan disimpan dalam ekosistem pesisir, seperti hutan mangrove, padang lamun, dan rawa garam. Ekosistem ini memainkan peran penting sebagai penyerap karbon yang sangat efektif, membantu mengurangi konsentrasi karbon dioksida (CO<sub>2</sub>) di atmosfer dan berkontribusi langsung pada mitigasi perubahan iklim. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sondak (2020), hutan mangrove di Sulawesi Utara memiliki kapasitas besar dalam menyerap karbon dan dapat

menjadi salah satu solusi penting dalam menghadapi tantangan perubahan iklim.

Selain fungsi ekosistem pesisir sebagai penyerap karbon, mereka juga menawarkan berbagai manfaat ekologis lainnya. Mangrove, misalnya, tidak hanya berperan sebagai benteng alami yang melindungi garis pantai dari abrasi dan gelombang laut, tetapi juga menyediakan habitat bagi berbagai spesies keanekaragaman hayati, termasuk spesies yang berperan penting dalam rantai makanan lokal. Penelitian yang dilakukan oleh Widagtia *et al.*, (2021) di Dumai, Riau, menunjukkan bahwa upaya monitoring ekosistem mangrove sangat penting untuk memperkirakan potensi penyerapan karbon biru, yang dapat berdampak besar dalam mendukung pembangunan yang lebih berkelanjutan di kawasan pesisir.

Dalam konteks Indonesia, negara yang memiliki lebih dari 17.000 pulau, potensi ekosistem pesisir untuk mendukung konsep Karbon Biru sangatlah besar. Dengan garis pantai yang panjang dan ekosistem pesisir yang kaya, Indonesia memiliki peluang besar untuk mengembangkan pariwisata berkelanjutan berbasis Karbon Biru. Sulistiana (2022) menyoroti bahwa pemanfaatan ekosistem mangrove untuk pariwisata yang ramah lingkungan tidak hanya meningkatkan daya tarik wisata, tetapi juga mendorong konservasi dan pemulihan ekosistem yang telah terdegradasi. Pendekatan ini tidak hanya membantu lingkungan tetapi juga memberikan manfaat ekonomi langsung bagi masyarakat setempat, misalnya melalui peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata.

Untuk mewujudkan potensi ini, amenitas yang mencakup fasilitas, layanan, dan infrastruktur pendukung bagi wisatawan, memegang peran penting dalam mengembangkan pariwisata yang berkelanjutan. Amenitas yang dirancang dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip keberlanjutan dapat meningkatkan pengalaman wisatawan tanpa mengorbankan kelestarian lingkungan. Dengan menciptakan amenitas yang ramah lingkungan dan berbasis pada keberlanjutan, pariwisata

dapat berfungsi sebagai alat konservasi bagi ekosistem Karbon Biru, sambil mendukung pemberdayaan ekonomi lokal. Desain amenities yang mengutamakan penggunaan sumber daya yang efisien dan berkelanjutan, misalnya penggunaan energi terbarukan atau bahan bangunan yang ramah lingkungan, akan memastikan bahwa dampak negatif terhadap lingkungan dapat diminimalkan.

Lebih jauh lagi, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan berbasis Karbon Biru dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*SDGs*), khususnya dalam tujuan-tujuan terkait aksi iklim, kehidupan bawah air, dan kehidupan di darat. Dengan melibatkan pemangku kepentingan seperti pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal dalam pengelolaan dan pelestarian ekosistem pesisir, Indonesia dapat menciptakan model pariwisata yang inovatif dan berkelanjutan. Hal ini tidak hanya akan meningkatkan daya saing Indonesia di kancah pariwisata internasional, tetapi juga berkontribusi pada upaya global untuk mitigasi perubahan iklim dan pelestarian lingkungan.

Melalui integrasi Karbon Biru dan prinsip keberlanjutan dalam pengembangan pariwisata, diharapkan dapat tercipta sinergi yang baik antara ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam jangka panjang, model ini tidak hanya akan menguntungkan masyarakat lokal dari sisi ekonomi, tetapi juga membantu dalam meningkatkan kesadaran global akan pentingnya menjaga ekosistem pesisir dan mendorong wisatawan untuk berpartisipasi aktif dalam pelestarian lingkungan. Dengan demikian, kontribusi Karbon Biru dalam pariwisata berkelanjutan tidak hanya menjadi sudut pandang baru, tetapi juga landasan penting bagi masa depan pariwisata di Indonesia.

## PEMBAHASAN

### **Tren Global dalam Pariwisata Berkelanjutan**

Tren global menunjukkan meningkatnya minat terhadap pariwisata berkelanjutan dan konservasi ekosistem. Menurut

Donesia *et al.*, (2021), konsep Ekonomi Biru menjadi semakin relevan dalam pengembangan wilayah pesisir dan wisata bahari. Ekonomi Biru mengacu pada pengelolaan sumber daya laut dan pesisir yang berkelanjutan, yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan ekonomi sambil meminimalkan dampak lingkungan. Konsep ini sangat penting, terutama di negara seperti Indonesia, yang kaya akan keanekaragaman hayati laut dan budaya.

Perubahan perilaku wisatawan menjadi salah satu faktor utama dalam tren ini. Wisatawan saat ini semakin sadar akan dampak perjalanan mereka terhadap lingkungan. Banyak dari mereka yang lebih memilih destinasi yang tidak hanya menawarkan pengalaman yang menarik, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan. Mereka mencari lokasi yang memberikan nilai tambah dalam hal keberlanjutan, yang tidak hanya berfokus pada pengalaman pribadi mereka tetapi juga pada dampak yang mereka berikan terhadap lingkungan. Dengan demikian, pariwisata berkelanjutan menjadi pilihan utama bagi banyak wisatawan modern.

Selain itu, meningkatnya perhatian terhadap isu-isu lingkungan global, seperti perubahan iklim, pencemaran, dan penurunan keanekaragaman hayati, telah memicu kesadaran kolektif akan perlunya pendekatan yang lebih bertanggung jawab dalam pariwisata. Inisiatif global, seperti Agenda 2030 Pembangunan Berkelanjutan, juga mendorong negara-negara untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dalam sektor pariwisata. Sebagai hasilnya, destinasi yang mengadopsi praktik pariwisata berkelanjutan, seperti pengelolaan limbah yang baik, penggunaan energi terbarukan, dan pelestarian keanekaragaman hayati, menjadi semakin menarik bagi wisatawan.

Tren ini menciptakan peluang bagi Indonesia untuk mempromosikan pariwisata berbasis Karbon Biru. Dengan memanfaatkan amenities yang mendukung keberlanjutan, Indonesia dapat menarik wisatawan yang ingin berkontribusi pada pelestarian lingkungan sambil menikmati keindahan alam yang

ditawarkan. Karbon Biru merujuk pada karbon yang tersimpan dalam ekosistem pesisir, seperti hutan mangrove, padang lamun, dan ekosistem estuari. Ekosistem ini tidak hanya penting untuk mitigasi perubahan iklim, tetapi juga menyediakan berbagai layanan ekosistem, seperti perlindungan pantai, habitat bagi spesies laut, dan sumber mata pencaharian bagi masyarakat lokal.

Lebih jauh, tren pariwisata berkelanjutan membuka peluang bagi pengusaha lokal untuk berinovasi dalam menciptakan produk dan layanan yang ramah lingkungan. Misalnya, pengusaha dapat mengembangkan paket wisata yang mencakup aktivitas seperti snorkeling di area terumbu karang yang terjaga, tur edukasi tentang pentingnya ekosistem pesisir, dan program pengelolaan limbah untuk wisatawan. Dengan cara ini, pelaku usaha tidak hanya memenuhi permintaan pasar tetapi juga berkontribusi pada keberlanjutan lingkungan, sehingga memberikan nilai tambah bagi pengalaman wisatawan.

### **Peran Amenitas dalam Pariwisata Berkelanjutan**

Berbagai penelitian telah menunjukkan bahwa kualitas dan keberagaman amenities yang tersedia di destinasi wisata sangat mempengaruhi tingkat kepuasan wisatawan. Susianto *et al.*, (2020) dalam studi mereka mengenai Desa Wisata Kabupaten Kerinci menemukan bahwa keberadaan amenities yang baik, seperti penginapan yang nyaman, fasilitas makan yang terjangkau, serta pilihan aktivitas rekreasi yang menarik, berperan penting dalam meningkatkan kepuasan wisatawan. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa kualitas amenities tidak hanya mempengaruhi kesan awal wisatawan terhadap suatu destinasi, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Lebih jauh lagi, kepuasan wisatawan yang meningkat juga berdampak pada promosi *word-of-mouth* yang positif. Wisatawan yang merasa puas dengan pengalaman mereka akan lebih cenderung merekomendasikan destinasi tersebut kepada orang lain, baik melalui media sosial maupun secara langsung. Dalam hal ini, amenities yang berkualitas dapat dilihat sebagai investasi

jangka panjang yang mendukung pertumbuhan pariwisata di suatu destinasi.

Sebagai contoh, Adif *et al.*, (2020) mengkaji pengaruh atraksi wisata, amenitas, dan aksesibilitas terhadap kepuasan wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal. Mereka menemukan bahwa meskipun atraksi wisata memainkan peran penting dalam menarik wisatawan, amenitas yang memadai, seperti fasilitas transportasi, pusat informasi, dan area istirahat, menjadi faktor yang tak kalah penting dalam memastikan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Penelitian ini menekankan pentingnya integrasi antara atraksi dan amenitas untuk menciptakan pengalaman wisata yang holistik.

### **Kontribusi Amenitas untuk Karbon Biru**

Amenitas yang dirancang dengan memperhatikan prinsip keberlanjutan tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga memberikan dampak jangka panjang terhadap pelestarian lingkungan dan kesejahteraan masyarakat lokal. Penelitian yang dilakukan oleh Susianto *et al.*, (2020) dan Budisusila *et al.*, (2020) menegaskan bahwa kualitas amenitas memainkan peran penting dalam menciptakan ekosistem pariwisata yang holistik dan berkelanjutan. Oleh karena itu, destinasi wisata yang ingin bersaing di era pariwisata modern harus mengutamakan pengembangan amenitas yang ramah lingkungan dan memberdayakan komunitas lokal.

Dengan demikian, pengembangan amenitas tidak hanya berfungsi sebagai bagian dari infrastruktur pariwisata, tetapi juga sebagai sarana untuk menciptakan pariwisata yang lebih berkelanjutan, inklusif, dan bertanggung jawab terhadap masa depan generasi mendatang.

### **Studi Kasus: Labuan Bajo**

Labuan Bajo, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia, telah menjadi contoh nyata bagaimana amenitas dapat berkontribusi pada Karbon Biru. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hargen *et al.*, (2022), evaluasi implementasi inisiatif *WWF* menunjukkan bahwa upaya konservasi melalui

ekonomi biru berhasil meningkatkan kesadaran wisatawan tentang pentingnya menjaga ekosistem pesisir. Dengan keindahan alamnya dan beragam amenities yang ditawarkan, Labuan Bajo berhasil menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Proyek ekonomi biru yang diterapkan tidak hanya memfokuskan pada pengembangan pariwisata tetapi juga menjaga keberlangsungan lingkungan. Dengan menyediakan fasilitas yang mendukung pendidikan lingkungan, Labuan Bajo dapat berfungsi sebagai model bagi destinasi wisata lain di Indonesia.

### **Peran Pemerintah dan Stakeholder dalam Pengembangan Amenitas yang Mendukung Karbon Biru.**

Pemerintah dan stakeholder memainkan peran yang sangat penting dalam pengembangan amenities yang mendukung Karbon Biru, terutama dalam konteks pariwisata berkelanjutan. Dalam upaya untuk mencapai keberlanjutan, kebijakan yang mendukung konservasi ekosistem pesisir menjadi langkah awal yang krusial. Salah satu cara yang efektif adalah dengan memberikan insentif bagi pengusaha yang berinvestasi dalam proyek-proyek ramah lingkungan, seperti ekowisata yang berfokus pada pelestarian ekosistem pesisir. Menurut Utomo dan Pulungan (2020), insentif semacam ini tidak hanya mendorong investasi, tetapi juga meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga lingkungan, sehingga dapat mempercepat transisi menuju pariwisata yang lebih berkelanjutan.

Di samping itu, kolaborasi yang erat antara pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem pariwisata yang berkelanjutan. Inisiatif yang melibatkan semua pihak, termasuk program pelatihan untuk masyarakat lokal, dapat membantu meningkatkan kapasitas dan pemahaman tentang pengelolaan sumber daya pesisir. Misalnya, pemerintah dapat menyelenggarakan pelatihan untuk masyarakat lokal tentang praktik berkelanjutan dalam pengelolaan sumber daya laut dan pengembangan produk pariwisata yang ramah lingkungan. Ini adalah langkah penting untuk memastikan bahwa pariwisata berbasis Karbon Biru berkembang dengan baik dan

memberikan manfaat yang nyata bagi lingkungan serta masyarakat setempat (Donesia *et al.*, 2021).

Program pendidikan dan pelatihan juga sangat penting dalam meningkatkan kesadaran akan pentingnya Karbon Biru. Masyarakat lokal harus dilibatkan dalam proses pengelolaan ekosistem pesisir, sehingga mereka dapat merasakan manfaat langsung dari pelestarian lingkungan. Keterlibatan ini tidak hanya menciptakan rasa memiliki, tetapi juga memungkinkan masyarakat untuk menjadi duta lingkungan. Melalui edukasi yang baik, mereka dapat mengedukasi wisatawan tentang pentingnya menjaga ekosistem yang ada, serta dampak positif dari keberadaan ekosistem tersebut terhadap kehidupan mereka sehari-hari. Program semacam ini berpotensi meningkatkan keterikatan wisatawan dengan lingkungan, serta mendorong mereka untuk berpartisipasi dalam kegiatan konservasi (Dewi, 2021).

Lebih jauh lagi, pembangunan amenitas yang berkelanjutan tidak hanya memberikan manfaat bagi wisatawan, tetapi juga dapat berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal. amenitas yang dirancang dengan baik, seperti akomodasi ramah lingkungan, restoran yang menyajikan makanan lokal, serta kegiatan rekreasi yang berkelanjutan, dapat menarik lebih banyak wisatawan dan memperpanjang durasi kunjungan mereka. Ini menciptakan lapangan kerja dan sumber pendapatan bagi masyarakat setempat, yang pada gilirannya mendukung pengembangan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Pemerintah, bersama dengan stakeholder lainnya, memiliki tanggung jawab untuk menciptakan kebijakan yang mendukung keberlanjutan dan perlindungan ekosistem pesisir. Kebijakan ini harus mempertimbangkan kebutuhan masyarakat lokal, serta mengutamakan praktik yang ramah lingkungan. Dengan pendekatan ekonomi biru yang kuat, pembangunan yang berkelanjutan dapat tercapai, mendukung visi Indonesia Emas 2045 yang diharapkan dapat mewujudkan kesejahteraan masyarakat tanpa mengorbankan lingkungan (Dewi, 2021).

Secara keseluruhan, peran aktif pemerintah dan stakeholder dalam pengembangan amenitas yang mendukung Karbon Biru akan sangat menentukan keberhasilan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Dengan menciptakan kebijakan yang efektif, mengembangkan kapasitas masyarakat, dan melibatkan mereka dalam pengelolaan ekosistem pesisir, kita dapat memastikan bahwa pariwisata tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga menjaga dan melestarikan lingkungan untuk generasi mendatang.

## **KESIMPULAN**

Amenitas memiliki kontribusi yang signifikan dalam mendukung Karbon Biru sebagai sudut pandang baru pariwisata berkelanjutan di Indonesia. Dalam konteks yang semakin meningkatnya kesadaran akan pentingnya keberlanjutan dan pelestarian lingkungan, amenitas menawarkan pendekatan yang holistik untuk mengintegrasikan nilai-nilai ekologis dalam pengalaman wisatawan. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen kunci seperti edukasi lingkungan, restorasi ekosistem, partisipasi komunitas, dan peningkatan ekonomi lokal, amenitas dapat berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menjaga dan melindungi ekosistem pesisir yang sangat vital.

Edukasi lingkungan merupakan salah satu pilar utama dalam pengembangan amenitas yang mendukung Karbon Biru. Dengan menyediakan informasi yang jelas dan aksesibel tentang dampak aktivitas pariwisata terhadap lingkungan, wisatawan dapat lebih memahami peran mereka dalam menjaga ekosistem. Pendidikan ini tidak hanya bermanfaat bagi wisatawan tetapi juga untuk masyarakat lokal, yang dapat meningkatkan kesadaran mereka tentang pentingnya menjaga lingkungan dan sumber daya alam yang mereka andalkan. Melalui program-program edukasi, seperti lokakarya dan tur yang interaktif, wisatawan dan komunitas lokal dapat belajar bersama tentang cara-cara untuk

mengurangi dampak negatif dari pariwisata dan berkontribusi pada pelestarian lingkungan.

Aspek restorasi ekosistem dalam amenitas juga memainkan peran yang sangat penting. Upaya untuk memperbaiki dan memulihkan habitat yang rusak tidak hanya membantu dalam meningkatkan kapasitas penyimpanan karbon, tetapi juga menyediakan manfaat ekosistem yang lebih luas, termasuk peningkatan kualitas air dan perlindungan terhadap spesies yang terancam punah. Proyek restorasi yang melibatkan masyarakat lokal dapat menciptakan rasa memiliki yang kuat dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam pelestarian lingkungan. Hal ini dapat dilihat pada inisiatif yang telah diterapkan di lokasi-lokasi seperti Labuan Bajo, di mana masyarakat terlibat langsung dalam program restorasi terumbu karang dan mangrove.

Partisipasi komunitas adalah elemen kunci dalam menciptakan pariwisata yang berkelanjutan dan ramah lingkungan. Dengan melibatkan masyarakat lokal dalam proses pengembangan amenitas, kita dapat memastikan bahwa kepentingan dan nilai-nilai lokal dihormati dan diakomodasi. Komunitas yang diberdayakan untuk terlibat dalam pariwisata berbasis Karbon Biru dapat menikmati manfaat ekonomi sambil menjaga budaya dan tradisi mereka. Misalnya, masyarakat lokal dapat berperan sebagai pemandu wisata, pengelola homestay, atau penyedia produk lokal, yang semuanya berkontribusi pada pengalaman wisata yang otentik dan berkelanjutan.

Akhirnya, amenitas yang dirancang untuk mendukung Karbon Biru juga berpotensi untuk meningkatkan ekonomi lokal. Dengan menciptakan peluang bagi pengusaha lokal untuk mengembangkan produk dan layanan yang ramah lingkungan, kita dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Ketika wisatawan memilih untuk menghabiskan uang mereka di bisnis lokal yang berkomitmen pada keberlanjutan, mereka tidak hanya menikmati pengalaman yang lebih kaya, tetapi juga membantu komunitas lokal untuk berkembang dan beradaptasi dengan tantangan ekonomi yang ada.

Studi kasus Labuan Bajo memberikan contoh nyata tentang bagaimana pendekatan yang tepat dalam pariwisata dapat menghasilkan manfaat ekonomi sambil menjaga keberlanjutan lingkungan. Dengan mengadopsi prinsip-prinsip Karbon Biru, Labuan Bajo telah berhasil menarik wisatawan yang sadar akan pentingnya konservasi dan berkomitmen untuk berkontribusi terhadap pelestarian alam. Ini menunjukkan bahwa dengan pendekatan yang kolaboratif dan terencana, pariwisata dapat berfungsi sebagai pendorong untuk tidak hanya keuntungan ekonomi, tetapi juga pelestarian lingkungan yang berkelanjutan.

Melalui kolaborasi yang kuat antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta, Indonesia memiliki potensi yang besar untuk mempromosikan pariwisata berbasis Karbon Biru yang berkelanjutan. Kebijakan yang mendukung, investasi dalam infrastruktur ramah lingkungan, dan program pelatihan yang melibatkan masyarakat lokal adalah langkah-langkah krusial yang dapat meningkatkan keberhasilan inisiatif ini. Dengan melibatkan semua pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan, kita dapat menciptakan ekosistem pariwisata yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan untuk generasi mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Sondak, C. F. A. (2020). *Estimasi Potensi Penyerapan Karbon Biru oleh Hutan Mangrove Sulawesi Utara*. Faculty of Fisheries and Marine Science, Sam Ratulangi University, Manado, North Sulawesi.
- Widagtia, N., Sidika, F., & Pradisty, N. A. (2021). *Monitoring Mangrove untuk Estimasi Potensi Karbon Biru di Dumai, Riau*. Balai Riset dan Observasi Laut, BRSDM, KKP, Jembrana, Bali, Indonesia.

- Sulistiana, S. (2022). *Potensi Mangrove sebagai Karbon Biru Indonesia bagi Pembangunan Berkelanjutan*. Universitas Terbuka.
- Budisusila, A., Priantoro, A. T., Harnoto, L. B., Prasetya, V. N. A., Beto Ladjar, M. E., Krisnawan, B. N. A., & Silvi, V. (2020). *Penguatan Kelembagaan Lokal dan Konservasi Ekologi Mangrove Jangkaran untuk Pariwisata Berkelanjutan*. Universitas Sanata Dharma, Sleman, Yogyakarta, Indonesia.
- Coastal Karbon Biru. (2020). *Methods for Assessing Carbon Stocks and Emissions Factors in Mangroves, Tidal Salt Marshes, and Seagrass Meadows*.
- Susianto, B., Johannes, J., & Yacob, S. (2020). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci*. Program Studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Jambi, Jambi, Indonesia.
- Adif, R. M., Putra, A. M. E., & Afrida, Y. (2020). *Pengaruh Atraksi Wisata, Amenitas, dan Aksesibilitas terhadap Kepuasan Wisatawan di Kawasan Goa Batu Kapal*. Universitas Islam Negeri Imam Bonjol, Padang, Indonesia.
- Hargen, D., Amini, D. S., & Subandi, Y. (2022). *Transformasi Pariwisata Biru di Labuan Bajo: Evaluasi Implementasi World Wild Fun For Nature (WWF) Signing Blue Pada Wisata Bahari Labuan Bajo 2020-2022*. Program Studi Hubungan Internasional, Universitas Respati Yogyakarta.
- Utomo, D. K. S., & Pulungan, A. R. (2020). *Ekowisata Mangrove dalam Pariwisata Berkelanjutan di Sumatera Utara*. Sekolah Arsitektur, Perencanaan dan Pengembangan Kebijakan, Institut Teknologi Bandung.
- Donesia, E. A., Widodo, P., Saragih, H. J. R., Suwarno, P., & Widodo. (2021). *Konsep Ekonomi Biru Dalam Pengembangan Wilayah Pesisir dan Wisata Bahari di Indonesia*.

Dewi, N. L. P. K. (2021). *Ekonomi Biru: Strategi Pembangunan Yang Berkelanjutan dan Indonesia Emas 2045*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Udayana, Bali, Indonesia.

# **AMENITAS DALAM PARIWISATA BERKELANJUTAN**

**Naufal Hibatullah**

**Institut Seni Indonesia Padangpanjang**

## **PENDAHULUAN**

Pariwisata berkelanjutan adalah tren yang berkembang di industri perjalanan, dengan fokus untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, mendukung komunitas lokal, dan mempromosikan pelestarian budaya. Dalam beberapa tahun terakhir, telah terjadi pergeseran ke arah praktik perjalanan yang lebih bertanggung jawab dan beretika karena para pelancong semakin sadar akan pentingnya melestarikan destinasi yang mereka kunjungi. Hal ini telah menyebabkan peningkatan permintaan akan pilihan pariwisata berkelanjutan karena wisatawan berusaha untuk memberikan dampak positif terhadap tempat yang mereka kunjungi.

Salah satu aspek kunci dari pariwisata berkelanjutan adalah pentingnya amenities yang selaras dengan praktik-praktik ramah lingkungan. Hal ini termasuk menggunakan sumber energi baru terbarukan, meminimalisir konsumsi air, dan mengurangi limbah melalui daur ulang dan pengomposan. Dengan memilih akomodasi yang memprioritaskan keberlanjutan wisatawan dapat mendukung bisnis yang berkomitmen untuk melindungi lingkungan dan mempromosikan pariwisata yang bertanggung jawab. Selain itu, amenities ini dapat meningkatkan kepuasan secara menyeluruh bagi para pengunjung dengan memberikan hubungan yang unik dan otentik dengan lingkungan alam di sekitar destinasi (Sari, D.R., 2019).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### **Definisi Amenitas dalam Pariwisata Berkelanjutan**

#### A. Definisi amenitas

Dalam konteks pariwisata berkelanjutan mengacu pada amenitas dan layanan yang disediakan untuk para tamu dengan cara meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Amenitas ini dapat mencakup pencahayaan hemat energi, perlengkapan hemat air, pilihan makanan lokal dan organik, program daur ulang, dan kegiatan pendidikan yang mempromosikan kesadaran lingkungan. Tujuan dari penyediaan fasilitas ini adalah untuk menciptakan pengalaman wisata yang lebih berkelanjutan dan bertanggung jawab yang menghormati dan melestarikan sumber daya alam dan budaya di tempat tujuan. Dengan menggabungkan amenitas yang berkelanjutan ini, wisatawan dapat menikmati pengalaman menginap yang lebih ramah lingkungan sambil mendukung komunitas dan lingkungan setempat. Selain itu, inisiatif ini membantu mengurangi jejak karbon dari industri pariwisata dan berkontribusi terhadap konservasi destinasi secara keseluruhan. Pada akhirnya, dengan memprioritaskan fasilitas yang berkelanjutan, wisatawan dapat memberikan dampak positif terhadap tempat yang mereka kunjungi dan membantu memastikan bahwa generasi mendatang dapat terus menikmati destinasi tersebut. Bentuk atau rupa dari amenitas ini bergantung pada kebutuhan dari destinasi/kawasan wisata tersebut. Adapun pengelompokan fasilitas pariwisata dan fasilitas umum yaitu dijelaskan pada tabel I sebagai berikut:

Tabel I. Fasilitas Pariwisata dan Fasilitas Umum

<b>Fasilitas</b>	<b>Komponen Fasilitas</b>
Fasilitas Pariwisata	Akomodasi
	Rumah makan/restoran
	Fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata
	Fasilitas pelayanan keimigrasian
	Pusat informasi pariwisata
	<i>E-tourism</i> kios
	Polisi pariwisata
	Satuan tugas wisata
	Toko Cendramata
	Petunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas
	Bentuk bentang lahan
Faasilitas Umum	Fasilitas keamanan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemadam kebakaran</li> <li>- Fasilitas tanggap bencana</li> </ul>
	Fasilitas keuangan dan Perbankan <ul style="list-style-type: none"> <li>- ATM</li> <li>- Money Changer</li> </ul>
	Fasilitas bisnis <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kios kelontong dan obat 24 jam</li> <li>- Warung internet (<i>warnet</i>)</li> <li>- Telepon umum</li> <li>- Sarana penitipan/penyimpanan barang (<i>public locker</i>)</li> </ul>
	Fasilitas kesehatan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Poliklinik 24 jam</li> <li>- Fasilitas pertolongan pertama pada kecelakaan</li> </ul>
	Fasilitas sanitasi dan kebersihan <ul style="list-style-type: none"> <li>- Toilet umum</li> <li>- Jasa binatu (<i>laundry</i>)</li> <li>- Tempat sampah</li> </ul>
	Fasilitas khusus <ul style="list-style-type: none"> <li>- Bagi penderita cacat fisik, anak-anak, dan lansia</li> </ul>
	Fasilitas rekreasi <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fasilitas peristirahatan (<i>rest area</i>)</li> </ul>
	Fasilitas rekreasi <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fasilitas lahan parkir</li> <li>- Fasilitas peristirahatan (<i>rest are</i>)</li> <li>- Fasilitas bermain anak-anak</li> <li>- Fasilitas olahraga</li> <li>- Fasilitas pejalan kaki</li> <li>- Tempat parkir</li> </ul>
	Fasilitas ibadah <ul style="list-style-type: none"> <li>- Musalla/masjid</li> </ul>

<b>Fasilitas</b>	<b>Komponen Fasilitas</b>
Fasilitas Pariwisata	Akomodasi
	Rumah makan/restoran
	Fasilitas informasi dan pelayanan pariwisata
	Fasilitas pelayanan keimigrasian
	Pusat informasi pariwisata
	<i>E-tourism</i> kios
	Polisi pariwisata
	Satuan tugas wisata
	Toko Cendramata
	Petunjuk arah/papan informasi wisata/rambu lalu lintas
	Bentuk bentang lahan

*Sumber:* PP RI 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025

## B. Pentingnya amenities dalam menarik wisatawan

Salah satu faktor utama yang menarik wisatawan ke suatu destinasi adalah ketersediaan amenities yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Baik itu akomodasi ramah lingkungan, pilihan tempat makan yang bersumber dari lokal, atau pilihan transportasi yang berkelanjutan. Pergeseran menuju pariwisata berkelanjutan ini tidak hanya didorong oleh keinginan untuk meminimalkan dampak lingkungan, tetapi juga oleh meningkatnya kesadaran akan pentingnya mendukung masyarakat lokal dan melestarikan warisan budaya suatu destinasi. Dengan menyediakan amenities yang selaras dengan nilai-nilai ini, destinasi dapat membedakan diri mereka di pasar pariwisata yang padat dan menarik pengunjung yang bersedia mengeluarkan biaya lebih banyak untuk mendapatkan pengalaman yang otentik dan bertanggung jawab. Selain itu, berinvestasi pada amenities yang berkelanjutan dapat memberikan manfaat jangka panjang bagi lingkungan dan ekonomi lokal, menciptakan siklus pertumbuhan dan konservasi yang positif (Susianto Budi et al, 2022).

## C. Peran amenities dalam mempromosikan keberlanjutan

Selain itu, pariwisata yang bertanggung jawab juga harus dipertimbangkan. Dengan menawarkan akomodasi yang ramah lingkungan, pilihan bersantap yang berasal dari sumber lokal, dan

kegiatan yang mendalam secara budaya, destinasi tidak hanya menarik bagi wisatawan yang peduli lingkungan, namun juga berkontribusi terhadap pelestarian warisan alam dan budaya. Selain itu, fasilitas yang berkelanjutan ini dapat membantu mengurangi dampak negatif dari pariwisata, seperti pembangunan yang berlebihan dan penipisan sumber daya, yang pada akhirnya mengarah pada industri pariwisata yang lebih seimbang dan berkelanjutan. Dengan demikian, fasilitas yang memprioritaskan keberlanjutan tidak hanya menjadi kemewahan bagi para wisatawan, tetapi juga merupakan kebutuhan untuk kelangsungan jangka panjang destinasi di seluruh dunia. Meskipun hidangan yang berasal dari sumber lokal dan kegiatan yang melibatkan budaya dapat menarik bagi wisatawan yang teliti, namun hal tersebut mungkin tidak banyak berkontribusi terhadap pelestarian warisan alam dan budaya. Selain itu, lebih dari sekedar penerapan fasilitas yang berkelanjutan diperlukan untuk mengurangi dampak negatif dari pariwisata karena faktor-faktor lain, seperti pembangunan infrastruktur dan pengelolaan limbah, juga memainkan peran penting (Pratiwi Yunisti, 2023).

## **Jenis Fasilitas untuk Pariwisata Berkelanjutan**

### **A. Akomodasi ramah lingkungan**

Glamping, rumah pohon dan pondok ramah lingkungan menjadi semakin populer di kalangan wisatawan yang sadar lingkungan. Jenis akomodasi ini sering kali dibangun dengan menggunakan bahan yang ramah lingkungan, memanfaatkan sumber energi baru terbarukan, dan meminimalisir jejak karbon melalui praktik konservasi air dan energi. Dengan menginap di akomodasi ramah lingkungan, wisatawan dapat mengurangi dampak terhadap lingkungan sambil tetap menikmati pengalaman menginap yang nyaman dan unik. Selain itu, banyak akomodasi ramah lingkungan yang juga menawarkan program dan kegiatan

edukasi yang mempromosikan kesadaran lingkungan dan upaya konservasi, yang semakin meningkatkan pengalaman pariwisata berkelanjutan. Sebagai contoh, para tamu yang menginap di akomodasi ramah lingkungan dapat memiliki kesempatan untuk berpartisipasi dalam kegiatan jelajah alam, belajar mengenai satwa liar dan ekosistem setempat atau bahkan ikut serta dalam proyek konservasi berbasis masyarakat. Kegiatan-kegiatan ini tidak hanya memberikan wawasan yang berharga tentang pentingnya menjaga lingkungan, tetapi juga memungkinkan para tamu untuk berkontribusi dalam upaya konservasi selama mereka menginap secara aktif. Secara keseluruhan, akomodasi ramah lingkungan menawarkan pengalaman holistik dan memperkaya bagi wisatawan yang ingin memberikan dampak positif bagi lingkungan sekitar sambil mendapatkan pengalaman baru dari destinasi tersebut (Rahmafritria Fitri, 2014).

## B. Pilihan transportasi yang berkelanjutan

Aspek penting lain dari perjalanan ramah lingkungan yaitu menawarkan penyewaan sepeda atau layanan antar-jemput untuk mengurangi jejak karbon dari transportasi para tamu saat menjelajahi daerah tersebut. Dengan memilih opsi transportasi yang ramah lingkungan, wisatawan dapat meminimalisir dampak terhadap lingkungan dan mendukung inisiatif lokal yang mempromosikan praktik ramah lingkungan. Selain itu, memilih transportasi umum dapat membantu mengurangi emisi dan mengurangi kemacetan lalu lintas di destinasi wisata. Dengan memperhatikan pilihan transportasi mereka, wisatawan dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan berkontribusi terhadap keberlanjutan destinasi yang mereka kunjungi. Pada akhirnya, menggunakan opsi transportasi berkelanjutan tidak hanya bermanfaat bagi bumi, tetapi juga meningkatkan pengalaman perjalanan secara keseluruhan dengan memungkinkan pengunjung untuk membenamkan diri mereka secara lebih penuh dalam budaya dan lanskap lokal (Yudana Galing, 2016).

### C. Makanan dan minuman lokal dan organik

Cara lain bagi wisatawan untuk mendukung keberlanjutan selama perjalanan mereka. Dengan memilih makan di restoran yang mengutamakan bahan-bahan organik dan bersumber dari lokal, pengunjung dapat mengurangi jejak karbon dan mendukung petani dan produsen lokal. Selain itu, memilih makanan nabati atau vegetarian juga dapat mengurangi dampak lingkungan dari konsumsi makanan. Banyak destinasi yang hari ini menawarkan berbagai pilihan makanan yang ramah lingkungan, sehingga memudahkan para wisatawan untuk membuat pilihan menjaga lingkungan dengan tetap menikmati makanan yang lezat dan otentik. Baik itu restoran yang dekat dengan alam ataupun kafe vegan yang berada di tengah kota. Dengan disajikannya pilihan makanan organik ini, wisatawan tidak hanya dapat menikmati makanan segar dan bergizi, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian lingkungan dan mendukung sistem pangan lokal. Pada akhirnya, membuat pilihan secara sadar tentang dimana dan apa yang akan dimakan dan dapat meningkatkan pengalaman perjalanan secara keseluruhan dan meninggalkan dampak positif pada destinasi yang dikunjungi.

### **Manfaat Fasilitas dalam Pariwisata Berkelanjutan**

#### A. Manfaat lingkungan

Fasilitas dalam pariwisata berkelanjutan sangatlah penting, dengan memanfaatkan akomodasi ramah lingkungan, seperti hotel yang didukung oleh sumber energi baru terbarukan atau tempat perkemahan yang menerapkan prinsip “*Leave No Trace*”, wisatawan dapat mengurangi jejak karbon dan meminimalisir dampak terhadap alam sekitarnya. Selain itu, fasilitas yang menunjang pariwisata berkelanjutan sering kali memprioritaskan konservasi air, pengurangan limbah, hemat energi dan perlindungan satwa liar. Inisiatif ini tidak hanya bermanfaat bagi ekosistem dan satwa liar setempat, namun juga berkontribusi terhadap keberlanjutan industri pariwisata secara keseluruhan. Dengan mendukung akomodasi ramah lingkungan, wisatawan dapat membantu mendorong pergeseran ke arah

praktik-praktik yang lebih sadar lingkungan dalam sektor pariwisata. Dengan memilih untuk menginap di hotel ramah lingkungan atau penginapan ramah lingkungan, wisatawan dapat merasa nyaman dengan pilihan mereka dan mengetahui bahwa mereka berkontribusi terhadap kesehatan dan vitalitas jangka panjang dari destinasi yang mereka kunjungi (Saputra, I Putu David Adi, 2024).

#### B. Manfaat ekonomi

Pariwisata berkelanjutan juga memainkan peran penting dalam mendorong pergeseran ke arah praktik-praktik yang lebih sadar lingkungan. Dengan mendukung bisnis lokal yang memprioritaskan keberlanjutan, wisatawan dapat berkontribusi pada pengembangan ekonomi masyarakat yang mereka kunjungi. Hal ini dapat mengarah pada penciptaan lapangan pekerjaan, peningkatan pendapatan bagi penduduk lokal dan kemakmuran destinasi secara keseluruhan. Selain itu, pariwisata berkelanjutan dapat membantu mendiversifikasi ekonomi, mengurangi ketergantungan pada industri amenitas yang menggunakan sumber daya alam secara intensif dan mendorong masa depan yang lebih baik dan berkelanjutan bagi destinasi tersebut (Zerah et al, 2024).

### **Tantangan dalam Menerapkan Fasilitas Berkelanjutan**

#### A. Pertimbangan biaya

Sering kali menjadi rintangan utama bagi bisnis yang ingin menerapkan fasilitas ramah lingkungan dalam operasi mereka. Investasi awal yang diperlukan untuk beralih ke praktik ramah lingkungan bisa jadi cukup besar, dan banyak bisnis yang mungkin memerlukan bantuan untuk menjustifikasi biaya tersebut dalam jangka waktu pendek. Namun, penting untuk mempertimbangkan manfaat jangka panjang dari penerapan konsep keberlanjutan, seperti penghematan biaya dari pengurangan konsumsi energi dan air, serta potensi peningkatan loyalitas wisatawan dan citra merek yang positif.

#### B. Kesadaran dan edukasi produsen dan konsumen

Produsen dan konsumen mungkin perlu memahami sepenuhnya pentingnya menerapkan praktik konsep keberlanjutan. Kurangnya kesadaran dari manfaat yang akan didapat menghambat penerapan fasilitas yang berkelanjutan dan membatasi dampak negatif terhadap lingkungan.

#### C. Peraturan dan kebijakan pemerintah

Dalam beberapa kasus, peraturan yang sudah tidak relevan membuat bisnis enggan berinvestasi dalam praktik keberlanjutan, sementara dalam kasus lain, kebijakan yang lebih jelas dan konsisten dapat menciptakan kepastian pada calon investor. Mengatasi tantangan ini akan membutuhkan kolaborasi dan kerjasama antara pebisnis, pemerintah dan konsumen untuk menciptakan masa depan destinasi yang menerapkan fasilitas yang berkelanjutan dan berdampak positif secara luas.

#### D. Infrastruktur

Selain itu, sumber daya juga dapat menghambat laju penerapan fasilitas berkelanjutan. Dengan adanya sistem pendukung yang diperlukan, perusahaan dapat mengintegrasikan praktik berkelanjutan ke dalam operasi mereka secara efektif. Hal ini dapat mencakup isu-isu seperti terbatasnya akses ke fasilitas daur ulang, pilihan transportasi umum yang tidak memadai, atau kebutuhan akan sumber energi yang lebih terbarukan. Mengatasi tantangan ini akan sangat penting untuk membuat fasilitas berkelanjutan lebih mudah diakses dan layak untuk bisnis dari semua ukuran. Dengan berinvestasi pada infrastruktur dan sumber daya yang diperlukan, bisnis dapat mengatasi hambatan-hambatan ini dan membuat kemajuan yang berarti menuju pariwisata yang lebih berkelanjutan.

### **KESIMPULAN**

Dengan berfokus kepada pendidikan, komunikasi dan menumbuhkan budaya keberlanjutan perusahaan dapat mengatasi tantangan ini dan menciptakan lingkungan yang lebih mendukung untuk menerapkan inisiatif berkelanjutan dalam bidang amenities. Perusahaan perlu memprioritaskan tanggung jawab lingkungan

dan sosial untuk menciptakan masa depan yang lebih berkelanjutan bagi generasi yang akan datang. Dengan melibatkan karyawan, pemangku kepentingan dan masyarakat perusahaan dapat membangun kepercayaan dan kredibilitas dalam upaya menerapkan konsep keberlanjutan dalam amenities. Hal ini dapat membantu meruntuhkan hambatan dan mendorong kolaborasi untuk mencapai tujuan lingkungan yang sama. Dengan menunjukkan komitmen terhadap keberlanjutan, perusahaan tidak hanya dapat meningkatkan reputasi dan keuntungan mereka, tetapi juga memberikan dampak positif bagi lingkungan disekitarnya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Rahmafitria, Fitri (2014). *Eco-Resort dan Green Hotel di Indonesia : Model Sarana Akomodasi yang Berkelanjutan*. Jurnal Manajemen Resort dan Leisure, 11(2).  
<https://doi.org/10.17509/jurel.v11i2.2956>
- Yudana, Galing. (2016). *Pemetaan Transportasi Pariwisata Sebagai Upaya Pengembangan Obyek dan Daya Tarik Wisata di Kabupaten Klaten*. Cakra Wisata, 17(2).
- Saputra, I Putu David Adi. (2024). *Pentingnya Pariwisata Berkelanjutan dalam Menjaga Keseimbangan Lingkungan*. Al Mikraj-Jurnal Studi Islam dan Humaniora, 4(2), 207-217.  
<https://doi.org/10.37680/almikraj.v4i02.4613>
- Zerah. Tahris, Jemi Pabisangan. Marchelin. (2024). *Dampak Ekonomi Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Kesejahteraan Masyarakat Lokal di Ke'te'Kesu*. INNOVATIVE : Journal of Social Science Research, 4(4), 7113-7122.
- Susianto, Budi. Johannes, Johannes. Yacob, Syahmardi. (2022). *Pengaruh Daya Tarik Wisata dan Amenitas Terhadap*

*Keputusan Berkunjung Wisatawan Pada Desa Wisata Kabupaten Kerinci. Jurnal Ilmu Manajemen Terapan, 3(6), 592-605. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6>*

PP RI 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010-2025

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK GASTRONOMI DI CIHAPIT BANDUNG TERHADAP KEPUASAN WISATAWAN**

**Aldhara Mahdavikia Yudiasa Asri  
Prof. Dr. Reiza D. Dienaputra, M.Hum  
Dr. Mohamad Sapari Dwi Hadian, S.T., M.T**

**Universitas Padjadjaran**

## **PENDAHULUAN**

Gastronomi telah menjadi salah satu aspek penting dalam industri pariwisata global, tidak hanya sebagai pemenuhan kebutuhan dasar wisatawan tetapi juga sebagai daya tarik utama suatu destinasi. Dalam beberapa dekade terakhir, pariwisata gastronomi telah berkembang pesat, menciptakan segmen pasar tersendiri yang menarik minat wisatawan untuk menjelajahi keunikan kuliner suatu daerah (Hall & Sharples, 2003). Fenomena ini tidak hanya memberikan pengalaman baru bagi wisatawan, tetapi juga membuka peluang ekonomi bagi masyarakat lokal dan mendorong pelestarian warisan kuliner.

Kota Bandung, sebagai salah satu destinasi wisata populer di Indonesia, telah lama dikenal dengan beragam kuliner khasnya yang menarik minat wisatawan dari berbagai daerah. Dari makanan tradisional Sunda hingga fusion modern, Bandung menawarkan spektrum kuliner yang luas dan beragam. Salah satu kawasan yang menjadi pusat kuliner di Bandung adalah Cihapit, yang telah berkembang menjadi *foodscape* yang dinamis, menawarkan berbagai produk gastronomi yang menarik bagi berbagai segmen wisatawan.

Dalam konteks pariwisata gastronomi, kualitas produk memegang peranan krusial dalam membentuk pengalaman dan kepuasan wisatawan. Menurut Kivela & Crotts (2006),

pengalaman gastronomi yang memuaskan dapat menjadi faktor penentu dalam keputusan wisatawan untuk berkunjung kembali ke suatu destinasi. Lebih dari itu, kepuasan terhadap produk gastronomi tidak hanya berpengaruh pada keputusan untuk berkunjung kembali, tetapi juga pada rekomendasi yang diberikan kepada calon wisatawan lainnya, yang pada gilirannya dapat meningkatkan citra destinasi dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal (Tsai & Wang, 2017).

### **GASTRONOMI DAN PARIWISATA**

Gastronomi, sebagai studi tentang hubungan antara budaya dan makanan, telah menjadi elemen integral dalam pengalaman wisata (Björk & Kauppinen-Räsänen, 2019). Dalam konteks pariwisata, gastronomi tidak hanya mencakup aspek konsumsi makanan tetapi juga melibatkan pengalaman budaya, sosial, dan lingkungan yang terkait dengan produksi dan konsumsi makanan di suatu destinasi (Ellis et al., 2018). Menurut Okumus et al. (2021), gastronomi telah menjadi faktor penarik (*pull factor*) yang signifikan dalam keputusan wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi. Hal ini sejalan dengan konsep "*foodscape*" yang diperkenalkan oleh Adema (2007) dan dikembangkan lebih lanjut oleh Björk & Kauppinen-Räsänen (2019), yang menggambarkan lanskap kuliner sebagai panggung pengalaman wisatawan.

*Foodscape*, sebagai konsep yang menggabungkan elemen makanan dan lanskap, menawarkan perspektif yang lebih holistik dalam memahami pengalaman gastronomi wisatawan. Menurut Adema (2007), *foodscape* tidak hanya mencakup makanan itu sendiri, tetapi juga meliputi lingkungan fisik di mana makanan diproduksi, dijual, dan dikonsumsi, serta aspek sosial dan budaya yang melekat padanya. Dalam konteks Cihapit, Bandung, *foodscape* ini terwujud dalam bentuk deretan warung, restoran, kafe, dan pedagang kaki lima yang menawarkan beragam hidangan, dari makanan tradisional Sunda hingga *fusion modern*, yang secara kolektif membentuk identitas kuliner kawasan tersebut.

Lebih lanjut, Long (2004) memperkenalkan konsep "*culinary tourism*" yang menekankan partisipasi wisatawan dalam pengalaman makanan yang berbeda dari kehidupan sehari-hari mereka. Konsep ini melihat gastronomi tidak hanya sebagai aktivitas konsumsi, tetapi juga sebagai bentuk eksplorasi budaya dan identitas lokal melalui makanan. Dalam konteks Cihapit, ini dapat terlihat dari bagaimana wisatawan tidak hanya menikmati rasa makanan, tetapi juga mempelajari sejarah dan tradisi di balik hidangan-hidangan khas yang disajikan.

### **Kualitas Produk Gastronomi**

Kualitas produk gastronomi merupakan faktor kunci dalam membentuk pengalaman kuliner wisatawan. Berbagai penelitian telah berupaya untuk mengidentifikasi dan mengukur dimensi-dimensi kualitas produk dalam konteks gastronomi. Menurut Kim et al. (2020), dimensi-dimensi utama kualitas produk gastronomi meliputi: Rasa: Merujuk pada cita rasa dan kelezatan makanan.

1. Presentasi: Berkaitan dengan tampilan visual dan penyajian makanan.
2. Keaslian: Mengacu pada keaslian resep dan bahan yang digunakan.
3. Variasi: Menunjukkan keragaman pilihan menu yang tersedia.
4. Nilai: Berkaitan dengan persepsi wisatawan terhadap kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima.

Namun, penting untuk dicatat bahwa konsep kualitas dalam konteks gastronomi bersifat multidimensi dan dapat bervariasi tergantung pada konteks budaya dan *preferensi individual*. Pestek & Cinjarevic (2014) menambahkan dimensi kesehatan dan kebersihan sebagai faktor penting dalam penilaian kualitas produk gastronomi, terutama dalam konteks pariwisata internasional di mana wisatawan mungkin memiliki kekhawatiran tentang keamanan makanan di destinasi yang asing bagi mereka. Teori SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman et al.

(1988) dan diadaptasi untuk industri makanan oleh Stevens et al. (1995) melalui DINESERV, memberikan kerangka tambahan untuk memahami kualitas layanan dalam konteks gastronomi. Meskipun fokus utama penelitian ini adalah pada produk, aspek layanan tidak dapat dipisahkan sepenuhnya dari pengalaman gastronomi secara keseluruhan. DINESERV mengidentifikasi lima dimensi kualitas layanan dalam konteks restoran: reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Integrasi antara kualitas produk dan kualitas layanan menjadi penting dalam memahami pengalaman gastronomi secara komprehensif.

Lebih lanjut, konsep "*authenticity*" atau keaslian menjadi semakin penting dalam diskusi tentang kualitas produk gastronomi. Taylor (2001) membedakan antara keaslian objektif (berkaitan dengan asal-usul dan metode produksi tradisional) dan keaslian konstruktif (berkaitan dengan persepsi dan interpretasi wisatawan tentang apa yang dianggap otentik). Dalam konteks Cihapit, Bandung, di mana tradisi kuliner Sunda bercampur dengan inovasi modern, pemahaman tentang keaslian menjadi kompleks dan dapat menjadi faktor penting dalam penilaian wisatawan terhadap kualitas produk gastronomi.

### **Kepuasan Wisatawan**

Kepuasan wisatawan didefinisikan sebagai evaluasi pasca-konsumsi terhadap pengalaman wisata secara keseluruhan (Oliver, 2014). Dalam konteks wisata kuliner, kepuasan wisatawan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk gastronomi yang dikonsumsi (Suhartanto et al., 2019). Tingkat kepuasan yang tinggi cenderung mengarah pada niat berkunjung kembali dan rekomendasi positif kepada orang lain. Teori *Expectation-Confirmation* (ECT) yang dikembangkan oleh Oliver (1980) dan kemudian diadaptasi oleh Bhattacharjee (2001) untuk konteks kepuasan konsumen, memberikan kerangka konseptual yang berguna untuk memahami proses terbentuknya kepuasan wisatawan. Menurut teori ini, kepuasan terbentuk ketika

ekspektasi awal wisatawan terkonfirmasi atau terlampaui oleh pengalaman aktual mereka.

### **Hubungan antara Kualitas Produk Gastronomi dan Kepuasan Wisatawan**

Penelitian terdahulu telah menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas produk gastronomi dan kepuasan wisatawan. Studi oleh Pérez Gálvez et al. (2017) menemukan bahwa kualitas makanan lokal memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas wisatawan. Sejalan dengan itu, Choe & Kim (2018) menegaskan bahwa pengalaman gastronomi yang berkualitas dapat meningkatkan kepuasan wisatawan secara keseluruhan terhadap destinasi yang dikunjungi. Teori nilai konsumen (*consumer value theory*) yang dikembangkan oleh Holbrook (1999) dan diaplikasikan dalam konteks pariwisata gastronomi oleh Choe & Kim (2018), menyediakan perspektif tambahan untuk memahami bagaimana wisatawan menilai pengalaman gastronomi mereka. Teori ini menyoroti bahwa nilai yang dirasakan wisatawan tidak hanya terbatas pada aspek fungsional (seperti rasa dan nutrisi), tetapi juga mencakup dimensi emosional, sosial, dan epistemik.

Konsep *memorable tourism experiences* (MTE) yang diperkenalkan oleh Kim et al. (2012) dan dieksplorasi dalam konteks gastronomi oleh Stone et al. (2018), menekankan pentingnya menciptakan pengalaman kuliner yang tidak hanya memuaskan tetapi juga berkesan dan tak terlupakan bagi wisatawan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian *cross-sectional*. Metode survei dipilih untuk mengumpulkan data primer dari responden yang telah mengunjungi dan mencoba produk gastronomi di kawasan Cihapit, Bandung.

Populasi penelitian adalah wisatawan yang pernah mengunjungi dan mencoba produk gastronomi di Cihapit, Bandung dalam enam bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan

adalah *purposive sampling*, dengan total 50 responden yang memenuhi kriteria inklusi.

Kuesioner digunakan sebagai instrumen utama penelitian, terdiri dari tiga bagian:

1. Profil demografis responden
2. Penilaian terhadap kualitas produk gastronomi (mengggunakan skala Likert 5 poin)
3. Penilaian kepuasan wisatawan (mengggunakan skala Likert 5 poin)

Data dianalisis menggunakan pada penelitian ini adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik sampel dan distribusi jawaban responden. Analisis regresi berganda untuk menguji pengaruh dimensi kualitas produk gastronomi terhadap kepuasan wisatawan. Uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan instrumen penelitian.

## PEMBAHASAN

Dari 50 responden, 55% adalah perempuan dan 45% laki-laki, dengan rentang usia dominan 25-34 tahun (40%). Mayoritas responden (60%) merupakan wisatawan domestik dari luar Bandung, sementara 30% adalah wisatawan lokal Bandung, dan 10% wisatawan mancanegara.

### A. Kualitas produk gastronomi

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa dimensi rasa memperoleh penilaian tertinggi (*mean* = 4.5), diikuti oleh keaslian (*mean* = 4.3), presentasi (*mean* = 4.2), variasi (*mean* = 4.0), dan nilai (*mean* = 3.8).

### B. Kepuasan wisatawan

Tingkat kepuasan wisatawan terhadap pengalaman gastronomi di Cihapit secara keseluruhan menunjukkan hasil yang positif dengan *mean* 4.2.

### C. Hasil analisis regresi

Analisis regresi berganda menunjukkan bahwa semua dimensi kualitas produk gastronomi memiliki pengaruh positif

dan signifikan terhadap kepuasan wisatawan ( $p < 0.05$ ). Rasa ( $\beta = 0.35$ ) dan presentasi ( $\beta = 0.28$ ) muncul sebagai prediktor terkuat, diikuti oleh keaslian ( $\beta = 0.22$ ), nilai ( $\beta = 0.18$ ), dan variasi ( $\beta = 0.15$ ).

Temuan penelitian ini menegaskan pentingnya kualitas produk gastronomi dalam membentuk kepuasan wisatawan di Cihapit, Bandung. Rasa dan presentasi menjadi faktor yang paling berpengaruh, mengindikasikan bahwa wisatawan sangat menghargai cita rasa autentik dan penyajian yang menarik. Keaslian produk juga memegang peranan penting, menunjukkan apresiasi wisatawan terhadap pengalaman kuliner yang autentik. Meskipun variasi dan nilai memiliki pengaruh yang lebih rendah, kedua faktor ini tetap signifikan dalam kontribusinya terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan menghargai keberagaman pilihan menu dan kesesuaian harga dengan kualitas yang diterima.

Implikasi dari temuan ini adalah perlunya strategi yang komprehensif dalam meningkatkan kualitas produk gastronomi di Cihapit. Pelaku bisnis kuliner perlu memfokuskan upaya pada peningkatan cita rasa dan inovasi dalam presentasi makanan, sambil tetap mempertahankan keaslian resep tradisional. Selain itu, diversifikasi menu dan penentuan harga yang kompetitif juga perlu diperhatikan untuk meningkatkan kepuasan wisatawan secara keseluruhan.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini mengonfirmasi adanya pengaruh positif dan signifikan dari kualitas produk gastronomi terhadap kepuasan wisatawan di kawasan Cihapit, Bandung. Dimensi rasa, presentasi, dan keaslian produk menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam membentuk kepuasan wisatawan. Temuan ini menekankan pentingnya mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk gastronomi sebagai strategi kunci dalam pengembangan pariwisata kuliner di Bandung.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adema, P. (2007). Foodscape: An emulsion of food and landscape. *Gastronomica*, 7(1), 3-5.
- Bhattacharjee, A. (2001). Understanding information systems continuance: An expectation-confirmation model. *MIS Quarterly*, 25(3), 351-370.
- Björk, P., & Kauppinen-Räsänen, H. (2019). Destination foodscape: A stage for travelers' food experience. *Tourism Management*, 71, 466-475.
- Choe, J. Y., & Kim, S. S. (2018). Effects of tourists' local food consumption value on attitude, food destination image, and behavioral intention. *International Journal of Hospitality Management*, 71, 1-10.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018). What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Holbrook, M. B. (1999). *Consumer value: A framework for analysis and research*. Routledge.
- Kim, J. H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51(1), 12-25.
- Kim, S., Park, E., & Lamb, D. (2020). Extraordinary or ordinary? Food tourism motivations of Japanese domestic noodle tourists. *Tourism Management Perspectives*, 29, 176-186.
- Okumus, B., Koseoglu, M. A., & Ma, F. (2021). Food and gastronomy research in tourism and hospitality: A bibliometric analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 92, 102727.
- Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469.
- Oliver, R. L. (2014). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (2nd ed.). Routledge.

- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Pérez Gálvez, J. C., López-Guzmán, T., Buiza, F. C., & Medina-Viruel, M. J. (2017). Gastronomy as an element of attraction in a tourist destination: the case of Lima, Peru. *Journal of Ethnic Foods*, 4(4), 254-261.
- Stevens, P., Knutson, B., & Patton, M. (1995). DINESERV: A tool for measuring service quality in restaurants. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 56-60.
- Stone, M. J., Soulard, J., Migacz, S., & Wolf, E. (2018). Elements of memorable food, drink, and culinary tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 57(8), 1121-1132.
- Suhartanto, D., Dean, D., Sosianika, A., & Suhaeni, T. (2019). Food souvenirs and their influence on tourist satisfaction and behavioural intentions. *European Journal of Tourism Research*, 23, 123-139.

# ***SUSTAINABLE RESTAURANT: TREN KEKINIAN NAN CERDAS DALAM MENYIKAPI ISU LINGKUNGAN***

**Bergas Anggito Adjie**

**Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**

Pariwisata merupakan salah satu industri yang melibatkan banyak pihak dan membawa dampak yang signifikan dalam sektor perekonomian. Pandemi Covid-19 yang terjadi beberapa waktu yang lalu telah membawa dampak negatif yang sangat besar terhadap para pelaku industri pariwisata. Indonesia dengan segudang destinasi wisata yang populer di kancah internasional pun terpukul dengan adanya pandemi Covid-19. Dalam kurun dua tahun terakhir, pariwisata telah sampai pada titik balik pemulihan dengan tren potensi pendapatan dan kunjungan yang naik secara signifikan. Tidak hanya itu, ternyata pasca pandemi juga membawa perubahan perilaku wisatawan dalam menentukan preferensi tujuan berwisatanya. Isu kesehatan kian menggugah banyak orang untuk lebih perhatian pada kondisi serta cara merawat kebugaran tubuhnya masing-masing. Perhatian terhadap lingkungan sekitar pun telah menjadi kebiasaan baru bagi mayoritas orang saat ini. Kedua hal tersebut saling berkaitan menciptakan tren gaya hidup baru yang memperhatikan bagaimana manusia dapat memanfaatkan sumber daya alam untuk menjaga kesehatan dirinya, namun juga sekaligus memperhatikan dampak yang diberikan terhadap lingkungan.

Restoran menjadi salah satu komponen penyusun dalam kepariwisataan, yaitu sebagai amenities pariwisata tentu berperan penting dalam memfasilitasi kebutuhan wisatawan. Namun, restoran saat ini tidak sekadar menjadi fungsi amenities saja, tetapi lebih jauhnya restoran telah menjadi bagian dari gaya hidup

berwisata masa kini. Sejak pandemi berlalu, mulai banyak bermunculan berbagai macam restoran dan kafe yang menonjolkan gaya hidup kembali ke alam. Mendapatkan udara segar, menikmati hidangan yang lezat dan sehat, serta berkontribusi positif terhadap lingkungan telah dibenamkan menjadi pola gaya berwisata yang kekinian.

Budaya *sustainable living* kian berkembang di masyarakat dalam menyikapi isu kesehatan dan lingkungan dalam berbagai aspek dalam kehidupan, salah satunya makanan. Istilah *sustainable restaurant* yang diadaptasi dari *sustainable living* sedang naik daun di kalangan pegiat kuliner dengan memadukan kebiasaan gaya hidup yang ramah lingkungan dan sehat ke dalam sektor kuliner. Tentu saja hal ini sangat aplikatif dalam dunia usaha kuliner mengingat sektor ini melibatkan banyak pihak khususnya dalam rantai pasok bahan baku dari hulu hingga hilir yang meninggalkan jejak karbon dalam jumlah besar. Konsep *sustainable restaurant* secara umum bertujuan untuk meminimalisir dampak lingkungan, implementasi tanggung jawab sosial, dan memastikan keberlanjutan ekonomi. Konsep ini diadaptasi dari penerapan *green practice* yang sudah umum diimplementasikan pada industri perhotelan. *Green Practice* telah merambah ke sektor *food and beverage* secara ritel seperti restoran dan juga kafe. Selain karena isu lingkungan, adaptasi *green practice* dalam konsep *sustainable restaurant* juga didasari efisiensi biaya operasional usaha yang sangat berpengaruh terhadap keuntungan. Adapun beberapa contoh restoran yang sudah mengadaptasi konsep *sustainable restaurant* di Indonesia, keduanya terletak di Yogyakarta, yaitu Yabbiekayu dan Warung Bumi Langit.

## YABBIEKAYU

Yabbiekayu merupakan restoran berikutnya di Yogyakarta dengan mengusung konsep ramah lingkungan serta menerapkan *farm-to-table* dalam operasionalnya. Restoran ini menjadi bagian

dari Yabbiekayu Eco-Bungalows yang secara keseluruhan usahanya berfokus pada penerapan prinsip dari *sustainable living* dalam kehidupan sehari-hari dan juga operasional pariwisata. Yabbiekayu terletak di Desa Wisata Tembi, Kecamatan Sewon, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Lokasi Yabbiekayu sangat strategis dan mudah dijangkau dari jalan raya Parangtritis yang menjadi penghubung antara kota Jogja dengan kota Bantul sekaligus akses wisata pantai selatan. Lingkungan sekitar Yabbiekayu terasa begitu tenang dan nyaman dengan dikelilingi pedesaan yang masih terjaga keasriannya mengingat Desa Wisata Tembi termasuk salah satu destinasi ekowisata yang populer di Indonesia.



Gambar. Yabbiekayu  
Sumber: *Google Maps - Yabbiekayu*

### Filosofi “*Wholefood*” dan “*Paddock-to-Plate*”

Restoran ini mengusung nama “Yabbiekayu *Wholefood Restaurant*” berikut dengan visi untuk menyajikan pengalaman menikmati hidangan sehat yang mengesankan. Tentunya dengan mengadaptasi filosofi *Whole Food* dan *Paddock-to-Plate (Farm-to-Fork)*. Kedua istilah tersebut tentu saja asing di telinga kita sebagai masyarakat Indonesia. Istilah *whole food* merupakan cara penyajian makanan dengan meminimalisir pengolahan bahan baku mentah menjadi makanan yang siap dihidangkan tanpa resiko mengurangi kandungan gizi dan manfaat dari bahan baku tersebut. Pendekatan ini dilakukan dengan meyakini bahwa kandungan gizi dari “*whole food*” lebih terjaga dibandingkan dengan *ultra-processing food* atau yang sering kita kenal sebagai makanan olahan.

Selain itu, istilah *Paddock-to-Plate* adalah adaptasi istilah “*Paddock*” dari Australia dan Selandia Baru yang secara harafiah berarti ladang pertanian, sedangkan “*plate*” merujuk pada hidangan yang anda nikmati. Jadi, Yabbiekayu dengan filosofi *Paddock-to-Plate* menjamin bahwa kesegaran dan kualitas seluruh bahan baku yang dihidangkan berasal dari tanaman yang dibudidayakan di kebun sendiri. Filosofi ini menekankan pada jarak terdekat antara kebun penghasil bahan baku dengan dapur dimana hidangan tersebut diolah dan disajikan sesegera mungkin kepada tamu.

Pendekatan filosofi ini menjamin kepastian keberlanjutan budidaya pertanian, kesegaran, serta kandungan gizi pada setiap hidangan yang disajikan. Restoran Yabbiekayu mengusahakan segala bahan baku dapat terpenuhi dari kebun milik sendiri dan lingkungan sekitar. Namun, beberapa bahan baku yang tidak memungkinkan dibudidaya sendiri, misal seperti sayuran yang umumnya berasal dari dataran tinggi, Yabbiekayu membeli bahan baku tersebut dari petani lokal sehingga meminimalisir rantai pasok pertanian yang besar kemungkinan menyumbangkan emisi karbon lebih besar.

Yabbiékayu menawarkan berbagai menu tradisional khas Indonesia yang sangat lezat namun tetap kaya nutrisi yang menyehatkan. Setiap hidangan yang disajikan tentu saja dikomposisikan dengan baik sehingga mendapatkan proporsi seimbang antara karbohidrat, protein, serat, dan juga lemak. Minuman yang tersedia pun disajikan secara alami dan pengunjung bebas memilih ingin menggunakan pemanis berupa gula non-rafinasi maupun madu berdasarkan preferensi masing-masing. Yabbiékayu juga memiliki menu *western* dengan resep otentik, namun diadaptasi menggunakan bahan baku berupa keanekaragaman bumbu dan rempah khas Indonesia.

Selain itu, terdapat beberapa menu spesial musiman yang bergantung pada ketersediaan bahan baku yang bersifat musiman, misal seperti buah-buahan lokal khas Indonesia. Menu tersebut merupakan perpaduan kuliner tradisional khas daerah lokal tetapi disajikan secara elegan khas hotel bintang lima dengan menggunakan bahan baku lokal yang segar. Bagi pengunjung yang sedang diet pun turut berbahagia karena Yabbiékayu menyediakan hidangan yang ramah dengan program diet berikut dengan berbagai indikator yang diperhatikan, seperti *gluten-free*, *vegan or vegetarian*, maupun bahan baku yang beresiko menyebabkan iritasi atau alergi. Segala kebutuhan dan keinginan pengunjung yang sesuai dengan prinsipnya sangat mungkin dapat dipenuhi dengan baik oleh Yabbiékayu.

Tidak cukup sampai itu saja, Yabbiékayu menerapkan *sustainable living* pada setiap aspek operasionalnya. Mulai dari kegiatan budidaya pertanian untuk memenuhi bahan baku yang diperlukan, Yabbiékayu menerapkan pendekatan *closed-loop farming* atau pertanian secara tertutup yang artinya segala sesuatu yang dihasilkan sangat minim limbah atau bahkan tidak menghasilkan limbah sama sekali. Konsep ini memungkinkan penggunaan *input* usaha tani berbahan organik sehingga

kebutuhan nutrisi tanaman atau hewan yang masuk ke dalam tanah dipastikan 100% organik dan ramah lingkungan. Sampah organik dan makanan sisa dari restoran dapat diolah kembali sebagai pakan ternak maupun pupuk kompos. Ayam pejantan yang ditenakan pun dibebaskan berkeliaran tanpa kandang sehingga dapat mencari pakan secara alami dengan sendirinya.

Peralatan makan yang digunakan Yabbiékayu juga menggunakan bahan yang ramah lingkungan dan dapat dipakai berulang kali. Tentu saja sangat minim atau bahkan tidak ada sampah yang dihasilkan sama sekali. Tisu sekali pakai sudah digantikan serbet berbahan kain yang dapat dicuci dan dipakai berulang-ulang dalam kondisi higienis. Serbet kain ini juga digunakan untuk pengering cuci tangan tanpa sedikitpun menggunakan tisu. Tempat pembungkus makanan juga menggunakan bahan organik yang mudah hancur ataupun didaur ulang, misal seperti penggunaan besek, sendok, dan garpu dari bambu, lalu sedotan bambu atau *stainless steel* untuk minuman yang disediakan dalam gelas kaca atau kaleng.

Untuk memenuhi kebutuhan air minum, Yabbiékayu memanfaatkan mata air murni yang kemudian melewati beberapa tahap filtrasi untuk sampai pada kondisi yang sangat layak dan berkualitas siap minum. Air minum tersebut dihidangkan kepada tamu dengan menggunakan botol dan gelas kaca sehingga tidak ada penggunaan air mineral kemasan di Yabbiékayu. Beberapa perangkat listrik dengan *watt* rendah yang dipakai pun menggunakan sumber arus listrik bertenaga surya. Dapat dikatakan segala biaya operasional Yabbiékayu ditekan seminimal mungkin dengan memanfaatkan berbagai variabel pengganti yang lebih ramah lingkungan sekaligus minim biaya operasional.

## WARUNG BUMI LANGIT



Gambar. Warung Bumi Langit  
Sumber: *Google Maps - Bumi Langit Institute*

Warung Bumi Langit menjadi destinasi kuliner ramah lingkungan berikutnya yang masih satu daerah dengan Yabbiékayu di Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta. Operasional warung ini berada di bawah naungan Bumi Langit *Institute*, sebuah lembaga yayasan badan wakaf yang didirikan oleh Iskandar Waworuntu. Warung Bumi Langit terletak di pinggir Jalan Raya Imogiri – Mangunan KM. 3, Desa Wukirsari, Kecamatan Imogiri yang menjadi jalur wisata menuju beberapa destinasi wisata populer di wilayah Kabupaten Bantul. Pada tahun 2017, mantan presiden Amerika Serikat, Barack Obama, sempat mengunjungi Warung Bumi Langit ketika berkunjung melakukan perjalanan wisata bersama keluarganya di Indonesia.

### **Inovasi Penerapan Permakultur**

Bumi Langit sendiri mulai dicetus dan dibangun oleh Bapak Iskandar Waworuntu pada tahun 2006 menggunakan lahan tegalan tandus yang hingga saat ini masih ditempati dan dimanfaatkan. Kemudian, Yayasan Badan Wakaf Bumi Langit mulai didirikan pada tahun 2011 dan berkembang dengan melibatkan masyarakat menjadi bagian dari keluarga besar Bumi Langit di tahun 2013 termasuk memulai menjalankan Warung Bumi Langit. Sang pionir, Bapak Iskandar, menempatkan Bumi Langit sebagai suatu ruang hidup bersama untuk melihat dan belajar bagaimana harmoni kehidupan manusia yang berdampingan dengan alam. Menitikberatkan manusia sebagai *khalifah* di muka bumi dengan peran tanggung jawab untuk menjaga keseimbangan alam. Bumi Langit juga menjadi wadah terbuka bagi umum untuk melihat bagaimana implementasi dakwah agama Islam dengan prinsip Sunnatullah dalam kehidupan sehari-hari. Selain itu, yayasan wakaf ini juga berperan dalam membentuk kelompok masyarakat mandiri dengan berbagai kegiatan pendidikan dan pengembangan, penerimaan, serta penyaluran zakat.

Berbeda dengan Yabbiékayu, Bumi Langit menerapkan prinsip Permakultur, merupakan kata akronim serapan dari Bahasa Inggris, yaitu *permanent agriculture*. Konsep ini mirip dengan *closed-loop farming* yang diterapkan oleh Yabbiékayu. Permakultur berarti pertanian dengan sistem yang permanen, lestari, dan berlangsung secara terus menerus. Prinsip ini perpaduan antara pertanian terpadu dan organik dengan memegang erat keseimbangan serta berkelanjutan dimana manusia berperan untuk selalu menjaga dan memelihara alam berdasarkan indikator yang diperhatikan, seperti perencanaan, penggunaan sumber daya alam, dan pendekatan yang beradab. Dapat dikatakan konsep Permakultur di Bumi Langit lebih jauh melibatkan banyak pihak dalam rangka membudayakan *sustainable living*, namun juga dengan kaidah kehidupan sosial secara luas, serta nilai-nilai keagamaan.

Serupa dengan Yabbiekayu, Warung Bumi Langit menyajikan berbagai macam hidangan khas Indonesia yang 100% menggunakan bahan baku hasil dari kebun Bumi Langit dan sebagian kecil didapat dari wilayah sekitar Yogyakarta. Hasil bumi tersebut juga rutin dijual untuk umum pada setiap hari Minggu pagi, antara lain sayuran organik segar, ikan, ayam, dan beras. Nasi yang digunakan dalam hidangan Warung Bumi Langit menggunakan beras organik pecah kulit (*unpolished*). Beberapa produk olahan dari Bumi Langit juga dijual secara bebas, seperti roti, kue, dan jajanan pasar berbahan baku tepung lokal; produk olahan susu sapi maupun kambing dalam bentuk susu segar, kefir, yoghurt, mentega, dan keju; lalu aneka rasa selai kombinasi buah-buahan lokal sesuai dengan musim dan ketersediaan hasil panen yang diolah secara alami tanpa penambahan pengawet.

Produk-produk tersebut dijual *fresh* dan hanya bisa didapatkan langsung di Warung Bumi Langit. Jadi, bahan baku yang dipakai untuk operasional Warung Bumi Langit sudah secara swadaya dapat dipenuhi kebutuhannya dari ladang milik sendiri. Tidak hanya produk, Bumi Langit menawarkan beberapa kegiatan yang bisa diikuti oleh masyarakat umum untuk belajar banyak hal di tempat ini, misal tur kebun, kursus pengolahan pangan dan memasak, karya wisata, dan pelatihan permakultur.

Bumi Langit telah dikembangkan dengan perencanaan yang matang sehingga menciptakan suatu kawasan beserta ekosistem yang madani dan ramah lingkungan. Mulai dari beberapa lahan tegalan tandus yang berbeda kepemilikan, lalu saat ini sudah berubah menjadi produktif menghasilkan produk pertanian yang bervariasi. Terdapat beberapa joglo pendopo dan rumah kayu yang dibangun dari sisa-sisa kayu dari hutan, kemudian dimanfaatkan sebagai restoran, rumah tinggal, dan mess bagi peserta pelatihan yang ingin belajar lebih lama di Bumi Langit. Ternak yang dirawat ada ikan, bebek, ayam, kambing, dan sapi

dengan memanfaatkan pakan organik, serta sistem komposting dari sampah organik sisa makanan. Lalu, limbah dari kandang ternak disimpan dalam tabung Biogas Digester untuk diolahkan sebagai sumber energi listrik.

Warung Bumi Langit menggunakan sistem energi listrik *hybrid* yang memadukan antara listrik PLN (bahan bakar fosil) dengan listrik mandiri berasal dari biogas, panel surya, dan tenaga diesel. Saat ini, Bumi Langit masih terus mengembangkan ekosistem listrik dengan sumber energi terbarukan secara menyeluruh. Limbah yang dihasilkan dalam bentuk cair maupun padat, kemudian dimanfaatkan kembali untuk pakan ternak cacing, pengurai limbah rumah tangga, juga bakteri baik untuk nutrisi kebun. Untuk sumber air bersih Bumi Langit berasal dari sumur bor *artesis* dengan kedalaman 160 meter dan menggunakan bantuan listrik *hybrid* sebagai pompa distribusi ke seluruh area Bumi Langit.

## SIMPULAN

Berdasarkan tinjauan beberapa referensi dan studi kasus yang ada, dapat disimpulkan bahwa konsep *sustainability restaurant* sangat menarik untuk dikembangkan dan diadaptasi di Indonesia. Konsep tersebut dapat menerapkan banyak hal yang selama ini kurang diperhatikan oleh masyarakat, misal pemanfaatan bahan baku lokal untuk diolah menjadi hidangan yang nikmat dan menarik, walaupun hanya modifikasi dari kuliner tradisional khas daerah setempat. Sumber daya dan hasil pertanian yang melimpah di Indonesia tentu saja menjadi keunggulan tersendiri bagi negara ini dalam rangka memanfaatkan konsep ini dalam jangka waktu pendek maupun panjang. Selain itu, konsep *sustainable restaurant* memungkinkan juga untuk mengatasi berbagai masalah yang terjadi di berbagai lini kehidupan termasuk bidang pertanian.

## SARAN

Adapun beberapa saran yang dapat penulis sampaikan, antara lain:

1. Konsep *sustainable restaurant* ini sangat mungkin diterapkan oleh banyak pelaku usaha kuliner. Pemanfaatan sumber daya alam yang efisien dan tepat guna menjadi langkah yang harus direncanakan dengan baik sehingga implementasi konsep ini dapat dilakukan secara sederhana.
2. Perlu adanya kerjasama antar *stakeholders* terkait untuk memulai dan menggunakan konsep ini secara menyeluruh. Inisiasi yang dimulai dari asosiasi restoran tentu akan sangat membantu pengembangan konsep ini pada setiap daerah di Indonesia mengingat banyaknya destinasi gastronomi dengan ciri khas masing-masing.

## DAFTAR PUSTAKA

- Chou, S., Horng, J., Liu, C., Huang, Y., & Chung, Y. (2016). Expert Concepts of Sustainable Service Innovation in Restaurants in Taiwan. *Sustainability*, 8(8):739. <https://doi.org/10.3390/su8080739>
- Fitriana, R. (2023, December 4). Yabbiekayu, Tempat Makan di Jogja Usung Konsep Sustainability. *IDN Times*. <https://jogja.idntimes.com/food/dining-guide/fit-1698178082-sqd/yabbiekayu-tempat-makan-di-jogja-usung-konsep-sustainability>
- Jacobs, G. & Klosse, P. (2016). Sustainable restaurants: A research agenda. *Research in Hospitality Management*, 6(1): 33–36. <http://dx.doi.org/10.2989/RHM.2016.6.1.4.1292>
- Jeong, E & Jang, S. (2010). Effects of restaurant green practices: Which practices are important and effective? *Caesars Hospitality Research Summit*, 13.

- Maarif, N. (2020, April 19). Ini Filosofi Bumi Langit Yogyakarta, Tempat Obama Pernah Makan Siang. *Detik News*. <https://news.detik.com/berita/d-4982724/ini-filosofi-bumi-langit-yogyakarta-tempat-obama-pernah-makan-siang>
- Ratri, D. S. P. (2022, Oktober 31). Mengasihi Bumi dan Mencintai Langit bersama Bumi Langit Institute. *Telusuri*. <https://telusuri.id/mengasihi-bumi-dan-mencintai-langit-bersama-bumi-langit-institute>
- Schubert, F. (2008). *Exploring and predicting consumers' attitudes and behaviours towards green restaurants* [Master's thesis, The Ohio State University]. [https://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc\\_num=osu1216261814](https://rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=osu1216261814)
- Teng, Y., Wu, K., & Liu, H. (2015). Integrating altruism and the theory of planned behavior to predict patronage intention of a Green Hotel. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 39(3): 299 – 315.
- Ul Haq, Z. (2021, November 23). Bumi Langit Institute: Bersahabat dengan Alam. *Green Network*. <https://greennetwork.id/kabar/bumi-langit-institute-bersahabat-dengan-alam>
- Yabbiekayu. *Yabbiekayu Wholefood Restaurant*. <https://www.yabbiekayu.com/yabbiekayu-restaurant>

**Konsep 5A (Atraksi, Aksesibilitas, Amenitas, Akomodasi, dan Aktivitas)** bukan hanya sekadar komponen yang membentuk destinasi wisata, tetapi juga menjadi pondasi untuk membangun sistem pariwisata yang berkelanjutan. Keberadaan daya tarik wisata harus dikelola dengan pendekatan konservasi lingkungan dan budaya. Disisi lain, aksesibilitas menjadi salah satu komponen penting yang sering terabaikan. Fasilitas penunjang dan akomodasi juga memainkan peran vital dalam memberikan pengalaman wisata yang nyaman dan memuaskan. Tidak kalah penting, kegiatan wisata harus dirancang untuk tidak hanya menghibur wisatawan, tetapi juga memberikan manfaat bagi komunitas lokal.

Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran menyadari bahwa tantangan yang dihadapi sektor pariwisata saat ini semakin kompleks, terutama dengan adanya perubahan iklim, pertumbuhan populasi, serta meningkatnya permintaan untuk pengalaman wisata yang lebih autentik. Perlu diingat bahwa tanpa perhatian pada keberlanjutan, pariwisata akan kehilangan nilainya. Pada book chapter ini, Anda akan mendapatkan wawasan dari berbagai hasil riset yang telah dilakukan pada konsep 5A terhadap objek wisata dan bagaimana implementasi keberlanjutan dilakukan pada sektor pariwisata.