

e-ISSN : 2685-9075 | p-ISSN: 1907-9419

Jki



JURNAL KEPARIWISATAAN INDONESIA

JURNAL PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN INDONESIA

VOL.16 | JUNI 2022

DIREKTORAT KAJIAN STRATEGIS
DEPUTI BIDANG KEBIJAKAN STRATEGIS
KEMENTERIAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF/
BADAN PARIWISATA DAN EKONOMI KREATIF

wonderful
indonesia 

**SUSUNAN KEANGGOTAAN KELOMPOK KERJA KEGIATAN
PENERBITAN JURNAL KEPARIWISATAAN INDONESIA (JKI) DAN
E-JURNAL PADA DIREKTORAT KAJIAN STRATEGIS
TAHUN ANGGARAN 2022**

- Penanggung Jawab : Dr. Ir. Wawan Rusiawan, M.M
(Person in Charge)
- Ketua Dewan Redaksi : Dini Andriani, S.Sos, M.E
(Editor in Chief)
- Redaktur Pelaksana : Masfuhurriqzi Iman, S.Si
(Handling/Managing/Co-Editor)
- Anggota Redaktur Pelaksana : 1. Muhammad Iqbal Rosyidi, S.T
2. Maria Ulfa, S.Sos
- Dewan Editor :
(Editorial Board)
- a. Dewan Editor Internal : 1. Dr. Frans Teguh, M.A
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
2. Drs. Noviendi Makalam, MA
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
3. Dr. Sri Utari Widyastuti
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
4. Ni Komang Ayu Astiti, S.Si., M.Hum
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
5. Shanthony, SH, M.H
Kementerian/Badan Pariwisata dan
Ekonomi Kreatif
- b. Dewan Editor Eksternal : 6. Drs. Roby Ardiwidjaja, M.BIT
Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN)
7. Dr. Heri Hermawan
Badan Pembinaan Ideologi Pancasila
8. Dr. Bashori Imron, M.Si,
Dewan Pelatihan Kerja Nasional (*Advisory Board* bidang Pelatihan Kerja Kemnaker)

9. Dr. Diena Mutiara Lemy, A. Par, M.M, CHE.
Scopus ID: 57193734223, SINTA ID: 5990658, Universitas Pelita Harapan, Indonesia
10. Busro, S.Ud., M.Ag
Scopus ID: 57205022652, UIN Sunan Gunung Djati Bandung, Indonesia
11. Muhammad Arfin Muhammad Salim, Ph.D, CHE
Scopus ID: 57195345354, Politeknik Pariwisata Makassar, Indonesia
12. Dr. Faurani I Santi Singagerda, SE, M.Sc
Scopus ID: 57201670863, Institute Business and Informatics Darmajaya, Indonesia
13. Dr. Asep Miftahuddin, S.Si., MAB
SCOPUS ID: 57216936988, Universitas Padjadjaran, Indonesia
14. Dr. Hayat, S.A.P., M.Si., CIQaR.
Scopus ID: 57216270482, Universitas Islam Malang, Indonesia
15. Firdaus, S.Sos., M.Si
Scopus ID: 57221607180, STKIP PGRI Sumatera Barat, Indonesia

Mitra Bestari
(Peer-Reviewers)

- :
1. Prof Azril Azahari, Ph.D
Ikatan Cendekiawan Pariwisata Indonesia (ICPI), Indonesia
 2. Prof. Dr. Janianton Damanik, M.Si
Scopus ID: 57192676817, Universitas Gadjah Mada, Indonesia
 3. Prof. Jatna Supriatna, M.Sc, Ph.D
SINTA ID: 5998979, Universitas Indonesia, Indonesia
 4. Prof. Dr. Muhammad Baiquni, M.A
Scopus ID: 57210758742, Universitas Gadjah Mada, Indonesia
 5. Dr. Bambang Rudito, M.Si
Scopus ID: 36632972600, Institut Teknologi Bandung, Indonesia
 6. Dr. Rudyanto,
Scopus ID: 57219201228, Universitas Tri Sakti, Indonesia

7. Dr. Devi Roza Kausar, Ph.D, CHE
Scopus ID: 3514600550, Universitas Pancasila, Indonesia
8. Dr. Thomas Stefanus Kaihatu, M.M
Scopus ID: 57191488161, Universitas Ciputra, Indonesia
9. Dr. Astrid Kusumowidagdo S.T., M.M
Scopus ID: 57192404810, Universitas Ciputra
10. Dr. Herlan Suherlan, M.M
Scopus ID: 57201673730, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia
11. Yuliani Dwi Lestari, PhD
Scopus ID: 55766034400, Universitas Indonesia, Indonesia
12. Nono Wibisono, PhD
Scopus ID: 57193737671, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia
13. Dr. BA (Hons)., Marceilla Suryana, MM.Par
Scopus ID: 57211457469, Politeknik Negeri Bandung, Indonesia
14. Prof.Dr. Hj. Aan Komariah, M.Pd
Scopus ID: 57190879046, Universitas Pendidikan Indonesia, Indonesia
15. Dwiesty Dyah Utami, S.ST.Par., MM.Par., M.Sc
Scopus ID: 57216290194, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia
16. Dr. Rahmi Setiawati, S.Sos, M.Si
Scopus ID: 57192942985, Universitas Indonesia, Indonesia

Editor Bahasa (<i>Assistant Editors</i>)	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kiftiawati, S.S., M.Hum (Bahasa Indonesia) 2. Fitri Sumirah, SS (Bahasa Inggris)
Tim Teknologi Informasi (<i>Journal Manager</i>)	:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Liza Hesti, S.Kom 2. Debby Permatasari 3. Ahmad Muharom
Desain Grafis	:	Rizka Dyah Utami, S.E

Tata Usaha/Sekretariat

1. Raditya, SE, M.Sc
2. Angga Wijaya Holma Fasa, S.H., M.H.
3. Fransiska Novieta Prabandari, S.E
4. Prastitya Priswi Kurniasih, MBA
5. Avid Wirayodha Nugraha, S.E
6. Shintya Priscillia Simanjutak, A.Md



Creative Commons Share Alike

DAFTAR ISI

❑	COVER	i
❑	SUSUNAN REDAKSI	ii - v
❑	DAFTAR ISI	vi
1	PENYEMPURNAAN PENGUKURAN KONTRIBUSI PARIWISATA: ALTERNATIF PERCEPATAN PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA Akhmad Mun'im	1 – 14
2	PENGEMBANGAN WISATA BERBASIS MASYARAKAT DI KAWASAN WISATA LAWE GURAH, TAMAN NASIONAL GUNUNG LEUSER Angelina Pasaribu, Eva Rachmawati	15 – 32
3	PERANCANGAN JALUR WISATA BERBASIS CAGAR BUDAYA DI DESA SIRNAJAYA, KECAMATAN SUKAMAKMUR, KABUPATEN BOGOR Januarani Razak, Hendarmawan, Ira Irawati	33 – 51
4	PERAN <i>STAKEHOLDER</i> DALAM PENGEMBANGAN PANTAI PULAU MERAH KABUPATEN BANYUWANGI SEBAGAI DESTINASI WISATA BAHARI Risa Amalia Kurniawati, Natasya Shaherani, Basuhnami Lena Leopold Coutrier, Hawa Sukmawati	52 – 60
5	PEMETAAN DAERAH BENCANA PADA DESTINASI KOTA PALOPO (STUDI KASUS BENCANA BANJIR DAN LONGSOR) Darwis, Masri Ridwan, Agus Zainuddin, Muh Kasim, Muh Yahya	61 – 76
6	TOURISM STORYTELLING, DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PERILAKU WISATA DI KAWASAN DANAU TOBA KABUPATEN SAMOSIR, SUMATERA UTARA Asmara Wildani Pasaribu, Juni Anggraini Ginting, Nukeu Novia Andriani	77 – 85
7	BIODATA PENULIS	86 – 88
8	BIODATA DEWAN EDITOR	89 – 90
9	BIODATA MITRA BESTARI	91
10	PEDOMAN PENULISAN	92

**PENYEMPURNAAN PENGUKURAN KONTRIBUSI
PARIWISATA:
ALTERNATIF PERCEPATAN PERTUMBUHAN EKONOMI
INDONESIA**

*Improvement on the Measurement of Tourism Contribution: An
Alternative to Accelerating Indonesia's Economic Growth*

Akhmad Mun'im¹

¹Direktorat Neraca Produksi

Badan Pusat Statistik

Jalan dr. Sutomo No 6-8, Jakarta Pusat, DKI Jakarta, Indonesia 10710

Indonesia

amunim@bps.go.id

Diterima: 04 April 2022. Disetujui: 28 Mei 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

*United Nations World Tourism Organization (UNWTO) merekomendasikan International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS) dan Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework (TSA:RMF) 2008 sebagai manual standar dalam penghitungan kontribusi pariwisata terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Badan Pusat Statistik (BPS) selaku kantor statistik nasional di Indonesia mengadopsi rekomendasi tersebut dalam menghitung kontribusi pariwisata di Indonesia sehingga kontribusi pariwisata Indonesia dapat dibandingkan dalam tataran global. Adopsi tersebut sekaligus menyempurnakan metode penghitungan kontribusi pariwisata yang sebelumnya dilakukan dengan pendekatan *shock* pada tabel *input-output* menjadi pendekatan *supply-demand* dengan menggunakan kerangka *supply and use table* (SUT). Dengan menggunakan kerangka SUT, disusun penyediaan produk-produk pariwisata yang dihasilkan oleh industri pariwisata dan industri non pariwisata. Dengan menyandingkannya bersamaan dengan konsumsi pariwisata internal, diperoleh besaran kontribusi pariwisata. Hasil penghitungan menunjukkan kecenderungan peningkatan kontribusi pariwisata Indonesia selama tahun 2016-2019. Dilihat dari besaran *tourism direct gross domestic product* (TDGDP), sektor pariwisata berkontribusi sekitar 4,6 – 4,9 persen terhadap PDB Indonesia.*

Kata Kunci: kontribusi pariwisata, SUT, TDGDP

Abstract

The United Nations World Tourism Organization (UNWTO) recommends International Recommendations for Tourism Statistics (IRTS) and Tourism Satellite Accounts:

Recommended Methodological Framework (TSA: RMF) 2008 as standard manuals for calculating tourism contributions to the Gross Domestic Product (GDP). The Statistics Indonesia-BPS, as a national statistical office in Indonesia, adopted these recommendations in measuring tourism contribution in Indonesia. So, it manages in comparison with a global level. This adoption also improves the method of calculating tourism contributions conducted previously using a shock approach in the input-output table to a supply-demand by using the supply and use table (SUT) framework. The SUT framework arranges the provision of tourism products produced by the tourism and non-tourism industries. By juxtaposing it with internal tourism consumption, the tourism contribution is achieved. The calculation results show an increasing trend of Indonesia's tourism contribution from 2016 to 2019. Judging from the tourism direct gross domestic product (TDGDP), the tourism sector contributes 4.6 to 4.9 percent of the Indonesian GDP.

Keywords: *contribution of tourism, SUT, TDGDP*

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Posisi geografis yang strategis menjadikan Indonesia sebagai negara yang sangat kaya akan sumber daya alam dan keanekaragaman hayati. Dengan jumlah pulau lebih dari 17.540 pulau yang dihuni oleh beragam suku dengan latar budaya yang heterogen, Indonesia menjadi negara yang menarik dikunjungi, baik oleh wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Posisi Indonesia yang diapit dua benua dan dua samudera, serta iklim tropis yang dimilikinya, menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata favorit bagi wisatawan mancanegara. Dengan kata lain, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor pariwisatanya.

Merujuk pada agenda pembangunan RPJMN IV tahun 2020—2024, peningkatan nilai tambah pariwisata merupakan salah satu prioritas pemerintah yang bertujuan untuk memperkuat ketahanan ekonomi untuk pertumbuhan yang berkualitas. Pengembangan sektor pariwisata diharapkan dapat meningkatkan *net* ekspor (jasa) dan menjaga kesinambungan fiskal. Pemerintah mencanangkan beberapa target pariwisata yang diamanatkan dalam agenda pembangunan RPJMN IV tahun 2020—2024 yang mencakup peningkatan nilai tambah dan investasi, peningkatan produktivitas tenaga kerja dan penciptaan lapangan kerja, peningkatan ekspor bernilai tambah tinggi, serta penguatan pilar pertumbuhan dan daya saing ekonomi. Pariwisata merupakan sektor yang penting mengingat perannya dalam penyerapan tenaga kerja, penerimaan devisa negara, serta mendukung pertumbuhan PDB (Yakup, 2019).

Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa tren kunjungan wisatawan di Indonesia selalu meningkat. Pada tahun 2010, jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) berjumlah lebih dari 7 juta kunjungan dan meningkat setiap tahunnya hingga tahun 2019 terdapat lebih dari 16 juta kunjungan wisman ke Indonesia. Pada periode yang sama, jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) pun menunjukkan tren peningkatan meskipun terjadi fluktuasi selama periode 2010—2019. Kecenderungan peningkatan jumlah kunjungan wisatawan berpotensi mendorong

terciptanya lapangan usaha di sekitar objek wisata tersebut sehingga mampu mendorong peningkatan pendapatan masyarakat sekitarnya (Mardianis & Syartika, 2018).

Berdasarkan perkembangan jumlah wisatawan tersebut, percepatan pembangunan infrastruktur, penyiapan tenaga kerja terampil, serta harmonisasi peraturan pemerintah perlu digalakkan guna menunjang pengembangan sektor pariwisata Indonesia. Penyiapan data-data pariwisata dilakukan untuk meningkatkan akurasi pencapaian target sebagaimana tertuang pada agenda pembangunan. Tersedia indikator makro yang terukur sehingga dapat menunjukkan seberapa besar kontribusi pariwisata dalam perekonomian serta dapat dibandingkan pada skala global menjadi isu dasar pentingnya penghitungan kontribusi pariwisata yang berbasis rekomendasi internasional.

Urgensi penghitungan kontribusi pariwisata telah lama disadari pemerintah. Melalui kementerian dan lembaga terkait, bekerjasama dengan BPS, pemerintah memperkirakan kontribusi pariwisata melalui pendekatan *shock* yang dilakukan pada kerangka tabel *input-output* (BPS, 2019). *Framework* tersebut menjelaskan keterkaitan antarkegiatan ekonomi yang ditunjukkan melalui transaksi barang dan jasa yang digambarkan di dalamnya (Zuhri, 2019). Model ini menjelaskan dampak perubahan *output* ekonomi akibat adanya perubahan (*shock*) yang diberikan pada sisi permintaan akhir ekonomi yang mencakup pengeluaran akhir rumah tangga, pengeluaran akhir pemerintah, pembentukan modal tetap bruto, dan ekspor (Malba & Taher, 2016).

Penghitungan kontribusi pariwisata yang sebelumnya berbasis tabel *input-output*, menggunakan besaran *shock* yang diperkirakan dari nilai konsumsi dan pengeluaran pemerintah serta belanja investasi pada sektor-sektor pariwisata. Dengan memasukkan besaran *shock* tersebut ke dalam matriks Leontief invers dari tabel I-O Indonesia, didapat besaran dampak total yang selanjutnya disetarakan dengan nilai kontribusi pariwisata.

Seiring dengan berkembangnya standar dan manual rekomendasi internasional, PBB melalui *United Nation World Tourism Organisation* (UNWTO) merekomendasikan *International Recommendations for Tourism Statistics* (IRTS) dan *Tourism Satellite Accounts: Recommended Methodological Framework* (TSA:RMF) 2008 sebagai manual dalam menghitung kontribusi pariwisata. Keduanya mengacu pada manual *System on National Account* (SNA) 2008 sehingga konsep, pendekatan, dan rekomendasi yang tercantum pada IRTS maupun TSA:RMF konsisten dengan konsep dan pendekatan yang dilakukan dalam menyusun neraca nasional. Kedua manual tersebut menunjukkan mekanisme yang jelas terkait aliran nilai pengeluaran dan konsumsi wisatawan hingga akhirnya dapat diturunkan menjadi kontribusi pariwisata. Selain itu, IRTS dan TSA:RMF juga menjelaskan bahwa kontribusi pariwisata dihitung melalui kerangka *Supply and Use Table* (SUT) yang menjabarkan keseimbangan *supply* (penyediaan) dan *demand* (permintaan) sektor-sektor pariwisata.

Kajian ini menjelaskan bagaimana BPS menyempurnakan penghitungan kontribusi pariwisata dengan membandingkan metode penghitungan saat ini yang berbasis SUT dengan metode sebelumnya yang menggunakan analisis dampak tabel *input-output*.

METODE

Kajian ini menjelaskan bagaimana BPS menghitung kontribusi pariwisata sesuai manual internasional yang direkomendasikan. Sebelumnya, BPS menggunakan kerangka tabel *input-output* untuk menghitung dampak adanya perubahan *shock* permintaan akhir pada sektor-sektor pariwisata terhadap perubahan *output* ekonomi Indonesia. Dampak tersebut selanjutnya disetarakan sebagai kontribusi pariwisata terhadap total ekonomi.

Tabel *input-output* sesungguhnya merupakan suatu alat (*tools*) analisis dalam membangun model keseimbangan umum (*general equilibrium*) seperti *Social Accounting Matrixes* (SAM) maupun *Computable General Equilibrium* (CGE). Tabel *input-output* menawarkan informasi yang komprehensif dan rinci mengenai penjualan dan pembelian barang dan jasa di antara berbagai sektor ekonomi. Keunggulan metode ini menjadikan tabel *input-output* lebih sesuai digunakan sebagai alat analisis bagi para ekonom, perencana dan pembuat kebijakan.

Agar dapat digunakan sebagai alat analisis dampak, tabel *input-output* perlu ditransformasi menjadi model analisis. Langkah pertama adalah mengubah transaksi antarsektor menjadi matriks *A* yang menunjukkan kebutuhan langsung suatu sektor untuk menghasilkan satu unit produknya. Matriks *A* disebut matriks koefisien teknis langsung. Koefisien teknis dihitung dari nilai yang diambil dari matriks transaksi dibagi dengan total *input*, masing-masing sektor.

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{X_j} \quad \dots (1)$$

Jika diketahui ada *n* buah sektor dalam suatu ekonomi dan diasumsikan bahwa $x_{ij} = a_{ij} \cdot X_j$, persamaan (1) dapat ditulis ulang dengan mensubstitusi X_j sehingga didapatkan:

$$\sum_{i=1}^n x_i = \sum_{i=1}^n a_{ij} \times X_j + \sum_{i=1}^n Y_i \quad \dots (2)$$

Persamaan (2) menunjukkan bahwa level produksi untuk setiap sektor *i* tergantung pada level produksi sektor lainnya serta banyaknya permintaan akhir (*Y_i*). Persamaan (2) juga menunjukkan bahwa *output* total industri (*X*) sama dengan jumlah permintaan antara untuk *output*-nya dan total permintaan akhir untuk *output*-nya (*Y*). Persamaan (2) dapat disederhanakan dalam bentuk persamaan matriks berikut

$$\mathbf{X} = \mathbf{AX} + \mathbf{Y} \quad \dots (3)$$

Berdasarkan persamaan (3), solusi yang didapatkan adalah:

$$\mathbf{X} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \mathbf{Y} \quad \dots (4)$$

dengan **I** adalah matriks identitas; **A** adalah matriks koefisien teknologi langsung; dan **Y** adalah matriks permintaan akhir.

Kontribusi pariwisata yang dihitung BPS sebelumnya didapatkan dengan memasukkan komponen pengeluaran akhir berupa pengeluaran wisatawan, pengeluaran belanja pemerintah untuk promosi wisata, serta realisasi investasi riil sektor pariwisata ke dalam matriks **Y**. Matriks $(\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1}$ merupakan matriks pengganda *Leontief* yang didapatkan dari tabel *input-output* Indonesia.

Dampak ekonomi yang dihasilkan dari analisis tabel *input-output*, yang kemudian disetarakan menjadi kontribusi pariwisata, merupakan dampak total yang terdiri atas tiga komponen, yaitu dampak langsung (*direct effect*), dampak tidak langsung (*indirect effect*), dan dampak terinduksi (*induced effect*). Artinya, ukuran yang didapatkan bukan hanya dampak langsung dari konsumsi wisatawan, melainkan mengandung estimasi lain yang dapat berdampak pada munculnya overestimasi kontribusi pariwisata. Pada sisi lain, ukuran kontribusi pariwisata seharusnya hanya mencerminkan dampak langsung yang ditimbulkan dari aktivitas pariwisata. Dengan demikian, akan lebih *fair* jika kajian bidang pariwisata dengan menggunakan analisis tabel *input-output* ditujukan untuk menghitung dampak sektor tersebut dalam perkenomian, bukan untuk mengukur kontribusinya (Socci et al., 2016). Tabel 1 menunjukkan perbedaan antara penghitungan kontribusi pariwisata yang dilakukan BPS sebelumnya dengan pendekatan penghitungan yang kini dilakukan.

Tabel 1. Perbedaan Penghitungan Kontribusi Pariwisata dengan Kerangka Tabel *Input-Output* dan Kerangka *Supply and Use Tables* (SUT)

Rincian	Pendekatan Tabel <i>Input-Output</i>	Pendekatan <i>Supply and Use Tables</i> (SUT)
Penggunaan cakupan klasifikasi	cakupan klasifikasi berdasarkan klasifikasi agregat dari Tabel <i>Input-Output</i>	mengadopsi klasifikasi industri dan produk pariwisata sesuai IRTS 2008
Kerangka kerja	Tabel <i>Input-Output</i>	<i>Supply and Use Tables</i> (SUT)
Basis data konsumsi pariwisata	mencakup pengeluaran wisatawan; pengeluaran belanja pemerintah untuk promosi pariwisata; dan realisasi investasi riil sektor pariwisata yang selanjutnya digunakan sebagai initial <i>shock</i> dalam analisis dampak tabel <i>input-output</i>	mencakup pengeluaran pariwisata internal, yaitu pengeluaran yang dilakukan oleh wisatawan internal (wisatawan domestik ditambah wisatawan mancanegara)
Metodologi	menggunakan metode analisis dampak multiplier Tabel <i>Input-Output</i>	menggunakan kerangka kerja SUT berdasarkan ukuran Nilai Tambah Bruto Langsung Pariwisata (<i>Tourism Direct Gross Value Added/TDGVA</i>) dan Produk Domestik Bruto Langsung Pariwisata (<i>Tourism Direct Gross Domestic Product/TDGDP</i>)

Sumber: Penulis, 2022

Rekomendasi IRTS dan TSA:RMF menjelaskan bahwa kontribusi pariwisata harus memperhatikan bagaimana produk-produk pariwisata dapat dikonsumsi, baik oleh wisatawan maupun nonwisatawan. Dengan kata lain, IRTS dan TSA:RMF mensyaratkan adanya gambaran yang jelas antara penyediaan produk-produk pariwisata dengan penggunaannya yang dilakukan oleh wisatawan dan diukur dari sisi konsumsi.

Melalui manual IRTS dan TSA:RMF akan dapat ditentukan level penyediaan produk-produk pariwisata yang sejalan dengan nilai konsumsi atas produk tersebut. Hal ini merupakan keunggulan dari metode penghitungan kontribusi pariwisata sebelumnya yang berbasis analisis dampak dari tabel *input-output*. Penghitungan kontribusi pariwisata melalui pendekatan tabel *input-output* lebih menjelaskan dampak dari keberadaan sektor

pariwisata terhadap aktivitas ekonomi lainnya yang terkait dengan sektor pariwisata. Melalui pendekatan *supply-demand*, sebagaimana yang direkomendasikan IRTS dan TSA:RMF, dapat dijelaskan bagaimana kebutuhan permintaan konsumsi wisatawan dapat disediakan oleh industri pariwisata.

Kerangka komprehensif yang dapat menjelaskan keseimbangan penyediaan dan penggunaan barang dan jasa adalah SUT (United Nations, 2018). SUT terdiri atas dua tabel, pertama ialah tabel *supply* (penyediaan) yang menjelaskan bagaimana barang dan jasa dihasilkan oleh setiap lapangan usaha (industri). Tabel *supply* juga menunjukkan penyediaan barang dan jasa yang berasal dari luar negeri (impor) untuk memenuhi kebutuhan ekonomi domestik. Kedua ialah tabel *use* (penggunaan) yang menunjukkan bagaimana penggunaan barang dan jasa pada setiap aktivitas ekonomi. Tabel ini menunjukkan struktur biaya setiap lapangan usaha dalam proses produksinya, serta porsi barang dan jasa yang digunakan dalam aktivitas domestik maupun transaksi luar negeri (ekspor). SUT sangat detil dalam menjelaskan transaksi barang dan jasa antarsetiap industri sehingga melalui *framework* tersebut dapat diturunkan nilai PDB yang konsisten dari tiga pendekatan, yaitu produksi, konsumsi, dan pendapatan.

Pada SUT, sisi kolom dari kedua tabel menunjukkan dimensi lapangan usaha (industri). Sisi baris pada SUT menunjukkan rincian komoditas (produk) barang dan jasa. Karakter SUT menjadikannya *powerful* dalam melakukan analisis dampak dari sisi industri maupun komoditas (Lenzen & Rueda-Cantuche, 2012). Dengan adanya dimensi lapangan usaha dan komoditas tersebut, setidaknya ada dua persamaan keseimbangan yang harus dipenuhi di dalam SUT, yaitu:

$$supply = use \quad \dots (5)$$

nilai barang dan jasa yang disediakan dari produksi dalam negeri dan impor harus sama dengan nilai barang dan jasa yang digunakan.

$$output = input \quad \dots (6)$$

nilai barang dan jasa yang diproduksi di dalam negeri harus sama dengan nilai barang dan jasa yang digunakan untuk kegiatan produksi di dalam negeri.

Dalam rangka kebutuhan penghitungan kontribusi pariwisata, SUT selanjutnya didisagregasi sesuai klasifikasi pariwisata. Kolom-kolom pada tabel *supply* maupun *use* didisagregasi ke dalam industri pariwisata dan nonpariwisata. Begitu pula baris pada kedua tabel juga didisagregasi menurut produk pariwisata dan non pariwisata (United Nations & World Tourism Organization, 2010). Tabel 2 menunjukkan klasifikasi produk dan industri pariwisata.

Tabel 2. Produk Berkarakter Pariwisata dan Industri Berkarakter Pariwisata

Produk	Industri
1. Jasa akomodasi untuk pengunjung	1. Akomodasi untuk pengunjung
2. Jasa penyediaan makanan dan minuman	2. Aktivitas penyediaan makanan dan minuman
3. Jasa transportasi penumpang kereta api	3. Transportasi penumpang kereta api
4. Jasa transportasi jalan	4. Transportasi jalan
5. Jasa transportasi air	5. Transportasi air
6. Jasa transportasi udara	6. Transportasi udara

Produk	Industri
7. Jasa penyewaan alat transportasi	7. Penyewaan alat transportasi
8. Jasa agen perjalanan dan reservasi lainnya	8. Aktivitas agen perjalanan dan reservasi lainnya
9. Jasa budaya	9. Aktivitas budaya
10. Jasa olahraga dan rekreasi	10. Aktivitas olahraga dan rekreasi
11. Barang-barang khas negara berkarakter pariwisata	11. Barang-barang eceran khas negara berkarakter pariwisata
12. Jasa khas negara berkarakter pariwisata	12. Aktivitas khas negara berkarakter pariwisata lainnya

Sumber: *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2008

Manual IRTS dan TSA:RMF menjelaskan bahwa kontribusi pariwisata dihitung dengan basis konsumsi wisatawan yang terjadi di wilayah ekonomi domestik. Terkait hal ini, konsumsi wisatawan yang digunakan dalam penghitungan kontribusi pariwisata Indonesia merupakan konsumsi pariwisata internal, mencakup konsumsi wisatawan mancanegara selama berada di Indonesia (termasuk penggunaan maskapai Indonesia untuk perjalanan dari dan ke Indonesia) ditambah konsumsi wisatawan domestik. Nilai konsumsi pariwisata internal selanjutnya akan disandingkan dengan nilai penyediaan produk pariwisata yang dihasilkan dari disagregasi SUT sehingga dapat diturunkan ukuran kontribusi pariwisata, yaitu:

- a. Nilai Tambah Bruto (NTB) Industri Pariwisata (*Gross Value Added Tourism Industry/GVATI*), yaitu total nilai tambah seluruh industri pariwisata yang dihasilkan dalam suatu perekonomian, tanpa memperhatikan apakah nilai tambah industri pariwisata tersebut dikonsumsi atau digunakan langsung oleh wisatawan.
- b. Nilai Tambah Bruto (NTB) Langsung Pariwisata (*Tourism Direct Gross Value Added/TDGVA*), ialah bagian dari nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh industri pariwisata dan industri lainnya yang secara langsung melayani wisatawan sebagai dampak dari konsumsi pariwisata internal.
- c. Produk Domestik Bruto (PDB) Langsung Pariwisata (*Tourism Direct Gross Domestic Product/ TDGDP*), merupakan jumlah nilai tambah bruto yang dihasilkan oleh semua industri sebagai respon terhadap konsumsi pariwisata internal.

Ketiganya menunjukkan besaran kontribusi pariwisata namun indikator yang paling relevan dalam menggambarkan kontribusi pariwisata dalam ekonomi suatu negara adalah TDGDP (United Nations et al., 2010). Indikator ini menyandingkan suplai produk pariwisata dengan nilai konsumsi wisatawan atas produk pariwisata yang disuplai tersebut. Artinya, indikator ini melihat sisi industri penyedia produk pariwisata serta konsumsi wisatawan yang mencerminkan permintaan produk-produk pariwisata. Hubungan agregat ekonomi dengan ketiga ukuran kontribusi pariwisata ditunjukkan pada tabel 3.

Tabel 3. Hubungan Agregat Ekonomi dengan Ukuran Kontribusi Pariwisata

Rincian	NTB industri pariwisata (GVATI)	NTB langsung pariwisata (TDGVA)	PDB langsung pariwisata (TDGDP)
NTB (atas dasar harga dasar) berdasarkan <i>supply</i> pengunjung pada industri pariwisata	√	√	√
NTB (atas dasar harga dasar) berdasarkan <i>supply</i> non pengunjung pada industri pariwisata	√	-	-
NTB (atas dasar harga dasar) berdasarkan <i>supply</i> pengunjung pada industri lain	-	√	√
NTB (atas dasar harga dasar) berdasarkan <i>supply</i> non pengunjung pada industri lain	-	-	-
Pajak produk netto dan impor termasuk nilai konsumsi internal (atas dasar harga pembeli)	-	-	√

Sumber: *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*, 2008

Data dan Sumber Data

Data utama dalam menghitung kontribusi pariwisata adalah nilai konsumsi pariwisata yang diturunkan dari nilai pengeluaran wisatawan hasil Survei Wisnus, dan Survei *Outbound* yang dilaksanakan oleh BPS. Selain itu, data pengeluaran wisatawan juga mencakup pengeluaran wisman yang berasal dari survei *Passenger Exit Survey* (PES) yang kemudian diselaraskan dengan data nilai ekspor jasa yang berasal dari Bank Indonesia (BI). Seluruh data pengeluaran wisatawan tersebut menjelaskan ukuran permintaan produk pariwisata. Ukuran suplai pariwisata didasarkan pada tabel SUT yang diperoleh dari BPS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata dapat dianggap sebagai suatu sektor luas yang merangkul berbagai aktivitas seperti ekonomi, ekologi, sosial, dan budaya (Sudana, 2013). Pariwisata merupakan aktivitas ekonomi dan sosial yang penting dalam skala lokal maupun global. Pada level kabupaten/kota, pariwisata berdampak pada pengembangan ekonomi daerah seperti ditunjukkan dengan peningkatan kontribusinya terhadap pendapatan daerah (Khoir et al., 2018).

Aktivitas pariwisata melibatkan berbagai lapangan usaha seperti jasa akomodasi, jasa restoran, serta jasa pengangkutan. Pada sisi lain, *demand* industri ini tidak hanya berasal dari wilayah domestik, tetapi juga berasal dari permintaan luar negeri.

Tabel 4 memperlihatkan bahwa baik pengeluaran wisatawan mancanegara maupun pengeluaran wisatawan domestik terus menunjukkan tren peningkatan selama 2016—2019. Selain itu, tipikal pengeluaran keduanya pun didominasi atas produk jasa akomodasi, jasa makan & minum, serta jasa angkutan udara penumpang meskipun porsi konsumsi ketiga produk tersebut berbeda untuk kedua jenis wisatawan tersebut. Konsumsi utama wisatawan mancanegara ialah produk jasa akomodasi sedangkan konsumsi utama wisatawan domestik ialah produk jasa angkutan udara penumpang. Selain itu, porsi pengeluaran wisatawan mancanegara atas ketiga produk tersebut berada di kisaran 60—70 persen. Porsi untuk ketiga produk tersebut di sisi wisatawan domestik berkisar 80 persen. Hal menarik lainnya adalah berdasarkan tabel 4 dapat ditunjukkan bahwa porsi pengeluaran wisatawan domestik atas belanja *souvenir* (barang-barang pariwisata) menempati urutan

keempat. Hal ini menjelaskan karakter wisatawan Indonesia yang kerap berbelanja di tempat wisata.

Tabel 4. Pengeluaran Wisatawan Mancanegara dan Wisatawan Domestik di Indonesia Tahun 2016—2019 (Milliar Rp)

Rincian	Pengeluaran Wisatawan Mancanegara				Pengeluaran Wisatawan Domestik			
	2016	2017	2018	2019	2016	2017	2018	2019
Produk Karakteristik Pariwisata								
Jasa Akomodasi bagi Wisatawan	48.724	60.425	80.397	82.441	232.740	236.764	243.615	264.602
Jasa Makan dan Minum	45.165	53.936	76.557	81.594	324.928	340.977	406.654	423.795
Jasa Angkutan Rel untuk Penumpang	335	378	438	503	1.555	1.864	2.342	2.768
Jasa Angkutan Darat untuk Penumpang	3.750	4.271	4.554	4.922	10.433	13.996	18.546	21.724
Jasa Angkutan Air untuk Penumpang	2.930	3.332	3.549	3.828	7.800	9.144	9.985	11.404
Jasa Angkutan Udara untuk Penumpang	21.496	24.699	32.634	25.351	366.511	414.164	446.762	510.602
Jasa Persewaan Kendaraan	995	1.118	1.817	1.430	33.817	37.642	43.790	50.296
Jasa Agen Perjalanan dan Reservasi Lainnya	32	36	41	46	5.133	5.713	6.572	7.644
Jasa Kebudayaan, Olahraga dan Rekreasi	10.708	12.117	13.592	15.614	7.867	19.781	24.514	25.990
Barang-barang Pariwisata	8.932	9.661	10.551	11.255	76.112	101.442	115.384	120.276
Jasa Pariwisata Lainnya	2.202	2.414	2.638	2.911	7.161	8.020	11.023	11.536
Produk Konsumsi Lainnya	32.398	37.995	43.541	49.397	7.533	3.740	7.945	4.256
TOTAL	177.668	210.382	270.309	279.293	1.081.590	1.193.248	1.337.132	1.454.893

Sumber: *Tourism Satellite Account Indonesia 2016—2019*, 2021

Pariwisata merupakan sektor strategis dimana pengembangan sektor ini dianggap dapat mendorong ekonomi regional termasuk di kawasan ASEAN (Moenir et al., 2021). Sektor ini memberikan manfaat yang nyata dalam pertumbuhan ekonomi (Sut, 2018). Dengan mengetahui ukuran indikator terkait pariwisata, kebijakan pembangunan pariwisata dapat dilakukan lebih terarah. Selain memperkirakan sisi *demand* pariwisata, pengambil kebijakan juga perlu melihat potensi suplai pariwisata negaranya. Tabel 5

menjelaskan nilai penyediaan produk-produk pariwisata selama tahun 2016-2019. Tabel tersebut memperlihatkan bahwa penyediaan produk-produk pariwisata selalu meningkat selama periode tersebut. Hal ini merupakan respon peningkatan konsumsi pariwisata internal yang juga selalu meningkat sebagaimana ditunjukkan pada tabel 4.

Tabel 5 juga menunjukkan perkembangan suplai produk pariwisata yang disandingkan dengan nilai rasio pariwisata. Rasio pariwisata merupakan perbandingan konsumsi pariwisata internal terhadap suplai pariwisata. Semakin besar nilai rasio pariwisata, semakin besar pula konsumsi wisatawan terhadap produk pariwisata tersebut. Secara keseluruhan, terlihat peningkatan nilai rasio produk pariwisata selama tahun 2016—2019. Artinya, porsi wisatawan dalam mengkonsumsi produk-produk pariwisata yang dihasilkan oleh industri pariwisata terus meningkat. Hal ini menjadi indikasi awal bahwa permintaan terhadap produk pariwisata Indonesia senantiasa meningkat.

Hal lain yang ditunjukkan di Tabel 5 adalah bahwa tidak ada produk pariwisata yang memiliki rasio pariwisata hingga seratus persen. Hal ini menunjukkan bahwa tidak semua suplai pariwisata dikonsumsi oleh wisatawan. Suplai produk pariwisata sebagian juga dikonsumsi oleh nonwisatawan. Sebagai contoh, rasio pariwisata untuk produk jasa angkutan rel penumpang yang berada di kisaran 60—70 persen. Artinya, sekitar 30—40 persen suplai angkutan rel penumpang dari PT KAI dikonsumsi oleh nonwisatawan. Pada praktiknya, hal ini dapat digambarkan oleh aktivitas penduduk (nonwisatawan) yang secara rutin berangkat kerja menggunakan moda transportasi ini. Artinya, meski suplai produk pariwisata tidak seluruhnya dikonsumsi oleh wisatawan namun tidak berarti tidak ada pihak yang menggunakannya. Suplai tersebut tetap habis dalam aktivitas ekonomi meski digunakan oleh nonwisatawan. Tabel 5 menunjukkan bahwa rekomendasi IRTS dan TSA:RMF dalam pengukuran kontribusi pariwisata memberikan fleksibilitas analisis sektor pariwisata.

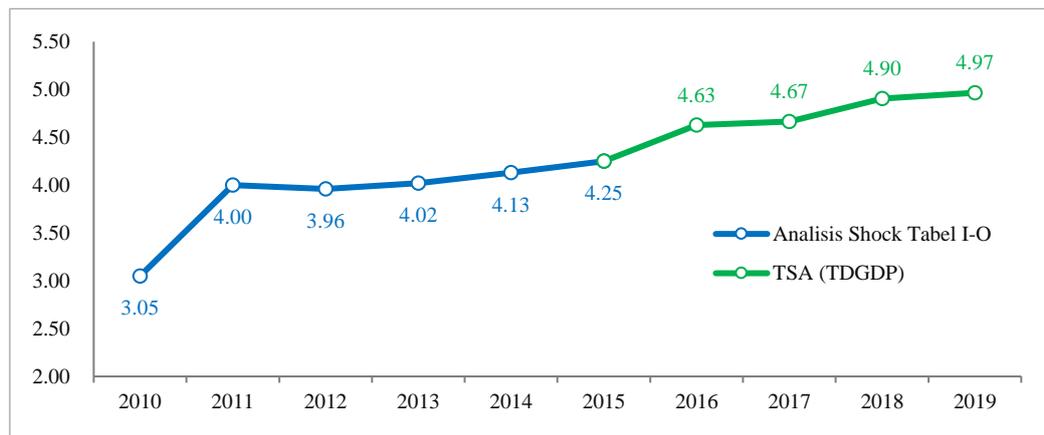
Tabel 5. Perbandingan Suplai Domestik Pariwisata dan Rasio Pariwisata Indonesia Tahun 2016—2019

Rincian	2016		2017		2018		2019	
	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)
Jasa Akomodasi bagi Wisatawan	285.474	98,60	309.095	96,15	329.278	98,40	353.605	98,14
Jasa Makan dan Minum	753.943	49,09	801.568	49,27	852.314	56,69	909.855	55,55
Jasa Angkutan Rel untuk Penumpang	2.915	64,85	3.334	67,23	3.986	69,74	4.744	68,96
Jasa Angkutan Darat untuk Penumpang	66.147	21,44	75.438	24,22	81.935	28,19	90.614	29,41
Jasa Angkutan Air untuk Penumpang	28.215	38,03	32.203	38,74	34.936	38,74	38.674	39,39
Jasa Angkutan Udara untuk Penumpang	397.895	97,51	447.587	98,05	485.866	98,67	544.057	98,51
Jasa Persewaan Kendaraan	51.503	67,59	57.861	66,99	64.741	70,44	73.783	70,11

Rincian	2016		2017		2018		2019	
	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)	Suplai Domestik (Milliar Rp)	Rasio Pariwisata (%)
Jasa Agen Perjalanan dan Reservasi Lainnya	6.086	84,88	6.834	84,13	7.633	86,64	8.644	88,96
Jasa Kebudayaan, Olahraga dan Rekreasi	70.028	48,73	79.293	74,78	88.955	78,97	102.233	75,93
Barang-barang Pariwisata	522.206	16,29	566.273	19,62	612.992	20,54	651.030	20,20
Jasa Pariwisata Lainnya	43.468	21,54	47.066	22,17	52.147	26,20	57.047	25,32
Produk Konsumsi Lainnya	21.445.330	0,19	23.508.990	0,18	25.678.424	0,20	27.483.189	0,20
TOTAL	23.673.211	5,32	25.935.543	5,41	28.293.207	5,68	30.317.476	5,72

Sumber: *Tourism Satellite Account Indonesia 2016—2019, 2021*

Gambar 1 menunjukkan perkembangan kontribusi pariwisata Indonesia 2010—2019. Data 2010—2015 merupakan kontribusi pariwisata yang dihitung dengan pendekatan analisis *shock* tabel *input-output*. Data 2016—2019 merupakan hasil penghitungan dengan pendekatan kerangka SUT. Gambar ini memperlihatkan bahwa kontribusi pariwisata Indonesia cenderung meningkat selama periode 2010—2019. Meskipun demikian, perubahan metode penghitungan kontribusi pariwisata berdampak pada munculnya patahan estimasi kontribusi pariwisata di periode transisi, yakni pada tahun 2015—2016. Idealnya, dilakukan *backasting* estimasi kontribusi mulai tahun 2015 ke belakang. Akan tetapi, keterbatasan data, khususnya data suplai pariwisata yang diukur dari SUT, menjadi kendala utama dalam melakukan *backasting* tersebut.



Gambar 1. Kontribusi Pariwisata Indonesia, 2010-2019 (%).

Sumber: Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) 2017, 2019; *Tourism Satellite Account Indonesia 2016—2019, 2021*

Tabel 6 menunjukkan perkembangan kontribusi pariwisata Indonesia. Terdapat tiga ukuran kontribusi, yaitu GVATI, TDGVA, dan TDGDP. Ketiganya menunjukkan tren

peningkatan kontribusi selama 2016—2019, kecuali GVATI yang sempat menunjukkan penurunan selama 2016—2018. Penurunan tersebut lebih disebabkan oleh pertumbuhan nilai tambah industri nonpariwisata yang lebih cepat dibandingkan nilai tambah pariwisata. Hal ini ditunjukkan dari level GVATI yang selalu tumbuh selama periode tersebut.

Angka GVATI menunjukkan kontribusi nilai tambah industri pariwisata terhadap seluruh Nilai Tambah Bruto (NTB) yang dihasilkan dalam suatu perekonomian. Indikator ini mencerminkan besaran kontribusi pariwisata dari sisi suplai. Indikator ini tidak memperhatikan apakah nilai tambah industri pariwisata tersebut dikonsumsi langsung oleh wisatawan. Dengan kata lain, besaran kontribusi pariwisata yang ditunjukkan pada GVATI lebih mencerminkan kontribusi industri pariwisata. Artinya, besaran ini kurang relevan menggambarkan kontribusi pariwisata terhadap perekonomian karena kurangnya kemampuan GVATI menghubungkan langsung dengan sisi *demand* pariwisata.

Berbeda dengan GVATI yang hanya mengukur kontribusi pariwisata dari sisi suplai, dalam mengukur kontribusi pariwisata, TDGVA dan TDGDP turut mempertimbangkan sisi suplai dan *demand* pariwisata. Oleh karena itu, kedua ukuran tersebut lebih relevan dalam mengukur kontribusi pariwisata. Perbedaan kedua ukuran tersebut, diantaranya adalah bahwa TDGVA tidak mencakup besaran pajak atas produk pariwisata. Konsekuensinya, ukuran kontribusi pariwisata TDGVA didapat dengan membandingkan ukuran tersebut dengan total NTB (atas dasar harga dasar), sedangkan kontribusi TDGDP diukur dengan membandingkannya dengan total PDB (NTB ditambah dengan *net* pajak atas produk).

Tabel 6. Perbandingan GVATI, TDGVA, dan TDGDP Indonesia Tahun 2016—2019

Rincian	2016		2017		2018		2019	
	Nilai (Milliar Rp)	%						
GVATI	849.353	7,10	925.290	7,08	996.892	7,00	1.085.447	7,15
TDGVA	553.404	4,63	609.711	4,67	698.255	4,90	753.973	4,97
TDGDP	576.758	4,65	635.277	4,67	728.791	4,91	786.182	4,97

Sumber: *Tourism Satellite Account Indonesia, 2016—2019*

Berdasarkan nilai TDGVA, kontribusi pariwisata Indonesia tahun 2016 hingga 2019 menunjukkan peningkatan, yaitu dari 4,63 persen pada tahun 2016 menjadi sebesar 4,97 persen pada tahun 2019. Pada sisi lain, TDGDP mengalami peningkatan dari 4,65 persen di tahun 2016 menjadi 4,97 persen pada tahun 2019. Hal ini sejalan dengan nilai konsumsi pariwisata internal yang juga selalu meningkat selama periode pengamatan. Kondisi ini juga selaras dengan penyediaan produk-produk pariwisatanya yang menunjukkan tren peningkatan.

Tabel 6 menjelaskan bahwa ukuran kontribusi pariwisata dapat dilihat dari tiga pendekatan. Ketiganya menjelaskan isu spesifik tertentu sesuai dengan konsep yang melekat. Hal ini memberikan keleluasaan bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam melakukan analisis kepariwisataan.

KESIMPULAN

Dalam mendukung kebijakan pembangunan ekonomi yang berkesinambungan, pengembangan sektor pariwisata menjadi salah satu alternatif prioritas yang dapat dilakukan mengingat keberlangsungan sektor ini tidak difokuskan pada eksploitasi sumber daya alam, melainkan mengoptimalkan daya kreativitas masyarakat serta dan pemberdayaan keindahan alam Indonesia. Indonesia sendiri memiliki beragam budaya yang menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan (Risman et al., 2016) sehingga pengembangan sektor ini sangat berpotensi mendorong perekonomian.

Pengukuran kontribusi pariwisata yang sesuai dengan manual dan rekomendasi internasional akan memudahkan keterbandingan posisi pariwisata Indonesia di tataran global. Selain itu, ukuran kontribusi pariwisata yang dihasilkan juga konsisten dipandang dari sisi penyediaan maupun penggunaannya. Mekanisme ini mampu menjelaskan industri pariwisata yang dominan dalam menyediakan produk pariwisata serta respons wisatawan atas suplai tersebut yang ditunjukkan dengan nilai konsumsinya yang dirinci menurut jenis wisatawannya.

Dalam implementasinya, BPS telah mengadopsi manual IRTS dan TSA:RMF serta menggunakan kerangka SUT dalam mengukur kontribusi pariwisata Indonesia. Hal ini memfasilitasi pemerintah dan pengambil kebijakan dalam merumuskan strategi perencanaan pengembangan pariwisata. Mereka memiliki lebih banyak alternatif dalam menentukan apakah akan mengembangkan industri pariwisata atau menentukan pengembangan produk yang sesuai dengan target wisatawannya.

Penyempurnaan metode penghitungan kontribusi pariwisata ini sudah diimplementasikan dalam penghitungan kontribusi pariwisata Indonesia 2016—2019. Dengan demikian, ukuran kontribusi pariwisata yang dihasilkan memiliki keterbandingan pada skala global. Pemerintah juga memiliki opsi yang semakin beragam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. Tabel 5 menunjukkan bahwa penyediaan (*supply*) beberapa produk pariwisata masih minim dikonsumsi oleh wisatawan. Jasa angkutan darat untuk penumpang dan jasa angkutan air untuk penumpang merupakan contoh dari produk pariwisata dengan rasio pariwisata di bawah 50 persen. Artinya, konsumsi wisatawan terhadap kedua produk tersebut dapat terus ditingkatkan mengingat penyediaannya cukup besar. Hal ini menjadi celah bagi pemerintah dalam mendorong peningkatan kontribusi pariwisata dalam PDB Indonesia.

Kontribusi pariwisata Indonesia selama 2016—2019 menunjukkan tren peningkatan, sejalan dengan jumlah kunjungan wisatawan dan nilai pengeluaran wisatawan tersebut. Kontribusi pariwisata Indonesia yang dicerminkan oleh nilai TDGDP menunjukkan bahwa kontribusi di tahun 2016 sebesar 4,65 persen naik menjadi 4,97 persen di tahun 2019.

Percepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia juga dapat ditempuh melalui pengembangan sektor pariwisata. Dengan memperhatikan proporsi pengeluaran wisatawan menurut produk pariwisata, pemerintah dapat menentukan minat dan ketertarikan wisatawan atas penyediaan produk-produk pariwisata Indonesia. Sementara itu, dengan memperhatikan besaran suplai industri pariwisata, pemerintah dapat mengetahui pelaku utama industri pariwisata yang dapat dikembangkan disesuaikan dengan permintaan produk pariwisatanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2019). *Neraca Satelit Pariwisata Nasional (Nesparnas) 2017*.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Tourism Satellite Account Indonesia 2016-2019*. Badan Pusat Statistik.
- European Commission, International Monetary Fund, Organisation for Economic Co-operation and Development, United Nations, & World Bank. (2009). *System of National Accounts 2008*. United Nations.
- Khoir, F., Ani, H. M., & Hartanto, W. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kabupaten Jember Tahun 2011-2017. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 12(2), 199–206. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i2.8320>
- Lenzen, M., & Rueda-Cantucho, J. (2012). A Note on The Use of Supply-Use Tables in Impact Analyses. *SORT (Statistics and Operations Research Transactions)*, 2(2).
- Malba, E., & Taher, I. M. (2016). Analisis Input-Output Atas Dampak Sektor Pariwisata terhadap Perekonomian Maluku. *Bina Ekonomi*, 20(2), 213–229. <https://doi.org/10.26593/BE.V20I2.2310.213-229>
- Mardianis, & Syartika, H. (2018). Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kabupaten Kerinci. *Jurnal Ekonomi Dan Kebijakan Publik*, 9(1), 53–65. <https://doi.org/10.22212/jekp.v9i1.972>
- Moenir, H. D., Halim, A., & Maharani, A. M. R. (2021). Implementasi ASEAN Tourism Strategic Plan (ATSP) dalam Pengembangan Pariwisata Sumatra Barat. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 49–63. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.49-63>
- Risman, A., Wibhawa, B., & Fedryansyah, M. (2016). Kontribusi Pariwisata Terhadap Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Indonesia. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13622>
- Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 18 Tahun 2020 Tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2020-2024, Pub. L. No. 18, Lembaran Negara RI No. 10 (2020).
- Socci, C., Ali, Y., Ciaschini, M., Pretaroli, R., & Severini, F. (2016). Estimating the economic impact of tourism industry through the MM approach. *Bulletin of the Transilvania University of Brasov. Series V: Economic Sciences*, 9, 127–152.
- Sudana, I. P. (2013). Strategi Pengembangan Desa Wisata Ekologis di Desa Belimbing, Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan. *Analisis Pariwisata*, 13(1), 11–31.
- Sut, U. (2018). Economic Aspects of Sustainable Tourism Development in India. *International Journal on Future Revolution in Computer Science & Communication Engineering*, 4(4), 906–908.
- United Nations. (2018). *Handbook on Supply and Use Tables and Input-Output Tables with Extensions and Applications*. United Nations.
- United Nations, Commission of the European Communities, Organisation for Economic Co-operation and Development, & World Tourism Organization. (2010). *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008*. United Nations.
- United Nations, & World Tourism Organization. (2010). *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*. United Nations.
- Yakup, A. P. (2019). *Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia*. Universitas Airlangga.
- Zuhri, Z. (2019). Model Input Output dan Aplikasinya pada Enam Sektor. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 3(1), 16–21. <https://doi.org/10.35126/ILMAN.V3I1.36>

**PENGEMBANGAN WISATA BERBASIS MASYARAKAT DI
KAWASAN WISATA LAWE GURAH,
TAMAN NASIONAL GUNUNG LEUSER**

*Community-based Tourism Development in the Lawe Gurah
Tourism Area, Gunung Leuser National Park*

Angelina Pasaribu¹, Eva Rachmawati^{2*}

^{1,2}Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan & Ekowisata, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan
Institut Pertanian Bogor
Jalan Ulin, Kampus IPB Dramaga, Bogor, Jawa Barat, Indonesia 16680
Indonesia

*eva.rachmawatisolihin@gmail.com

Diterima: 04 April 2022. Disetujui: 23 Mei 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

Pengembangan wisata berbasis masyarakat merupakan salah satu konsep wisata yang diharapkan dapat mengoptimalkan manfaat yang dirasakan oleh masyarakat. Akan tetapi, dalam upaya pengembangannya diperlukan kesiapan dari masyarakat karena mereka yang akan menjadi pengelola dan penyelenggara kegiatan pengembangan tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji kesiapan masyarakat Lawe Gurah untuk mengembangkan kegiatan wisata berbasis masyarakat di daerahnya dan mewujudkan wisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif dengan cara melakukan wawancara dengan masyarakat dan berbagai *stakeholder* yang terlibat dalam upaya pengembangan tersebut. Kerangka analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi kondisi kesiapan masyarakat ini adalah tahapan yang disusun oleh *Asia-Pacific Economy-Cooperation* (APEC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Lawe Gurah telah memiliki kesiapan yang baik untuk dapat mengembangkan kegiatan wisata berbasis masyarakat. Berdasarkan 9 tahapan yang diperlukan, masyarakat tersebut sudah mencapai tahapan ke-6 (masyarakat siap untuk mengembangkan wisata diwilayahnya, masyarakat sudah memiliki kemampuan dasar untuk pengembangan wisata, ada- kepemimpinan dan struktur organisasi pengelola wisata, upaya pengembangan organisasi pengelola wisata, dan pengembangan kemitraan, mengadopsi pendekatan terpadu). Ada 3 tahapan lagi yang belum tercapai, yaitu ketersediaan rencana dan desain produk, penyusunan strategi pemasaran, dan implementasi serta *monitoring* kawasan. Oleh karena itu, masyarakat masih perlu menyiapkan beberapa hal agar pengembangan wisata dapat lebih berkelanjutan. Hal-hal tersebut antara lain terkait dengan pengembangan wisata dengan pendekatan terpadu, penyiapan produk wisata

yang bervariasi, kajian terkait *demand* atau permintaan wisata serta mekanisme *monitoring* dan evaluasi dari kegiatan wisata tersebut.

Kata Kunci: Gunung Leuser, kesiapan masyarakat, Lawe Gurah, taman nasional, wisata

Abstract

Community-based tourism development is one of the tourism concepts expected to optimize the benefits felt by the community. However, community readiness is needed in its development efforts because they will be the managers and organizers of these development activities. This study aims at the Lawe Gurah community's preparation to develop community-based tourism activities in their area and realize sustainable community-based tourism. This research was conducted qualitatively by conducting interviews with the community and various stakeholders involved in the development effort. The analytical framework used to identify the condition of community readiness is the stages developed by the Asia-Pacific Economy-Cooperation (APEC). The study results indicate that the Lawe Gurah community has good readiness to develop community-based tourism activities. Based on nine crucial stages, the community has reached stage 6, which means: that the community is ready to develop tourism in their area, the community has basic skills for tourism development, there is leadership and organizational structure for tourism management, there are efforts to advance tourism management organizations, partnership development, adopting an integrated approach. Three more states that have not been achieved are the availability of product plans and designs, preparation of marketing strategies, and implementation and monitoring of the area. Therefore, the community still needs to prepare several things to be more sustainable tourism development. These things are related to tourism development with an integrated approach, the preparation of various tourism products, studies related to tourism demand, and the monitoring and evaluation mechanism of these tourism activities.

Keywords: *community readiness, Gunung Leuser, Lawe Gurah, national parks, tourism*

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Wisata berbasis masyarakat (*Community-based tourism/CBT*) adalah bentuk pengembangan masyarakat yang dapat memperkuat kemampuan masyarakat lokal untuk mengelola sumber daya dan memantau partisipasi masyarakat (Nurhidayati & Fandeli, 2012). CBT adalah salah satu komponen pariwisata yang memberi banyak manfaat bagi masyarakat setempat. Banyak negara berkembang telah menggunakan CBT sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup dan mendukung aspek ekonomi (Anuar & Sood, 2017). CBT dapat membantu masyarakat lokal dalam menghasilkan pendapatan, mendiversifikasi ekonomi lokal, melestarikan budaya, melestarikan lingkungan, menyediakan peluang pendidikan, dan menjadi alat pengentasan kemiskinan (Nurhidayati & Fandeli, 2012). CBT membutuhkan pendekatan jangka panjang yang bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang bagi masyarakat setempat serta membatasi kelemahan dan ancaman wisata terhadap masyarakat dan sumber daya lingkungan mereka (Hamzah & Khalifah, 2009).

Wisata berkontribusi untuk pembangunan berkelanjutan. Adanya kegiatan wisata dapat mengikutsertakan masyarakat lokal, memberikan pembinaan pendidikan terhadap masyarakat lokal, dan menambah keterampilan serta pengelolaan lokal (Aziz, 2008). Pengembangan masyarakat yang dibangun melalui interaksi wisata membuka kesempatan untuk membuka lapangan pekerjaan yang berkelanjutan dan bisnis yang menguntungkan di kalangan masyarakat lokal (UNWTO, 2015). Kurangnya pemahaman masyarakat atas potensi sumberdaya sekitar mereka dapat menjadi hambatan bagi masyarakat untuk berpartisipasi (Hamzah & Khalifah, 2009). Dalam konteks inilah peran pemerintah sangat diperlukan dalam memberikan dukungan dengan program pengembangan kapasitas wisata yang berbasis masyarakat (Mtapuri & Giampiccoli, 2016). (Giampiccoli & Mtapuri, 2014) menyatakan bahwa peran pemerintah sangat penting untuk penyebaran kebijakan, pemberdayaan, dan pembangunan kapasitas secara keseluruhan.

Hambatan yang dihadapi dalam pengembangan CBT dapat berupa sumber dana yang tidak mencukupi, kurangnya jumlah sumber daya manusia yang berpotensi dalam bidang wisata, kesiapan masyarakat dalam menyikapi pentingnya pengembangan wisata, dukungan dari berbagai pihak, dan sebagainya (Rahayu et al., 2016). Kesiapan masyarakat memengaruhi suksesnya pengelolaan wisata berbasis masyarakat. Kawasan Lawe Gurah Taman Nasional Gunung Leuser merupakan salah satu kawasan wisata yang pengelolaannya dibantu oleh masyarakat. Penelitian ini penting dilakukan untuk merumuskan strategi pengembangan wisata berbasis masyarakat dengan mengidentifikasi tahapan CBT yang terbagi menjadi dua, yaitu tahap *how to sustain CBT* dan tahap *how to develop CBT* (Hamzah & Khalifah, 2009). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi kesiapan masyarakat dalam rangka pengembangan wisata berbasis masyarakat di wilayahnya. Kondisi masyarakat ini dianalisis dengan berdasarkan pada kerangka tahapan CBT yang disusun oleh APEC.

METODE

Metode Pengumpulan Data

Penelitian dilaksanakan pada bulan Februari-Maret 2020 di Kawasan Wisata Lawe Gurah, Taman Nasional Gunung Leuser yang terletak di Desa Ketambe, Kecamatan Ketambe, Kabupaten Aceh Tenggara. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, yaitu wawancara dan observasi lapangan. Data yang dikumpulkan melalui wawancara mengacu pada sembilan langkah dalam pengelolaan wisata berbasis masyarakat yang disusun oleh APEC (Lihat Tabel 1).

Tabel 1. Tahapan Pengembangan *Community-based Tourism*

Tahapan	Informasi yang dikumpulkan
Mengidentifikasi kebutuhan masyarakat dan kesiapan masyarakat untuk kegiatan wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Keterlibatan masyarakat dalam kegiatan wisata - Peran wisata terhadap masyarakat - Situasi dan kondisi masyarakat sekitar kawasan wisata.
Mengidentifikasi kemampuan dan persiapan komunitas di masyarakat	<ul style="list-style-type: none"> - Potensi wisata yang akan dikembangkan dan dipromosikan - Kegiatan atau sosialisasi yang sudah dilaksanakan - Persiapan yang sudah dilaksanakan oleh komunitas setempat.
Menganalisis kepemimpinan dan struktur organisasi di kawasan wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Bagaimana kepemimpinan dan struktur organisasi di Kawasan Wisata Lawe Gurah.
Mempersiapkan dan mengembangkan organisasi yang ada	<ul style="list-style-type: none"> - peran pada setiap organisasi yang terkait.
Menganalisis pengembangan kemitraan yang sudah dilaksanakan	<ul style="list-style-type: none"> - Kemitraan dan pengembangannya dalam pengelolaan wisata
Menganalisis pendekatan terpadu yang sudah dijalankan	<ul style="list-style-type: none"> - Pendekatan terpadu yang sudah dan belum dijalankan
Menganalisis rencana dan desain produk	<ul style="list-style-type: none"> - Rencana dan desain produk yang sudah dan akan disusun
Menganalisis permintaan pasar dan pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> - Permintaan pasar dan strategi pemasaran kawasan yang sudah dan akan dilakukan - Strategi pemasaran yang sudah dan akan dilakukan.
Menganalisis proses implementasi dan <i>monitoring</i> kawasan wisata	<ul style="list-style-type: none"> - Kegiatan implementasi serta <i>monitoring</i> yang dilakukan pada kawasan wisata oleh para stakeholder.

Sumber: Hamzah & Khalifah, 2009

Metode wawancara yang digunakan adalah *in-depth interview* (wawancara mendalam). Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada pengelola dan masyarakat adalah teknik *snowball sampling*. Kriteria *key-informan* adalah orang yang paling paham, memiliki wewenang, dan berperan penting dalam pengelolaan Kawasan Wisata Lawe Gurah, informan yang mengelola langsung kawasan wisata Lawe Gurah dan pengaruh dalam mengambil keputusan terkait pengelolaan kawasan wisata. *Key-informan* yang dipilih adalah Kepala Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser dan Kepala Desa Ketambe. Pengambilan data pengunjung menggunakan metode *accidental sampling*. Rincian jumlah informan dapat dilihat pada Tabel 2.

Selain wawancara, pengumpulan data juga dilakukan melalui observasi lapang dan studi literatur. Data dan informasi yang dikumpulkan antara lain kondisi umum lokasi penelitian meliputi beberapa aspek, yaitu biologi, fisik sosial, Objek daya tarik wisata alam (ODTWA), dan data pengunjung dalam 5 tahun terakhir. Data penunjang didapat dari data tahunan pihak Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga, serta data administratif Desa Ketambe.

Tabel 2. Daftar Informan dalam Penelitian

Instansi/ Informan	Jabatan	Jumlah (orang)
Balai TNGL	Kepala Balai Besar	1
	Kepala Bidang Teknis Konservasi	1
	Kepala Sub-bagian Program dan Kerjasama	1
	Kepala Resort Lawe Gurah	1
	Staff Resort Lawe Gurah	3
	Analisis Data Keuangan	1
	Staff STPN IV	3
Masyarakat Lokal	Berpartisipasi aktif dalam kegiatan wisata	14
	Tidak berpartisipasi dalam kegiatan wisata	21
Pengunjung	Warga Negara Indonesia	12
	Warga Negara Asing	6
Pemerintah Daerah	Kepala Dinas Pariwisata, Kepemudaan dan Olahraga	1
	Kepala Seksi Pengelolaan Strategis	1
	Sekretaris Dinas Pariwisata	1

Sumber: Hasil pengamatan lapang, 2020

Masyarakat lokal terdiri atas 14 informan yang berpartisipasi aktif (8 pemilik *guesthouse* dan 6 pemandu wisata yang berpartisipasi langsung dalam kegiatan wisata) dan 21 responden dalam kategori tidak berpartisipasi aktif (masyarakat Desa Ketambe yang bukan pemilik *guesthouse* dan pemandu wisata). Masyarakat yang berperan aktif dalam pengelolaan kawasan terdiri atas lima dari total delapan pemilik *guesthouse* di Ketambe (Wisma Cinta Alam Ketambe, *Friendship Guesthouse*, Sadar Wisata, Pondok Wisata, dan *Thousand Hills Guesthouse*) dan beberapa pemandu wisata. Masyarakat yang tidak berperan aktif dalam kegiatan wisata terdiri dari beberapa aparatur desa, seperti kepala desa, sekretaris desa, kepala dusun di Desa Ketambe, dan masyarakat lokal lainnya. Responden pengunjung terdiri atas pengunjung WNI maupun WNA dengan total responden adalah 18 orang. Informan dari Dinas Pariwisata berjumlah 3 orang yang terdiri atas kepala dinas pariwisata kepemudaan dan olahraga Kabupaten Aceh Tenggara, kepala seksi pengelolaan strategis, dan Sekretaris dinas pariwisata.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Lawe Gurah sudah memiliki kesiapan dan kemampuan untuk mengembangkan kegiatan wisata berbasis masyarakat di wilayahnya. Akan tetapi, masyarakat belum memiliki kesiapan dan kemampuan untuk melaksanakan pengembangan wisata berbasis masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini terlihat dari kondisi *eksisting* masyarakat yang baru mencapai 6 tahapan atau kondisi yang diperlukan untuk mengembangkan wisata berbasis masyarakat. Tahapan-tahapan tersebut ialah (1) sudah ada kesiapan masyarakat untuk mengembangkan wisata; (2) masyarakat sudah memiliki kemampuan dasar untuk terlibat dalam pengembangan wisata, (3) ada kepemimpinan dan tersedia struktur organisasi pengelola wisata, (4) sudah ada upaya pengembangan organisasi pengelola wisata tersebut, (5) ada upaya pengembangan kemitraan dan (6) ada upaya untuk mengadopsi pendekatan terpadu dalam pengembangan wisata.

Akan tetapi, masyarakat dan pengelola wisata Lawe Gurah belum mencapai kondisi yang dapat menjamin keberlangsungan dari pengembangan wisata di wilayahnya. Hal ini terlihat dari belum tercapainya 3 kondisi atau tahapan yang diperlukan untuk membuat kegiatan wisata tersebut tetap berlangsung. Kondisi tersebut ialah (1) tersedianya rencana dan desain produk wisata, (2) teridentifikasinya permintaan pasar dan tersedianya strategi pemasaran kawasan, (3) dilaksanakannya implementasi dan *monitoring* pelaksanaan wisata di wilayah tersebut.

Tahapan atau kondisi kesiapan masyarakat yang telah tercapai dalam upaya pengembangan kawasan wisata di wilayah-tersebut dapat dilihat pada uraian berikut ini:

1. Telah Teridentifikasi Kebutuhan Masyarakat dan Kesiapan Masyarakat untuk Kegiatan Wisata

Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan, masyarakat membutuhkan kegiatan wisata, khususnya CBT, dalam meningkatkan perekonomian mereka, yakni penciptaan lapangan pekerjaan dan menjadi salah satu upaya konservasi di Lawe Gurah. Masyarakat beralih profesi dari petani menjadi pemandu, pedagang, bahkan pemilik *guesthouse*. CBT menjadi upaya konservasi karena dapat mengubah masyarakat yang sebelumnya bergantung pada pertanian dan melakukan pembukaan lahan menjadi pelaku wisata. Selain melihat kebutuhan masyarakat, aspek kesiapan masyarakat juga dinilai dari tahap ini. Masyarakat Ketambe siap dalam CBT karena sebagian masyarakat memahami kondisi dan potensi kawasan mereka serta sudah berpartisipasi dalam kegiatan wisata (pemandu, pedagang, dan pemilik *guesthouse*).

Kebutuhan masyarakat merupakan aspek krusial yang diperlukan dalam pelaksanaan kegiatan wisata. Terdapat tiga batasan dalam mengkaji kebutuhan dan kesiapan masyarakat untuk kegiatan wisata, yaitu, pertama, menganalisis alasan keterlibatan masyarakat dalam kegiatan wisata serta alasan kegiatan wisata sebagai sarana alternatif dalam pengembangan masyarakat; kedua, mengidentifikasi peran wisata terhadap masyarakat; dan langkah yang terakhir adalah menganalisis situasi dan kondisi masyarakat sekitar kawasan wisata (Hamzah & Khalifah, 2009).

Masyarakat merupakan pihak yang paling mengenal dan memahami kondisi kawasan sekitar mereka, khususnya Lawe Gurah. Dengan demikian, masyarakat lokal harus benar-benar diperhatikan oleh pengelola maupun pemerintah daerah setempat. Berdasarkan pengamatan lapangan dan hasil wawancara, masyarakat lokal memiliki potensi berupa beragam aktivitas yang dapat dikreasikan menjadi produk wisata. Kebudayaan lokal masyarakat yang disajikan dalam bentuk festival budaya melahirkan keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Masyarakat lokal akan lebih memahami produk wisata yang dikembangkan serta dampak yang ditimbulkan, dibandingkan masyarakat dari luar kawasan wisata. Masyarakat lokal juga mempunyai kontribusi dalam upaya mempromosikan produk destinasi pariwisata karena masyarakat lokal merupakan komponen utama pembentuk citra atau *image* destinasi pariwisata.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan wisata dapat dijadikan alternatif kegiatan bagi masyarakat. Berdasarkan perspektif masyarakat, pengelola, dan pemerintah daerah setempat, kegiatan wisata banyak membantu perekonomian masyarakat,

meningkatkan PAD (Pendapatan Asli Daerah), serta memaksimalkan potensi kawasan. Kegiatan wisata juga menjadi alternatif dalam upaya konservasi. Hal ini disebabkan adanya peralihan profesi masyarakat yang semula bermata pencaharian sebagai petani menjadi pemandu wisata. Secara tidak langsung, wisata membantu mengurangi alih fungsi lahan hutan menjadi pertanian. Berdasarkan hasil wawancara terhadap beberapa pemandu, masyarakat, dan pengelola (pihak TN), kegiatan wisata juga membantu pengelola dalam kegiatan *monitoring* kawasan hutan. Dalam pelaksanaan kegiatan wisata, wisatawan sering menemukan penebang liar di lapangan dan melaporkan kepada pihak TN sehingga memudahkan polisi hutan untuk menangani penebang liar di Hutan Gunung Leuser. Hal tersebut diakui membantu kegiatan konservasi kawasan hutan, khususnya kawasan hutan Gunung Leuser (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2015).

Kegiatan wisata dapat meningkatkan pendapatan masyarakat bahkan pendapatan daerah tanpa mengalihfungsikan lahan hutan menjadi lahan pertanian (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2015). Hal tersebut menjadi alasan kuat mengapa kegiatan wisata diperlukan di daerah ini. Selain sebagai upaya konservasi, potensi bentang alam serta kondisi sosial budaya masyarakat Kawasan Wisata Lawe Gurah menjadi alasan kuat pengembangan wisata. Mengingat kondisinya yang masih alami dan berada dalam kawasan konservasi, kawasan TNGL memiliki potensi dan kekayaan alam yang melimpah, serta dapat menjadi kekuatan dan modal dalam pengembangan wisata (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2020).

Terkait kebutuhan masyarakat, beberapa hal yang dibutuhkan masyarakat dalam pengembangan wisata adalah modal, sosialisasi, dan pelatihan yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa masyarakat yang tidak berpartisipasi langsung dalam kegiatan wisata (sebagai pemandu, pedagang, pemilik *guesthouse*) menyampaikan bahwa modal menjadi penghambat mereka dalam berpartisipasi. Pada sisi lain, masyarakat yang sudah berpartisipasi menyampaikan bahwa kurang pelatihan dan sosialisasi dalam mengoptimalkan kinerja mereka. Pengelola Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser (BBTNGL) dan pemerintah daerah (Dinpar) diharapkan memberi pelatihan yang sesuai dengan keadaan di lapangan. Masyarakat mengusulkan, sebelum pelatihan, diadakan forum bersama antar *stakeholder* yang terlibat (GSS, Komunikasi Personal, 25 Februari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengunjung, motif kunjungan pengunjung didominasi oleh keinginan untuk menikmati potensi alam Lawe Gurah itu sendiri. Salah satu potensi alam Lawe Gurah adalah keberadaan dan aktivitas orang utan di alam liar yang dapat dilihat oleh pengunjung, meskipun hanya pada musim dan kondisi tertentu. Orang utan hanya dapat dilihat saat musim buah namun pada saat musim buah, tetap tidak dapat dipastikan pengunjung dapat melihat orang utan dikarenakan sifatnya yang masih liar. Pengetahuan masyarakat terkait potensi alamnya dinilai baik. Hal ini didasari oleh antusias masyarakat ketika ditanyakan potensi kawasan. Masyarakat yang menjadi pemandu dan pemilik *guesthouse* sudah dapat menginterpretasikan kawasan dengan baik kepada pengunjung. Masyarakat Ketambe mengenal dan memahami kondisi dan keadaan sekitar Lawe Gurah. Masyarakat juga sadar pentingnya menjaga lingkungan dan kawasan hutan, namun masih terdapat anggota masyarakat yang belum sadar. Dengan demikian

pendampingan dari pihak pemerintah, khususnya TNGL, sangat diperlukan dalam pengembangan wisata (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2015).

Berdasarkan paparan hasil di atas, dapat disimpulkan bahwa masyarakat membutuhkan keberadaan wisata. Hal ini dinilai dari banyaknya manfaat yang dirasakan oleh masyarakat, khususnya masyarakat Ketambe. Variabel kesiapan dikelompokkan menjadi beberapa jenis, yaitu motivasi untuk berkembang, kemauan beradaptasi terhadap perubahan, kemauan meningkatkan pendidikan dan keterampilan, pengetahuan dan pemahaman tujuan wisata, pengetahuan dan pemahaman konsep wisata, pengetahuan dan pemahaman manfaat wisata, keterampilan dalam upaya pengembangan, dan keikutsertaan dalam upaya pengembangan. Masyarakat Ketambe dinilai sudah memiliki variabel-variabel tersebut, dengan demikian dapat disimpulkan masyarakat sudah siap melakukan kegiatan wisata (Delfiliana & Dewi, 2016).

Kesiapan masyarakat merupakan suatu kompetensi yang dimiliki untuk berbuat sesuatu. Hal ini dapat diartikan bahwa kesiapan adalah suatu keadaan yang dialami seseorang maupun sekelompok orang yang telah siap untuk melaksanakan sesuatu (Arikunto, 2006). Dalam konteks ini, kesiapan masyarakat menentukan keberhasilan dari CBT (*Community-based Tourism*). Masyarakat tidak hanya berperan sebagai objek dari pengembangan wisata namun masyarakat juga memiliki peran strategis sebagai penentu arah pembangunan wisata (Sugiharto et al., 2018a).

Berdasarkan hasil wawancara dengan pengelola, pemerintah daerah (Dinas Pariwisata), dan masyarakat lokal dapat disimpulkan bahwa setiap sektor usaha masyarakat yang ada dapat menjadi penyokong kegiatan wisata, mulai dari transportasi, jasa travel, ataupun jasa pribadi, seperti pemandu yang siap mengantar wisatawan. Terdapat juga peran masyarakat yang ikut andil dalam sektor perdagangan yang wisatawan beli dan konsumsi di tempat wisata tersebut. Berdasarkan beberapa hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa masyarakat sudah memiliki kesiapan untuk berperan dalam kegiatan wisata. Akan tetapi, tidak semua anggota masyarakat setuju dengan pernyataan tersebut. Masih ada beberapa anggota masyarakat yang belum merasakan manfaat dari adanya kegiatan wisata di kawasan Lawe Gurah. Berdasarkan wawancara dengan masyarakat (termasuk *tour guide* dan pemilik *guesthouse*), beberapa manfaat wisata yang dirasakan masyarakat adalah, membuka lapangan pekerjaan.

Berdasarkan hasil wawancara, kegiatan wisata cenderung berdampak positif. Secara garis besar, masyarakat sudah dapat dikatakan siap dalam kegiatan wisata karena sebagian besar masyarakat sudah memahami potensi kawasan, tujuan dari kegiatan wisata, dan sudah banyak yang berperan langsung dalam kegiatan wisata. Pada sisi lain, masih terdapat beberapa anggota masyarakat yang belum memiliki kesiapan yang cukup. Pengelola perlu memperhatikan hal tersebut agar pengembangan Kawasan Wisata Lawe Gurah dapat berjalan dengan optimal. Masyarakat dikatakan siap berdasarkan pemahaman mereka mengenai kondisi kawasan dan sudah atau belumnya mereka berpartisipasi dalam kegiatan wisata. Kegiatan wisata membantu meningkatkan perekonomian masyarakat dan membuka lapangan pekerjaan. Masyarakat mengaku bahwa pendapatan mereka meningkat akibat banyak pengunjung asing yang memanfaatkan jasa mereka sebagai pemandu dan menempati *guesthouse* mereka sebagai tempat penginapan. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan kegiatan wisata sudah menjadi kebutuhan mereka. Beberapa kelompok

masyarakat sudah menjadikan kegiatan wisata sebagai sumber mata pencaharian utama. Masyarakat mengharapkan adanya kolaborasi dari pihak TNGL untuk pengembangan wisata guna meningkatkan daya tarik wisata. Sejauh ini, masyarakat hanya berpartisipasi dalam bentuk pemanduan wisata bukan pengelolaan areal. Sistem pemanduan wisata berjalan secara manual, yakni pengunjung datang ke penginapan, lalu penginapan menyediakan *tour guide* (tidak ada forum resmi bagi pemandu). Informasi mengenai kawasan wisata bersifat terbatas dan tidak terakses luas dalam bentuk *website* resmi. Pemandu wisata yang ada belum profesional dan masih terdapat pemandu yang belum memiliki izin resmi dari pihak pengelola (pihak TNGL).

2. Kemampuan dan Persiapan Komunitas di Masyarakat Setempat.

Tahap kemampuan dan persiapan komunitas sudah tercapai karena masyarakat sudah mampu berpartisipasi dalam kegiatan wisata. Akan tetapi, tidak semua anggota masyarakat memiliki keberanian dalam berpartisipasi karena merasa kurang mampu dalam menjamu tamu, berbahasa asing, serta kurang modal untuk berjualan di kawasan wisata. Persiapan yang dilakukan masyarakat sudah tercapai namun belum optimal. Peran pengelola dan pemerintah sangat penting dalam penyediaan fasilitas, sosialisasi, serta pelatihan agar masyarakat lebih siap lagi dalam pengembangan CBT (AF, Komunikasi Personal, 25 Februari 2020).

Batasan dalam menganalisis kemampuan dan persiapan komunitas di masyarakat setempat dapat dilakukan dengan tiga langkah, yaitu mengidentifikasi potensi wisata yang akan dikembangkan dan dipromosikan, mengamati apakah sudah dilaksanakan sosialisasi maupun pelatihan komunitas di kawasan wisata, dan menganalisis bagaimana persiapan yang sudah dilaksanakan oleh komunitas setempat. Pada dasarnya masyarakat lokal harus mengetahui dan mengenal potensi wisata yang ada. Selain potensi, masyarakat juga harus memahami bagaimana mengelola kawasan wisata dan alam sekitar kawasan wisata. Mengedukasi masyarakat tentang upaya konservasi melalui kegiatan wisata tentu tidak mudah, seperti hasil penelitian *The Guisi Community Based Heritage Tourism Project* (GCBHTP) tahun 1999 yang menyatakan bahwa dalam mengedukasi masyarakat dibutuhkan waktu 5 tahun sampai masyarakat benar-benar siap (Hamzah & Khalifah, 2009).

Tahap ini digunakan untuk memastikan bahwa setiap proyek CBT di masa yang akan datang tidak akan membahayakan struktur dan nilai komunitas yang ada. Menumbuhkan rasa kepemilikan dan memastikan kontrol lokal dari awal sangat penting mengingat pelaku utama dari kegiatan CBT ini adalah masyarakat lokal itu sendiri (Hamzah & Khalifah, 2009). Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (<https://kbbi.web.id/mampu>), kemampuan berasal dari kata “mampu” yang berarti ‘kuasa (bisa, sanggup, melakukan sesuatu, dapat, mempunyai harta berlebihan)’. Kemampuan adalah suatu kesanggupan dalam melakukan sesuatu. Kemampuan masyarakat dinilai dari pemahaman masyarakat mengenai CBT dan kesanggupan masyarakat dalam pengembangan CBT (Hamzah & Khalifah, 2009).

Potensi yang dimiliki Lawe Gurah adalah sumber air panas, habitat orang utan dan berbagai satwa kunci lain, sungai alas yang membentang di sepanjang kawasan wisata, dan status TN yang dikenal sebagai situs warisan dunia. Potensi yang dimiliki menjadi daya

tarik bagi para wisatawan. Berdasarkan wawancara dengan wisatawan lokal maupun asing, mereka mengunjungi Lawe Gurah karena bentang alam yang indah, *rafting* di Sungai Alas, dan ingin melihat orang utan secara langsung di alam liar. Pengelolaan kawasan wisata dimanfaatkan dengan baik oleh komunitas masyarakat setempat. Masyarakat menjadi pemandu wisata, pedagang, dan pemilik *guesthouse* tempat wisatawan menginap. Berdasarkan pengamatan langsung, masyarakat sudah mampu menyediakan paket-paket wisata yang mereka rancang untuk ditawarkan kepada wisatawan. Paket yang ditawarkan berupa paket *tracking*, *camping*, dan *rafting*. Wisatawan dapat memilih paket wisata sesuai dengan keinginan dan kebutuhan mereka.

Setelah menganalisis kemampuan masyarakat, langkah selanjutnya adalah menganalisis kesiapan dengan melihat apakah kemampuan yang ada pada masyarakat dipraktikkan dengan baik atau tidak. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan, komunitas yang ada di kawasan dapat dikatakan siap karena para pemandu dan pemilik *guesthouse* sudah mandiri. Mereka sudah berada di tahap membuat *website* dan melakukan promosi tanpa pelatihan sebelumnya. Akan tetapi, pihak pengelola mengakui bahwa koordinasi antarpelaku wisata Lawe Gurah dan pihak TNGL kurang terjalin dengan baik. Meskipun kawasan wisata berada di dalam kawasan TN, pihak pelaku wisata tidak sepenuhnya membayar Surat Ijin Masuk Kawasan Konservasi (SIMAKSI) yang mereka terima dari wisatawan ke pengelola (pihak TNGL). Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak masyarakat, pengelola, dan pemerintah daerah, diperlukan komunikasi yang baik dengan mengadakan forum atau pertemuan antarpelaku wisata, pihak pengelola, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal yang belum berpartisipasi langsung dalam kegiatan wisata untuk menyamakan visi dan misi antar pihak yang berpengaruh dalam kegiatan wisata.

Komunitas masyarakat harus diperhatikan mengingat tujuan pelaksanaan CBT adalah menjadikan masyarakat sebagai pelaku utama. Pengembangan komunitas diperlukan karena merupakan upaya membantu kelompok masyarakat agar memiliki suara dan pengaruh dalam isu-isu yang menyangkut kehidupan mereka sehingga apa yang menjadi kepentingan mereka lebih dapat terakomodasi dalam kegiatan wisata (Pitchford & Henderson, 2008). Berdasarkan pengamatan lapangan dan mengacu pada penelitian (Simanjuntak, 2021) tentang partisipasi masyarakat, masyarakat sudah memiliki pengaruh dan suara dalam kegiatan wisata. Masyarakat dinilai memiliki kesempatan yang sama dengan pihak pengelola. Akan tetapi, kurangnya koordinasi dan kolaborasi dengan pihak pengelola menjadi hambatan dalam pelaksanaan kegiatan wisata. Pengembangan komunitas memerlukan upaya perubahan masyarakat lokal sehingga kemampuan mereka berkembang untuk memperbaiki keadaan sendiri, seperti peningkatan kapasitas untuk mengorganisasi komunitas dalam memperjuangkan kepentingannya dalam kegiatan wisata (Batten, 1974).

Berdasarkan hasil wawancara terhadap pengelola dan masyarakat, sosialisasi serta pelatihan komunitas sudah pernah dilakukan. Akan tetapi, menurut masyarakat, hal tersebut tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat saat ini. Pelatihan yang mereka butuhkan justru tidak difasilitasi oleh pemerintah daerah dan pengelola. Masyarakat berharap, sebelum melakukan sosialisasi, pihak pengelola dan pemerintah

daerah melakukan diskusi atau pertemuan dengan masyarakat terlebih dahulu agar pelatihan yang diadakan sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan.

3. Kepemimpinan dan Struktur Organisasi di Kawasan Wisata.

Kepemimpinan dan struktur organisasi di kawasan wisata sudah tercapai, dimana kawasan wisata dinaungi oleh TNGL dan struktur organisasi serta tupoksi anggota-anggotanya yang sudah jelas. Namun, pelaksanaannya belum optimal karena pengawasan belum rutin, masih banyak ditemukan penebangan pohon dan pembalakan liar (AF, Komunikasi Personal, 25 Februari 2020). Keberhasilan mengelola kawasan konservasi yang manfaatnya berskala lokal sampai dengan global memerlukan suatu *leadership* atau kepemimpinan kolektif atau bersama, secara terpadu dan saling bersinergi (Wiratno, 2013).

Kajian ini dibatasi pada kesesuaian informasi yang disampaikan oleh informan, yaitu pihak pengelola maupun masyarakat setempat. Kepemimpinan merupakan faktor utama dalam pencapaian tujuan sebuah organisasi. Akan tetapi, pencapaian tujuan tersebut tetap memperhatikan respons anggotanya karena respons tersebut membentuk sebuah budaya dalam organisasi. Perilaku para anggota tersebut menjadi pertimbangan pimpinan untuk mengambil keputusan (Faturahman, 2018). Keberhasilan *Community-based Tourism* atau CBT pada dasarnya tergantung pada kepemimpinan dan organisasi. Pihak pengelola dan pemerintah daerah sering bertindak sebagai pemrakarsa proyek tetapi kelangsungan jangka panjang CBT tergantung pada rasa memiliki dari masyarakat setempat. Inti dari dukungan berkelanjutan dari masyarakat adalah kehadiran pemimpin yang kuat dan memiliki rasa peduli terhadap masyarakat setempat (Hamzah & Khalifah, 2009).

Kawasan wisata dikelola oleh Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser (BBTNGL) sebagai pemimpin tertinggi. Menurut penelitian Fahrudin (2021), BBTNGL memiliki tingkat pengaruh tertinggi dibanding *stakeholder* lain. BBTNGL diresmikan pada 6 Maret 1980 melalui SK Menteri Pertanian No 811/Kpts/UM//II/1980 dengan memiliki luas 830 268,95 ha. BBTNGL memiliki 3 Bidang Pengelolaan Taman Nasional (BPTN), yaitu BPTN I Tapaktuan, BPTN II Kutacane, dan BPTN III Stabat. BBTNGL sebagai instansi pemerintah pusat yang berperan sebagai pengelola Taman Nasional Gunung Leuser (TNGL) dan pelaksana teknis yang memiliki peran dalam menerapkan kebijakan sesuai peraturan pemerintah, dan harus dipatuhi oleh semua pihak yang terlibat dalam pengembangan wisata (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2020). Pelaksanaan pengembangan wisata Lawe Gurah ini terletak di Resort Lawe Gurah. Pelaksanaan peran Resort Lawe Gurah dibantu oleh Dinas Pariwisata Kepemudaan dan Olahraga serta kelompok masyarakat dalam pengembangan wisata (Siregar, 2011).

Para pengelola bekerja sama membangun fasilitas di Lawe Gurah, misal kegiatan *rafting* diadakan setahun sekali. Pembangunan infrastruktur (misalnya, aula, panggung pertunjukan) di dalam kawasan wisata juga atas kerja sama antara pihak TNGL, Pemerintah Provinsi Aceh, dan Pemerintah Kabupaten Aceh Tenggara, khususnya Dinas Pariwisata. Kawasan Lawe Gurah terletak di zona pemanfaatan Taman Nasional. Kawasan wisata berada di kawasan TNGL, tepatnya pada zona pemanfaatan. Kawasan Lawe Gurah terletak di BPTN wilayah II dan SPTN Wilayah IV (Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser, 2015).

BBTNGL mempunyai keterlibatan serta tanggung jawab dalam pengembangan wisata Lawe Gurah di TNGL, yaitu perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan evaluasi pelaksanaan pengembangan wisata. Keterlibatan dalam pengembangan wisata ini baru sekitar tiga tahun karena wisata ini juga baru dikembangkan. BBTNGL melakukan kolaborasi dengan Dinas Pariwisata, Kepemudaan, dan Olahraga dibuktikan dengan pembangunan sarana dan prasarana, seperti *shelter*, gapura, aula, musala, dan kamar mandi. BBTNGL juga memiliki tanggung jawab dalam melakukan pengawasan terhadap keanekaragaman hayati yang terdapat di daerah wisata Lawe Gurah untuk mengurangi dampak negatif dari kegiatan wisata. Pengembangan wisata ini memanfaatkan sumber daya alam hayati dan ekosistemnya yang memberikan manfaat berupa PNB (Pendapatan Negara Bukan Pajak) yang berasal dari wisatawan lokal maupun internasional yang masuk ke kawasan TNGL, sumber mata pencaharian, dan membuka lapangan kerja bagi masyarakat untuk membuka usaha, memperbanyak relasi/hubungan dengan orang lain, serta mendorong pembangunan daerah dalam pengembangan wisata (Fahrudin, 2021).

Berdasarkan pengamatan langsung di lapangan dan hasil wawancara terhadap pemandu dan pemilik *guesthouse*, sejauh ini belum ada organisasi masyarakat terkait wisata. Masyarakat masih berjalan sendiri-sendiri tanpa ada yang mengorganisir. *Guesthouse* dan *tour guide* masih berjalan masing-masing—sehingga menjadi hambatan dalam pengembangan wisata. Hal tersebut disebabkan pemilik *guesthouse* menganggap keuntungan yang didapat akan lebih banyak karena tidak harus membagi hasil dengan pihak lain. Pada sisi lain, pengelola berharap masyarakat dapat bekerja sama dalam mengembangkan wisata agar tidak ada ketimpangan dan perbedaan harga yang signifikan sehingga menurunkan kepercayaan pengunjung.

4. Mempersiapkan dan Mengembangkan Organisasi yang Ada.

Upaya dalam mempersiapkan dan mengembangkan organisasi sudah ada. Pengelola dan pemerintah daerah sudah memfasilitasi dalam bentuk pelatihan dan sosialisasi namun menurut masyarakat tidak sesuai dengan apa yang masyarakat butuhkan (RF, Komunikasi Personal, 25 Februari 2020). Persiapan dan pengembangan organisasi yang tepat diharapkan dapat memberikan manfaat dan keuntungan yang maksimal, sementara dampak negatif dapat dihindari atau setidaknya dapat diminimalisasi (H. Lubis, 2008). Dalam hal ini, pemimpin harus berusaha untuk membangun organisasi yang ada di kalangan masyarakat, mengingat masyarakat berperan penting dalam pengembangan CBT, terutama wanita dan pemuda (Hamzah & Khalifah, 2009).

Pengembangan organisasi yang terlibat dalam manajerial kawasan wisata memerlukan identifikasi dan analisis hubungan atau kerja sama dalam organisasi. Kajian pengembangan organisasi dilakukan melalui survei lapangan, hasil wawancara dengan organisasi yang terdapat dalam kawasan wisata, dan identifikasi peran pada setiap organisasi yang terkait. Struktur organisasi menspesifikasikan pembagian kerja, menunjukkan bagaimana fungsi atau aktivitas yang beraneka ragam yang dihubungkan sampai batas tertentu, juga menunjukkan tingkat spesialisasi aktivitas kerja.

Pihak TNGL dan Dinas Pariwisata bekerja sama dalam membangun Lawe Gurah belum terdapat kesamaan persepsi antara kedua belah pihak. Mengacu pada hasil wawancara dengan pihak TNGL, pembangunan sarana dan prasarana oleh Dinas Pariwisata

tidak sesuai dengan apa yang pihak TNGL inginkan. Koordinasi antar*stakeholder* kegiatan wisata belum efektif sehingga menjadi faktor penghambat untuk pengembangan wisata. Pertemuan rutin *stakeholders*, termasuk masyarakat, setempat diperlukan. Salah satu isu kunci adalah merumuskan dan menyelaraskan tujuan dan kepentingan dari berbagai pihak.

Kegiatan yang dapat dipergunakan untuk meningkatkan kualitas organisasi dan peran serta masyarakat diantaranya adalah usaha peningkatan kualitas sumber daya manusia (*capacity building*). Upaya ini dapat dilakukan dalam bentuk pelatihan, penyuluhan-sosialisasi tentang konsep CBT, pembuatan usaha kecil, pemandu wisata, maupun penyedia *guesthouse* atau penginapan. Dalam upaya pemberdayaan masyarakat penting untuk disosialisasikan bahwa kegiatan CBT di kawasan konservasi selain memberi manfaat bagi masyarakat lokal juga harus memberi kontribusi langsung bagi kegiatan konservasi. Hal ini penting agar dalam mengembangkan wisata masyarakat memiliki rambu-rambu konservasi yang harus dijaga (H. Lubis, 2008).

Berdasarkan hasil penelitian, baik pengamatan lapang maupun wawancara, upaya yang sudah dilakukan pengelola sebagai organisasi yang bertanggung jawab dan memiliki kuasa terhadap kawasan wisata adalah melakukan penyuluhan atau sosialisasi. Sementara itu, yang telah dilakukan Dinas Pariwisata sebagai pemerintah daerah adalah melakukan pelatihan terhadap masyarakat. Pada sisi lain, masyarakat juga sudah berupaya dengan menjadi pemandu wisata dan pemilik *guesthouse* di sekitar kawasan wisata. Sebenarnya, berbagai pihak sudah melakukan upaya mereka masing-masing, yang diperlukan untuk masa mendatang adalah koordinasi yang lebih baik lagi antarpihak yang berpengaruh terhadap kegiatan wisata dan pengembangannya.

Keempat tahap *how to develop CBT* telah dilaksanakan di Kawasan Wisata Lawe Gurah tetapi belum dilaksanakan secara optimal. Oleh karena itu, pengembangan wisata keempat tahap perlu diperhatikan dan diawasi oleh pengelola serta pemerintah daerah. Keempat tahap yang sudah dilaksanakan dapat menjadi modal dan kekuatan dasar untuk kegiatan wisata. Dapat disimpulkan bahwa kawasan Lawe Gurah sudah mencapai tahap *how to develop CBT* yang mengacu pada teori (Hamzah & Khalifah, 2009).

5. Pengembangan Kemitraan

Pola kemitraan yang terjalin di Kawasan Wisata Lawe Gurah sudah berjalan cukup baik namun belum optimal. Kesetaraan dan keseimbangan dalam kemitraan sudah terjalin dan semua pihak saling menguntungkan. Pengembangan kemitraan menjadi salah satu tahap upaya dalam menjadikan kawasan wisata menjadi kawasan yang berkelanjutan. Beberapa *stakeholder* akan berpartisipasi dan saling berperan sebagai mitra kerja sama sehingga harus diakomodasikan kepentingannya masing-masing secara seimbang. Dengan demikian, perlu membangun suatu mekanisme sehingga seluruh *stakeholder* dapat terlibat secara aktif selaku bagian dari kegiatan (Abbas, 2005). Berbagai lembaga, kelompok sosial, dan individu yang memiliki kepentingan langsung, signifikan, dan spesifik di kawasan lindung akan disebut sebagai *stakeholder*. Kepentingan mereka berasal dari mandat kelembagaan, kedekatan geografis, asosiasi sejarah, ketergantungan untuk mata pencaharian, kepentingan ekonomi, berbagai kapasitas dan kekhawatiran lainnya (Stolton & Dudley, 1999). Konsep wisata berbasis masyarakat pada dasarnya mendorong kerja sama antarpihak yang berkepentingan. Kerja sama yang lebih sinergis, adaptif antara

pelaku wisata merupakan hal yang esensial untuk mendorong keberhasilan pengembangan CBT di Indonesia. Pencapaian tujuan mempertahankan kawasan yang berkelanjutan dan lestari diusahakan merata ke seluruh lapisan masyarakat dan *stakeholder* yang mendukung pengembangan wisata dengan kontribusinya masing-masing (H. S. Lubis, 2006).

Aspek organisasi dan kelembagaan masyarakat dalam pengelolaan wisata juga menjadi isu kunci: pentingnya dukungan yang profesional dalam menguatkan organisasi lokal secara kontinyu, mendorong usaha yang mandiri, dan menciptakan kemitraan yang adil dalam pengembangan wisata. Beberapa contoh di lapangan menunjukkan bahwa CBT dapat dikembangkan melalui kesepakatan dan kerja sama yang baik antar*stakeholder*. Peran organisasi masyarakat sangat penting karena masyarakat merupakan *stakeholder* utama dan akan mendapatkan manfaat secara langsung dari pengembangan wisata. Koordinasi antar*stakeholder* juga perlu mendapatkan perhatian (World Wide Fund for Nature-Indonesia, 2009). Pengembangan kemitraan antara lembaga dan organisasi yang terlibat dalam manajerial kawasan wisata memerlukan identifikasi dan analisis hubungan atau kerja sama antar*stakeholder*. Kajian pengembangan kemitraan dilakukan melalui survei lapangan, hasil wawancara kemitraan antarlembaga yang terkait dengan kawasan wisata dan identifikasi peran pada setiap organisasi yang terkait.

Berdasarkan hasil wawancara, pengelola mendapat keuntungan dari tiket masuk dan masyarakat mendapatkan keuntungan dari jasa pemanduan wisata dan penyediaan *guesthouse*. Akan tetapi, dalam pelaksanaannya belum memiliki transparansi terkait pengelolaan keuangan. Masyarakat atau pemandu sering kali tidak membayar tiket masuk yang sudah dibayarkan oleh wisatawan kepada pihak TNGL sebagai pengelola. Hal ini menyebabkan munculnya persepsi yang berbeda dan sering kali terjadi kesalahpahaman.

6. Mengadopsi Pendekatan Terpadu

Pelaksanaan CBT di Kawasan Wisata Lawe Gurah sudah mengadopsi pendekatan terpadu, yaitu pendekatan konservasi dan ekonomi. Mengadopsi pendekatan terpadu merupakan tahap pendekatan terpadu. Pengembangan terbukti efektif terutama jika pariwisata terintegrasi dengan baik. Pada tahap ini, ada dua bentuk pendekatan, yaitu pendekatan melalui konservasi, pembangunan berkelanjutan, dan pengelolaan wisata yang bertanggung jawab, serta integrasi dengan sektor ekonomi lainnya.

Pendekatan yang pertama dapat diwujudkan dengan adanya konsep ekowisata atau wisata yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Konsep tersebut sangat tepat mengingat kawasan Lawe Gurah berada pada kawasan konservasi, tepatnya pada zona pemanfaatan TNGL. Konsep ekowisata pada kawasan Lawe Gurah sudah tercapai namun belum maksimal. Konsep belum terlihat jelas mengingat kawasan masih belum tertata dan terkesan secara alami sepenuhnya. Hal tersebut harus diperhatikan oleh para *stakeholder* dalam perencanaan pengembangan kawasan wisata di masa yang akan datang. Perencanaan pengembangan wisata harus memperhatikan status kawasan wisata dan atas pengawasan pihak pengelola (TNGL). Kegiatan wisata harus menjadi salah satu cara dalam melestarikan kawasan hutan sekitar. Integrasi ini akan tercapai apabila kegiatan wisata dapat menjadi alternatif dalam pengawasan dan pelestarian kawasan hutan, bukan sebaliknya (Hamzah & Khalifah, 2009).

Pendekatan yang kedua ialah integrasi dengan sektor ekonomi lain. Untuk mencapai wisata yang berkelanjutan tentu perlu integrasi wisata dengan sektor ekonomi lain. Dimensi lain dari CBT yang jarang disorot adalah perannya sebagai "tempat pelatihan" untuk masyarakat lokal belajar dan menguasai keterampilan bisnis, seperti mengelola operasi, manajemen keuangan, dan teknik pemasaran, serta promosi. Keterampilan yang dipelajari masyarakat lokal akan membantu dalam mempersiapkan diri untuk melakukan proyek nonpariwisata yang juga memerlukan organisasi yang baik, pemahaman keterampilan bisnis dan interpersonal (Hamzah & Khalifah, 2009). Pada Kawasan Wisata Lawe Gurah, integrasi ini belum sepenuhnya tercapai. Masyarakat belum memiliki keterampilan-keterampilan yang disebutkan di atas sehingga pengelola harus memperhatikan hal tersebut. Mengadakan beberapa pelatihan dapat menjadi cara untuk menjadikan pendekatan ini tercapai.

Berikut ini adalah tahapan atau kondisi yang belum tercapai oleh masyarakat Lawe Gurah.

1. Rencana dan Desain Produk

Rencana dan desain produk diidentifikasi dan dianalisis dengan mengacu pada bentuk rancangan dan ketentuan produk yang telah ada pada kawasan wisata. Rencana dan desain produk terkait pengembangan wisata berbasis masyarakat ditetapkan oleh pengelola. Rencana pengembangan wisata dalam jangka panjang belum ada sehingga dibutuhkan strategi yang tepat untuk pengembangan wisata. Desain produk wisata sejauh ini belum ada karena kawasan wisata hanya memanfaatkan sumber daya alam yang ada, belum ada inovasi terkait produk maupun rancangan desain produk. Berdasarkan hasil wawancara, produk wisata dalam bentuk paket wisata disediakan oleh masing-masing *guesthouse* (tidak terkoordinasi).

Produk yang telah dihasilkan masyarakat, berupa paket wisata dibuat berdasarkan pengetahuan yang dimiliki. Paket wisata berupa produk layanan penginapan, pemanduan, dan transportasi dari bandara terdekat ke lokasi yang disediakan oleh masing-masing *guesthouse*. Penginapan berupa rumah penduduk biasa yang menyediakan fasilitas sesuai dengan kebutuhan pengunjung. Pemanduan dilakukan oleh masyarakat yang dipekerjakan oleh *guesthouse* masing-masing pada kawasan wisata.

2. Permintaan Pasar dan Strategi Pemasaran Kawasan yang Sudah dan Akan Dilakukan

Pada Kawasan Wisata Lawe Gurah, tahap ini belum tercapai. Belum ada permintaan pasar serta strategi pemasaran yang ditemukan dalam pelaksanaan kegiatan wisata. Permintaan pasar dan strategi pemasaran kawasan dianalisis sesuai bentuk permintaan pasar terhadap kawasan wisata serta strategi pemasaran yang sudah ada. Pemasaran yang sudah dilakukan berbentuk pemasaran mandiri oleh setiap pelaku usaha melalui media sosial. Pemasaran ini bersifat perseorangan atau per pengelola sehingga memungkinkan adanya informasi yang tidak valid. Dalam skala besar, belum ada pemasaran yang terkoordinasi, tervalidasi, dan *technology-based*.

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara responden yang menyebutkan bahwa kegiatan wisata di Lawe Gurah belum berjalan dengan baik karena belum ada

strategi pemasaran dan hasil identifikasi permintaan pasar terhadap kegiatan wisata. Masyarakat memerlukan pengetahuan dan keterampilan mengenai tahapan manajerial dalam pemasaran dan penyusunan strategi pemasaran. Hal ini diakui masih sangat kurang namun diperlukan dalam rangka membangun ekosistem industri pariwisata yang lebih maju.

3. Implementasi serta *Monitoring* Kawasan Wisata

Tahap implementasi serta *monitoring* belum tercapai. Pengawasan dan pemungutan tiket belum efektif karena tidak semua pengunjung membayar tiket. Manajerial belum mapan dan masih mencari konsep pengelolaan terbaik yang sesuai dengan sosial budaya masyarakat setempat. Pengelolaan kawasan wisata belum optimal sehingga kegiatan wisata belum dapat dikatakan berkembang. Manajemen kawasan wisata dinilai belum berpola, serta belum ada perencanaan implementasi dimasa yang akan datang

Implementasi serta *monitoring* kegiatan wisata adalah tahap menganalisis bagaimana kegiatan implementasi serta *monitoring* yang dilakukan pada kawasan wisata oleh para *stakeholder*. Berdasarkan hasil wawancara dan pengamatan lapangan, implementasi kegiatan wisata meliputi penyediaan penginapan (*guesthouse*), menyediakan fasilitas *tracking* dan *camping*, dan penjemputan dari bandara terdekat (*Kuala Namu International Airport*) yang lokasinya berada di Medan, Sumatera Utara. Kawasan wisata diawasi oleh polisi hutan namun belum rutin setiap hari. *Monitoring* kawasan wisata dilakukan secara internal dan eksternal untuk mencapai wisata yang berkelanjutan. Secara internal, *monitoring* dilakukan oleh pengelola (pihak TNGL) sedangkan secara eksternal dilakukan oleh pihak luar seperti masyarakat, LSM, dan lembaga independen lainnya (H. S. Lubis, 2006). Tahun 2020 TNGL fokus pada pengembangan kawasan wisata di Kawasan Wisata Lawe Gurah.

Berdasarkan kesembilan tahap yang diperlukan dalam mengembangkan wisata berbasis masyarakat yang berkelanjutan, masyarakat Lawe Gurah telah memenuhi 6 kondisi. Masih terdapat 3 kondisi atau tahapan yang perlu dilakukan, yaitu tahap mengenai rencana dan desain produk, permintaan pasar dan strategi pemasaran, serta implementasi CBT belum diterapkan oleh Kawasan Wisata Lawe Gurah. Oleh karena itu, pihak pengelola harus memperhatikan ketiga tahap yang belum diterapkan tersebut dalam perencanaan pengembangan kawasan di masa yang akan datang

KESIMPULAN

Masyarakat Lawe Gurah sebenarnya memiliki potensi dan kesiapan untuk mengembangkan kegiatan wisata berbasis masyarakat di wilayahnya. Akan tetapi, masih terdapat beberapa hal yang perlu diupayakan dan dilakukan. Agar pengembangan wisata berbasis masyarakat dapat dikembangkan secara berkelanjutan, masyarakat dan pengelola wisata di Kawasan Lawe Gurah perlu mulai menyusun rencana dan desain produk wisata yang akan ditawarkan kepada pengunjung, melakukan identifikasi permintaan pasar dan menyusun strategi pemasarannya, serta melaksanakan implementasi dan kegiatan *monitoring* kegiatan wisata yang diselenggarakan di Kawasan Wisata Lawe Gurah. Oleh karena itu, pihak pengelola harus memperhatikan ketiga tahap yang belum diterapkan tersebut dalam perencanaan pengembangan kawasan di masa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, R. (2005). *Mekanisme Perencanaan Partisipasi Stakeholder Taman Nasional Gunung Rinjani* [Doctoral dissertation, Institut Pertanian Bogor]. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/41590>
- Adams, A., & Cox, A. (2008). Questionnaires, In-Depth Interviews and Focus Groups. In P. Cairns (Ed.), *Research Methods for Human-Computer Interaction* (pp. 17–34). Cambridge University Press.
- Anuar, A. N. A., & Sood, N. A. A. M. (2017). Community Based Tourism: Understanding, Benefits and Challenges. *Journal of Tourism & Hospitality*, 06(01), 1–1. <https://doi.org/10.4172/2167-0269.1000263>
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (5th ed.). Rineksa Cipta.
- Aziz, A. (2008). *Peran Serta Masyarakat Dalam Upaya Pengembangan Ekowisata di Kabupaten Pekalongan* [Master's Thesis, Universitas Sebelas Maret]. <https://eprints.uns.ac.id/id/eprint/9911>
- Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser. (2015). *Pengelolaan Pariwisata Alam pada Zona Pemanfaatan BTPN Wilayah II (Kuta Cane) Taman Nasional Gunung Leuser*.
- Balai Besar Taman Nasional Gunung Leuser. (2020). *Lawe Gurah - Taman Nasional Gunung Leuser*. <https://gunungleuser.or.id/lawe-gurah/>
- Batten, T. R. (1974). The Major Issues and Future Direction of Community Development. *Community Development Journal*, 9(2), 96–103. <https://doi.org/10.1093/cdj/9.2.96>
- Delfiliana, F., & Dewi, D. I. K. (2016). Kajian Tingkat Kesiapan Masyarakat Kawasan Tambak Lorok Terhadap Pengembangan Kampung Wisata Bahari. *Ruang*, 2(3), 216–224. <https://doi.org/10.14710/RUANG.2.3.216-224>
- Fahrudin, A. (2021). *Peran Stakeholder dalam Pengembangan Kawasan Wisata Lawe Gurah, Taman Nasional Gunung Leuser, Nangroe Aceh Darussalam* [Master's Thesis]. Institut Pertanian Bogor.
- Faturahman, B. M. (2018). Kepemimpinan Dalam Budaya Organisasi. *Madani Jurnal Politik Dan Sosial Kemasyarakatan*, 10(1), 1–11. <https://doi.org/10.52166/MADANI.V10I1.186>
- Giampiccoli, A., & Mtapuri, O. (2014). The Role of International Cooperation in Community-Based Tourism. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5(4), 638–644. <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n4p638>
- Hamzah, A., & Khalifah, Z. (2009). *Handbook on Community Based Tourism "How to Develop and Sustain CBT."* APEC Secretariat.
- Lubis, H. (2008). *Perencanaan Pengembangan Ekowisata Berbasis Komunitas di Kawasan Wisata Tengkahen* [Master's Thesis]. Institut Pertanian Bogor.
- Lubis, H. S. (2006). *Perencanaan Pengembangan Ekowisata Berbasis Komunitas di Kawasan Wisata Tangkahan Kabupaten Langkat Sumatera Utara* [Master's Thesis, Universitas Sumatera Utara]. <http://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/42490>
- Mtapuri, O., & Giampiccoli, A. (2016). Towards a Comprehensive Model of Community-Based Tourism Development. *South African Geographical Journal*, 98(1), 154–168. <https://doi.org/10.1080/03736245.2014.977813>
- Notoatmodjo, S. (2010). *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Rineka Cipta.
- Nurhidayati, S. E., & Fandeli, C. (2012). Penerapan Prinsip Community Based Tourism (CBT) Dalam Pengembangan Agrowisata Di Kota Batu, Jawa Timur. *Jejaring Administrasi Publik*, IV(1), 36–46.
- Pitchford, M., & Henderson, P. (2008). *Making Spaces for Community Development*. The Policy Press.
- Rahayu, S., Dewi, U., & Fitriana, K. N. (2016). Pengembangan Community Based Tourism Sebagai Strategi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat di Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 21(1). <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.13111>
- Simanjuntak, G. S. (2021). *Tingkat Partisipasi Masyarakat Ketambe dalam Pengelolaan Kawasan Wisata Lawe Gurah, Taman Nasional Gunung Leuser* [Undergraduate Thesis, Institut Pertanian Bogor]. <https://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/105998?show=full>

- Siregar, M. (2011). *Peranan Stakeholders Terhadap Pengembangan Ekowisata di Taman Nasional Teluk Cendrawasih Kabupaten Teluk Wondama Provinsi Papua Barat* [Master's Thesis, Institut Pertanian Bogor]. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/51762>
- Stolton, S., & Dudley, N. (1999). *Partnerships For Protection : New Strategies For Planning and Management For Protected Areas* (S. Stolton & N. Dudley, Eds.; 1st ed.). Earthscan.
- Sugiharto, Delita, F., & Sidauruk, T. (2018). Tingkat Kesiapan Masyarakat Lokal Terhadap Pengembangan Community Based Tourism (CBT) di Kabupaten Samsir. *Jurnal Geografi*, 10(2), 157–163. <https://doi.org/10.24114/jg.v10i2.10419>
- UNWTO. (2015). *UNWTO Tourism Highlight 2015 Edition*.
- Wiratno. (2013). *Dari Penebang Hutan Liar ke Konservasi Leuser Tangkahan dan Pengembangan Ekowisata Leuser* (P. Hadisiswoyo, A. Suhendi, Mustaqim, F. Ariantiningih, & T. Ramadhan, Eds.). YOSL-OIC dan UNESCO.
- World Wide Fund for Nature-Indonesia. (2009). *Prinsip dan Kriteria Ekowisata Berbasis Masyarakat*. Gita Media Gemilang.

**PERANCANGAN JALUR WISATA BERBASIS CAGAR
BUDAYA DI DESA SIRNAJAYA, KECAMATAN
SUKAMAKMUR, KABUPATEN BOGOR**

*Design of a Cultural Heritage-Based Tourism Route in Sirnajaya
Village, Sukamakmur District, Bogor Regency*

Januarani Razak^{1*}, Hendarmawan², Ira Irawati³

^{1,2,3}Magister Pariwisata Berkelanjutan

Universitas Padjajaran

Jalan Dipati Ukur No.35, Bandung, Jawa Barat, Indonesia 40132

Indonesia

*januaranirazak@gmail.com

Diterima: 04 April 2022. Disetujui: 02 Juni 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

Desa Sirnajaya merupakan salah satu destinasi wisata berbasis alam di Kabupaten Bogor. Potensinya sebagai salah satu destinasi wisata alam belum diimbangi dengan pemaksimalan komponen pendukung kegiatan kepariwisataan, salah satunya alur wisata yang dikelola secara profesional. Desa ini memiliki berbagai peninggalan sejarah khas kebudayaan Sunda yang patut dilindungi dan dilestarikan, salah satunya Makam Eyang Surya Kencana. Tidak adanya pedoman dan sistem yang jelas pada pengelolaan pariwisata di desa ini dapat mengancam keberlanjutan dari nilai sejarah yang dimiliki. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang jalur wisata berbasis budaya di Desa Sirnajaya. Metode penelitian yang digunakan terdiri atas metode pengambilan data dan metode analisis data. Pengambilan data penelitian dilakukan dengan observasi lapangan, wawancara tokoh masyarakat, dan pengambilan data sekunder melalui literatur relevan. Data seperti kondisi destinasi wisata dan cerita sejarah terbentuknya Desa Sirnajaya kemudian diolah melalui metode analisis deskriptif kualitatif, analisis SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats*) untuk menghasilkan rekomendasi, serta analisis spasial *Google Earth* untuk menentukan jalur wisata berdasarkan potensi yang dimiliki. Hasil penelitian berupa arahan pengembangan jalur wisata yang terbentang dari Makam Raden Wargajaya pada pintu masuk desa hingga berakhir pada Makam Eyang Surya Kencana pada kawasan Situ Rawa Gede. Rekomendasi jalur wisata ini diharapkan dapat membantu pengembangan dan konservasi warisan cagar budaya di Desa Sirnajaya melalui kegiatan pariwisata.

Kata Kunci: Desa Sirnajaya; destinasi wisata; jalur wisata; warisan cagar budaya.

Abstract

Sirnajaya Village is one of the nature-based tourist destinations in Bogor Regency. Its potential as a natural tourist destination has not been matched by maximizing the supporting components of tourism activities, one of which is professionally managed tourism flows. This village has various historical heritages typical of Sundanese culture that should be protected and preserved, one of which is the Grave of Eyang Surya Kencana. The absence of clear guidelines and systems on tourism management in this village can threaten the sustainability of its historical value. Based on this, this study aims to design a cultural-based tourism route in Sirnajaya Village. The research method used consists of data collection methods and data analysis methods. Research data collection was carried out by field observations, interviews with community leaders, and secondary data collection through relevant literature. Data such as the condition of tourist destinations and historical stories of the formation of Sirnajaya Village are then processed through qualitative descriptive analysis methods, SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) to produce recommendations, as well as Google Earth spatial analysis to determine tourist routes based on their potential. The results of the research are in the form of directions for the development of a tourist route that stretches from Raden Wargajaya's Tomb at the village entrance to the grave of Eyang Surya Kencana in the Situ Rawa Gede area. This tourist route recommendation is expected to help the development and conservation of cultural heritage in Sirnajaya Village through tourism activities.

Keywords: *Sirnajaya Village; tourism destination; tourism route; cultural heritage.*

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Sebelum merdeka, Indonesia pernah menjadi negara dengan banyak kerajaan yang tersebar di seluruh wilayah nusantara. Sedikitnya terdapat 112 kerajaan dan kesultanan yang pernah hadir pada peradaban nusantara, baik yang sudah runtuh maupun yang masih bertahan hingga saat ini (Santry, 2020). Dengan hadirnya kerajaan-kerajaan, timbul budaya yang beragam sehingga meninggalkan warisan budaya dan sejarah yang semestinya kita – sebagai masyarakat Indonesia – lestarikan dan lindungi. Menurut Nahak (2019), pada awalnya Indonesia memiliki peninggalan budaya yang amat banyak yang diturunkan oleh nenek moyang terdahulu dan semestinya harus dibanggakan karena merupakan citra negara. Seiring berjalannya waktu, kecintaan masyarakat Indonesia terhadap budaya lokal semakin berkurang. Hal ini menyebabkan dampak yang sangat berpengaruh pada kebudayaan lokal dan diperlukan agenda pelestarian warisan budaya Indonesia.

Berbagai bentuk upaya pelestarian dan perlindungan warisan cagar budaya dapat dilakukan dengan cara penginventarisasian, pengamanan, pemeliharaan, penyelamatan, publikasian dan lainnya. Upaya lainnya yang dapat dilakukan dalam pelestarian warisan budaya adalah mengembangkan warisan budaya menjadi daya tarik wisata. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki warisan cagar budaya yang cukup beragam, sebagian besar di antaranya belum dikonservasi dan dikembangkan secara berkelanjutan. Beberapa lokasi bahkan belum ditetapkan statusnya sebagai warisan cagar budaya

berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dan beberapa diantaranya telah dikunjungi oleh beberapa wisatawan secara tidak terkelola (Kristina, 2022). Kegiatan masyarakat di sekitar warisan cagar budaya yang masif serta belum adanya sistem pengelolaan yang baik tersebut dapat mengancam keberlangsungan warisan cagar budaya yang ada.

Desa Sirnajaya merupakan salah satu desa yang memiliki beberapa warisan cagar budaya seperti bangunan makam leluhur dan hunian khas Sunda yang secara keseluruhan belum memiliki sistem pengelolaan yang profesional. Pada statusnya sebagai desa wisata berbasis alam menyebabkan mulai berkembangnya kegiatan wisatawan di kawasan ini. Akan tetapi, sebagian besar wisatawan lebih memilih berkunjung ke lokasi-lokasi wisata unggulan, seperti Situ Rawa Gede. Hal tersebut menyebabkan beberapa lokasi potensial lainnya cenderung diabaikan. Hal tersebut kemudian berpengaruh kepada fokus pengelola wisata kawasan yang hanya melakukan pengelolaan dan pengembangan destinasi wisata tertentu. Lokasi-lokasi wisata potensial yang cukup penting dari nilai sejarahnya, seperti Makam Eyang Surya Kencana menjadi tidak terawat dan kurang diminati pengunjung. Berdasarkan permasalahan tersebut dibutuhkan suatu pola pengembangan baru yang terintegrasi dan menyeluruh antardaya tarik wisata.

Penelitian terdahulu menyatakan bahwa jalur wisata merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan pengelolaan dan dapat membantu dalam proses pemasaran destinasi wisata (Sutiarso et al., 2018). Wisatawan dapat terbantu dalam mengunjungi beberapa objek wisata secara efektif dan efisien dengan menggunakan jalur wisata yang terkoordinasi dengan transportasi publik (Idajati & Nugroho, 2019). Jalur wisata merupakan pengembangan inovatif dalam pariwisata berkelanjutan (Nagy, 2012). Pada artikel ini, strategi yang akan dicanangkan ialah pembuatan jalur wisata dengan menganalisis potensi, kelebihan, dan permasalahan yang ada pada desa wisata Desa Sirnajaya dalam proses perencanaan jalur wisata yang berkelanjutan sesuai dengan basis wisata warisan budaya.

Landasan Teori

Cultural Heritage Tourism (Wisata Cagar Budaya)

Cultural Heritage Tourism atau warisan cagar budaya merupakan cabang dari pariwisata yang berorientasi pada suatu kegiatan wisata berbasis warisan budaya yang ada dalam wilayah tertentu. *National Trust Historic Preservation* mengartikan warisan cagar budaya sebagai perjalanan untuk mengalami tempat dan kegiatan secara otentik yang mewakili cerita dan orang-orang dari masa lalu dan orang-orang di masa kini (Kemenparekraf, 2018). Menurut Ateca-Amestoy (2013), wisata warisan cagar budaya menyediakan berbagai sumber daya yang bersifat fleksibel dan tersebar di berbagai daerah sehingga keberadaannya dinilai tidak dapat habis (berkelanjutan). Dengan kata lain, wisata warisan cagar budaya memiliki tujuan untuk menciptakan produk pariwisata yang berkaitan dengan pasar rekreasi yang akan terus berkembang. Shankar (2015) mengonsepsikan wisata warisan budaya untuk melindungi sejarah, budaya, dan sumber daya alam di kota-kota besar maupun di kota-kota kecil dengan melibatkan komunitas dalam masyarakat. Wisata ini dapat mengedukasi penduduk dan pengunjung tentang sejarah lokal

dan regional serta tradisi bersama. Melalui keterlibatan dan pemaparan ke situs bersejarah lokal, penduduk setempat dapat merasakan keterikatan tentang sejarah dan tradisi mereka. Dengan memahami pentingnya warisan budaya, hal ini dapat memberikan kesinambungan dan konteks bagi penduduk dan komunitas yang memperkuat nilai-nilai kewarganegaraan, membangun kebanggaan komunitas, dan meningkatkan kualitas hidup.

Jalur Wisata Budaya

Jalur wisata merupakan jalur pemandu yang ditandai dengan tabel atau papan informasi, menghubungkan lokasi dan objek yang menarik dari segi pemandangan, alam, atau budaya (Kozicka & Szopa, 2016). Selanjutnya, Bozic dan Tomic (dalam MacLeod, 2016) juga menambahkan definisi jalur yang berarti mengarahkan pengalaman pengunjung dengan menyediakan rute yang terarah dan linier dengan atraksi. Jalur ini ditempuh dengan berjalan kaki atau menggunakan transportasi apapun. Informasi untuk memandu wisatawan disediakan secara tradisional oleh pemandu wisata narasi, tanda informasi, atau melalui teknologi seperti *website*, aplikasi, atau perangkat audio. MacLeod (2016) menyatakan bahwa peran jalur wisata ini adalah membuat urutan situs yang akan dikunjungi dan urutan ini akan menciptakan keteraturan dan narasi kronologis yang terstruktur. Fungsi dari jalur ini dalam *story telling* juga merupakan sarana yang berguna untuk mengonseptualisasikan produk pariwisata, seperti menyajikan peristiwa dan situs dalam urutan kronologis untuk memahami tempat dan menceritakan kisah yang koheren. Selain itu, peta lokasi dengan jalur yang wisata ini membantu wisatawan dalam menentukan apa yang ingin mereka kunjungi selanjutnya sehingga dapat memberikan kenyamanan (Rossetto, 2012). Bender et al. (2013) menyatakan bahwa salah satu karakteristik utama dalam sebuah jalur adalah menghubungkan antarsitus dan ini dapat diperluas mencakup atraksi yang beragam, seperti acara, pasar, kuliner, dan toko. Pembentukan jalur wisata, dapat merangkul aspek sosial budaya pariwisata dan masyarakat secara luas karena interaksi antarpengunjung dan warga lokal akan terkoneksi.

Jalur berbasis budaya akan memberikan kesenangan dan rekreasi bagi penduduk dan wisatawan. Jalur wisata budaya ini memiliki peran, yaitu: 1) pelestarian nilai-nilai sejarah dan konservasi sumber daya budaya termasuk jalur bersejarah, jalur migrasi, jalur penjelajah, dan jalur transportasi; (Jalur ini akan memberikan informasi tentang peringatan hari besar, peristiwa sejarah masa lalu, serta tempat bersejarah). 2) peningkatan *sense of place*, biasanya ada di daerah lokal perdesaan atau perkampungan untuk mencapai citra yang lebih positif serta menumbuhkan rasa kebanggaan bagi masyarakat, seperti kemampuan pemberdayaan masyarakat secara sosial, psikologis, dan politik sehingga mereka lebih mampu menentukan pilihan bagi pembangunan masa depan; 3) pengembangan masyarakat. Sebagian besar rasional untuk membangun jalur wisata adalah potensi ekonomi untuk penduduk, seperti menyediakan lapangan pekerjaan dan pendapatan pajak. Orang yang dipekerjakan tidak semata-mata untuk mengelola jalur tetapi juga berpartisipasi pada organisasi, retailers, atraksi, dan penyedia layanan lain di sepanjang jalur.

Jalur wisata harus memberikan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan karena hal ini sangat penting dalam menentukan tingkat permintaan di masa depan karena wisatawan saat ini mencari sesuatu yang inovatif alih-alih hanya diantar dari satu lokasi ke

lokasi lain. Faktor permintaan ini termasuk kualitas dan alasan untuk terlibat, baik secara nostalgia maupun belajar mengenai alam dan warisan budaya.

Hammond (2004) menyatakan bahwa perencanaan dan pengembangan jalur pariwisata harus memenuhi 4 kriteria utama, yaitu:

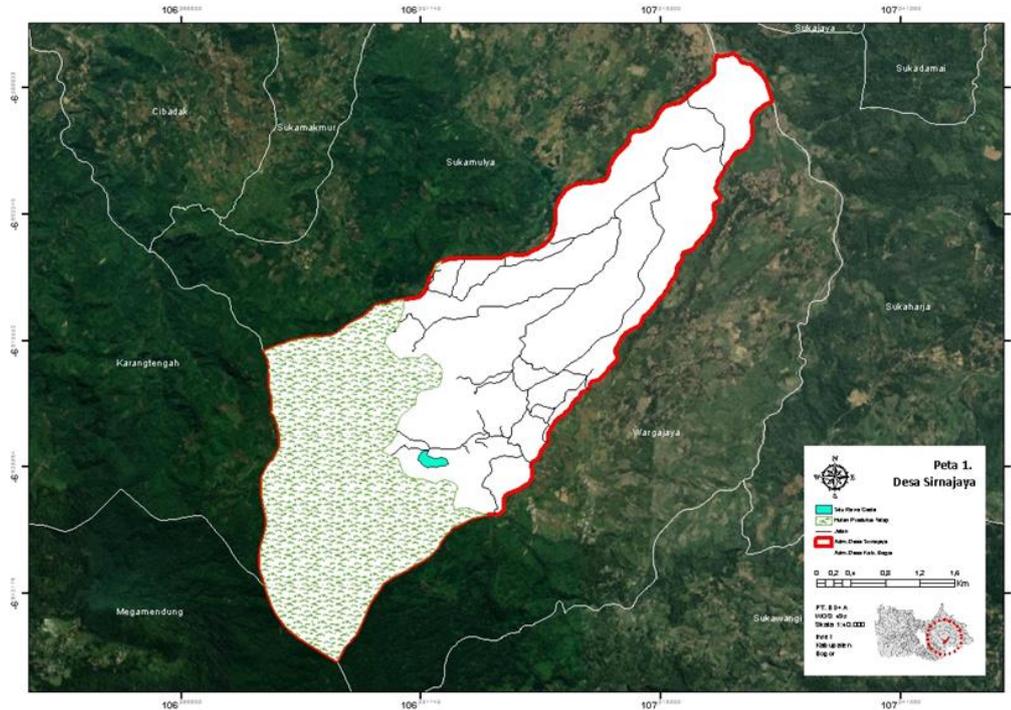
1. Fokus pada tema yang mewakili nilai-nilai umum daerah,
2. Mengikuti rute bersejarah atau tujuan rute baru yang dibuat berdasarkan perundingan pihak-pihak yang terkait,
3. Mendorong kerja sama lintas batas jangka panjang dalam penelitian, konservasi, pertukaran budaya, pendidikan, praktik seni, budaya kontemporer, atau pariwisata berkelanjutan dan,
4. Dikelola oleh setidaknya satu asosiasi.

METODE

Area Penelitian

Desa Sirnajaya sebagai lokasi penelitian terletak di Kecamatan Sukamakmur, Kabupaten Bogor, Jawa Barat. Desa ini berbatasan langsung dengan Desa Sukamulya di bagian utara, Desa Megamendung di bagian selatan, Desa Wargajaya di bagian timur, dan Desa Sukamulya di bagian barat (Lihat Gambar 1). Mayoritas penduduk desa ini bermata pencaharian sebagai petani dan pekebun, dan pekerja bangunan dengan sumber daya natural yang sangat besar, terutama di bidang padi dan kopi. Bahasa Sunda merupakan bahasa utama bagi penduduk Desa Sirnajaya meskipun ada beberapa yang fasih menggunakan Bahasa Indonesia.

Akses menuju Desa Sirnajaya dapat ditempuh menggunakan kendaraan roda empat dan kendaraan roda dua. Jalan yang dilalui cukup memuat kendaraan dengan dua arah jalur namun ada juga beberapa jalan yang masih belum diperlebar sehingga akses keluar masuk kendaraan roda empat harus bergantian. Meskipun begitu, area parkir yang disediakan cukup luas dengan lebar 977 meter dan akan diperluas dalam waktu jangka panjang. Destinasi wisata di Desa Sirnajaya berada di berbagai wilayah, yakni makam Raden Warga Jaya, dan Situ Rawa Gede, Kebun Kopi Rawa Gede, Petilasan Eyang Surya Kencana, Gunung Gede, berbagai curug dan lain sebagainya berada di dekat Kaki Bukit Kencana yang lokasinya berada di bagian puncak bukit, melewati pemukiman warga, persawahan dan perkebunan sayur-mayur.



Gambar 1. Desa Sirnajaya Kabupaten Bogor.

Sumber: Peneliti, 2022

Metode Penelitian

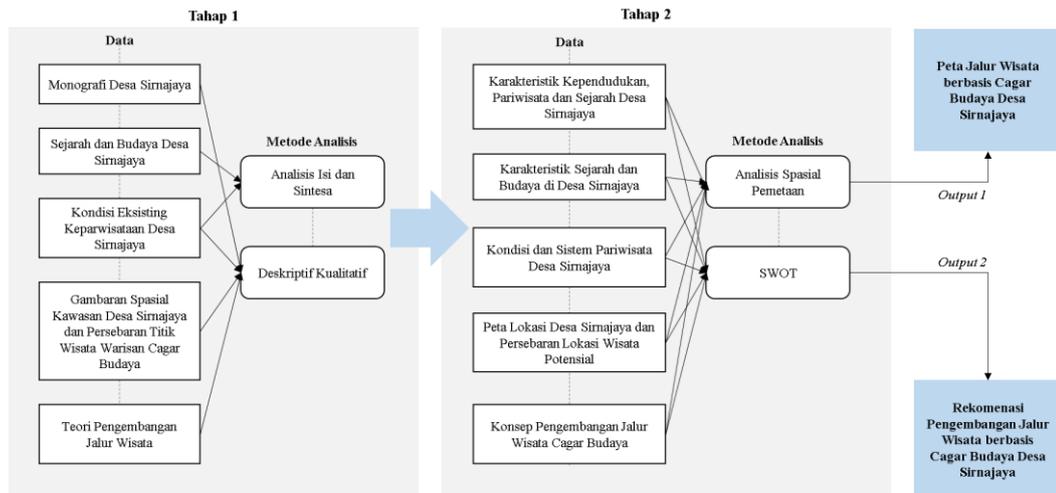
Metode penelitian dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan pengumpulan data dan analisis data. Pengumpulan data secara umum dilakukan pada tahun 2021 selama kurang lebih satu bulan. Bentuk pengumpulan data yang digunakan berupa observasi lapangan, wawancara dengan pemangku kepentingan dan penduduk setempat, studi literatur dan sumber-sumber internet yang berkaitan dengan Desa Wisata Desa Sirnajaya, khususnya dalam hal wisata warisan cagar budaya (Lihat Tabel 1). Observasi lapangan yang dilakukan bertujuan untuk melihat kondisi *existing* daya tarik wisata di Desa Sirnajaya khususnya yang berhubungan dengan pengembangan wisata berbasis cagar budaya. Sementara itu, proses wawancara dilakukan terhadap tiga orang narasumber, yaitu Kepala BUMDes (Badan Usaha Milik Desa), Sekretaris Desa dan Pengelola Kedai Kopi Rawa Gede. Proses wawancara dilakukan secara langsung di lapangan menggunakan metode wawancara terbuka mengenai kondisi kepariwisataan Desa Sirnajaya dan warisan cagar budaya setempat.

Tabel 1. Kebutuhan Data Penelitian

No.	Jenis Data	Sumber Data	Metode Pengumpulan	Metode Analisis	Luaran
1.	Monografi Desa Sirnajaya	Pemerintah Desa Sirnajaya tahun 2021	Observasi Lapangan dan Dokumen Literatur	Deskriptif Kualitatif	Karakteristik Kependudukan, Pariwisata dan Sejarah Desa Sirnajaya
2.	Sejarah dan Budaya Desa Sirnajaya	Tiga Narasumber	Wawancara Terbuka	Analisis Isi dan Sintesa	Karakteristik Sejarah dan Budaya di Desa Sirnajaya
3.	Kondisi Eksisting Keparwisataan Desa Sirnajaya	Desa Sirnajaya	Wawancara Terbuka dan Observasi Lapangan	Deskriptif Kualitatif	Kondisi dan Sistem Pariwisata Desa Sirnajaya
4.	Gambaran Spasial Kawasan Desa Sirnajaya dan Persebaran Titik Wisata Warisan Cagar Budaya	Google Earth	Internet	Deskriptif Kualitatif dan Pemetaan	Peta Lokasi Desa Sirnajaya dan Persebaran Lokasi Wisata Potensial
5.	Teori Pengembangan Jalur Wisata	Literatur	Sekunder	Deskriptif Kualitatif	Konsep Pengembangan Jalur Wisata Cagar Budaya

Sumber: Peneliti, 2022

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini secara umum berupa metode analisis data deskriptif kualitatif dengan melakukan penjabaran berbagai macam data ke dalam penulisan serta menggunakan analisis SWOT dalam menentukan arahan dan rekomendasi. Deskriptif kualitatif biasanya digunakan untuk mendeskripsikan karakteristik dari suatu objek, baik orang, peristiwa lapangan, serta kegiatan-kegiatan tertentu secara lebih terperinci dan mendalam (Faisal, 1992). Desa Sirnajaya menjadi objek penelitian yang berfokus pada pendekatan sejarah dan warisan budaya dengan tujuan perancangan jalur wisata tematik budaya dan sejarah.



Gambar 2. Metode Analisis Penelitian.

Sumber: Peneliti, 2022

Berdasarkan Gambar 2, secara umum penelitian ini dilakukan berdasarkan dua tahapan, yaitu Tahap 1 yang merupakan tahapan interpretasi hasil pengumpulan data primer maupun sekunder dan Tahap 2 yang merupakan tahapan perancangan jalur wisata berbasis warisan cagar budaya serta pembuatan rekomendasi menggunakan metode SWOT. Hasil pengambilan data lapangan seperti data monografi desa, hasil wawancara kondisi pariwisata dan sejarah, kondisi *existing* lokasi dan pemetaan lokasi penelitian kemudian disandingkan dengan teori dasar jalur wisata yang berfungsi sebagai komponen pengontrol perancangan. Hasil akhir dari proses analisis tersebut terdiri atas dua luaran, yaitu peta jalur wisata berbasis warisan cagar budaya dan rekomendasi perancangan sesuai dengan potensi dan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sistem Kepercayaan dan Religi Penduduk Desa Sirnajaya

Sistem kepercayaan suatu masyarakat terbentuk secara alami dan merupakan cara hidup yang diyakini oleh suatu masyarakat untuk menjalani kehidupan sosialnya. Sistem itu sendiri merupakan pengaturan dan kepercayaan merupakan asumsi atau keyakinan bahwa sesuatu itu dijamin benar. Sistem kepercayaan adalah suatu susunan aturan mengenai kepercayaan suatu kelompok masyarakat tertentu di suatu tempat. Menurut Miharja (2015), manusia sangat bergantung pada alam semesta sehingga sistem kepercayaan beradaptasi langsung antara pemahaman manusia dengan alam semesta. Dikutip dari Welianto (2020), secara kronologis sistem kepercayaan di Indonesia dipengaruhi oleh budaya Hindu-Budha yang berasal dari India, budaya Islam yang berasal dari jazirah Arab, budaya Jawa yang dipengaruhi oleh wilayah di sekitarnya, budaya barat yang berasal dari daratan Eropa, budaya nasional yang disebabkan oleh tataran Sunda yang menyatu dan menjadi bagian dari Negara Kesatuan Republik Indonesia, dan budaya global yang diakibatkan oleh pesatnya kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi komunikasi yang memperpendek jarak dan meningkatkan mobilitas manusia. Pada tahun 670 dan 1579 Masehi, Jawa Barat memiliki Kerajaan Hindu terbesar di Pulau Jawa namun lambat laun di era sekarang, mayoritas penduduk dengan ras Sunda, seperti masyarakat yang berada di Desa Sirnajaya, seratus persen penduduknya beragama Islam. Adat dan kebiasaan di Desa Sirnajaya tidak terlepas dari pengaruh kebudayaan Islam itu sendiri (Lihat Tabel 2).

Dominasi agama Islam pada Desa Sirnajaya dapat dilihat pula pada bidang pendidikan. Desa Sirnajaya memiliki sekolah keislaman yakni satu Madrasah Ibtidaiyah, satu yayasan pendidikan Islam yang meliputi pondok pesantren, majelis dzikir, sekolah dasar, dan sekolah menengah pertama. Selain itu, tersedia pula sekolah sore yang belajar tentang ilmu keislaman, pengajian, dan kegiatan BTQ (Baca Tulis Al-Qur'an) untuk jenjang pelajar remaja.

Tabel 2. Berbagai Perayaan Religi Desa Sirnajaya

Kegiatan	Bentuk Kegiatan	Tanggal Perayaan
Maulid Nabi	Maulid Nabi di Desa Sirnajaya dirayakan dengan menyelenggarakan acara berdzikir bersama dan ceramah agama, dan ditutup dengan kegiatan makan bersama atau kenduri. Selain memperingati hari kelahiran nabi Muhammad SAW, Maulid Nabi juga dijadikan sebagai ajang silaturahmi dan kumpul bersama.	2 Rabiul Awal
Isra' Mi'raj	Sama seperti kegiatan Maulid Nabi, kegiatan pada perayaan peringatan Isra' Mi'raj juga dirayakan dengan menyimak ceramah oleh petinggi agama di desa, selain itu kegiatan mengaji, shalawat, dan tadarus bersama, lalu ditutup dengan kenduri. Tujuan dari kegiatan peringatan Isra' Mi'raj di Desa Sirnajaya adalah mempererat tali silaturahmi antar umat muslim dan meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT	27 Rajab
Seudekah Bumi	Sedeukah Bumi atau Serentaun adalah upacara adat khas Jawa Barat yang dilaksanakan dalam melambangkan rasa syukur warga desa karena telah diberikan rezeki yang melimpah berupa hasil bumi (beras, sayur-mayur, dan buah-buahan). Kegiatan ini dimulai dari sambutan dari petinggi desa, upacara dan berdoa untuk para leluhur, kenduri, dan persemayam di makam.	1 Muharram

Sumber: Desa Sirnajaya, 2021

Sistem Kebahasaan

Kridalaksana dan Kentjono (dalam Chaer, 2014) menggambarkan bahasa sebagai *system symbol fonetik* arbitrer yang digunakan oleh anggota kelompok sosial untuk berkolaborasi berkomunikasi, dan mengidentifikasi. Arbitrer memiliki arti bahwa tidak adanya hubungan wajib antara lambang bahasa dengan pengertian yang terkandung dalam lambang tersebut (Alek, 2018). Hal tersebut yang menyebabkan terciptanya bermacam-macam bahasa di dunia. Salah satu kekayaan bangsa Indonesia yang jarang dimiliki oleh bangsa-bangsa lain adalah aneka bahasa daerah yang hidup berdampingan dengan bahasa Indonesia. Penggunaan bahasa daerah dan bahasa nasional secara berdampingan akan menciptakan keharmonisan dalam berkomunikasi antarmakhluk sosial.

Asrif (2010) menjabarkan fungsi bahasa daerah, yaitu sebagai pendukung bahasa Indonesia, bahasa pengantar untuk siswa tingkat pemula di daerah tertentu untuk memperlancar pengajaran pelajaran, dan sumber kebahasaan untuk memperkaya bahasa nasional. Bahasa masyarakat Desa Sirnajaya menggunakan bahasa Sunda sebagai bahasa daerah dan bahasa Indonesia sebagai bahasa nasional. Motif penggunaan Bahasa Indonesia pada masyarakat Desa Sirnajaya mencakup perubahan situasi atau suasana pembicaraan, lawan bicara lebih muda, agar terlihat berpendidikan, terpengaruh lawan bicara yang menggunakan Bahasa Indonesia, dan menghindari penggunaan bentuk halus dan bentuk kasar dari Bahasa Sunda. Motif penggunaan bahasa Sunda pada masyarakat Desa Sirnajaya untuk mengakrabkan diri dengan lawan bicara, ingin beradab dengan menggunakan bahasa Sunda halus atau mengakrabkan diri dengan menggunakan bahasa Sunda kasar, menunjukkan jati diri bahasa ibu, dan merasa canggung jika tidak menggunakan bahasa Sunda dengan orang sekampungnya.

Sejarah Eyang Surya Kencana

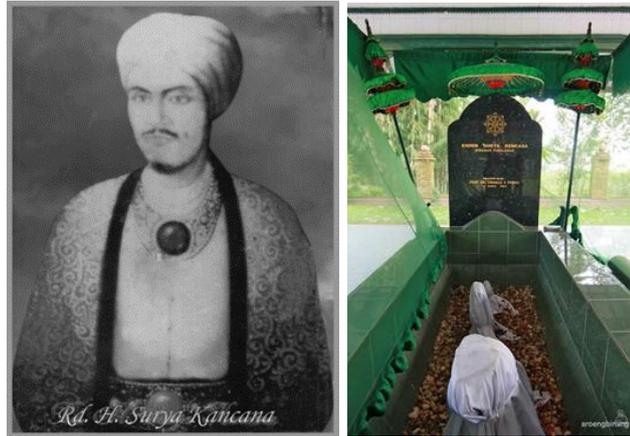
Eyang Surya Kencana atau yang bernama lengkap Raden Surya Kencana Winata Mangkubumi adalah anak keturunan campuran manusia dan jin dari Dalem Cikundul alias Arya Wira Tanu Datar 1 (pendiri kota Cianjur) dan ibunya bernama Indang Sekesih yang

merupakan jin beragama Islam. Beliau lahir pada abad ke-16 yang dengan perintah kedua orang tuanya, mengasingkan diri dan bertapa di Gunung Gede, Bogor. Silsilah Eyang Surya Kencana salah satunya terdapat dalam teks naskah Asmarandana yang salah satunya berbunyi “*Ari Perbu Siliwangi nu mabakan Pajajaran Siliwangi puputra teh Mundingsari katelahna Mundingsari puputra jenenganana nyakitu Mundingsari nu kadua*” dengan makna berupa ‘Prabu Siliwangi’ yang melahirkan Pajajaran Siliwangi melahirkan Mundingsari yang dikenal sebagai Mundingsari putra yang bernama Mundingsari yang ‘kedua’. Silsila selanjutnya dibahas secara terstruktur dalam teks naskah ini. Naskah Asmarandana merupakan sastra klasik yang terdiri atas 164 bait dengan 36 halaman dan menceritakan tentang sejarah Cikundul (Widiyanto et al., 1999). Naskah ini mengisahkan bahwa Eyang Surya Kencana berada dalam garis keturunan keluarga Prabu Siliwangi – Raja dari Kerajaan Hindu terbesar setanah Sunda bernama Pajajaran– namun lambat laun salah satu dari garis keturunan Prabu Siliwangi yang bernama Dalem Arya, pergi merantau ke Sagalanger karena masuk agama Islam dan meninggalkan keluarga dan kebudayaan agama yang dianut keluarganya, yakni agama Hindu. Dalem Arya memiliki keluarga dengan menjadikan Islam sebagai ajaran utama. Eyang Surya Kencana juga mengikuti ajaran Islam dan menyebarkannya di sekitar Gunung Gede. Pada sisi lain, karena keturunan Dalem Arya berasal dari setengah manusia dan setengah jin, beliau pun memiliki pengikut dari kalangan manusia dan jin, menjadikan alun-alun sebagai lumbung padi yang disebut “Leuit Salawe Jajar” dan dianggap mistis karena keberadaannya tidak dapat dilihat secara kasat mata.

Eyang Surya Kencana memiliki dua orang istri. Beliau memiliki satu anak dari istri pertama, yakni Nyimas Ratna Gumilang yang bernama Raden Aji Mantri, dan enam anak dari istri kedua, yakni Nyimas Oo Imahu (Harom Muthida) yang bernama Nyimas Harim Hotimah, Nyimas Sari Atuhu, Sastra Pura Kusumah, Sastra Umbar, Nyimas Roro, dan Suniasih. Eyang Surya Kencana dipercaya pandai ilmu mistis karena para jin dapat takluk di tangannya dan pandai dalam memimpin, terbukti dari cara beliau menyebarkan agama Islam di daerah sekitar Gunung Gede hingga Cianjur. Petilasan atau tempat singgah Eyang Surya Kencana berupa batuan besar yang berada di dekat puncak Gunung Gede. Di petilasan inilah Eyang Surya Kencana melakukan semedi dan bersembayang dengan hikmat karena lokasinya jauh dari keramaian. Di dekat bebatuan itu terdapat saung yang ukuran dan bentuknya sederhana, terbuat dari bambu dan kayu yang kemungkinan saung itu dijadikan sebagai tempat istirahat. Daerah kekuasaan Eyang Suryakencana meliputi Gunung Gede, wilayah Cianjur atas hingga Gunung Bunder yang merupakan tempat peristirahatan Eyang Suryakencana untuk terakhir kalinya.

Selain itu, Eyang Surya Kencana memiliki harta yang sangat banyak dan tersimpan di dalam sebuah curug atau air terjun bernama Curug Cibereum. Pada curug ini terdapat sebuah batu besar yang dimitoskan sebagai manusia yang menjaga harta Eyang Surya Kencana tersebut. Eyang Surya Kencana meninggal dan dimakamkan di Gunung Bunder, 84 km dari petilasannya yang berada di Gunung Gede. Makam itu kemudian diberi pemugaran dan diberi pagar agar lebih lestari dan menjadi situs destinasi wisata dan ziarah (Lihat Gambar 3). Situs ini masuk dalam kategori situs cagar budaya lokal karena belum terdapat sistem pelestarian yang terstruktur serta keberadaan dan cerita sejarahnya hanya diketahui oleh masyarakat lokal. Akan tetapi, berdasarkan keterangan dari tokoh

masyarakat setempat situs ini sedang dalam proses integrasi dan penataan kembali bersama dengan beberapa destinasi lainnya di Desa Sirnajaya. Diharapkan dalam beberapa waktu ke depan dapat menjadi salah satu situs warisan sejarah yang diakui secara regional dan terintegrasi langsung dengan pusat warisan sejarah Eyang Surya Kencana di Gunung Gede Pangrango.



Gambar 3. Raden Surya Kencana (Kiri); Makam Raden Surya Kencana (Kanan)
Sumber: Budiman, 2018 (Kiri) dan Sumber: Aroengbinang, 2021 (Kanan)

Sejarah Raden Wargajaya

Raden Wargajaya adalah pendiri dari Desa Sirnajaya yang merupakan buyut dan masih satu garis keturunan dari Syarif Hidayatullah yang bergelar Susuhunan Jati, pimpinan Kerajaan Cirebon pada abad ke-15. Raden Wargajaya dikenal sebagai tokoh sakti yang berpangkat setingkat bupati bak jawara golongan putih yang sederajat dengan solihin, dibawah gelar wali. Raden Wargajaya diandalkan sebagai sosok pelindung yang sangat berjaya untuk masyarakat Desa Sirnajaya, terutama saat penjajah datang ke desa tersebut untuk menginvasi dan mengambil kekuasaan, Raden Wargajaya dipercaya dapat mengaburkan pandangan penjajah sehingga mereka tidak dapat melihat atau menemukan warga desa dan lokasi desa berada sehingga membuat para penjajah balik kanan dan tidak jadi merebut Desa Sirnajaya. Oleh karena itu, desa ini dinamakan Desa Sirnajaya yang berupa *Sirna* ('hilangnya kesulitan dan bahaya') dan *Jaya* ('sebuah kejayaan, kemakmuran, kebahagiaan dan buah dari hasil kesulitan dan bahaya').

Raden Wargajaya berjasa dalam menyebarkan agama Islam di Desa Sirnajaya. Beliau bahkan memiliki lembaran kitab Al-Qur'an yang beliau tulis dengan tangan yang sekarang disimpan dan dilindungi oleh tokoh besar Desa Sirnajaya keturunan H.M. Rohilli. Selain Al-Qur'an, Raden Wargajaya juga meninggalkan berbagai pusaka miliknya yang masih terawat dengan baik berupa senjata adat Sunda seperti kujang, keris, dan ketam (Lihat Gambar 4).



Gambar 4. Peninggalan Raden Wargajaya.
Sumber: Desa Sirnajaya, 2021

Saat ini, makam Raden Wargajaya terletak di Kampung Kebon Danas, Desa Sirnajaya. Lokasinya dekat dengan kantor desa dan bersemayan bersamaan dengan makam istrinya. Banyak orang, khususnya warga asli Desa Sirnajaya, secara bergantian mengunjungi makam Raden Wargajaya untuk mendoakan almarhum serta membersihkan makam tempat peristirahatan Raden Wargajaya (Lihat Gambar 5).



Gambar 5. Makam Raden Wargajaya Dan Sang Istri.
Sumber: Desa Sirnajaya, 2021.

Dengan mengetahui sejarah kedua tokoh yang berpengaruh pada masyarakat Desa Sirnajaya, pembentukan jalur wisata akan sejalur dengan cerita yang ada pada desa itu sendiri. Untuk mengembangkan wisata warisan budaya dan sejarah, diperlukan pengetahuan mendalam tentang sejarah yang ada di dalamnya sehingga pembuatan jalur wisata tidak akan menyimpang dari budaya yang ada pada lingkungan masyarakat Desa Sirnajaya. Berdasarkan paparan di atas juga dapat ditentukan tema dari wisata warisan budaya Desa Sirnajaya sehingga di masa yang akan datang menjadi wisata unik dan

terstruktur sesuai dengan waktu dan tema yang disajikan. Dengan demikian, wisatawan yang mengunjungi Desa Sirnajaya sebagai destinasi wisata tidak akan bosan dengan sajian wisata yang ditawarkan pengelola wisata.

Kondisi Destinasi Wisata Desa Sirjaya

Desa Sirnajaya memiliki potensi destinasi wisata yang bermacam-macam. Dalam membentuk sebuah jalur wisata, diperlukan pengenalan mendalam tentang kondisi yang ada pada destinasi tersebut beserta ragam kegiatan yang dapat dinikmati oleh wisatawan. Bentuk penjabaran dari kondisi destinasi wisata dipaparkan melalui Tabel 3, berikut ini.

Tabel 3. Objek Wisata Desa Sirnajaya

No	Objek Wisata	Deskripsi Kegiatan Wisata
1.	Petilasan Eyang Surya Kencana	Pada destinasi ini, wisatawan dapat mengunjungi petilasan dan mendapat edukasi lebih dalam tentang sejarah keberadaan Eyang Surya Kencana yang pernah tinggal dan menetap di Desa Sirnajaya.
2.	Makam Raden Warga Jaya	Pada destinasi ini, wisatawan dapat berziarah dan mendoakan almarhum Raden Warga Jaya serta mengetahui lebih dalam sosok Raden Warga Jaya dengan <i>story-telling</i> dari juru kunci makam.
3.	Lokasi Oleh-oleh	Pada destinasi ini, wisatawan dapat membeli dan menikmati kerajinan dan makanan khas yang penduduk setempat ciptakan sebagai buah tangan asli Desa Sirnajaya
4.	Kebun Kopi Rawa Gede	Pada destinasi ini, wisatawan mendapat edukasi tentang olah kopi natural robika dan dapat turut serta memetik dan memproduksi kopi. Selain itu, terdapat pilihan bagi wisatawan untuk dapat menikmati kopin seduhan dari hasil tanam yang berada di kebun kopi tersebut.
5.	Situ Rawa Gede	Pada destinasi ini, wisatawan dapat melakukan wisata memancing, berkemah, menikmati suasana di gazebo yang tersedia disekitar Situ, dan minum di kios makanan yang tersedia,
6.	Curug Cidulang	Pada destinasi ini, wisatawan dapat beristiraha di gazebo yang telah tersedia di dekat Curug, dan berfoto ria di area yang telah disediakan.
7.	Sawah Terasering	Pada destinasi ini, wisatawan mendapat edukasi tentang kebudayaan masyarakat Sunda dalam hal bertani. Wisatawan juga dapat memotret diri dan suasana di tempat yang telah disediakan.

Sumber: Survei Lapangan dan Wawancara, 2021

Strategi Perencanaan Jalur Wisata

Berdasarkan kondisi komponen 4A (Atraksi, Amenitas, Aksesibilitas dan Aktivitas), Desa Sirnajaya memiliki kelengkapan komponen yang cukup sebagai pendukung kegiatan wisata. Atraksi yang dimiliki sebagian besar mendukung karakteristiknya sebagai kawasan wisata alam, seperti atraksi alam Situ Rawa Gede yang menyuguhkan pemandangan alam yang indah, Curug Cidulang dan curug lainnya yang masih asri, makam Eyang Surya Kencana sebagai atraksi religi, atraksi buatan seperti kolam renang dan spot selfie, serta atraksi seni budaya serta kuliner pedesaan yang khas. Meskipun memiliki keindahan alam yang menarik, fasilitas pendukung wisata di kawasan ini masih perlu peningkatan kualitas, khususnya pada jaringan internet dan fasilitas

keamanan pengunjung. Hasil survei lapangan tahun 2021 menunjukkan bahwa aksesibilitas menjadi salah satu sektor yang krusial untuk dilakukan perbaikan karena akses jalan terbatas, khususnya kendaraan besar seperti bus. Komponen aktivitas berupa kegiatan masyarakat perdesaan cukup kental, mulai dari bertani hingga sektor ekonomi pengelolaan kopi organik khas desa yang menjadi daya tarik khusus bagi pengunjung.

Dengan mengetahui objek wisata dan kondisi komponen 4A yang ada di Desa Sirnajaya, peneliti apat menentukan dan menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada destinasi pariwisata yang terletak pada Desa Sirnajaya. Selain objek wisata, analisis ini mencakup sarana dan prasarana yang tersedia dan masyarakat setempat yang bertempat tinggal di sekitar objek wisata Desa Sirnajaya (Lihat Tabel 4).

Tabel 4. Analisis SWOT Pariwisata Desa Sirnajaya

<i>Strenghts</i>	<i>Weaknesses</i>
<ol style="list-style-type: none"> Memiliki daya tarik tersendiri karena pemandangan yang masih asri dan udara yang sejuk membuat wisatawan merasakan back to nature Adanya prasarana dan sarana yang mencukupi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Harga wisata yang ekonomis membuat keberagaman macam wisatawan yang berkunjung 	<ol style="list-style-type: none"> Minimnya keterampilan Bahasa Asing khususnya Bahasa Inggris bagi warga lokal Jalan yang dilalui cukup sempit, hanya memnuat satu kendaraan roda empat ukuran sedang Antar objek wisata berada pada jarak yang cukup jauh Minimnya infrastruktur yang mendukung objek wisata seperti papan penunjuk dan papan informasi objek wisata
<i>Opportunities</i>	<i>Threats</i>
<ol style="list-style-type: none"> Destinasi wisata bebas dari lahan bergugat Banyak jalur yang tersedia untuk menuju destinasi wisata Destinasi wisata dekat dengan pemukiman penduduk sehingga keamanannya terjamin 	<ol style="list-style-type: none"> Regulasi desa wisata masih minim Kurangnya koordinasi dan kerjasama antara Bumdes dengan pemerintah kabupaten Objek wisata budaya belum dilindungi secara maksimal Kerusakan lingkungan akibat aktivitas wisata yang tidak terpantau dengan baik

Sumber: Peneliti, 2022

Berikut ini adalah jalur wisata yang dirancang oleh peneliti melalui citra satelit dari aplikasi *Google Earth*. Gambar 6 merupakan rute destinasi terdekat dari gerbang masuk Desa Sirnajaya, yakni Makam Raden Wargajaya, menuju titik pusat destinasi wisata utama milik Desa Sirnajaya, yakni Situ Rawa Gede.



Gambar 6. Rekomendasi Jalur Wisata Budaya Desa Sirnajaya.

Sumber: Peneliti, 2022

Selain itu, jalur wisata ini dapat pemeratakan ekonomi dan jumlah kunjungan objek wisata yang ada pada jalur yang ditempuh wisatawan. Objek wisata yang ada pada jalur wisata ini beraneka ragam, yakni wisata alam, buatan, atau berupa hasil binaan manusia dan budaya masyarakat. Hasil perancangan jalur wisata ini dapat pula dikembangkan menjadi jalur wisata tematik berupa paket perjalanan wisata sesuai dengan karakteristik kegiatan yang diminati pengunjung, seperti jalur wisata kopi dan wisata alam pegunungan. Jalur wisata kopi dimulai dari pusat perkebunan kopi organik di Situ Rawa Gede kemudian berlanjut menuju bangunan pusat pengolahan milik desa. Setelah itu, pengunjung dapat melanjutkan perjalanan menuju produsen kopi lokal yang terletak di hunian masyarakat dan berakhir di Warung Kopi Rawa Gede untuk menikmati kopi khas lokal ditemani pemandangan alam yang indah. Yang perlu diperhatikan ialah jalur wisata harus mengacu pada tiga kelas potensi objek wisata, yaitu objek wisata yang berkembang, sedang berkembang, dan belum berkembang. Tiga kelas potensi itu harus disatupadukan dalam satu jalur wisata agar obyek wisata yang berkembang dapat merangsang potensi obyek wisata yang sedang atau dan belum berkembang. Jalur wisata diatas meliputi objek wisata dari tiga kelas potensi yang berbeda dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan, kelengkapan fasilitas, dan atraksi yang ditawarkan (Lihat Tabel 5).

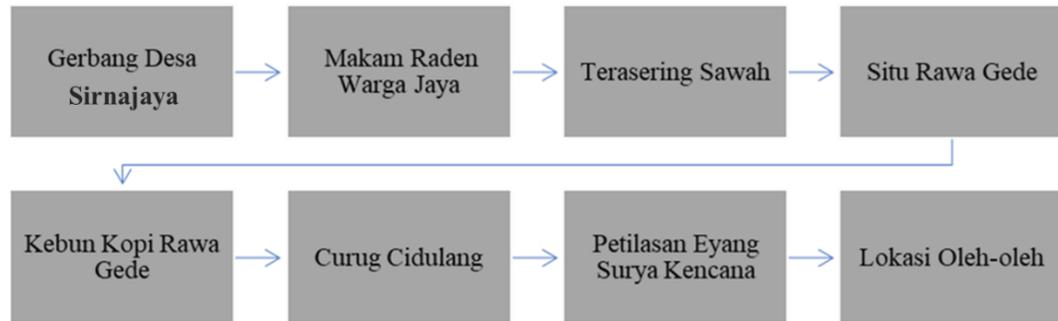
Tabel 5. Klasifikasi Objek Wisata Desa Sirnajaya

No.	Objek Wisata	Kelas
1.	Petilasan Eyang Surya Kencana	Belum Berkembang
2.	Makam Raden Warga Jaya	Belum Berkembang
3.	Lokasi Oleh-oleh	Sedang Berkembang
4.	Kebun Kopi Rawa Gede	Berkembang
5.	Situ Rawa Gede	Berkembang
6.	Curug Cidulang	Sedang Berkembang
7.	Sawah Terasering	Belum Berkembang

Sumber: Peneliti, 2022

Memilih jalur atau rute saat berkendara menuju destinasi wisata merupakan hal yang bersifat subjektif bagi tiap orang. Rute terbaik bagi wisatawan ialah apabila mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan wisatawan, seperti memiliki jarak tempuh singkat dan bisa melewati banyak obyek wisata sekaligus. Pemahaman terhadap karakteristik wisatawan juga perlu dipertimbangkan dengan mengusahakan fasilitas pendukung wisata yang inklusif dan berkelanjutan. Inklusif memiliki arti bahwa fasilitas yang disediakan dapat diakses oleh semua orang (Zakiyah et al., 2017). Sementara itu, berkelanjutan memiliki arti bahwa fasilitas pendukung wisata harus mengedepankan kelestarian lingkungan (Arida, 2012). Berdasarkan hal tersebut, jalur wisata terbaik dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan dapat terbentuk.

Oleh karena itu, berdasarkan deskripsi dan lokasi objek wisata yang ada pada Desa Sirnajaya, peneliti dapat merancang jalur wisata yang tepat dan sesuai dengan mapak perjalanan sehingga alur wisata dapat efisien. Berikut jalur wisata yang terancang berupa urutan perjalanan wisatawan yang ditempuh untuk memenuhi dua keinginan wisatawan (Lihat Gambar 7).



Gambar 7. Alur Perjalanan Wisata Desa Sirnajaya.
Sumber: Peneliti, 2022

Jalur wisata terbentuk berdasarkan kondisi geografis, dimulai dari gerbang Desa Sirnajaya hingga menuju Kawasan wisata Situ Rawa Gede. Jalur ini mengintegrasikan berbagai lokasi daya tarik wisata di Desa Sirnajaya, baik wisata alam, buatan, budaya, dan lainnya. Penentuan jalur wisata ini bertujuan untuk menciptakan perjalanan wisata yang lebih sistematis dan lebih terstruktur.

Jalur wisata merupakan suatu sistem pengelolaan wisata yang terbentuk berdasarkan model *Campbell/Flogfeldt* yang telah mengalami modifikasi pada tahun 1999 kemudian menghasilkan model *Passing Through*. Model ini berfokus kepada perjalanan wisatawan yang datang dari rumah untuk melakukan perjalanan wisata sekali tempuh dan kembali ke rumah dalam keadaan puas karena telah mengunjungi semua objek wisata pada satu destinasi. Beberapa wisatawan pulang pergi dalam satu hari dan beberapa lainnya menginap di objek wisata utama dan memiliki waktu lama untuk dapat berwisata di destinasi wisata. Pada Desa Sirnajaya, wisatawan tidak bisa mengelilingi objek wisata secara maksimal karena keterbatasan waktu dalam satu hari. Oleh karena itu, dibentuklah sebuah paket wisata yang akan membuat wisatawan dapat mengatur waktu kunjungannya secara optimal dengan bantuan pengelola wisata Desa Sirnajaya. Paket perjalanan wisata melalui jalur wisata dapat membuat pilihan aktivitas wisata para wisatawan lebih beragam sehingga mengharuskan mereka untuk tinggal lebih lama di lokasi wisata. Salah satu contohnya adalah perjalanan wisata religi yang memiliki tata cara khusus sebagai bentuk kepercayaan khusus dalam mencapai pengalaman spiritual tertentu. Proses dan tatanan kegiatan biasanya harus mengikuti arahan dari kuncen sebagai pemimpin spiritual yang pada kenyataannya tidak dapat diselesaikan dalam satu hari. Intinya, untuk membuat wisatawan berlama-lama di suatu lokasi diperlukan *sense of place* dan cara untuk menumbuhkan *sense* tersebut adalah menciptakan keragaman atraksi dan kenyamanan lokasi wisata, salah satunya dengan meningkatkan kebersihan serta pelayanan fasilitas di dalamnya.

Membentuk jalur wisata merupakan bagian penting dari produk wisata karena dapat menciptakan urutan perjalanan wisata yang lebih terstruktur dan memperpanjang waktu tinggal wisatawan di lokasi wisata (Oktanti, 2012). Salah satu contohnya adalah membentuk jalur wisata sesuai dengan cerita sejarah dari Petilasan Eyang Surya Kencana yang pada dasarnya memiliki keterkaitan dengan sejarah terbentuknya Desa Sirnajaya di masa lampau dan berhubungan langsung dengan sejarah Eyang Surya Kencana di Gunung Gede Pangrango. Pada akhirnya nanti dapat dibentuk sebuah jalur wisata yang terintegrasi

dengan menghubungkan cerita-cerita sejarah (*story telling*) yang dimiliki. Contoh lainnya adalah kegiatan alur distribusi kopi di Desa Sirnajaya yang membutuhkan proses tertentu mulai dari pemanenan, proses produksi hingga proses distribusi kepada wisatawan. Cerita-cerita sejarah (*story telling*) yang ada pada setiap objek wisata termasuk petilasan Eyang Surya Kencana dapat menjadi atraksi menarik sekaligus wadah edukasi bagi wisatawan yang berkunjung. Secara tidak langsung, jalur-jalur wisata ini dapat ditentukan dari model atau pola identifikasi produk dan jasa yang menentukan dari kawasan wisata. Dengan mengembangkan jalur wisata, objek-objek wisata yang ada dapat dikumpulkan sehingga wisatawan mudah menjangkau dan menentukan objek wisata yang ingin dinikmati.

KESIMPULAN

Berdasarkan tujuan penelitian dan hasil analisis disimpulkan bahwa terdapat berbagai macam daya tarik wisata yang dimiliki oleh Desa Sirnajaya, khususnya daya tarik wisata berbasis alam dan budaya Sunda. Akan tetapi, sistem pengelolaan yang kurang optimal menyebabkan lokasi-lokasi wisata potensial seperti wisata cagar budaya Makam Eyang Surya Kencana masih kurang dikembangkan dengan baik dan belum dikelola secara optimal untuk kegiatan wisata kawasan. Minimnya fasilitas pendukung menjadikan akses menuju daya tarik wisata cagar budaya semakin sulit. Pada sisi lain, sejarah dan budaya yang dimiliki oleh Desa Sirnajaya pada dasarnya merupakan satu kesatuan *story telling* yang dapat dirangkai secara sistematis dan berkelanjutan untuk mendukung kegiatan wisata. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah menerapkan sistem Jalur Wisata berbasis Cagar Budaya di Desa Sirnajaya.

Jalur wisata berbasis warisan cagar budaya di Desa Sirnajaya dapat menciptakan sistem kegiatan wisata yang runtut dan terkelola secara profesional. Hal ini juga berdampak pada tingkat pengaturan kegiatan wisata yang tinggi sehingga manfaat dari adanya kegiatan wisata dapat tersebar secara merata di seluruh daya tarik wisata. Selain berdampak secara ekonomi, diharapkan sistem jalur wisata berbasis warisan cagar budaya ini dapat terkonservasi dengan baik karena meningkatnya jumlah kunjungan wisata akan menarik perhatian berbagai pihak, seperti pemerintah kabupaten untuk menerapkan sistem pelestarian cagar budaya sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku. Berdasarkan hasil SWOT penelitian ini menghasilkan beberapa rekomendasi dalam penerapan sistem jalur wisata berbasis cagar budaya di Desa Sirnajaya:

1. Pembuatan dokumen perencanaan pariwisata dan jalur wisata yang dikoordinasi oleh pemerintah desa
2. Perencanaan sistem jalur dan paket wisata yang profesional dengan mengoptimalkan tenaga kerja lokal
3. Peningkatan proses pembelajaran dan pelatihan terhadap *tour guide* lokal khususnya pada penguasaan *story telling*, teknologi, sistem jalur wisata dan bahasa asing
4. Penataan kawasan wisata secara optimal, salah satu caranya ialah membuat sistem zonasi wisata untuk menggiring kegiatan wisata tematik
5. Pelibatan masyarakat dalam setiap perencanaan wisata serta memberikan pemahaman terkait konsep jalur wisata yang akan direalisasikan

6. Penyiapan regenerasi yang matang untuk keberlanjutan pengelolaan wisata
7. Perbaikan sarana prasarana wisata, khususnya pada akses jalan, akses internet dan kebersihan lingkungan.

Penelitian ini masih memiliki banyak kekurangan, khususnya pada sistem pembuatan rencana jalur wisata yang belum terintegrasi dengan seluruh destinasi wisata yang ada di Desa Sirnajaya maupun destinasi wisata lain yang berada di sekitarnya. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya dapat melakukan kajian lebih mendalam mengenai pembentukan integrasi jalur wisata secara mikro (skala lokal Desa Sirnajaya) maupun secara makro (skala regional) untuk mendukung pengembangan pariwisata di Desa Sirnajaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alek. (2018). *Linguistik Umum*. Erlangga.
- Arida, I. N. S. (2012). *Buku Ajar Pariwisata Berkelanjutan*. Sustainpress.
- Aroengbinang, B. (2021, March 26). *Situs Raden Surya Kencana*. Situs Raden Surya Kencana. <https://www.aroengbinang.com/2017/12/situs-raden-surya-kencana-gunung-bunder-bogor.html>
- Asrif, N. (2010). Pembinaan dan Pengembangan Bahasa Daerah dalam Memantapkan Kedudukan dan Fungsi Bahasa Indonesia. *Mabasan*, 4(1), 11–23. <https://doi.org/10.26499/mab.v4i1.183>
- Ateca-Amestoy, V. (2013). Demand for Cultural Heritage. In A. Mignosa & I. Rizzo (Eds.), *Handbook on the Economics of Cultural Heritage* (pp. 89–110). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9780857931009.00012>
- Bender, J., Gidlow, B., & Fisher, D. (2013). National Stereotypes in Tourist Guidebooks. An Analysis of Auto- and Hetero-Stereotypes in Different Language Guidebooks About Switzerland. *Annals of Tourism Research*, 40(1), 331–351. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.08.006>
- Budiman, I. (2018, December 28). *Pangeran Surya Kencana Sang Penguasa Gunung Gede*. Naik Gunung. <https://menjupuncakgunung.blogspot.com/2018/12/pangeran-surya-kencana-sang-penguasa.html>
- Chaer, A. (2014). *Linguistik Umum (Revisi)*. Rineka Cipta.
- Faisal, S. (1992). *Format-Format Penelitian Sosial*. Rajawali.
- Hammond, R. (2004). Cultural and Heritage Tourism - International. *Travel & Tourism Analyst*, 20, 1–61.
- Idajati, H., & Nugroho, F. E. (2019). Creating Cultural and Heritage Tourism Route as Tool for Development Tourism Strategy (Case Study: Surabaya Kalimas River Area). *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 340(1), 340. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/340/1/012023>
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2018). *Pedoman Pengembangan Wisata Sejarah dan Warisan Budaya; Panduan Langkah Demi Langkah*. https://www.kemendikbud.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/pdf/media_1569465804_DRAF_2018_-_Pedoman_Wisata_Tematik_Berbasis_Budaya.pdf
- Kozicka, K., & Szopa, R. (2016). Managing of The Tourist Destinations Offer Based on The Dynamics and The Forecast of Tourist Movement. *Polish Journal of Management Studies*, 14(2), 127–136.
- Kristina. (2022, January 28). *Kemendikbud: Banyak Warisan Budaya Tak Benda yang Belum Ditetapkan*. DetikEdu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5917880/kemendikbud-banyak-warisan-budaya-tak-benda-yang-belum-ditetapkan>
- MacLeod, N. (2016). The Role of Trails in The Creation of Tourist Space. *Journal of Heritage Tourism*, 12(5), 423–430. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2016.1242590>
- Miharja, D. (2015). Sistem Kepercayaan Awal Masyarakat Sunda. *Al-Adyan: Jurnal Studi Lintas Agama*, 10(1), 19–36. <https://doi.org/10.24042/AJSLA.V10I1.1420>

- Nagy, K. (2012). Heritage Tourism, Thematic Routes and Possibilities for Innovation. *Journal of Economic Literature*, 8(1), 46–53. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3639435>
- Nahak, H. M. I. (2019). Upaya Melestarikan Budaya Indonesia Di Era Globalisasi. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(1), 65–76. <https://doi.org/10.33369/jnsn.5.1.65-76>
- Oktanti, M. (2012). *Penentuan Jalur Wisata Berdasarkan Potensi Obyek Di Kabupaten Kulonprogo Melalui Pemanfaatan Penginderaan Jauh Dan Sistem Informasi Geografis Tahun 2010* [Undergraduate Thesis]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rossetto, T. (2012). Embodying the Map: Tourism Practices in Berlin. *Tourist Studies*, 12(1), 28–51. <https://doi.org/10.1177/1468797612444192>
- Santry, E. (2020, January 30). *Inilah 112 Kesultanan dan Kerajaan yang Pernah Ada di Indonesia*. Indeksberita. <https://indeksberita.com/inilah-112-kesultanan-dan-kerajaan-pernah-ada-indonesia/>
- Shankar, S. (2015). Impact of Heritage Tourism in India - A Case Study. *International Journal of Innovative Research in Information Security*, 6(2), 59–61.
- Sutiarso, M. A., Arcana, K. T. P., Juliantari, N. P. E., & Gunantara, I. M. B. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Berbasis Budaya di Desa Selumbang, Karangasem. *Pariwisata Budaya: Jurnal Ilmiah Agama Dan Budaya*, 3(2), 15–24.
- Welianto, A. (2020, May 22). *Perkembangan Agama Hindu-Buddha di Nusantara*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2020/05/22/143000569/perkembangan-agama-hindu-buddha-di-nusantara?page=all>
- Widiyanto, Y. S., Kusumah, S. D., Gurning, E. T., & Purnama, Y. (1999). *Sejarah Cikundul Kajian Sejarah Dan Nilai Budaya* (D. Agustina, Ed.). Departemen Pendidikan dan Kebudayaan RI.
- Zakiyah, U., Husein, R., & Muzwardi, A. (2017). Pelayanan Inklusif untuk Penyandang Disabilitas Studi Fasilitas dan Aksesibilitas Pariwisata untuk Disabilitas di Kota Yogyakarta. *Prosiding Konferensi Nasional Ke-4: Asosiasi Program Pascasarjana Perguruan Tinggi Muhammadiyah (APPPTM)*, 83–89.

PERAN *STAKEHOLDER*
DALAM PENGEMBANGAN PANTAI PULAU MERAH
KABUPATEN BANYUWANGI SEBAGAI DESTINASI
WISATA BAHARI

*(Role of Stakeholders in Development of the Red Island Beach,
Banyuwangi Regency, as a Marine Destination)*

**Risa Amalia Kurniawati^{1*}, Natasya Shaherani², Basuhnami Lena Leopold
Coutrier³, Hawa Sukmawati⁴**

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial
Universitas Negeri Malang
Jalan Semarang No.5, Malang, Jawa Timur, Indonesia 65145
Indonesia

*risa.amalia.1807216@students.um.ac.id

⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Jember
Jalan Kalimantan Gg.5 Jember, Jawa Timur, Indonesia 68121
Indonesia

Diterima: 04 Juni 2022. Disetujui: 16 Juni 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan mengetahui upaya pengembangan pariwisata daerah guna meningkatkan pendapatan lokal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa pemerintah Kabupaten Banyuwangi dalam melaksanakan pembangunan Pantai Pulau Merah telah melibatkan sektor UMKM. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif untuk menggali perspektif mendalam dari beberapa informan mengenai peran *stakeholder* dalam pengembangan Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi sebagai destinasi wisata bahari dan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi dan wawancara mendalam. Hal tersebut dilakukan untuk menyalurkan semangat pembangunan pariwisata berbasis potensi daerah kepada masyarakat Kabupaten Banyuwangi. Peran masyarakat sekitar dalam pembangunan pariwisata di Pulau Merah sangat baik. Hal ini terlihat dari adanya pembentukan Pokmas (Kelompok Masyarakat) Pantai Pulau Merah yang aktif mengelola pariwisata Pantai Pulau Merah dengan menjunjung tinggi aspek keterbukaan pertanggungjawaban demi kemajuan wisata Pulau Merah. Selain itu, masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah mulai banyak memperbaiki perekonomiannya dengan mendirikan usaha di wisata Pantai Pulau Merah. Salah satunya adalah pendirian penginapan (*homestay*) oleh masyarakat yang rumahnya dekat dengan Pantai Pulau Merah. Keterlibatan pihak swasta dalam pengembangan Pantai Pulau Merah

terlihat dalam bentuk membantu aksesibilitas, pemberdayaan masyarakat lokal dan pemanfaatan fasilitas lokal, melakukan promosi, melakukan CSR dengan membangun sarana prasarana yang dibutuhkan masyarakat, dan melakukan aktivitas peduli lingkungan yaitu budidaya terumbu karang.

Kata Kunci: kolaborasi, Pantai Pulau Merah, pemangku kepentingan

Abstract

This research aims to determine the efforts of regional tourism development to increase local income. From the research conducted, the Banyuwangi Regency government implementing development of the Red Island Beach has involved the MSME sector. The method used is qualitative descriptive it tries to dig in-depth perspectives of several informants about the role of stakeholders in development of the Red Island Beach Banyuwangi Regency as a marine tourism destination. The data collection techniques used in this study are observation and in-depth interviews. It is to channel the spirit of regional potential-based tourism development to the community of Banyuwangi Regency. The role of the surrounding community in tourism development on Red Island is good. It is seen from the establishment of Pokmas (community groups) on Red Island Beach that actively manage Red Island Beach tourism by upholding accountability and openness aspects for the progress of Red Island tourism. In addition, the community around the Red Island Coast began to improve its economy by establishing a business in Red Island beach tourism, one of which is the establishment of lodging (homestay) by people whose homes are close to the Red Island Beach. The involvement of private parties in the development of Red Island Beach is to help accessibility, empowerment of local communities and utilization of local facilities, promotion, and CSR by building the infrastructure needed by the community and doing environmental care activities, namely the cultivation of coral reefs.

Keywords: collaboration, Red Island Beach, stakeholders

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara kepulauan terbesar di dunia yang kaya akan potensi sumber daya alam, adat istiadat, bahasa, dan perkembangan intelektual. Kekayaan sumber daya alam dan keanekaragaman budaya yang berlimpah tentu berpotensi untuk dijadikan objek wisata yang menarik bagi wisatawan. Hal tersebut menjadi tugas pemerintah untuk membangun dan mengembangkan objek-objek wisata. Pengembangan wisata merupakan bagian dari pembangunan nasional yang berkelanjutan. Dengan demikian pengembangan pariwisata harus dilakukan dalam kesatuan terpadu dengan sektor-sektor pembangunan yang lainnya. Selain itu, pengembangan pariwisata secara optimal mampu memacu pertumbuhan ekonomi suatu daerah, seperti tersedianya lapangan pekerjaan baru, meningkatnya taraf hidup dan aktifnya industri-industri lain.

Sektor pariwisata banyak diakui sebagai sektor yang dapat mengembangkan sektor-sektor lain dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi bahkan diharapkan menjadi sumber devisa terbesar dalam suatu wilayah. Pengembangan kawasan wisata akan mampu memberi kontribusi pada pendapatan asli daerah, membuka peluang usaha, dan kesempatan

kerja. Sebagai komponen utama pariwisata, masyarakat, khususnya masyarakat lokal, mempunyai peran yang sangat penting dalam pengembangan dan pembangunan wisata. Masyarakat daerah setempat secara tidak langsung merasakan adanya dampak dari pariwisata yang ada, baik dampak sosial maupun dampak ekonomi.

Salah satu daerah di Jawa Timur yang saat ini terkenal dengan destinasi pariwisatanya adalah Kabupaten Banyuwangi karena memiliki potensi pariwisata yang besar. Hal ini tidak terlepas dari letak geografis Kabupaten Banyuwangi yang berada di ujung timur pulau Jawa sehingga Banyuwangi memiliki julukan *Sunrise of Java*. Selain itu, letak Kabupaten Banyuwangi yang berdekatan dengan Pulau Bali juga merupakan salah satu faktor meningkatnya kunjungan wisata di Banyuwangi. Hal itu disebabkan karena tidak sedikit wisatawan pengguna jalur darat yang meluangkan waktu untuk singgah di kabupaten Banyuwangi. Munculnya objek-objek pariwisata baru dan keberhasilan kebijakan pembangunan sektor pariwisata menjadikan Banyuwangi sebagai daerah yang mendunia dalam sektor pariwisata. Hal tersebut dibuktikan dengan kemenangan Kabupaten Banyuwangi pada ajang *United Nations World Tourism Organization (UNWTO) Awards for Excellence and Innovation in Tourism* ke-11 (*UNWTO Awards, 2015*) sebagai juara 1 kategori Inovasi Kebijakan Publik. Saat ini Kabupaten Banyuwangi tidak hanya dijadikan tempat singgah wisatawan yang akan menuju ke Bali akan tetapi sudah menjadi daerah tujuan wisata.

Dalam perkembangannya, pembangunan pariwisata Banyuwangi yang dilakukan membuahkan hasil. Hal ini ditunjukkan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan di Pantai Pulau Merah. Keindahan pantai dan ombak yang cukup tinggi menjadikan Pulau Merah atau *Red Island* sebagai pilihan tempat diselenggarakannya *International Surfing Competition* setiap tahun secara rutin sejak tahun 2013 oleh pemerintah daerah. Pada *International Surfing Competition* yang terakhir kali dilaksanakan, yakni pada September 2015, terdapat 20 negara yang mengikuti lomba ini (Fairuza, 2017). Hal ini menunjukkan keberhasilan upaya-upaya yang telah dilakukan pemerintah dalam pembangunan sektor pariwisata.

Stakeholder merupakan suatu individu maupun kelompok organisasi (perempuan atau laki-laki) yang di dalamnya mempunyai keterlibatan, pengaruh, dan kepentingan dari adanya suatu kegiatan program pembangunan (Sjaifudian, 2003). Dalam hal ini, *stakeholders* dibagi menjadi dua fase, yaitu primer (terkait langsung dengan perusahaan) dan sekunder (tidak terkait langsung) (Freeman et al., 2007). Seperti yang telah diketahui, *stakeholders* dianggap sebagai investor atau pemegang saham.

Dalam hal ini, untuk dapat mengupayakan adanya pengembangan pariwisata daerah, pemerintah tidak hanya berpacu pada *internal capacity* saja tetapi juga perlu mendengarkan suara publik/masyarakat dalam pengambilan keputusan maupun kebijakan yang perlu dirancang (Febrian, 2016). Menurut (Pitana & Diarta, 2009), dalam melakukan perjalanan wisata ataupun penetapan kegiatan wisata seorang wisatawan banyak dipengaruhi oleh berbagai macam hal, baik secara internal maupun eksternal. Perjalanan wisata dilakukan oleh manusia untuk memenuhi kebutuhannya dalam mencari suatu pengalaman baru yang belum pernah mereka dapatkan sebelumnya. Faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ini menjadi hal yang sangat menarik untuk dijadikan arahan dalam pengembangan daya tarik wisata. Terbatasnya

kemampuan dan juga sumber daya yang ada menjadi faktor pendukung dari suksesnya suatu kebijakan dan upaya pengembangan dalam mendorong pemerintah untuk bisa bekerja sama dengan semua pihak. Dengan demikian, upaya pengembangan untuk pariwisata daerah dapat berjalan sesuai dengan rancangan awal, dikarenakan adanya partisipasi kolaboratif antar berbagai pihak.

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana kolaborasi antar-*stakeholder* di Pantai Pulau Merah dan pencapaian kolaborasi dalam pengembangan di Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi.

METODE

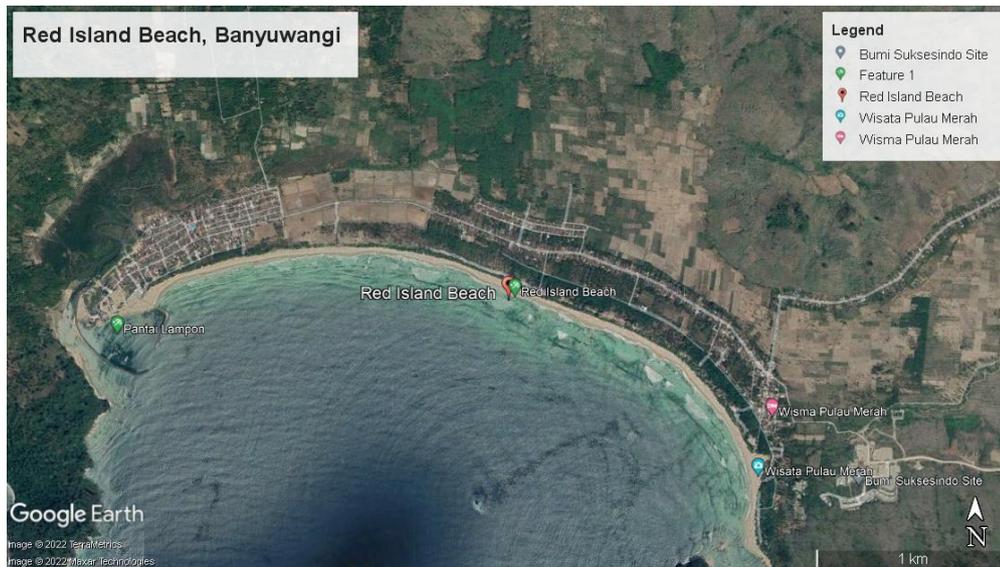
Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengetahui peran masing-masing *stakeholder* pariwisata yang terlibat dalam pengembangan wisata Pantai Pulau Merah dan menjelaskan bentuk-bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah, masyarakat lokal, dan pihak swasta. Lokasi penelitian ini terletak di Pantai Pulau Merah, Desa Sumberagung, Kecamatan Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi. Dalam hal ini, fokus penelitian yang dikaji yakni: 1) mendeskripsikan Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi; 2) menjelaskan peran *stakeholder* pariwisata dalam kegiatan pengembangan Pantai Pulau Merah meliputi pemerintah, swasta, dan masyarakat; dan 3) menguraikan aspek-aspek terkait pendukung dan penghambat peran antar-*stakeholder* pariwisata dalam kegiatan pengembangan Pantai Pulau Merah.

Pengumpulan data ialah mengumpulkan data di lokasi studi dengan melakukan observasi wawancara mendalam dan mencatat dokumen dengan menentukan strategi pengumpulan data yang dipandang tepat dan menentukan fokus serta pendalaman data pada proses pengumpulan data berikutnya. Peneliti melakukan observasi dan wawancara secara langsung pada Bapemperda untuk mendapatkan data yang diinginkan dalam penelitian tentang strategi pengembangan dinas kebudayaan dan pariwisata dalam pengembangan wisata Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi. Sajian data (*data display*) adalah suatu rakitan organisasi, informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data digunakan untuk lebih meningkatkan pemahaman peneliti dan strategi kolaborasi antar-*stakeholder* sebagai pengembangan pariwisata Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi. Pada langkah ini peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga menjadi informasi yang dapat disimpulkan dan memiliki makna tertulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pantai Pulau Merah terletak di Desa Sumberagung, Kecamatan Pesanggaran, Kabupaten Banyuwangi, Provinsi Jawa Timur. Di sekitar pantai ini terdapat tempat ibadah umat Hindu untuk melangsungkan ritual. Tempat wisata ini berupa pantai indah dengan pasir yang berwarna kecokelatan bergaris pantai kurang lebih 3 km yang menghampar luas. Di ujung pantai terdapat bukit kecil berwarna hijau dengan tinggi kurang lebih 200 m dan memiliki tanah berwarna merah. Inilah yang menjadi awal sebutan tempat wisata ini, Pulau Merah (Lihat Gambar 1). Bukit yang dapat diakses ketika air surut ini semakin cantik terlihat kala matahari tenggelam (*sunset*). Pancaran Warna jingga pada bukit menjadikannya sebuah pemandangan indah yang tidak dapat dijumpai di wilayah lain.

Selain itu, ombak besar yang ada di Pantai Pulau Merah juga dapat digunakan untuk selancar. Selain berselancar, olahraga air lainnya yang dapat dilakukan Pantai Pulau Merah adalah *snorkeling*. Oleh karena itu tidak heran apabila banyak wisatawan lokal dan mancanegara yang datang ke Banyuwangi untuk menikmati keindahan Pantai Pulau Merah ini.



Gambar 1. Lokasi Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur.
Sumber: Google Earth

Dalam kenyataannya, setiap hal juga memiliki faktor pendukung dan penghambat. Faktor pendukung penelitian ini ialah peran aktif dan kesadaran masyarakat lokal dalam pengelolaan Pantai Pulau Merah. Keterlibatan masyarakat terlihat dalam berpartisipasi secara langsung dalam mengelola Pantai Pulau Merah. Dalam hal ini, peran masyarakat ialah menyediakan sarana pariwisata dan melayani wisatawan. Masyarakat juga aktif mengikuti berbagai kegiatan operasional pantai menjaga kebersihan pantai. Adanya kerjasama pemerintah, masyarakat, dan pihak swasta yang mendukung pengembangan Pantai Pulau Merah. Strategi promosi yang dilakukan antar-*stakeholder* juga sudah sangat baik. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya peningkatan jumlah wisatawan yang hadir di Pantai Pulau Merah.

Faktor penghambatnya ialah pengetahuan masyarakat lokal tentang layanan jasa wisata dan pengelolaan lingkungan masih kurang. Kemampuan *softskill* masyarakat di sekitar Pantai Pulau Merah masih sangat kurang terutama dalam hal kemampuan memakai bahasa asing. Hal tersebut sangat menghambat komunikasi dalam promosi pariwisata. Selain itu, belum tersedia fasilitas kesehatan dan keselamatan yang memadai di Pantai Pulau Merah. Terkadang minat masyarakat untuk mempelajari bahasa asing dan wawasan wisata bahari juga masih rendah. Strategi untuk lebih mengembangkan wisata pantai Pulau Merah atau Red Island, Kabupaten Banyuwangi juga melibatkan *stakeholder* lainnya, yakni masyarakat setempat, pihak swasta, dan para pengusaha. Salah satu yang telah dilakukan pemerintah Kabupaten Banyuwangi adalah melibatkan serta mengembangkan

sektor UMKM. Hal tersebut dilakukan untuk menyalurkan semangat pembangunan wilayah berbasis daerah kepada masyarakat Kabupaten Banyuwangi.

Partisipasi masyarakat sekitar dalam pembangunan pariwisata di Pantai Pulau Merah sangat baik. Hal ini terlihat dari adanya pembentukan Pokmas (Kelompok Masyarakat) Pantai Pulau Merah yang aktif mengelola pariwisata Pantai Pulau Merah dengan menjunjung tinggi aspek keterbukaan pertanggungjawaban demi kemajuan wisata Pantai Pulau Merah. Selain itu, masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah mulai banyak mendirikan usaha di wisata Pantai Pulau Merah. Salah satunya adalah pendirian penginapan (*homestay*) oleh masyarakat yang rumahnya dekat dengan Pantai Pulau Merah. Jumlah *homestay* ini dari tahun ke tahun mengalami kenaikan.

Kegiatan promosi juga gencar dilakukan demi menarik para wisatawan lokal dan mancanegara untuk datang ke Kabupaten Banyuwangi. Kunjungan wisatawan Banyuwangi pada Januari hingga Maret 2022 mengalami peningkatan drastis gabung tahun 2020 pada periode yang sama. Dalam kurun waktu tiga bulan ini, kunjungan wisata tercatat 924.981 wisatawan dengan rincian 202.823 orang wisatawan mancanegara dan 722.158 orang lokal. Pada periode yang sama, tahun 2020, jumlah wisatawan hanya 676.654 orang dengan rincian 518.588 orang wisatawan domestik dan 158.066 orang wisatawan mancanegara. Hal tersebut membuktikan bahwa peran *stakeholder* di Kabupaten Banyuwangi sangat luar biasa dalam pengembangan pariwisata daerah pascaadanya wabah Covid-19. Selain promosi yang dilakukan pemerintah, masyarakat Banyuwangi juga memiliki peran yang cukup besar untuk promosi wisata melalui media sosial. Dalam beberapa tahun terakhir ini, masyarakat Banyuwangi aktif melakukan promosi wisata untuk memancing wisatawan datang Banyuwangi. Pantai yang berada di Desa Sumberagung, Kecamatan Pesanggaran tersebut selain menawarkan pemandangan yang unik dengan satu bukit di dekat bibir pantainya juga memiliki ombak yang menjadi daya tarik bagi peselancar.

Pengembangan sektor pariwisata di Pantai Pulau Merah dirasakan dampaknya oleh masyarakat, mulai dari pembukaan lapangan pekerjaan baru, peningkatan pendapatan UMKM, dan lain sebagainya. *Statement* ini didukung oleh narasumber bernama Bapak Marzuki bahwa semenjak adanya pengembangan pariwisata dan dukungan berbagai pihak di Pulau Merah ini, kegiatan UMKM meningkat seiring peningkatan jumlah pengunjung. Ketika peneliti mewawancarai wisatawan luar kota yang sedang berkunjung ke Pantai Pulau Merah, ternyata wisatawan tersebut tertarik mengunjungi Pantai Pulau Merah karena melihat pesona keindahan wisata ini lewat media sosial. *Statement* ini didukung oleh narasumber bernama Ibu Rina bahwa keindahan wisata Pantai Pulau Merah di Banyuwangi tidak kalah eksotis dengan luar negeri Abad ke-21 ini memang promosi dengan strategi Teknologi Informasi (TI) sangat digandrungi oleh masyarakat. Kolaborasi antar-*stakeholder* dalam promosi pariwisata sudah sangat baik. Hal ini dengan adanya kenaikan wisatawan domestik dan wisatawan mancanegara yang semakin meningkat dari 676.654 ke 924.981 pada tahun 2020 ke tahun 2022. Jumlah *homestay* di Pantai Pulau Merah ini dari tahun ke tahun mengalami peningkatan sebagaimana ditunjukkan oleh tabel 1.

Tabel 1. Jumlah *Homestay* di Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi Tahun 2018-2021

	2018	2019	2020	2021
Jumlah <i>Homestay</i>	7	10	14	23

Sumber: banyuwangikab.go.id, 2022

Tabel 1 menunjukkan perkembangan *homestay* di Pantai Pulau Merah memang pesat. Pada tahun 2018 baru ada 7 *homestay*, pada tahun 2019 ada 10 *homestay*, lalu menjadi 14 pada tahun 2020, dan pada 2021 akhir ini berkembang pesat menjadi 23 *homestay*. Pendapatan yang diperoleh per rumah tinggal tersebut mencapai Rp3 juta/bulan, dengan harga sewa 1 kamar di *homestay* berkisar Rp150.000,00–Rp250.000,00/hari. Untuk meningkatkan kualitas *homestay*, masyarakat lokal juga difasilitasi oleh Dinas Pariwisata daerah untuk belajar bagaimana menyiapkan penginapan dengan standar hotel berbintang, seperti menata kamar tidur dan kamar mandi. Selain *homestay*, sektor kuliner di Pulau Merah juga berkembang. Masyarakat sekitar Pantai Pulau Merah juga memiliki usaha rumah makan di Pantai Pulau Merah, omzetnya per bulan dapat mencapai Rp1 juta.

Tabel 2. Matriks Kolaborasi antar-Stakeholders

Pemerintah <ol style="list-style-type: none"> 1. Rehabilitasi penginapan milik warga 2. Penyediaan prasarana dan sarana pendukung 3. Pembinaan sumber daya manusia dengan cara mengadakan <i>workshop</i> untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan masyarakat lokal sebagai pelaku pariwisata 4. Promosi pariwisata memperkenalkan pantai pulau merah dengan cara membuat event bertema bahari dan mengikut pameran pariwisata 	Swasta <ol style="list-style-type: none"> 1. PT Bumi Suksesindo (PT BSI) Perusahaan tambang emas yang membantu pembangunan jalan, total jalan yang diperbaiki sekitar 3 km dengan menelan biaya sekitar Rp 2 miliar. Istimewanya, tingkat kekuatan dan kualitas jalan sekelas jalan tol 2. PT. Wijaya Karya Bangunan dan PT. Patra Jasa membangun dan mengelola <i>resort beach bar</i> di wana wisata Pulau Merah, Banyuwangi
Masyarakat <ol style="list-style-type: none"> 1. Forpimka memastikan arus kendaraan tetap berjalan 2. sebagai pengelola pantai pulau merah 3. membuka usaha pendukung wisata seperti penginapan, alat <i>snorkling</i> tempat istirahat 4. menjadi guide bagi wisatawan yang ingin <i>snorkling</i> atau berselancar 	

Indikator keberhasilan dunia pariwisata adalah tersedianya Sumber Daya Manusia (SDM) yang tidak hanya memadai tetapi juga memiliki keahlian yang dibutuhkan. Agar pariwisata terus berkembang, perlu diberi *reward* kepada pelaku pariwisata sehingga keberhasilan pariwisata dapat berkembang dan bertahan baik. Pemkab Banyuwangi pun memberikan *reward* kepada pengelola Pantai Pulau Merah saat acara *gathering* wajib pajak, di Aula Hotel Ketapang Indah pada hari Senin, 30 Mei 2016. Tabel 2 menunjukkan keberhasilan dalam pengembangan pariwisata tersebut dapat dilihat dari berbagai aspek, mulai dari perubahan mata pencaharian masyarakat sekitar, naiknya wisatawan yang datang ke Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi, meningkatnya pendapatan daerah, serta meningkatnya sarana dan prasarana yang ada di Pantai Pulau Merah. Keterlibatan

masyarakat dalam pengelolaan langsung Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi dilihat dari keikutsertaan kegiatan operasional budidaya terumbu karang dan menjaga kebersihan pantai. Selain itu, pihak swasta terlibat dalam hal aksesibilitas, akomodasi, dan pemenuhan fasilitas yang ada di pulau. Pemenuhan fasilitas seperti sarana ibadah dan pembuatan tanggul pemecah ombak dan budidaya terumbu karang menjadi bentuk kepedulian terhadap keberlanjutan Pantai Pulau Merah sebagai wisata. Akan tetapi, di sisi lain juga ada yang masih harus dibenahi, yakni Sumber Daya Manusia (SDM) yang ada di sekitar pesisir harus diberi edukasi bahasa asing agar pemasaran wisata semakin luar biasa dan pendapatan semakin bertambah.

KESIMPULAN

Artikel ini menunjukkan bahwa banyak contoh kegiatan ekonomi pariwisata di Pantai Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi dalam berbagai skala membawa dampak langsung dan tidak langsung. Tumbuhnya pariwisata di sana telah memberi manfaat ekonomi dalam masyarakat. Pada umumnya hal ini membuat partisipasi masyarakat lokal semakin meningkat, misalnya masyarakat mampu mengembangkan berbagai kegiatan ekonomi di Pantai Pulau Merah seperti penyediaan makanan dan minuman, penginapan, jasa pemandu, dan persewaan perlengkapan wisata bahari. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi telah ikut serta melaksanakan pengembangan wisata Pantai Pulau Merah. Pengembangan yang dilakukan pemerintah ialah pembangunan sarana prasarana, pembinaan sumber daya manusia dalam mengelola tempat wisata dan *homestay*, serta promosi pariwisata yang luar biasa melalui pameran, media *online* dan *offline*, serta kegiatan *event* pariwisata. Promosi yang baik akan berdampak luar biasa pada tempat wisata. Selain itu, masyarakat lokal yang terlibat dalam pengembangan wisata daerah Pantai Pulau Merah juga mampu bersinergi dan berkolaborasi dengan pihak yang lainnya. Kolaborasi yang dihasilkan antar-*stakeholder* sudah sangat baik sehingga pengembangan wisata di Pantai Pulau Merah semakin hari semakin baik dan wisatawan semakin meningkat. Pihak swasta terlibat dalam pengembangan Pantai Pulau Merah, yaitu membantu aksesibilitas, pemberdayaan masyarakat lokal dan pemanfaatan fasilitas lokal, melakukan promosi terhadap Pantai Pulau Merah, melakukan CSR dengan membangun sarana prasarana yang dibutuhkan masyarakat dan melakukan aktivitas peduli lingkungan yaitu budidaya terumbu karang.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalyah, R., Hamid, D., & Hakim, L. (2016). Peran Stakeholder Pariwisata dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 158–163.
- Amerta, I. M. S. (2019). *Pengembangan Pariwisata Alternatif*. Scopindo Media Pustaka.
- Asmowati, S., & Fairuza, M. (2017). Pencapaian Inclusive Development pada Pengembangan Pariwisata di Pulau Merah Kabupaten Banyuwangi. *Prosiding Semnasfi UMSIDA: City Branding & Tourism Policy Based on Cultural Wisdom in Indonesia*, 1(1), 320. <https://doi.org/10.21070/semnasfi.v1i1.1154>
- Bappeda Banyuwangi. (2017). *Kunjungan Wisatawan ke Pulau Merah Tembus 648 Ribu*. Bappeda Banyuwangi. <http://bappeda.banyuwangikab.go.id/page/berita/kunjungan-wisatawan-ke-pulau-merah-tembus-648-ribu>

- Berliandaldo, M., Chodiq, A., & Fryantoni, D. (2021). Kolaborasi dan Sinergitas Antar Stakeholder Dalam Pembangunan Berkelanjutan Sektor Pariwisata Di Kebun Raya Cibinong. *INOBISS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(2), 221–234. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i2.179>
- Fairuza, M. (2017). Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi). *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 5(3), 1–13.
- Febrian. (2016). *The Effect of Good Governance, Compensation, Organizational Commitment, Motivation and the Work Environment on the Accountability of Government Institution Performance (Case Studies on all SKPD Bintang District Government)* [Master's Thesis]. Raja Ali-Haji University.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., & Wicks, A. C. (2007). *Managing for Stakeholders: Survival, Reputation and Success* (1st ed.). Yale University Press.
- Hanief, S., & Pramana, D. (2018). *Pengembangan Bisnis Pariwisata dengan Media Sistem Informasi*. Penerbit Andi.
- Harianik, N., Suswandi, P. E., & Diartho, H. C. (2016). Dampak Objek Wisata Pulau Merah Terhadap Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat Desa Sumberagung Kecamatan Pesanggaran Kabupaten Banyuwangi. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 1–5. <https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/75282/NURUL%20HARIA>
- Jusuf, S. (1997). Perkembangan dan Pengembangan Pariwisata Nasional Serta Kecenderungan Pariwisata Internasional. *Kelola*, 6(15).
- Marisha, D. Y. (2020). *Collaborative Governance Pemerintah Daerah dan Masyarakat dalam Pengelolaan Pantai Duta di Kabupaten Probolinggo* [Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang]. <http://eprints.umm.ac.id/id/eprint/59027>
- Murdiastuti, A., Rohman, H., & Suji. (2016). *Kebijakan Pengembangan Pariwisata Berbasis Democratic Governance*. Pustaka Radja. http://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/73658/Dr.%20Anastasia_Buku%20Kebijakan%20Pengembangan%20Pariwisata_%28FISIP%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Nugraha, R. (2020). *Kolaborasi Antar Stakeholders Dalam Pengembangan Wisata Umbul Pongok Kabupaten Klaten* [Undergraduate Thesis, Universitas Airlangga]. <http://repository.unair.ac.id/id/eprint/98335>
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi. (2015, September 27). *Geliat Ekonomi Di Pulau Merah*. KabarBwi. <https://www.banyuwangikab.go.id/berita-daerah/geliat-ekonomi-di-pulau-merah.html>
- Pitana, I. G., & Diarta, I. K. S. (2009). *Pengantar Ilmu Pariwisata* (1st ed.). Andi.
- Ridwan, M., & Aini, W. (2019). *Perancangan Pengembangan Daerah Tujuan Parawisata*. Deepublish.
- Sela, E. P. (2018). *Implementasi Kebijakan Pemerintah Dalam Pengelolaan Pariwisata Di Kabupaten Banyuwangi Studi Kasus Pulau Merah* [Undergraduate Thesis, Universitas Brawijaya]. <http://repository.ub.ac.id/id/eprint/10264>
- Sjaifudian, H. (2003). *Inovasi, Partisipasi dan Good Governance: 20 Prakarsa Inovatif dan partisipatif di Indonesia*. Yayasan Obor Indonesia.
- Surya, I., Nofrima, S., Saputra, H. A., & Nurmiyati, N. (2021). Collaborative Governance Dalam Pengelolaan Wisata Berkelanjutan di Kabupaten Kulon Progo (Studi Kasus: Wisata Kebun Teh Nglinggo). *AL IMARAH: Jurnal Pemerintahan Dan Politik Islam*, 6(2), 190–199. <https://doi.org/10.29300/IMR.V6I2.4948>
- Udayana, A. T. P., Wirawan, I. M. A., & Sunarya, I. M. G. (2015). Pengembangan Aplikasi Panduan Pariwisata Berbasis Android di Kabupaten Klungkung. *KARMAPATI (Kumpulan Artikel Mahasiswa Pendidikan Teknik Informatika)*, 4(5), 375–384. <https://doi.org/10.23887/KARMAPATI.V4I5.6583>
- Utama, I. G. B. R. (2017). *Pemasaran Pariwisata* (1st ed.). Penerbit Andi.
- Yoeti, O. A. (2008). *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, dan Implementasi* (B. Pribadi, Ed.). Buku Kompas.
- Zebua, M. (2016). *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah* (Revisi). Deepublish.

PEMETAAN DAERAH BENCANA PADA DESTINASI KOTA PALOPO (STUDI KASUS BENCANA BANJIR DAN LONGSOR)

*(Disaster Space Mapping in Palopo City Destinations (Case Study of
Flood and Landslide Disaster))*

Darwis¹, Masri Ridwan^{2*}, Agus Zainuddin³, Muh Kasim⁴, Muh Yahya⁵

^{1,2,3,4,5} Program Studi Destinasi Pariwisata

Politeknik Pariwisata Makassar

Jalan Gunung Rinjani 1, Makassar, Sulawesi Selatan, Indonesia 90225

Indonesia

*masriridwan010@gmail.com

Diterima: 04 April 2022. Disetujui: 21 Juni 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

Kota Palopo dalam pengembangan pariwisata Sulawesi Selatan ditetapkan sebagai kawasan strategis pariwisata daerah. Kota ini memiliki potensi sumber daya dan citra yang diakui secara luas. Selain sebagai kawasan wisata, kota Palopo rawan bencana, antara lain tanah longsor dan banjir. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan manajemen bahaya bencana untuk mendukung kampanye pemerintah dalam menerapkan pariwisata yang berkelanjutan dan aman dari bencana. Penelitian ini bertujuan untuk 1) memetakan sebaran lokasi wisata di kota Palopo; 2) menganalisis ancaman bencana di lokasi wisata; Metode yang digunakan adalah melalui *Focus Group Discussion* (FGD) dengan stakeholder Pariwisata, Badan Nasional Penanggulangan Bencana Daerah kota Palopo. Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder serta analisis GIS untuk menghasilkan sebaran objek wisata di kawasan rawan bencana. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kota Palopo bagian barat memiliki ancaman erosi tanah di 9 lokasi wisata sedangkan di bagian timur memiliki ancaman banjir di 12 lokasi wisata. Rekomendasi penelitian ini ialah melakukan Revisi Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Palopo Tahun 2012 – 2032 yang berorientasi pada keberlanjutan. Objek wisata yang bersentuhan dengan kawasan, hutan lindung, daerah rawan bencana, serta konflik terakomodasi dalam perencanaan tata ruang (RTRW), namun belum dijabarkan secara detail operasional RTRW kabupaten/kota dalam Rencana Detail Tata Ruang (RDTR), misalnya pada kawasan bencana banjir dan longsor di objek wisata lokkoe, langkanae, taman kirab BRC, Taman wisata alam Naggala III, Permandian Alam bambalu, Gua Kalo Dewata Battang, Sungai Lummarrang dan Air Terjun Siguntu.

Kata Kunci: bencana, Kota Palopo, pariwisata, tata kelola

Abstract

As a Tourism Development in South Sulawesi, Palopo city has been stipulated as a Regional Tourism Strategic Area, has potential resources and a widely recognized image. Palopo City is an area disaster-prone, including landslides and floods. Therefore, a disaster hazard management approach is needed to support the government's campaign to implement sustainable tourism that safety from disasters. This study has two aims. Number one is to map the distribution of tourist sites in Palopo City. Number two is to analyze the threat of disaster in tourist sites. The methods used in this study were Focus Group Discussion (FGD) using the primary and secondary data through Geographic Information System (GIS) analysis to produce the distribution of tourist objects in disaster-prone areas. The results of this study indicated that the western part of Palopo city has a threat of soil erosion in 9 tourist sites, while the eastern has a flood threat in 12 tourist sites. The research recommendation to revise the Regional Spatial Planning (RTP) of Palopo City in 2012 – 2032, oriented toward sustainability. Tourist objects that are related to the areas are: protected forests, disaster-prone, and conflicts are accommodated in Regional Spatial Planning (RTP); the operational details of the Regency/City have not been described in detail in Regional Spatial Planning (RSP) for example in flood and landslide disaster areas in the Tourism object at Lokkoe Langkanae, BRC Carnival Park, Naggala III natural tourism park, Bambalu natural baths, Kalo Dewata Battang Cave, Lummarrang river and Siguntu waterfall.

Keywords: *tourism management, disaster hazard, mapping, Palopo*

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Destinasi pariwisata di segala penjuru dunia menghadapi permasalahan dalam penanggulangan bencana. Kecanggihan teknologi bukan jaminan untuk mengatasi setiap bencana yang terjadi. Hanya sedikit destinasi yang telah mengembangkan rencana penanggulangan bencana dengan baik untuk menghadapi kemungkinan bencana alam (Faulkner, 2001), sementara peristiwa bencana mempengaruhi aktivitas pariwisata. Senada dengan pendapat Philip et al. (2016), pengaruh bencana alam terhadap kawasan wisata sangat berpengaruh, jika bencana alam meningkat, kawasan wisata kurang diminati. Jika tidak ditangani dengan baik, diperkirakan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan. Dalam aktivitas pariwisata, kajian bencana bertautan dengan keamanan dan kenyamanan wisatawan. Kedua faktor tersebut kunci dalam pengelolaan destinasi wisata yang berkelanjutan. Dampak peristiwa bencana turut mempengaruhi keputusan wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata. Senada dengan pendapat (Ma et al., 2020) yang menemukan fakta bahwa bencana alam berdampak negatif pada jumlah kunjungan wisatawan dan pengalaman yang diperoleh dalam berwisata. Akan tetapi, bencana alam seperti gempa bumi memiliki pengaruh yang berdampak lebih besar terhadap jumlah wisatawan daripada bencana akibat faktor manusia, seperti serangan teroris. Fenomena alam yang ekstrim menyebabkan berkurangnya minat wisatawan secara umum untuk melakukan perjalanan ke daerah tujuan wisata yang terdampak bencana (Rucińska & Lechowicz, 2014).

Indonesia selain memiliki keanekaragaman sumber daya pariwisata juga menjadi tuan rumah bencana alam. Karakteristik geografis Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi wisata yang melimpah akan tetapi rentan terhadap bencana. Pertama, posisi Indonesia dikenal sebagai negara kepulauan yang memiliki garis pantai sepanjang kurang lebih 81.000 km dengan keanekaragaman hayati yang tersebar di darat maupun di laut. Luas daratan Indonesia adalah 1.919.317 km² serta 93.000 km² lainnya terdiri dari laut pedalaman, seperti selat, teluk, dan badan air lainnya (Frederick et al., 2011). Santos (2010) mengatakan bahwa Indonesia yang kini terdiri atas kurang lebih 17.480 pulau dan 250 etnik bangsa, oleh filsuf Pluto disebut sebagai Atlantis yang kaya bagaikan surga beriklim tropika dengan segala keindahan. Daratan dan lautan di Indonesia membentuk kekayaan tumbuhan dan hewan yang paling beragam di dunia. Iklim tropis dan posisi geografi yang melingkari Asia dan Australia telah menghasilkan area fauna dan flora yang tidak tertandingi (Supriatna, 2018). Bentuk lahan serta karakteristik geografis tersebut menjadikan Indonesia memiliki sumber daya pariwisata yang dapat dioptimalkan menjadi tujuan rekreasi, misalnya wisata-rekreasi alam dan wisata antropogenik (Gjorgievski et al., 2013). Kedua, Indonesia terletak pada titik pertemuan tiga lempeng tektonik utama, yaitu Lempeng Eurasia, Lempeng Indo-Australia dan Lempeng Pasifik yang disebut cincin api pasifik. Wilayah aktivitas vulkanik dan seismik yang tinggi mengelilingi Samudera Pasifik. Gunung berapi yang terletak di sepanjang lingkaran api ini melahirkan pulau-pulau yang membentuk daratan Indonesia seperti sekarang ini (de Priester, 2016). Posisi Indonesia yang berada di antara samudera dan benua menyebabkan hampir seluruh wilayah beriklim tropis, dengan dataran pesisir rata-rata 28°C, daerah pedalaman dan pegunungan rata-rata 26°C, daerah ketinggian hingga 23°C, kelembaban relatif berkisar antara 70—90 %. Angin musim yang bertiup dari selatan dan timur pada bulan Juni hingga September dan dari barat laut pada bulan Desember hingga Maret menyebabkan angin, topan, dan badai skala besar. Fenomena alam tersebut menjadikan Indonesia sebagai tuan rumah bencana alam, mulai dari tsunami, gunung meletus, banjir, gempa bumi, longsor, abrasi, banjir dan sebagainya (Kurniasari, 2017; Liyushiana et al., 2019).

Bencana alam berupa tanah longsor dan banjir merupakan yang paling dominan terjadi di Indonesia. Badan Nasional Penanggulangan Bencana Republik Indonesia melaporkan, lebih dari 95% merupakan bencana hidrometeorologi seperti banjir, tanah longsor, dan angin puting beliung, dengan korban jiwa banyak disebabkan oleh bencana banjir dan tanah longsor. Dengan demikian, dalam mengoptimalkan potensi pariwisata di Indonesia patut mempertimbangkan fenomena alam yang diperkirakan mengganggu aktivitas berwisata.

Peristiwa bencana alam selain mengakibatkan kerusakan sarana dan prasarana penunjang berwisata, juga dapat menyebabkan citra destinasi yang buruk, yang pada akhirnya merugikan destinasi pada sebuah wilayah (WTTC, 2019). Akan tetapi, waktu pemulihan dari bencana alam sangat bervariasi, mulai dari satu bulan hingga 93 bulan (WTTC, 2019). Reaksi pelaku usaha pariwisata pada tahap pascabencana sangat beranekaragam. Beberapa destinasi mengalami kesulitan untuk bangkit kembali dan menarik kembali pengunjung meskipun telah melakukan rekonstruksi dan restorasi (Liu-Lastres et al., 2020). Berkaitan dengan permasalahan tersebut, diperlukan kesiapan dan

mitigasi dalam meminimalisasi risiko bencana. Dengan demikian diperlukan informasi mengenai daerah atau lokasi yang rawan bahaya bencana, baik longsor maupun banjir, yang pada akhirnya dapat berkontribusi untuk kesiapan sumber daya manusia yang menjadi pelaku usaha pariwisata maupun para wisatawan yang melakukan aktivitas berwisata pada daerah rawan bencana. Senada dengan temuan Rucińska & Lechowicz (2014) bahwa informasi tentang bencana memperkenalkan lokasi tujuan dengan citra terdidik dan edukatif (terutama informasi dan peringatan) secara bersamaan merangsang minat pengunjung.

Berdasarkan data BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana), dalam kurun waktu 14 tahun di seluruh kabupaten di provinsi Sulawesi Selatan tercatat 228 kejadian banjir dan paling tinggi terjadi di tahun 2020 sebanyak 74 kejadian yang tersebar di beberapa kabupaten (BNPB, 2015). Dari 24 Kota/Kabupaten yang berada di Sulawesi Selatan, kota Palopo sebagai daerah yang memiliki kerawanan bencana alam, mulai dari banjir hingga longsor. Kota Palopo merupakan daerah yang memiliki kondisi tanah dengan kestabilan yang bervariasi dan topografi yang beragam. Begitu juga dengan potensi wisata di Kota yang berjudul Bumi Sawerigading “*Epos Lagaligo*” (Akhmad et al., 2018). Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi Sulawesi Selatan, kota Palopo dan sekitarnya ditetapkan sebagai destinasi pariwisata daerah kawasan utara dan kawasan strategis pariwisata daerah. Gambar 1 menunjukkan 37 titik lokasi daerah tujuan wisata (Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Palopo, 2020) mulai dari alam, sejarah, bahari, budaya dan buatan. Berada di jalur transportasi yang menghubungkan Sulawesi bagian utara/tengah dan selatan serta pelabuhan menyebabkan kota Palopo menjadi daerah tujuan. Peningkatan kunjungan wisatawan ke kota Palopo setiap tahunnya mengalami peningkatan sesuai dengan tabel 1.

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan Kota Palopo 2016-2019

No	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Mancanegara
1.	2016	95.711	207
2.	2017	98.895	622
3.	2018	105.381	830
4.	2019	109.773	937

Sumber: Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Kota Palopo, 2021

Berdasarkan tabel 1, kunjungan wisatawan di kota Palopo mengalami peningkatan setiap tahunnya. Akan tetapi, keberhasilan pariwisata tidak diukur dari peningkatan pendapatan kabupaten melainkan tata kelola pariwisata yang mempertimbangkan manajemen risiko bencana. Bagian barat kota Palopo dengan kondisi geografis jalanan berkelok merupakan daerah perbukitan serta jurang yang cukup curam. Ruas jalan sangat rentan terhadap terjadinya pergerakan tanah atau longsor. Di lokasi tersebut penelitian Anggraini (2013) mengemukakan bahwa pada tanggal 8 November 2009 terjadi longsor yang mengakibatkan kerugian material dan imaterial yang luar biasa besarnya sehingga dikategorikan sebagai bencana nasional. Sepanjang tahun 2020, sejumlah media lokal dan nasional juga memberitakan peristiwa banjir di kota Palopo. Keberadaan Sungai

Salubattang yang melintasi kota Palopo sebagai penyebab meluapnya banjir berdampak pada kerugian yang tidak sedikit (Mawardi, 2020; Okezone, 2020; Riyas, 2020).

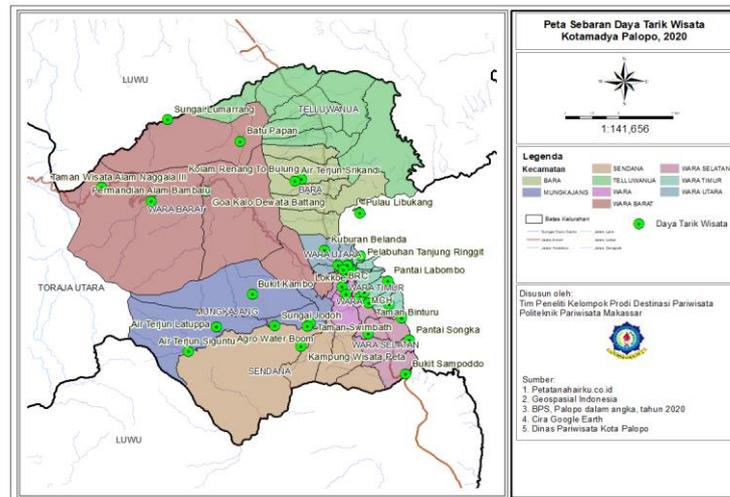
Peristiwa bencana di kota Palopo adalah keseimbangan alam, artinya alam merekonstruksi dirinya menuju kenormalan. Manusia tidak memiliki kemampuan untuk menghentikan ketika terjadi proses bencana, longsor, maupun banjir. Upaya yang paling realistis adalah meminimalisasi dampak bencana untuk menerapkan kegiatan pariwisata yang aman dan nyaman. Selain itu, keberadaan informasi bahaya bencana yang edukatif sangat mempengaruhi citra sebuah destinasi. Dengan demikian, pembangunan kepariwisataan kota Palopo mesti terintegrasi dan terpadu melalui perencanaan pariwisata yang memperhatikan keberlanjutan. Pendapat Lemy et al. (2019) bahwa program berkelanjutan memerlukan komitmen serius dari pemerintah dan kerangka kerja yang dikembangkan secara cermat yang sesuai dengan konteks Indonesia. Artinya, konstruksi pariwisata menyesuaikan dan adaptif dengan karakteristik wilayah yang ada di Indonesia. Secara sederhana, konstruksi pembangunan kepariwisataan kota Palopo adalah pariwisata yang adaptif dan tangguh pada bencana alam.

Struktur perencanaan pembangunan di Indonesia, berdasarkan hierarki dimensi waktunya, mengacu pada Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2004 tentang Sistem Perencanaan Pembangunan Nasional (SPPN), yang dibagi menjadi Rencana Pembangunan Jangka Panjang Daerah (RPJP-D), Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJM-D), dan Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD), serta Rencana Strategis Satuan Kerja Perangkat Daerah (Renstra-SKPD) dan Rencana Kerja Perangkat Daerah (Renja-SKPD) sebagai kelengkapannya.

Pedoman pengembangan pariwisata di kota Palopo selama ini merujuk pada Perda Kota Palopo Nomor 4 Tahun 2016 tentang penyelenggaraan kepariwisataan dengan memperhatikan peraturan daerah kota Palopo Nomor 9 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Palopo Tahun 2012-2032. Hal ini berdasarkan hasil penelusuran bahwa belum ada dokumen rencana induk pembangunan pariwisata dan ekonomi kreatif daerah kabupaten Palopo. Hasil kajian sumber-sumber tersebut, tidak ditemukan bagian yang membahas mitigasi bencana pada daerah pariwisata. Berdasarkan tingkat bencana di lokasi wisata pada kota Palopo dan sekitarnya memiliki kerentanan yang sedang hingga tinggi.

Upaya mitigasi dan kesiapsiagaan dalam penanggulangan bencana tanah longsor dan banjir di kota Palopo akan lebih terarah apabila dilengkapi dengan data spasial berupa peta risiko tanah longsor dan banjir di lokasi wisata kota Palopo yang dapat dimanfaatkan dalam penanggulangan bencana. Indikator untuk menilai dampak krisis pariwisata bukan hanya melalui penurunan kunjungan wisatawan, pengeluaran pengunjung, lama tinggal/menginap, akan tetapi yang utama adalah berapa banyak korban jiwa, kerusakan infrastruktur, kehilangan rumah, kerugian ekonomi, serta kerusakan situs budaya (Laws et al., 2007).

Berdasarkan latar belakang di atas, penelitian ini bertujuan 1) melakukan pemetaan sebaran objek wisata di kota Palopo dan 2) menyajikan sebaran wilayah rentan bencana di kota Palopo.



Gambar 1. Peta Sebaran Daya Tarik Wisata Kota Palopo, 2021

METODE

Penelitian ini dilakukan di kota Palopo, Provinsi Sulawesi Selatan. Menjangkau daerah ini dari arah kota Makassar sebagai ibukota provinsi Sulawesi Selatan dapat dilakukan melalui jalur darat dan udara. Jika jalur darat, terdapat 2 pintu masuk, pertama, rute Makassar-Siwa-Palopo membutuhkan waktu 10-12 jam; kedua, Makassar-Toraja-Palopo membutuhkan waktu juga 10-12 jam. Gambar 2 dan 3 menunjukkan jalur Makassar-Toraja-Palopo yang sejak peristiwa longsor pada akhir Juli tahun 2020 ditutup (Amir, 2020). Kota Palopo memiliki batas administrasi dengan Kabupaten Toraja Utara di bagian barat, kabupaten Luwu pada bagian utara dan selatan: Teluk Bone pada bagian timur.



Gambar 2. Objek Wisata tergenang banjir di Palopo
Sumber: Peneliti, 2021



Gambar 3. Jalur Transportasi di Palopo terputus karena longsor
Sumber: BNPB Palopo, 2020

Bahan dan Alat Penelitian

Peta bahaya bencana alam longsor dan banjir serta sebaran daya tarik wisata digunakan dalam penelitian ini. Data sekunder bahaya bencana Indonesia diperoleh dari portal BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana, 2016) selanjutnya diolah dengan teknik overlay untuk membatasi hanya pada ruang lokasi penelitian. Lokasi daya tarik wisata diperoleh dari Dinas Pariwisata Kota Palopo serta hasil pengamatan di lapangan dengan bantuan *Global Positioning System (GPS)*. Pertama, data bahaya bencana dan titik lokasi wisata yang diperoleh dipindai dan dimasukkan ke dalam Sistem Informasi Geografis (GIS) untuk merekonstruksi lokasi wisata yang teridentifikasi bahaya bencana. Semua atribut fisik dan sosial dimasukkan dalam bentuk *polygon* dan garis, misalnya sungai, jalan, penggunaan lahan, data curah hujan bulanan, jenis tanah, jenis batuan, peta geologi, dan data demografi, misalnya analisis perubahan ruang dan lahan. Kedua, olahan data secara *overlay* memberi luaran tentang bahaya bencana pada lokasi wisata. Langkah terakhir adalah menentukan bentuk mitigasi bencana sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) dari pemerintah, SOP Badan Nasional Penanggulangan Bencana, PP No 21 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, dan SOP Manajemen Krisis Kepariwisata (PP No. 21 Tahun 2021 Tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang, 2021).

Tahapan Penelitian

Penelitian tentang pariwisata dan bencana alam menjadi isu yang menarik untuk dikaji. Semakin banyak studi di bidang pariwisata tentang manajemen bencana pariwisata, sebagian besar telah menyoal strategis pemulihan dan meminimalisasi dampak. Penelitian Ritchie (2008) menyatakan bahwa pendekatan multidisiplin menjadi alternatif yang paling cocok untuk mencari model yang tepat dalam tata kelola bencana pada lokasi wisata. Pendekatan ini melibatkan berbagai disiplin ilmu seperti pendidikan, komunikasi, sosiologi, perencanaan darurat, bahaya, dan pariwisata. Kolaborasi tersebut diaplikasikan pada tahap pengelolaan bencana, tanggap darurat, dan pemulihan menuju normal, sehingga menghasilkan perencanaan pariwisata yang efektif. Widodo & Hastuti (2019) menggunakan pendekatan kualitatif dalam mengidentifikasi potensi bencana sehingga diperoleh data dan dokumen historis maupun langsung observasi jejak peristiwa bencana. Catatan respons pariwisata terhadap bencana diperoleh dari wawancara mendalam dengan pengelola pariwisata, komunitas pedagang di kawasan pariwisata, dan wisatawan. Penelitian ini dibantu Sistem Informasi Geografis dalam menganalisis kondisi lereng, ketinggian, aksesibilitas (kondisi jalan raya), jarak pusat pelayanan kesehatan dari kawasan pariwisata, pola sebaran pariwisata daerah, dan pusat perawatan kesehatan. Contoh kondisi lereng, ketinggian, dan aksesibilitas (kondisi jalan) diperoleh dengan observasi langsung di lapangan.

Penelitian tentang rancang bangun sistem informasi bencana pada destinasi wisata dilakukan oleh (Marizka, 2019), yaitu metode kesiapan mengatasi bencana dengan melengkapi wisatawan yang datang ke Padang dengan informasi tentang daerah mana saja yang pernah atau terkena bencana. Informasi potensi bencana alam harus tersedia setiap saat dan dapat diakses dari mana saja sehingga masyarakat dapat mengantisipasi terjadi korban jiwa dan meminimalisasi kerugian usaha pariwisata. Dengan informasi itu,

wisatawan akan merasa aman dan telah melakukan kesiapsiagaan bencana sehingga tidak lagi takut.

Aplikasi GIS ini diimplementasikan dengan menggunakan bahasa pemrograman seperti PHP, Javascript, dan B4A. *Database* yang digunakan untuk menyimpan data bencana adalah PostgreSQL/PostGIS. *Google Maps* digunakan untuk memvisualisasikan data. Penelitian Jasman et al. (2021) memanfaatkan teknologi *Geography Information System* (GIS), terutama untuk analisis kewilayahan. Analisis spasial objek wisata dilakukan dengan menggunakan SIG (Sistem Informasi Geografi) sebagai langkah untuk menerapkan pariwisata cerdas (*smart tourism*), SOP mitigasi bencana, serta membantu tata kelola destinasi di destinasi Gunung Nona, Kabupaten Enrekang Sulawesi Selatan.

Penelitian ini melakukan kajian dengan memetakan sebaran daya tarik di lokasi yang rawan bencana alam banjir dan longsor sehingga memiliki arahan untuk tata kelola destinasi. Analisis bencana banjir terdiri atas beberapa metode, antara lain statistik, perhitungan statistik untuk mendapatkan probabilitas debit maksimum tahunan dari data curah hujan, koefisien limpasan dan luas DAS. Metode yang kedua yaitu metode simulasi, pada metode ini dilakukan simulasi dengan membuat geometri sungai dan memasukkan data hidrograf dari debit maksimum tahunan menggunakan *software* HEC-RAS. Pada tahap analisis data, hasil simulasi akan diubah menjadi data zonasi berdasarkan kedalaman dengan zonasi berdasarkan Tabel 2.

Tabel 2. Zonasi Banjir

No	Elevasi (meter)	Zonasi	Bobot
1.	Tidak Ada Genangan	Rendah	0.333
2.	0-2	Sedang	0.666
3.	>2	Tinggi	1

Sumber: Olahan data, 2021 (ARCGIS 10.5)

Dalam pembuatan peta rawan bencana longsor daerah Palopo, metode yang digunakan ialah metode AHP atau *Analytical Hierarchy Process* (Saaty, 2008). Sumber data terdiri atas dua, yaitu sumber primer berupa data titik kejadian yang diambil langsung di lapangan berdasarkan data BNPB Kab. Palopo, data sekunder berupa data DEM, geologi, tataguna lahan dan curah hujan (Bayuaji et al., 2016). Tabel 3 menunjukkan zonasi longsor yang dihasilkan setelah semua parameter digabung.

Tabel 3. Zonasi Longsor

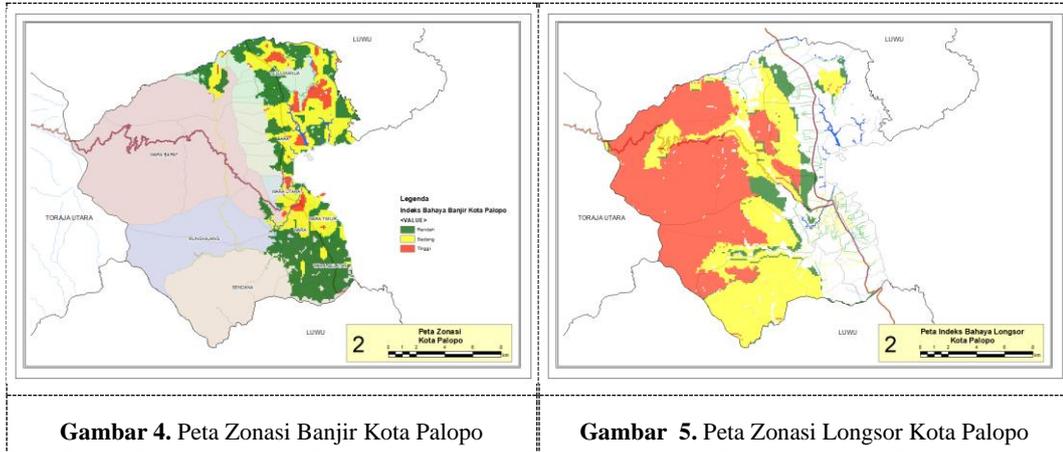
No	Zonasi Longsor	Bobot
1.	Rendah	0.333
2.	Sedang	0.666
3.	Tinggi	1

Sumber: Olahan data, 2020 (Arcgis 10.5)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

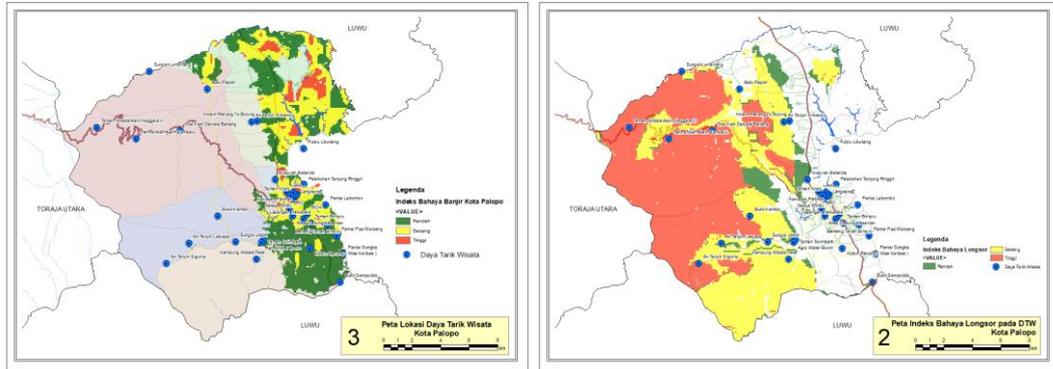
Berdasarkan temuan di lapangan dan analisis data, diperoleh visualisasi peta rawan bencana longsor dan banjir di kota Palopo. Berikut ini adalah peta yang dihasilkan:



Gambar 4. Peta Zonasi Banjir Kota Palopo

Gambar 5. Peta Zonasi Longsor Kota Palopo

Berdasarkan gambar di 4 dan 5 diperoleh gambaran bahwa bencana banjir di kota Palopo terpusat di bagian timur tersebar di Kecamatan Telluwanua, Bara, Wara Utara, Wara Timur dan Wara Selatan. Lokasi yang memiliki kerawanan tinggi mayoritas berada di sepanjang daerah aliran sungai *salubattang*. Kerawanan bencana longsor berada di bagian barat kota Palopo, yakni di kecamatan Mungkajang dan Wara Barat. Hal ini disebabkan sungai *amassangan* di Kecamatan Wara kelurahan *amassangan* kota palopo. Sungai yang memiliki panjang 3,2 km setiap tahunnya selalu mengalami hujan deras menyebabkan terjadinya erosi di hulu sungai amassangan. Selain itu, hasil pengamatan dan wawancara dengan masyarakat mengidentifikasi bahwa terjadi penebangan hutan secara liar, adanya alih fungsi hutan di sekitar hulu sungai menjadi perkebunan sehingga menyebabkan berkurangnya lapisan tanah di wilayah hulu sungai serta kapasitas tanah tidak seimbang untuk menahan air akibatnya terjadilah banjir yang membawa banyak material dari hulu sungai kemudian mengendap di dasar saluran Sungai Amassangan (sedimentasi). Sedimentasi yang terjadi di Sungai Amassangan ini semakin memperparah banjir yang terjadi di Sungai Amassangan setiap tahunnya, disebabkan air yang melewati saluran Sungai Amassangan telah melebihi kapasitas sungai.



Gambar 6. Peta Bahaya Banjir pada Daya Tarik Wisata Kota Palopo

Gambar 7. Peta Bahaya Longsor pada Daya Tarik Wisata Kota Palopo

Hasil analisis data mengidentifikasi lokasi dan karakteristik bahaya bencana alam pada daya tarik wisata. Gambar 6 Peta Bahaya Banjir pada DTW kota Palopo memberikan informasi bahwa kelas tinggi kawasan wisata yang bahaya banjir berada di pusat kota Palopo, diantaranya Lokkoe, Langkanae, Taman Kirab BRC, Gereja PNIEL; kelas sedang meliputi Kawasan Wisata Area Gedung Kesenian, MCH, BRC; kawasan wisata yang lain berada di kelas rendah dan tidak bahaya jika terjadi banjir.

Gambar 7 Peta Bahaya Longsor pada kawasan wisata kota Palopo memberikan informasi bahwa wilayah bagian barat kota Palopo yang berbatasan dengan Kabupaten Toraja Utara memiliki kelas tinggi bahaya longsor, daya tarik wisata yang berada di kawasan tersebut diantaranya: Taman Wisata Alam Naggala III, Permandian Alam Bambalu, Gua Kalo Dewata Battang, Sungai Lummarrang dan Air Terjun Siguntu. Kelas sedang meliputi kawasan wisata Kampong Wisata Peta, Bukit Kambo, Air Terjun Srikandi, Kolam Renang To' Bulung dan Sungai Jodoh. Selain itu, kawasan wisata yang lain masuk dalam kategori rendah.

Data sebaran hotel baik hotel berbintang maupun penginapan di kota Palopo terdapat 42 unit, terdiri atas 3 Hotel Bintang 3, 39 Hotel Nonbintang dengan total jumlah 735 kamar. Pengelola hotel platinum di Kecamatan Wara Utara sebagai hotel dengan tingkat hunian paling tinggi menuturkan bahwa jika terjadi banjir dipastikan tamu atau pengunjung mengalami penurunan mencapai 30%. Senada dengan itu, pengelola Bukit Kambo Wisata Alam yang terletak di pegunungan Kecamatan Mungkajang mengungkapkan bahwa peristiwa bencana longsor yang sering terjadi di sekitar kawasan Bukit Kambo mengganggu aktivitas di objek wisata tersebut. Misalnya, jika terjadi longsor dipastikan aksesibilitas menuju dan dari objek wisata ini akan terganggu, bahkan berpotensi ditutup.

Pembahasan

Pemanfaatan sumber daya alam untuk aktivitas pariwisata harus mempertimbangkan pendekatan lanskap (ruang). Hal tersebut terwujud jika semua *stakeholder* hadir sesuai dengan perannya. Prinsip-prinsip pendekatan lanskap didukung

oleh kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan mitigasi dan adaptasi terhadap perubahan iklim serta konservasi keanekaragaman hayati (Sayer et al., 2015). Dengan demikian, diperlukan tindakan dan sistem kesiapsiagaan sebelum terjadinya bencana. Kesiapsiagaan dalam konteks ini adalah pemahaman dari seluruh pihak yang terkait dalam pariwisata, termasuk masyarakat sebagai pelaku pariwisata dan masyarakat sekitar lokasi pariwisata. Kesiapsiagaan dapat dilakukan apabila pihak-pihak yang terkait dalam bidang pariwisata memahami bagaimana tindakan kesiapsiagaan dalam tahap awal menanggulangi bencana pariwisata. Berdasarkan hasil penelitian dan referensi Standar Operasional Prosedur Manajemen Krisis Kepariwisata Kementerian Pariwisata, dirumuskan strategi tata kelola bencana di destinasi wisata Palopo dibagi menjadi :

a. Mitigasi Struktural

Mitigasi struktural merupakan upaya untuk meminimalkan bencana yang dilakukan melalui pembangunan berbagai sarana dan prasarana fisik dengan menggunakan pendekatan teknologi. Mitigasi struktural dilakukan dengan Perencanaan pengembangan fasilitas pariwisata yang tangguh bencana. Kondisi sarana dan prasarana penunjang mitigasi di kota Palopo masih minim, misalnya tidak ditemukan kelengkapan pada tanda evakuasi, seperti peringatan/rambu/tanda jalur evakuasi, jalur evakuasi, titik kumpul, dan *early warning system*, khususnya pada objek wisata.

b. Mitigasi Nonstruktural

Mitigasi Nonstruktural adalah upaya mengurangi dampak bencana selain mitigasi struktural. Berdasarkan hasil wawancara dan survei dokumen perencanaan kepariwisataan di kota Palopo, Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Palopo dan pedoman lainnya disimpulkan bahwa belum ada regulasi yang membahas tentang zonasi kerentanan bencana pada kawasan wisata di kota Palopo serta mitigasi yang dilakukan pasca dan pra bencana. Berikut ini pemodelan mitigasi bencana struktural dan nonstruktural di Kota Palopo berdasarkan pedoman Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana (Lihat Tabel 4).

Tabel 4. Mitigasi Wisata Kota Palopo

No	Jenis Bencana	Zonasi Bahaya Bencana	Daya Tarik Wisata Wisata	Mitigasi Struktural	Mitigasi Nonstruktural
1.	Banjir	Tinggi	Lokkoe, Langkanae, Taman Kirab BRC, Gereja PNIEL	Normalisasi kanal Sungai Salubattang Pembuatan biopori di kawasan wisata yang terdampak Memasang papan penunjuk jalur evakuasi Menyediakan posko Kehumasan & Pelayanan informasi <i>crisis center</i> Menyediakan Pusat penanganan medis	Revisi tata ruang kota Palopo yang berorientasi pada pariwisata yang aman bencana. Capacity building pelaku pariwisata: Asosiasi Agen Perjalanan, Perhimpunan Hotel dan Restoran serta pengelola usaha pariwisata.
		Sedang	kawasan wisata area gedung kesenian, MCH, BRC;	Penyediaan tempat sampah Revitalisasi saluran air limbah di sekitar kawasan wisata	
2.	Longsor	Tinggi	Taman wisata alam naggala III, Permandian alam bambalu, Gua kalo dewata battang, sungai lummarrang dan air terjun siguntu.	Revitalisasi infrastruktur pariwisata yang sesuai dengan karakteristik lereng dan tanah, misalnya hotel, resort, toilet dan sebagainya “prinsip non-engineered construction (Indarto,H., Cahyo A.2015)”	
		Sedang	Kawasan Wisata Kampong Wisata Peta, Bukit Kambo, Air Terjun Srikandi, Kolam Renang To Bulung dan Sungai Jodoh	Penghijauan daerah rawan bencana, sepanjang rute Toraja-Palopo	

Sumber: UU No. 24 Tahun 2007 Tentang Penanggulangan Bencana, 2007

Berdasarkan hasil olahan data lapangan serta uji UU No 24 Tahun 2007: dan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 10 Tahun 2019 tentang Manajemen Krisis Kepariwisata, upaya yang dapat ditempuh oleh pengambil kebijakan Kota Palopo sebagai berikut melakukan revisi Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 9 Tahun 2012 Tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) kota Palopo Tahun 2012--2032. Turunan kebijakan dari UU Nomor 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja adalah Peraturan Pemerintah Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang. Muatan substansi RTRW Provinsi terjadi perubahan, baik struktur dan pola ruang, sehingga akan menjadi hal yang terpenting dalam perencanaan dan pengembangan wilayah sampai dengan 20 tahun yang akan datang. Peninjauan kembali dan revisi rencana tata ruang diamanatkan pada PP Nomor 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang khususnya pada Pasal 92 yaitu peninjauan kembali RTR meliputi peninjauan kembali terhadap rencana

umum tata ruang dan peninjauan kembali terhadap rencana rinci tata ruang, serta pada Pasal 93 ayat (1) Peninjauan kembali RTR dilakukan 1 (satu) kali dalam setiap periode 5 (lima) tahunan.

Penyusunan Revisi (RTRW) kota Palopo Tahun 2012 ini juga memperhatikan Keputusan Gubernur Sulawesi Selatan nomor 650/8122/DSDA-CKTR perihal rekomendasi gubernur tentang Revisi Rencana Tata Ruang Wilayah Kota Palopo bahwa banyak sekali isu strategis yang menjadi masukan dalam proses revisi RTRW Provinsi, yaitu peningkatan kualitas jalan, batas wilayah konflik, penataan hutan kota, pembangunan jalur kereta api Pare-pare-Malili, fasilitas bandara bertaraf internasional, konservasi SDA, penetapan kota modern yaitu Kecamatan Wara, Wara utara, Wara Timur, dan Wara Barat, tumpang tindih perijinan, degradasi dan kerusakan lingkungan, pengelolaan lahan gambut. Selain itu, isu spesifik tentang penyelenggaraan penataan ruang: belum semua kegiatan pengembangan pariwisata, utamanya yang bersentuhan dengan hutan, hutan lindung, daerah bencana, serta konflik terakomodasi dalam perencanaan tata ruang (RTRW).

Kegiatan mitigasi bencana adalah suatu upaya untuk mengurangi risiko yang ditimbulkan oleh bencana (jika terjadi bencana). Kegiatan mitigasi bencana memfokuskan perhatian pada pengurangan dampak dari ancaman sehingga akan mengurangi kemungkinan dampak negatif bencana. Untuk Kawasan Rawan Bencana (KRB) Pariwisata Palopo, kegiatan mitigasi bencana perlu ditingkatkan karena lokasi seperti Kecamatan Wara, Wara Timur, Wara Barat, dan Wara Utara merupakan pusat aktivitas wisata kota Palopo. Selain itu, Bukit Kambo yang menjadi andalan wisatawan juga berada di lereng pegunungan yang berpotensi terjadinya bencana longsor. Penerapan pariwisata yang berkelanjutan di Kota Palopo harus memperhatikan isu bencana pada destinasi. Hadirnya pemerintah melalui regulasi yang tepat dapat membawa kota Palopo sebagai destinasi tangguh. Selain intervensi pada kebijakan dan regulasi, pemahaman tentang mitigasi bencana tidak selalu diberikan di awal kunjungan wisatawan. Informasi statis semacam papan pengumuman atau penunjuk rute-rute evakuasi yang komprehensif masih belum banyak ditemui. Hal ini dimungkinkan karena adanya bias pemahaman bagi warga setempat dan pengelola bahwa seolah-olah bencana adalah peristiwa alami yang terjadi di kota Palopo sejak leluhurnya ada hingga sekarang. Ketika banjir atau longsor terjadi, usaha pariwisata ditutup untuk sementara waktu sambil menunggu bantuan.

KESIMPULAN

Sebaran daya tarik wisata di Kota Palopo yaitu 37 titik lokasi wisata dengan klasifikasi budaya, alam, bahari, sejarah dan buatan. Terdapat 9 titik lokasi yang berada pada zonasi bahaya bencana banjir dan 12 titik lokasi yang berada pada zona bahaya bencana longsor. Peta persebaran bencana banjir dan longsor pada objek wisata tersaji pada peta dengan skala 1:150.000 berukuran 2x2 meter. Penelitian ini merekomendasikan, perlu dilakukan revisi Peraturan Daerah Kota Palopo Nomor 9 Tahun 2012 tentang rencana tata ruang wilayah (RTRW) Kota Palopo Tahun 2012--2032 yang berorientasi pada Pariwisata berkelanjutan yang aman dan nyaman bahwa pengembangan pariwisata utamanya yang bersentuhan dengan kawasan, hutan lindung, daerah bencana, serta konflik terakomodasi dalam perencanaan tata ruang (RTRW), belum dijabarkannya secara detail operasional

RTRW Kabupaten/ Kota dalam Rencana Detail Tata Ruang (RDTR), misalnya pada kawasan bencana banjir dan longsor di objek wisata Lokkoe, Langkanae, Taman Kirab BRC, Taman Wisata Alam Naggala III, Permandian Alam Bambalu, Gua Kalo Dewata Battang, Sungai Lumarrang dan Air Terjun Siguntu. Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kurangnya sajian data pada sosial budaya yang juga penting untuk mengukur tingkat kesiapan dan pemahaman masyarakat lokal dalam mitigasi bencana.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, Idris, U., & Siregar, L. (2018). Mitos Sawerigading (Epos Lagaligo): Suatu Analisis Struktural dan Penafsiran. *ETNOSIA: Jurnal Etnografi Indonesia*, 3(2), 224–249. <https://doi.org/10.31947/etnosia.v3i2.4949>
- Amir, A. (2020, June 26). *Tanah Longsor Putus Akses Jalan Trans Sulawesi Palopo-Toraja*. Kompas. <https://regional.kompas.com/read/2020/06/26/19024141/tanah-longsor-putus-akses-jalan-trans-sulawesi-palopo-toraja>
- Anggraini, D. F. (2013). *Landslide Disaster Management in Rantepao-Palopo Road, South Sulawesi Province* [Master Thesis]. Universitas Gadjah Mada.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. (2015). *Kajian Risiko Bencana Sulawesi Selatan 2016-2020*.
- Badan Nasional Penanggulangan Bencana. (2016). *inaRISK*. InaRISK. <http://inarisk.bnpb.go.id/>
- Bayuaji, D. G., Nugraha, A. L., & Sukmono, A. (2016). Analisis Penentuan Zonasi Risiko Bencana Tanah Longsor Berbasis Sistem Informasi Geografis (Studi Kasus : Kabupaten Banjarnegara). *Jurnal Geodesi UNDIP*, 5(1), 326–335. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/geodesi/article/view/10604>
- Buchori, I., & Susilo, J. (2016). Model Keruangan Untuk Identifikasi Kawasan Rawan Longsor. *Tataloka*, 14(4), 282–294. <https://doi.org/10.14710/TATALOKA.14.4.282-294>
- de Priester, L. (2016). An Approach to the Profile of Disaster Risk of Indonesia. *Emergency and Disaster Reports 2016*, 3(2), 5–66.
- Faulkner, B. (2001). Towards a Framework for Tourism Disaster Management. *Tourism Management*, 22(2), 135–147. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(00\)00048-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(00)00048-0)
- Frastien, D., Iskandar, & Edra Satmaidi, E. (2019). Pemanfaatan Ruang Berdasarkan Rencana Tata Ruang Dalam Upaya Perlindungan Kawasan Taman Wisata Alam Pantai. *Supremasi Hukum: Jurnal Penelitian Hukum*, 27(1), 1–22. <https://doi.org/10.33369/jsh.27.1.1-22>
- Frederick, Worden, & Library Of Congress. Federal Research Division. (2011). Indonesia : A Country Study. In W. H. Frederick & R. L. Worden (Eds.), *Library of Congress, Washington, D.C. 20540 USA* (5th ed.). Federal Research Division, Library of Congress: For Sale by the Supt. of Docs., U.S. G.P.O, 2011.
- Gjorgievski, M., Kozuharov, S., & Nakovski, D. (2013). Typology of Recreational-Tourism Resources as an Important Element of the Tourist Offer. *UTMS Journal of Economics*, 4(1), 53–60.
- Hudanti, F., Okubo, T., & Indradjati, P. N. (2020). Spatial Analysis for Fire Risk Reduction in Kampung Ampel Cultural Heritage Area, Surabaya. *Geoplanning: Journal of Geomatics and Planning*, 7(1), 1–16. <https://doi.org/10.14710/geoplanning.7.1.1-16>
- Indarto, H., & Andiyarto, H. T. C. (2015). Model Struktur Bangunan Rumah Sederhana di Daerah Rawan Longsor - Gunungpati Semarang. *Jurnal Teknik Sipil Dan Perencanaan*, 17(1), 1–6. <https://doi.org/10.15294/jtsp.v17i1.6785>
- Jasman, J., Ridwan, M., & Guntara, F. (2021). Pemanfaatan Sistem Informasi Geografi dalam Menerapkan Pariwisata Cerdas di Kawasan Gunung Nona. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 15(1), 36–48. <https://doi.org/10.47608/jki.v15i12021.36-48>
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 10 Tahun 2019 tentang Manajemen Krisis Kepariwisata, Pub. L. No. 10, Berita Negara Republik Indonesia 2019 No. 865 (2019).
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 10 Tahun 2019 tentang Manajemen Krisis Kepariwisata, Pub. L. No. 10, Berita Negara Republik Indonesia 2019 No. 865 (2019).

- Undang-Undang No. 24 Tahun 2007 tentang Penanggulangan Bencana, Pub. L. No. 24, Lembaran Negara 2007 No. 66 (2007).
- Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, Pub. L. No. 21, Lembaran Negara 2008 No. 42 (2008).
- Undang-Undang No. 11 Tahun 2020 tentang Cipta Kerja, Pub. L. No. 11, Lembaran Negara 2020 No. 245 (2020).
- Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Penanggulangan Bencana, Pub. L. No. 21, Lembaran Negara Republik Indonesia 2008 No. 42 (2008).
- Kurniasari, N. (2017). The Tourism Crisis Management Strategy in the Policy of the National Disaster Management Agency (BNPB). *MediaTor*, 10(2), 177–189.
- Laws, E., Prideaux, B., & Chon, K. (2007). Crisis Management in Tourism: Challenges for Managers and Researchers. In *Crisis Management in Tourism* (pp. 1–12). CAB International.
- Lemy, D. M., Teguh, F., & Pramezwar, A. (2019). Tourism Development in Indonesia. In *Delivering Tourism Intelligence (Bridging Tourism Theory and Practice)* (Vol. 11, pp. 91–108). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/s2042-144320190000011009>
- Liu-Lastres, B., Mariska, D., Tan, X., & Ying, T. (2020). Can Post-Disaster Tourism Development Improve Destination Livelihoods? A Case Study of Aceh, Indonesia. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18, 100510. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100510>
- Liyushiana, Rizkiyah, P., & Herman. (2019). Daya Tarik Wisata Pascabencana Erupsi Gunungapi Sinabung di Kabupaten Karo, Sumatera Utara. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 7(2), 421–432. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2019.v07.i02.p29>
- Ma, H., Chiu, Y.-H., Tian, X., Zhang, J., & Guo, Q. (2020). Safety or Travel: Which is More Important? The Impact of Disaster Events on Tourism. *Sustainability*, 12(7), 3038. <https://doi.org/10.3390/su12073038>
- Marizka, S. A. (2019). Development of Web and Mobile GIS Application of Disaster in Padang to Support Tourism of West Sumatra Province. *International Conference on ASEAN 2019*.
- Mawardi, C. (2020, October 17). *Hujan 4 Jam, Puluhan Titik di Kota Palopo Terendam Banjir*. *TribunPalopo*. <https://makassar.tribunnews.com/2020/10/17/hujan-4-jam-puluhan-titik-di-kota-palopo-terendam-banjir>
- Nasruddin. (2020, October 18). *Banjir 1 Meter Rendam Kota Palopo, Sebagian Warga Terisolir*. *Okenews*. <https://news.okezone.com/read/2020/10/18/340/2295582/banjir-1-meter-rendam-kota-palopo-sebagian-warga-terisolir>
- Okezone. (2020, October 18). *Banjir 1 Meter Rendam Kota Palopo, Sebagian Warga Terisolir*. *Okezone*. <https://www.matain.id/article/2020/1018/banjir-1-meter-rendam-kota-palopo-sebagian-warga-terisolir.html>
- Palopo City Culture and Tourism Office. (2020). *Distribution of Palopo City Tourist Attractions*.
- Peraturan Daerah Kota Palopo No. 9 Tahun 2012 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kota Palopo Tahun 2012-2032, Pub. L. No. 9, Lembaran Daerah 2012 No. 109 (2012).
- Peraturan Daerah Kota Palopo No. 4 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, Pub. L. No. 4, Lembaran Daerah 2016 No. 4 (2016).
- Peraturan Daerah Provinsi Sulawesi Selatan Nomor 2 Tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah Provinsi Sulawesi Selatan Tahun 2015 - 2030, Pub. L. No. 2, Lembaran Daerah 2015 No. 2 (2015).
- Ritchie, B. (2008). Tourism Disaster Planning and Management: From Response and Recovery to Reduction and Readiness. *Current Issues in Tourism*, 11(4), 315–348. <https://doi.org/10.1080/13683500802140372>
- Riyas, M. (2020, June 19). *Sungai Salubattang Palopo Susel Meluap, 93 Rumah Terendam Banjir*. *DetikNews*. <https://news.detik.com/berita/d-5059659/sungai-salubattang-palopo-susel-meluap-93-rumah-terendam-banjir>
- Rucińska, D., & Lechowicz, M. (2014). Natural Hazard and Disaster Tourism. *Miscellanea Geographica*, 18(1), 17–25. <https://doi.org/10.2478/mgrsd-2014-0002>
- Saaty, T. L. (2008). Decision Making With the Analytic Hierarchy Process. *International Journal of Services Sciences*, 1(1), 83–98. <https://doi.org/10.1504/ijssci.2008.017590>
- Santos, A. (2010). *Atlantis The Lost Continent Finally Found (The Definitive Localization of Plato's Lost Civilization)* (2nd ed.). Ufuk press.

- Sayer, J., Margules, C., Boedhihartono, A. K., Dale, A., Sunderland, T., Supriatna, J., & Saryanthi, R. (2015). Landscape Approaches; What are the Pre-Conditions for Success? *Sustainability Science*, 10(2), 345–355. <https://doi.org/10.1007/s11625-014-0281-5>
- Peraturan Pemerintah No. 21 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Penataan Ruang, Pub. L. No. 21, Lembaran Negara 2021 No. 31 (2021).
- Supriatna, J. (2018). *Konservasi Biodiversitas : Teori dan Praktik di Indonesia*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Widodo, E., & Hastuti. (2019). Disaster and Tourism: How Tourism Responds to Disasters in Magelang District. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 271(1), 012009. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/271/1/012009>
- World Tourism and Travel Council. (2019). *WTTC World Travel and Tourism Board Crisis Preparedness*.

***TOURISM STORYTELLING, DAMPAKNYA TERHADAP NIAT
PERILAKU WISATA DI KAWASAN DANAU TOBA
KABUPATEN SAMOSIR, SUMATERA UTARA***

***The Effect Of Tourism Storytelling On Tourism Behavioral
Intentions In Toba Lake, Regency of Samosir, North Sumatera***

**Asmara Wildani Pasaribu^{1*}, Juni Anggraini Ginting², Nukeu Novia
Andriani³**

^{1,2,3}Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara
Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia
Jalan Batu Sihombing, Deli Serdang, Sumatera Utara, Indonesia 20111
Indonesia
*asmarawildani@gmail.com

Diterima: 29 April 2022. Disetujui: 22 Juni 2022. Dipublikasikan: 30 Juni 2022

Abstrak

Kemenparekraf menegaskan penetapan strategi *storynomics* yang berlandaskan kekayaan budaya dan merupakan bagian dari promosi kawasan wisata yang akan dilakukan dengan narasi *storytelling*, dikemas dalam konten menarik sesuai dengan kebudayaan setempat. Bagi sebuah destinasi pariwisata, *storytelling* adalah bagian dari pemasaran produk. *Storytelling* adalah proses menggabungkan fakta dan cerita untuk disampaikan kepada wisatawan supaya mereka semakin tertarik dengan apa yang dilihat, melalui teknik atau kemampuan bercerita dari seorang *guide* sehingga dapat digunakan sebagai promosi daya tarik keunikan tempat wisata Untuk memunculkan sebuah jiwa pada destinasi pariwisata harus direncanakan secara matang dan harus dibuat melalui penelitian yang akurat tentang *storytelling*. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah *tourism storytelling* memiliki dampak positif terhadap *WOM Intention* dan *Re-visit Intention* (niat perilaku kembali) pada pengunjung objek wisata Batu Kursi Huta Siallagan, di kawasan Danau Toba Sumatera Utara. Metode yang dilakukan adalah deskripsi kuantitatif dengan membagikan kuesioner secara daring melalui media sosial Instagram dan Facebook kepada para responden yang pernah berkunjung ke kawasan wisata Huta Siallagan. Analisis yang dilakukan adalah analisis frekuensi, analisis reliabilitas, analisis faktor dan analisis regresi. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa edukasi/pendidikan, deskripsi, keunikan, emosi, *property* yang menarik, dan kemudahan pemahaman dalam *tourism storytelling* semuanya mempengaruhi *WOM Intention*. Diantara semua faktor yang mempengaruhi, kemudahan memahami

storytelling merupakan hal yang dominan dan diikuti oleh *property* yang menarik *tourism storytelling* juga mempengaruhi niat perilaku kembali.

Kata Kunci: *re-visit intention, storytelling, word of mouth*

Abstract

The Ministry of Tourism and Creative Economy affirmed the establishment of storynomics strategy based on cultural wealth and is part of tourist areas promotion carried out with storytelling narratives, packaged in interesting content based on local culture. This research took place in Huta Siallagan Samosir Lake Toba Cultural Tourism Area. It aims to see whether tourism storytelling has a positive impact on consumer tourism behaviour intentions through WOM Intention and re-visit or not. The survey was conducted online by spreading questioner to tourist and managers of tourist areas. The analysis method is frequency, reliability, factor, and regression. The hypothesis test results showed that education, description, uniqueness, emotions, uniqueness of property, and ease of understanding in tourism storytelling that influenced WOM Intention. Among all the influencing factors, ease of understanding in storytelling is dominant and followed by attractive property tourism storytelling also affects the Re-visit intention.

Keywords: *re-visit intention, storytelling, word of mouth*

© 2022 Direktorat Kajian Strategis

PENDAHULUAN

Praktik pariwisata selama dua dekade terakhir telah berkembang dari pandangan yang didominasi pasif menjadi bentuk keterlibatan yang lebih aktif oleh wisatawan. Wisatawan kreatif tidak hanya mengonsumsi produk wisata secara pasif, tetapi secara aktif terlibat untuk menghasilkan pengalaman mereka sendiri (Pera, 2017). Wisatawan tidak hanya mengunjungi tempat, tetapi juga turut memberikan nilai bagi tempat wisata tersebut. Menurut Bargeman & Richards (2020), berkembangnya pariwisata kreatif membutuhkan *co-makership* yang terjadi melalui pertukaran keterampilan dan pengetahuan dengan orang-orang yang dikunjungi (Richards, 2020).

Situs wisata tidak dapat menarik wisatawan hanya tergantung pada daya tarik eksternal dari situs itu sendiri. Sebaliknya, mereka harus mampu menyampaikan cerita yang unik dan menarik untuk memberikan para wisatawan mimpi, emosi, dan pengalaman wisata khusus dengan mengundang perhatian, partisipasi, dan imersi wisatawan sambil menekankan daya tarik, signifikansi, dan nilai mereka (Park et al., 2018). Dengan demikian, mendongeng mulai muncul sebagai strategi pemasaran untuk menghasilkan dan mempertahankan informasi yang unik untuk setiap lokasi wisata (H. Kim, 2010). Cerita memiliki nilai-nilai unik sebagai corak narasi yang alami. Merupakan hal yang penting untuk memahami bagaimana makna dibangun melalui pengalaman manusia, di mana pengalaman perjalanan dan pariwisata merupakan bagian penting (Jaworski & Pritchard,

2005).

Dalam konteks di Indonesia, Kementerian Pariwisata dan Industri Kreatif menegaskan penetapan strategi *storynomics* yang berlandaskan kekayaan budaya dan merupakan bagian dari promosi kawasan wisata yang akan dilakukan dengan narasi *storytelling*, dikemas dalam konten menarik sesuai dengan kebudayaan setempat. Objek wisata Batu Kursi merupakan daya tarik wisata budaya di Huta Siallagan. Ketertarikan wisatawan terhadap Huta Siallagan ini ialah kampung adat yang menjadi lokasi titik awal sejarah peradaban penegakan hukum di Samosir pada zaman dahulu kala. *Storytelling* ini sendiri telah dilakukan sudah cukup lama oleh pengelola wisata Huta Siallagan. Oleh karena itu, penelitian ini menyarankan beberapa poin penting dalam menarik wisatawan di Kawasan Wisata Budaya Huta Siallagan Samosir Danau Toba dengan mengkaji dampak *tourism storytelling* terhadap niat perilaku yang mencakup WOM (*Word of Mouth*) dan *Re-visit Intention*.

Tourism Storytelling

Cerita adalah kunci untuk memahami pengalaman perjalanan mereka karena cerita membawa kenangan tentang peristiwa dan kejadian yang mengesankan dari waktu ke waktu (McCabe & Foster, 2006). Mendongeng adalah alat untuk mentransfer pengetahuan dimana cerita membantu orang untuk berbagi pengalaman atau sudut pandang, dan untuk belajar tentang dan dari pengalaman dan sudut pandang orang lain (Myers & Kitsuse, 2000). Ketika mendongeng diterapkan sebagai alat strategis, cerita digunakan tidak hanya untuk menginformasikan, berbagi atau belajar tetapi juga untuk membujuk. Cerita dalam *storytelling* strategis sengaja diproduksi dan digunakan untuk 'membujuk satu sama lain tentang apa yang harus dan dapat dibawa masa depan, serta meyakinkan orang lain untuk setuju dan terlibat dalam lintasan tindakan (McCabe & Foster, 2006). Dann (2006) mendefinisikan *storytelling* sebagai komentar atau penjelasan dari pemandu wisata, penjelasan yang memiliki hubungan erat dengan sifat sosiolinguistik kepariwisataan. Tilden (2007) mengemukakan bahwa mendongeng adalah kegiatan pendidikan di lingkungan tempat kunjungan, dan isi ceritanya memiliki hubungan yang beragam dengan lokasi wisata melalui pengalaman langsung, dan metode pendekatan untuk setiap subjek lebih mementingkan isi dan komentar daripada fakta dari lokasi wisatanya. Selanjutnya menurut Tilden (2007) *tourism storytelling* tersusun oleh unsur edukatif, informatif, kemudahan pemahaman, properti menarik, properti artistik, totalitas, keragaman, dan properti tema penceritaan pariwisata. Selain itu, (H. Kim, 2009) menjelaskan bahwa pariwisata mendongeng adalah serangkaian proses penjualan yang efektif dengan membangkitkan minat dan simpati untuk menjual barang-barang konsumen tidak berwujud dari lokasi wisata, dan wisatawan adalah sumber untuk mendapatkan informasi dan minat terhadap lokasi wisata.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh S. Kim (2008), Yang et al. (2010) menyatakan bahwa cerita pariwisata tersusun oleh faktor edukasi, keunikan, properti menarik dan kemudahan pemahaman. Dalam penelitian ini peneliti akan melihat cerita pariwisata dalam enam faktor, yaitu edukasi, deskripsi, keunikan, emosi, properti yang menarik, dan kemudahan pemahaman.

Hubungan antara *Tourism Storytelling* dan *Behaviour Intention* (Niat Perilaku)

Cerita memiliki kekuatan dan daya persuasif yang mendalam, terus mempengaruhi dan mengubah cara orang berpikir, memahami, dan membuat keputusan (Loebbert, 2005). Hasil penelitian (Y. K. Yang, 2018), menunjukkan pengaruh positif yang signifikan dari *story marketing* terhadap keterlibatan perjalanan dan niat perilaku.

Di bidang pariwisata, variabel hasil kepuasan wisatawan meliputi niat rekomendasi dan kunjungan kembali, yang berarti tingkat retensi dari mulut ke mulut. *Revisit intention* didefinisikan sebagai kemungkinan penggunaan produk atau jasa pariwisata secara berulang di masa yang akan datang sebagai perilaku wisatawan setelah membeli jasa pariwisata (Martin et al., 2020). Oleh karena itu, niat perilaku ramah dinyatakan sebagai kata positif dari mulut ke mulut, rekomendasi kepada orang lain, peningkatan afinitas, penggunaan kembali dengan orang lain, dan kesediaan untuk membayar suatu produk bahkan dengan harga yang lebih tinggi.

WOM (*Word of Mouth*) secara umum didefinisikan dalam riset pemasaran sebagai komunikasi informal yang diarahkan pada konsumen lain tentang kepemilikan, penggunaan, atau karakteristik barang dan jasa tertentu dan/atau penjualnya (Westbrook, 1987). Dengan perkembangan media sosial, WOM memiliki dampak yang jauh lebih signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen daripada bentuk komunikasi pemasaran lainnya karena media sosial menciptakan lingkungan di mana konsumen bertindak sebagai pemasar sukarela yang berbagi informasi secara langsung melalui jaringan digital mereka (Bowen, 2017). Peneliti mempelajari apa yang memotivasi niat konsumen untuk berbagi konten WOM telah menemukan bahwa emosi adalah salah satu faktor yang paling berpengaruh (Hartman et al., 2019). Berger & Milkman (2012) menekankan pentingnya konten yang menarik dan menyarankan bahwa menggunakan konten yang baik lebih efektif daripada menargetkan pemimpin opini untuk menyebarkan WOM. Dalam hal ini, konsumen bersedia untuk berbagi konten jika menarik emosi mereka.

Dalam penelitian ini peneliti membangun hipotesis sebagai berikut.

H1: *Tourism storytelling* akan berpengaruh positif terhadap *Word of Mouth Intention*

H2: *Tourism storytelling* akan berpengaruh positif terhadap *Re-visit Intention*

METODE

Untuk mencapai tujuan penelitian ini, survei dilakukan pada wisatawan yang pernah berkunjung ke Huta Siallagan Kabupaten Samosir. Survei dilakukan secara daring melalui media Instagram dan Facebook. Di antara kuesioner yang dikumpulkan, terdapat 97 responden yang mengembalikan dan kemudian digunakan datanya untuk diproses secara statistik. Untuk metode analisis, dilakukan analisis frekuensi, analisis reliabilitas, analisis faktor, dan analisis regresi.

Analisis faktor dilakukan untuk menjelaskan struktur hubungan diantara banyak variabel dalam bentuk faktor/variabel (laten/bentukan), bahkan antarresponden. Faktor berupa besaran acak yang sebelumnya tidak dapat diamati/diukur. Tujuan lain dari analisis faktor dilakukan ialah untuk mereduksi jumlah variabel asal yang banyak menjadi variabel baru yang lebih sedikit (mereduksi data), mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel pembentuk faktor dengan faktor yang terbentuk. Uji validitas dan reliabilitas

instrumen dilakukan dengan analisis faktor konfirmatori. Analisis regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Berikut merupakan karakteristik dari 97 orang responden, jenis kelamin perempuan lebih banyak, yakni 55% dan laki-laki 45%. Berdasarkan usia, rentang usia 22-30 tahun diwakili sebanyak 41%, usia 31--40 tahun sebanyak 26%, lebih dari 40 tahun sebanyak 18% dan yang paling sedikit usia remaja 17--21 tahun sebanyak 15%. Berdasarkan pekerjaan, kebanyakan adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 46%, diikuti oleh profesional, pegawai swasta/PNS, wiraswasta dan ibu rumah tangga. Berdasarkan tempat tinggal, kebanyakan dari Pulau Sumatera sebanyak 77%, Pulau Jawa dan Bali sebanyak 12%, dan di luar itu sebanyak 10%.

Hasil Reliabilitas dan Analisis Faktor

Enam faktor yang diturunkan pada analisis faktor *tourism storytelling* yaitu edukasi, deskripsi, keunikan, emosi, properti menarik, dan kemudahan pemahaman. Tabel 1 memperlihatkan nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) adalah 0,747 dan uji Bartlett adalah 1468.948 ($p = .000$). Hal ini menyatakan bahwa tidak ada masalah dalam analisis, dan reliabilitas diwakili lebih tinggi dari 0,7 di semua faktor terlihat di *Cronbach'a*.

Tabel 1. KMO dan Bartlett Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy		.747
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1468.948
	df	120
	Sig.	.000

Sumber: Data olahan penulis

Hasil Hipotesis

Analisis regresi dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian ini. Pertama, hasil pengujian H1 bahwa *tourism storytelling* berpengaruh terhadap *Word of Mouth (WOM) intention* ditunjukkan pada tabel 2.

Hasil uji hipotesis menunjukkan ada properti edukasi/pendidikan, deskripsi, keunikan, emosi. *Property* menarik dan kemudahan pemahaman dalam *tourism storytelling* semuanya mempengaruhi *WOM Intention*. Diantara semua faktor yang mempengaruhi, kemudahan memahami *storytelling* merupakan hal yang dominan dan diikuti dengan *property* yang menarik.

Tabel 2. Hubungan antara *Tourism Storytelling* dengan *WOM Intention*

Dependent Variable	Independent Variable	t	Sig
WOM Intention	Edukasi	4.137	.000
	Deskripsi	4.679	.000
	Keunikan	4.907	.001
	Emosi	4.331	.000
	Properti yang menarik	5.562	.001
	Kemudahan memahami	6.199	.001
R2 (adjR2) = .479(.447) / F=31.077			

Sumber: Data olahan penulis

Cerita dapat merangsang dan menarik otak, membantu menginspirasi pemirsa, dan juga secara signifikan meningkatkan kemungkinan bagi pemirsa untuk setuju dengan sudut pandang pendongeng (Gallo, 2014). Konten cerita dapat dengan mudah membuat pemirsa berempati dengan tujuan perjalanan dan memproyeksikan diri mereka ke dalam cerita. Selain itu, cerita yang bagus dapat membantu pemirsa mengintegrasikan dan mengembangkan emosi positif yang lebih tinggi (Escalas, 2004). Empati adalah emosi yang dikembangkan pada pemirsa ketika menafsirkan konten teks. Secara umum, pemirsa akan memproyeksikan diri mereka ke film dan lebih lanjut mengidentifikasi dan beresonansi dengan karakter dalam film (Chang, 2008). Jika konten cerita digunakan untuk komunikasi pemasaran pariwisata, maka hubungan yang erat antara alur cerita dan tujuan perjalanan akan membuat pemirsa jatuh ke dalam plot melalui empati. Pada saat ini, emosi mereka akan terhubung ke tujuan perjalanan untuk membentuk citra baru tujuan (Tooke & Baker, 1996). (S. Kim, 2010) memberikan wawasan yang berguna, ia menyoroti bahwa pengalaman menonton sebelumnya dari serial TV tidak hanya menciptakan kenangan dan keterikatan yang dipersonalisasi dengan lokasi yang difilmkan tetapi juga menginspirasi wisatawan film untuk meningkatkan pengalaman wisata mereka. Berdasarkan hal di atas, ketika pemirsa memahami perasaan karakter dalam cerita, yaitu ketika identitas emosional pemirsa terangsang, mereka akan mengembangkan empati terhadap konten plot.

Tabel 3. Hubungan *Tourism Storytelling* dengan *Re-visit Intention/Niat kembali*

Dependent Variable	Independent Variable	t	Sig
Re-visit Intention	Edukasi	6.223	.000
	Deskripsi	6.312	.000
	Keunikan	6.245	.001
	Emosi	4.817	.000
	Properti yang menarik	6.719	.000
	Kemudahan memahami	6.727	.003
R2 (adjR2) = .432(.413) / F=32.015			

Sumber: Data olahan penulis

Kedua, hasil pengujian H2 bahwa *tourism storytelling* mempengaruhi *re-visit intention*/niat perilaku kembali ditunjukkan pada Tabel 3. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa properti edukasi, deskripsi, keunikan, emosi, properti menarik, dan kemudahan pemahaman dalam *tourism storytelling* semuanya mempengaruhi niat perilaku kembali, dan kemudahan memahami properti menarik paling mempengaruhi.

Banyak penelitian telah menunjukkan bahwa cerita yang sukses dapat menempatkan pemirsa ke dalam skenario dan sangat menginspirasi mereka. Penggunaan konten plot, terlepas dari apakah kontennya positif atau negatif, dapat mengubah citra pengunjung tentang suatu tujuan dalam waktu singkat (H. Kim & Richardson, 2003). Secara umum, penggunaan plot dan alur cerita dapat dengan mudah membujuk pemirsa untuk secara tidak sadar menerima penempatan suatu produk (Belk, 1974). Akibatnya, alur cerita film mikro pariwisata dapat digunakan untuk secara alami menempatkan daya tarik perjalanan atau produk untuk membujuk pemirsa dengan cara yang tidak agresif. Dengan cara ini, pemirsa tidak akan mengembangkan sikap defensif seperti yang mungkin mereka miliki di masa lalu terhadap iklan tradisional. Sebuah produk dapat secara alami melekat pada pikiran pemirsa untuk membujuk mereka dan lebih lanjut mencapai tujuan merangsang pembelian mereka (Teng, 2013). Menurut perspektif dan kesimpulan di atas, kemudahan memahami konten cerita untuk menyampaikan pesan kepada pemirsa lebih tinggi daripada indikator lainnya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh *tourism storytelling* terhadap *WOM intention* dan *re-visit intention*, diperoleh simpulan sebagai berikut:

1. Mendongeng berpengaruh terhadap *WOM Intention*. Hal ini juga membuktikan penelitian sebelumnya oleh (J. I. Yang et al., 2010) yang menyatakan bahwa kepekaan emosional, pendidikan, keunikan daerah, karakteristik sosial, budaya, dan deskripsi tentang kinerja yang diharapkan dari pariwisata merupakan faktor-faktor penting dari *tourism strorytelling* (cerita pariwisata). Oleh karena itu, dengan mempromosikan melalui *WOM Intention*, arus masuk wisatawan ke kawasan Huta Siallagan, strategi mendongeng pariwisata sangat diperlukan, contohnya kisah-kisah yang dapat membangkitkan minat, mudah dipahami wisatawan dan mengandung konten pendidikan serta didukung oleh properti yang menarik di Kawasan wisata.

2. Mendongeng pariwisata juga mempengaruhi niat perilaku kembali mengunjungi. Mendongeng dapat mendorong wisatawan berkunjung kembali ke Kawasan Huta Siallagan Samosir dan mendorong mereka untuk merekomendasikan teman, tetangga, dan kenalan mereka untuk mengunjungi Kawasan Huta Siallagan, nilai-nilai menarik harus disampaikan dengan baik, khususnya karakteristik unik dari lokasi wisata yang dapat menekankan properti budaya yang menarik.

Penelitian berkontribusi terhadap kawasan wisata dalam hal menentukan strategi *storytelling* yang tepat bagi pengunjung. Kontribusi praktis penelitian ini adalah mengembangkan model Niat Perilaku Wisata konsumen melalui metode *storytelling*. Dalam penelitian selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat dilakukan melalui metode kualitatif agar mendapatkan gambaran yang lebih dalam mengenai *storytelling* dalam meningkatkan niat perilaku wisata. Penelitian ini juga memiliki keterbatasan, yakni penelitian hanya berpusat pada kawasan Huta Siallagan Samosir. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih diperluas untuk memungkinkan penelitian yang lebih aktif tentang berbagai *storytelling* di seluruh kawasan Danau Toba dan juga

mengeksplor lebih dalam secara kualitatif. Faktor-faktor apa saja yang membuat *Tourism Storytelling* di kawasan Danau Toba, khususnya Samosir, menjadi lebih menarik sehingga dapat berdampak positif pengembangan metode pengembangan *storytelling* selanjutnya

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, A. A. G., Suprina, R., & Pusparini, M. (2019). The Paradigm of Cosmovision – Based Conservation. *TRJ Tourism Research Journal*, 3(2), 167. <https://doi.org/10.30647/trj.v3i2.63>
- Bargeman, B., & Richards, G. (2020). A New Approach to Understanding Tourism Practices. *Annals of Tourism Research*, 84, 102988. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102988>
- Belk, R. W. (1974). Application and Analysis of the Behavioral Differential Inventory For Assessing Situational Effects in Buyer Behavior. *Advances in Consumer Research*, 1(3).
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012a). What makes online content viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Berger, J., & Milkman, K. L. (2012b). What Makes Online Content Viral? *Journal of Marketing Research*, 49(2), 192–205. <https://doi.org/10.1509/jmr.10.0353>
- Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2007). *A New Perspective on the Experience Economy*.
- Bowen, D. (2017). Book Review. Consumer Behaviour in Tourism. *Tourism Management*, 61, 434–435. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.015>
- Chang, Y. T. (2008). *The Research on How Audience Interprets the Korean TV drama “Kim Sam Soon”* [Master Thesis]. National Chia Tung University.
- Dann, G. (2006). *The Language of Tourism*. CAB International.
- Escalas, J. E. (2004). Narrative Processing: Building Consumer Connections to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1–2), 168–180. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1401&2_19
- Festivalia, F., Enggriani, M., & Pramanik, P. D. (2019). The Impact of Tourism on Village Society. *TRJ Tourism Research Journal*, 3(2), 178–187. <https://doi.org/10.30647/trj.v3i2.59>
- Gallo, C. (2014). *Talk Like TED: The 9 Public-Speaking Secrets of the World’s Top Minds*. St. Martin’s Griffi.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartman, S., Parra, C., & de Roo, G. (2019). Framing Strategic Storytelling in the Context of Transition Management to Stimulate Tourism Destination Development. *Tourism Management*, 75, 90–98. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.04.014>
- Jaworski, A., & Pritchard, A. (2005). Discourse, Communication and Tourism. In *Discourse, Communication and Tourism* (Vol. 5). Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410216>
- Kim, H. (2009). *A Study on the Model of Tourism Storytelling Based on Tourist’s Participation: Applying the Interactive Digital Storytelling Technique* [Master Thesis]. Kyunghee University.
- Kim, H. (2010). *Study on the Effect of Attributes of Tourism Storytelling for the Perception of Destination Attractiveness, Brand Equity and Brand Value* [PhD Thesis]. Dong A University.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). Motion Picture Impacts on Destination Images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216–237. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(02\)00062-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(02)00062-2)
- Kim, S. (2008). *A Study on the Effect of Storytelling Attributes of Cultural Tourism Resources for Tourists Satisfaction* [Master Thesis]. Sejong University.
- Kim, S. (2010). Extraordinary Experience: Re-Enacting and Photographing at Screen Tourism Locations. *Tourism and Hospitality, Planning and Development*, 7(1), 59–75. <https://doi.org/10.1080/14790530903522630>
- Loebbert, M. (2005). *Storymanagement: Der narrative ansatz fu’r management und beratung* (H. J. Wu, Trans.). Business Weekly Publications.
- Martin, B. A. S., Jin, H. S., Wang, D., Nguyen, H., Zhan, K., & Wang, Y. X. (2020). The Influence of Consumer Anthropomorphism on Attitudes Towards Artificial Intelligence Trip Advisors. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 108–111. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.06.004>

- McAdams, D. P. (1998). The Role of Defense in the Life Story. *Journal of Personality*, 66(6), 1125–1146. <https://doi.org/10.1111/1467-6494.00044>
- McCabe, S., & Foster, C. (2006). The Role and Function of Narrative in Tourist Interaction. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 4(3), 194–215. <https://doi.org/10.2167/jtcc071.0>
- Myers, D., & Kitsuse, A. (2000). Constructing the Future in Planning: A Survey of Theories and Tools. *Journal of Planning Education and Research*, 19(3), 221–231. <https://doi.org/10.1177/0739456X0001900301>
- Park, S., Hahn, S., Lee, T., & Jun, M. (2018). Two Factor Model of Consumer Satisfaction: International Tourism Research. *Tourism Management*, 67, 82–88. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.01.007>
- Pera, R. (2017). Empowering the New Traveller: Storytelling as A Co-Creative Behaviour in Tourism. *Current Issues in Tourism*, 20(4), 331–338. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.982520>
- Richards, G. (2020). Designing Creative Places: The Role of Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85, 102922. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Teng, I. (2013). *The Effect of Empathy and Involvement to Consumers Decision Making in Storytelling Marketing* [Master Thesis]. Asia University.
- Tilden, F. (2007). *Interpreting Our Heritage* (4th ed.). University of North Carolina Press.
- Tooke, N., & Baker, M. (1996). Seeing is Believing: The Effect of Film on Visitor Numbers to Screened Locations. *Tourism Management*, 17(2), 87–94. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(95\)00111-5](https://doi.org/10.1016/0261-5177(95)00111-5)
- Westbrook, R. A. (1987). Product/Consumption-Based Affective Responses and Postpurchase Processes. *Journal of Marketing Research*, 24(3), 258–270. <https://doi.org/10.1177/002224378702400302>
- Yang, J. I., In, O. N., & Lee, T. H. (2010). Tourists Expectation of Destination Love Mark from Tourism Storytelling. *The Tourism Sciences Society of Korea*, 43(5), 155–176.
- Yang, Y. K. (2018). A Study on the Correlations among Tourism Storytelling, Perception of Touristic Attractiveness and Behavioral Intention for Baekje Historic Areas. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 118(24), 1–15.

Biodata Penulis

Akhmad Mun'im¹

Saat ini bekerja di Direktorat Neraca Produksi, Badan Pusat Statistik dan merupakan anggota dalam membuat *Tourism Satellite Account* (TSA) Indonesia.

Sur-el: amunim@bps.go.id

Angelina Pasaribu¹, Eva Rachmawati²

Penulis 1:

Angelina Pasaribu

Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Institut Pertanian Bogor. Saat ini bekerja sebagai *ecotourism specialist* di PT. Putra Selaras Alam.

Sur-el: angelinaapasaribu@gmail.com

Penulis 2:

Eva Rachmawati

Dosen di Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata, Fakultas Kehutanan dan Lingkungan, Institut Pertanian Bogor. SCOPUS ID: 57193736582

Sur-el: eva.rachmawatisolihin@gmail.com

Januarani Razak¹, Hendarmawan², Ira Irawati³

Penulis 1:

Januari Razak

Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjajaran. Peneliti dan Penyusun Masterplan Geopark Banyuwangi.

Sur-el: januaranirazak@gmail.com

Penulis 2:

Hendarmawan

Wakil Rektor Bidang Riset dan Inovasi serta dosen Departemen Geologi dan Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjajaran.

Sur-el: hendarmawan@unpad.ac.id

Penulis 3:

Ira Irawati

Magister Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjajaran. Lektor Kepala Program Studi Ilmu Keberlanjutan

Risa Amalia Kurniawati^{1*}, Natasya Shaherani², Basuhnami Lena Leopold Coutrier³, Hawa Sukmawati⁴

Penulis 1:

Risa Amalia Kurniawati

Mahasiswi S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang, Malang.

Sur-el: risa.amalia.1807216@students.um.ac.id

Penulis 2:

Natasya Shaherani

Mahasiswi S1 Pendidikan Geografi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang, Malang.

Sur-el: natasya.shaherani.1807216@students.um.ac.id

Penulis 3:

Basuhnami Lena Leopold Coutrier

Mahasiswi S1 Pendidikan Sejarah, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Malang, Malang.

Sur-el: lenacoutrier@gmail.com

Penulis 4:

Hawa Sukmawati

Mahasiswi S1 Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember, Jember.

Sur-el: hawasukma6@gmail.com

Darwis¹, Masri Ridwan², Agus Zainuddin³, Muh Kasim⁴, Muh Yahya⁵

Penulis 1:

Darwis

Ketua Jurusan Kepariwisata, Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Makassar.

Penulis 2:

Masri Ridwan

Dosen dan Pramukantor Pengelola Perpustakaan Wisata Politeknik Pariwisata Makassar. Anggota Badan Promosi Pariwisata Daerah Sulawesi Selatan (Riset & Pengembangan Data) dan Geospasial Indonesia.

Sur-el: masriridwan010@gmail.com

Penulis 3:

Agus Zainuddin

Dosen Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Makassar.

Penulis 4:

Muh Kasim

Lektor Kepala di Politeknik Pariwisata Makassar, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Ekonomi Kreatif.

Penulis 5:

Muh Yahya

Dosen Program Studi Destinasi Pariwisata, Politeknik Pariwisata Makassar.

Asmara Wildani Pasaribu¹, Juni Anggraini Ginting², Nukeu Novia Andriani³

Penulis 1:

Asmara Wildani Pasaribu

Dosen Tetap Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

Sur-el: asmarawildani@gmail.com

Penulis 2:

Juni Anggraini Ginting

Dosen Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

Sur-el: juni.anggraini@wbi.ac.id

Penulis 3:

Nukeu Novia Andriani

Dosen dan Kepala Program Studi Pengelolaan Konvensi dan Acara, Politeknik Wilmar Bisnis Indonesia.

Sur-el: nukeu.andriani@wbi.ac.id

Biodata Dewan Editor

Dr. Fransiskus Xaverius Teguh, M.A

Alumni S3 pada Universitas Gadjah Mada dengan Program Studi Kajian Pariwisata. Saat ini menjadi Staf Ahli Bidang Kemaritiman, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: frteguh_budpar@yahoo.com

Drs, Noviendi Makalam, MA

Analisis Kebijakan Ahli Utama, alumni S2 pada Bournemouth University dengan Program Studi *Tourism and Hospitality Management*. Pernah menjabat sebagai Sekretaris Deputy Bidang Pengembangan Pemasaran I dan Staf Ahli Menteri Pariwisata Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi.

Sur-el: noviendi.makalam@kemenparekraf.go.id

Dr. Sri Utari Widayastuti

Koordinator Pemasaran Pariwisata Regional I Area II (Asia Timur), Deputy Bidang Pemasaran, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: tarisensor@yahoo.com

Drs. Roby Ardiwidjaja, M.BIT

Peneliti pada Bidang Regulasi dan Litbang Pariwisata, Asisten Deputy Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata, Badan Riset dan Inovasi Nasional (BRIN).

Sur-el: robby.ardiwidjaja@gmail.com

Dr. Heri Hermawan

Fungsional Widiyaswara pada Asdep Pengembangan Sumber Daya dan Hubungan Antar Lembaga, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.

Sur-el: hermawan_h@yahoo.com

Dr. Diena Mutiara Lemy, A. Par, M.M., CHE.

DR. Diena Mutiara Lemy, A.PAR., M.M., CHE. is the Dean of School of Hospitality and Tourism. She teaches Trend and Tourist Behaviour, Introduction to Tourism Knowledge and Hospitality, Marketing for Tourism and Hospitality, Collaboration, Technology, and Experiences, Service Management for Hospitality and Tourism, Planning and Development, and Sustainable Tourism courses

Sur-el: diena.lemly@uph.edu

Busro, S.Ud., M.Ag

Alumni S3 Religious Studies Program Pascasarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung. ISNU Jabar Anggota 2018 – 2022.

Sur-el: busro@uinsgd.ac.id

Muhammad Arfin Muhammad Salim, Ph.D, CHE

Master Degree of English Education (M.Pd) State University Makassar (UNM) 2 Senior Lecturer and Head of Research Center of Tourism Polytechnic of Makassar, Deputy Director of Academic Affairs of Tourism Polytechnic of Makassar.

Sur-el: arfin70@yahoo.com atau arfinsalim@gmail.com

Dr. Asep Miftahuddin, S.Si., MAB

Alumni S3 Program Studi Ilmu Administrasi, Universitas Padjajaran. Saat ini Bekerja Sebagai Dosen Dengan Perjanjian Kerja Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Telkom.

Sur-el: asep.miftahudin@kemdikbud.go.id

Dr. Hayat, S.A.P., M.Si., CIQaR.

Alumni S3 Program Doktor Ilmu Administrasi, S3-Universitas Brawijaya Malang. Menjabat Sebagai Asisten Ahli dan Dosen Tetap di Universitas Islam Malang. Tahun 2019-Sekarang menjabat *Editorial Bord Jurnal of Governance Innovation* Universitas Islam Raden Rahmat Malang dan Ketua Bidang Inkubator Bisnis P2KIB Unisma.

Sur-el. : hayat.150318@gmail.com

Kiftiawati, S.S., M.Hum (Bahasa Indonesia)

Saat ini menjabat sebagai Pengajar Bahasa Indonesia dan MPKT di lingkungan UI. Merupakan Anggota Tim Pakar Bahasa Indonesia UI pada tahun 2009-2013. Gelar S1 diperoleh dari Sastra Indonesia Fakultas Sastra Universitas Indonesia. Gelar S2-nya juga dari universitas yang sama pada prodi Ilmu Susastera. Saat ini, selain mengajar sastra Indonesia, ia juga merupakan pengajar Bahasa Indonesia, Penulisan Ilmiah, dan Matakuliah Pengembangan Kepribadian Terintegrasi (MPKT) di lingkungan UI, sejak 2003.

Sur-el: kiftiawati.sulistyo@gmail.com

Fitri Sumirah, SS (Bahasa Inggris)

Penerjemah Ahli Muda di Bagian Hukum Biro Umum dan Hukum Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Saat ini sedang menyelesaikan tugas akhir pada Program Magister di Politeknik STIA LAN Jakarta dengan konsentrasi Manajemen Keuangan Negara.

Sur-el: fitrisumirah@yahoo.com

Biodata Mitra Bestari

Prof. Dr. Phil. Janianton Damanik, M.Si

Alumni S3 Fach Sozialgeographie, Universitas Bielefeld, Jerman. Saat ini sebagai Guru Besar pada Pembangunan Sosial, FISIPOL Universitas Gadjah Mada dan dosen Prodi S2/S3 Kajian Pariwisata, Sekolah Pascasarjana di universitas yang sama.

Sur-el: antondmk@ugm.ac.id

Prof. Jatna Supriatna, M.Sc., Ph.D.

After finished his Master of Science (1986) and Doctorate degree (1991) in Biological Anthropology from the University of New Mexico, Albuquerque-USA, plus pre and post-doctoral at Columbia University in New York, he serves Lecturer, Senior Lecturer, then Professor at the University of Indonesia. He had been appointed as Country Director then Vice President of the major international organization based in Washington DC, Conservation International (1994-2010).

Sur-el : jsupriatna@sci.ui.ac.id

Prof. Dr. Muhammad Baiquni, M.A.

Prof. Dr. M. Baiquni, MA mengajar di Universitas Gadjah Mada sebagai Professor Geografi dan Ketua Departemen Geografi Pembangunan. Pernah menjabat sebagai Ketua Program Magister dan Doktor Kajian Pariwisata Sekolah Pascasarjana (2011-2018), Kepala Pusat Studi Pariwisata (2010-2012), Universitas Gadjah Mada. Reviewer journal internasional antara lain JTR (*Journal of Tourism Research, UK*), Journal IJG (*Indonesian Journal of Geography, Ina*), dan Jurnal Kepariwisata Indonesia serta berbagai jurnal ilmiah dan buku referensi di Indonesia.

Sur-el: mbaiquni@ugm.ac.id

Dr. Thomas Stefanus Kaihatu, M.M

Dosen Program Studi Manajemen di Universitas Ciputra.

Sur-el: kaihatu@ciputra.ac.id

Yuliani Dwi Lestari, PhD

Faculty Member, SBM ITB. Doctor of Philosophy School of Management, Taipei Taiwan National Taiwan University of Science and Technology. School of Business and Management, Institut Teknologi Bandung Faculty Member, Bandung Indonesia, Full time faculty member in Business and Management.

Sur-el : yuliani.dwi@sbm-itb.ac.id

Dwiesty Dyah Utami, S.ST.Par., MM.Par., M.Sc

Lektor Program Studi Industri Perjalanan Wisata, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung

Sur-el: dwiesty.dyah@gmail.com

PEDOMAN PENULISAN

1. Jurnal Kepariwisata Indonesia (JKI) merupakan jurnal terakreditasi SINTA 4 yang dikelola oleh Direktorat Kajian Strategis, Deputi Bidang Kebijakan Strategis, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
2. JKI memuat karya tulis ilmiah dari hasil penelitian/kajian, revid/konseptual, maupun analisis kebijakan yang terkait dengan bidang pariwisata.
3. Naskah yang akan diterbitkan dalam JKI merupakan karya tulis ilmiah orisinal, dapat memberikan kontribusi kebaruan ilmiah, memberikan sumbangan kemajuan ilmu khususnya di bidang pariwisata, serta naskah yang dikirim belum pernah dipublikasikan di media cetak maupun media elektronik lainnya.
4. Panduan gaya penulisan : Penulisan judul harus mencerminkan inti dari tulisan, spesifik, dan efektif. Penulisan abstrak jelas dan ringkas yang meliputi tujuan, metode, hasil, dan simpulan. Penulisan kata kunci mencerminkan konsep artikel, kata kunci dapat berupa kata atau frasa atau kelompok kata yang mencerminkan isi artikel. Daftar Pustaka harus relevan dan mutakhir (10 tahun terakhir) sebanyak minimal 10 (sepuluh) referensi, serta wajib menggunakan aplikasi seperti mendeley, refworks, zeto, dll, Sumber acuan primer yang digunakan sebanyak 85% sedangkan acuan sekunder sebesar 15%.
5. Naskah dapat ditulis dalam bahasa Indonesia atau bahasa Inggris dengan menggunakan tata bahasa sesuai Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI) dan jika terdapat kata yang bukan bahasa Indonesia atau istilah asing harus dicetak miring.
6. Naskah ditulis menggunakan font Times New Roman; ukuran font 14 poin untuk Judul, 12 poin untuk nama, 10 poin untuk identitas penulis, 11 poin untuk tulisan utama, 10 poin untuk daftar pustaka, 9 poin untuk tulisan dalam tabel serta sumber gambar dan tabel; spasi 1.15; margin atas dan kiri 4 cm, margin bawah dan kanan 3 cm. Ditulis pada kertas berukuran A4 (210 mm x 297 mm). Panjang naskah 15-20 halaman yang disertakan nomor halaman disetiap lembarnya. Seluruh naskah yang dikirim menggunakan format Microsoft Word (.doc) atau Rich Text Format (.rtf).

Sistematika dan panduan penulisan naskah secara lengkap dapat dilihat pada templat jurnal yang dapat diakses melalui tautan: ejournal.kememparekraf.go.id