

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pariwisata

Berkaitan dengan pengembangan kepariwisataan, Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan kebijakan berupa Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan. Pada pasal 2 dinyatakan penyelenggaraan kepariwisataan berasaskan manfaat, keseimbangan, kemandirian, partisipatif, kelestarian, dan berkelanjutan. Lebih lanjut pada pasal 4 dinyatakan tujuan kepariwisataan adalah : meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan lingkungan sumber daya alam, serta memajukan kebudayaan. Dengan prinsip penyelenggaraan kepariwisataan menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan, memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup, memberdayakan masyarakat setempat.

Cakupan pembangunan kepariwisataan meliputi : industri pariwisata, destinasi pariwisata, pemasaran dan kelembagaan kepariwisataan. Dikemukakan dalam UU 10 tahun 2009, bahwa pembangunan kepariwisataan dilakukan berdasarkan rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional, rencana induk pembangunan kepariwisataan provinsi dan rencana induk pembangunan kepariwisataan kabupaten/kota. Mengacu pada amanah tersebut, untuk

kepentingan nasional, pemerintah menetapkan peraturan pemerintah nomor 50 tahun 2011 tentang rencana induk pembangunan kepariwisataan nasional (RIPPARNAS) tahun 2010-2015.

PP 50 tahun 2011 pada pasal 2 memuat bahwa pembangunan kepariwisataan nasional dilaksanakan berdasarkan prinsip pembangunan berkelanjutan yang berorientasi upaya peningkatan pertumbuhan, peningkatan kesempatan kerja, pengurangan kemiskinan, serta pelestarian lingkungan. Khusus, dalam penjelasan pasal 35 RIPPARNAS, Bali dimasukkan sebagai salah satu dari 50 Destinasi Pariwisata Nasional (DPN) yang diharapkan dapat meningkatkan dan memantapkan pembangunan pariwisata secara berkelanjutan yang peduli terhadap pelestarian lingkungan dan budaya.

Sebagai tindak lanjut UU No 10 tahun 2009 dan RIPPARNAS No 50 tahun 2011, pemerintah Provinsi Bali mengeluarkan Peraturan Daerah Provinsi Bali Nomor 2 Tahun 2012 tentang kepariwisataan budaya Bali dan Peraturan Daerah Nomor 10 tahun 2015 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Daerah (RIPPARDA) Provinsi Bali Tahun 2015-2029. Pada pasal 2 Perda 10 tahun 2016, dinyatakan Penyelenggaraan Kepariwisata Budaya Bali dilaksanakan berdasarkan pada asas manfaat, kekeluargaan, kemandirian, keseimbangan, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, adil dan merata, demokratis, kesetaraan dan kesatuan yang dijiwai oleh nilai-nilai Agama Hindu dengan menerapkan falsafah Tri Hita Karana. Lebih lanjut dalam pasal 3 ayat 1 RIPPARDA Provinsi Bali diamatkan pelaksanaan RIPPARDA diselenggarakan secara terpadu oleh pemerintah provinsi, pemerintah

kabupaten/kota, dunia usaha, dan masyarakat. Dalam rangka mewujudkan industri pariwisata berdaya saing, kredibel, membuka ruang partisipasi publik secara luas, bertanggungjawab pada lingkungan dan sosial budaya dan mendorong terwujudnya pariwisata yang berkelanjutan.

Menyimak aturan perundang-undangan di atas dapatlah dinyatakan bahwa pengembangan kepariwisataan di Bali bukan hanya dalam upaya peningkatan perekonomian, pemerataan pendapatan dan kesempatan kerja, namun juga menekankan pada keterlibatan pemerintah, masyarakat dan swasta dalam rangka keberlanjutan kepariwisataan dan pelestarian sumber daya alam dan budaya Bali yang berlandaskan nilai-nilai Agama Hindu dan falsafah Tri Hita Karana.

Indonesia (khususnya Bali) merupakan salah satu daerah tujuan wisata terkenal di seluruh dunia. Kementerian Pariwisata (2015) telah menetapkan arah kebijakan dan strategi (*road map*) kepariwisataan Indonesia, yaitu:

- 1) Pemasaran pariwisata nasional: mendatangkan sebanyak mungkin wisatawan mancanegara dan mendorong peningkatan wisatawan nusantara;
- 2) Pembangunan destinasi pariwisata: meningkatkan daya tarik daerah tujuan wisata sehingga berdayasaing di dalam negeri dan di luar negeri;
- 3) Pembangunan industri pariwisata: meningkatkan partisipasi usaha lokal dalam industri pariwisata nasional serta meningkatkan keragaman dan daya saing produk/jasa pariwisata nasional di setiap destinasi pariwisata yang menjadi fokus pemasaran;

- 4) Pembangunan kelembagaan pariwisata: membangun sumber daya manusia pariwisata serta organisasi kepariwisataan nasional.

Pariwisata telah semakin disadari sebagai pemicu pertumbuhan ekonomi dan peluang perluasan lapangan kerja di berbagai negara berkembang. Bahkan di sejumlah negara berkembang di kawasan Afrika terbukti kehadiran pariwisata telah berkontribusi kepada penurunan angka kemiskinan (Steiner, 2006). Meskipun demikian, bahwa keberhasilan pengembangan sektor pariwisata lebih banyak ditentukan oleh peran kebijakan pemerintah yang ikut serta secara aktif membangun regulasi untuk pengembangan kepariwisataan (Jeffries, 2001). Dalam rangka memahami peran kelembagaan pada pengembangan pariwisata, UNWTO (2002) mengembangkan pilar segitiga meliputi *environment*, *community* dan *industry* sebagaimana disajikan pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1
Pilar Pembangunan Pariwisata
Sumber: UNWTO (2002)

Pertama, adalah *environment* adalah hadirnya kelembagaan dalam sektor pengembangan pariwisata, termasuk di dalamnya adalah peranan dan fungsi

kehadiran pemerintah dalam melaksanakan pendampingan, pemberdayaan dan regulasi untuk mengatur dan mengendalikan dampak atas kehadiran wisatawan manca negara, serta fungsi pemerintahan dalam mengembangkan akses wisata, infrastruktur dan *marketing tourism destination* (DMOs).

Kedua, adalah peranan *community* atau *tourism society* yaitu komunitas selaku obyek dan pelaku pariwisata yang terlibat langsung dalam keseharian bertransaksi melaksanakan fungsi pelayanan, membangun komunikasi yang memungkinkan terwujudnya kondisi bahwa wisatawan mancanegara yang hadir merasakan seperti berada di rumah mereka sendiri. Lingkungan destinasi wisata yang aman, dan membuat wisatawan menikmati perjalanan mereka yang menyenangkan.

Ketiga, adalah peran sektor industri penunjang yang berkembang berdasarkan kebutuhan yang diinginkan wisatawan termasuk akomodasi sarana perhotelan, penginapan, *restaurant*, kebutuhan fasilitas air bersih, jaringan komunikasi, atraksi dan *entertainment*, serta atraksi lainnya yang bersifat *live attraction*, seperti budaya masyarakat dalam bercocok tanam, upacara *yadnya*, dan lain-lain. Semua *event* dan atraksi menjadi bagian penting dari komponen industri wisata dalam rangka pelayanan wisata yang dapat memuaskan wisatawan di satu pihak, dan kemudian berproses menciptakan nilai tambah pada proses produksi masyarakat lokal.

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk rekreasi atau liburan, dan juga persiapan yang dilakukan untuk aktivitas tersebut. Pariwisata

dewasa ini merupakan sebuah mega bisnis. Ribuan bahkan jutaan orang mengeluarkan dana triliunan dolar, meninggalkan rumah dan pekerjaan untuk memuaskan atau membahagiakan diri (*pleasure*) dan menghabiskan waktu luang (*leisure*). Pariwisata menjadi bagian penting dan gaya hidup di negara-negara maju. Berkaitan hal tersebut, Thomas Mun seorang merkantilisme dalam bukunya *Navigation Act* menyatakan bahwa sektor pariwisata merupakan kegiatan yang sangat penting sebagai sumber penerimaan bagi pengusaha yang menyediakan jasa perjalanan, termasuk penginapan dan rumah makan sejak tahun 1960 (Spiegel, 1991).

Lebih lanjut Kodhyat (1998), menyatakan pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sementara itu, Murphy (1985), mendefinisikan sektor pariwisata sebagai keseluruhan dari elemen yang terkait dengan wisatawan, daerah tujuan wisata, perjalanan, industri dan lain-lain, yang merupakan akibat dari perjalanan wisatawan ke daerah tujuan wisata sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen. Pengertian senada diberikan oleh Fennell (1999), yang menyatakan bahwa pariwisata adalah sebagai suatu sistem yang memasukkan wisatawan dan pelayanan yang disediakan (berupa fasilitas, atraksi, transportasi, dan akomodasi) untuk memuaskan dan mendukung perjalanan mereka. Lebih lanjut Marpaung (2002), mendefinisikan pariwisata sebagai perpindahan sementara yang dilakukan oleh manusia dengan tujuan keluar dari pekerjaan rutinnnya, atau juga dari tempat kediamannya. Berkaitan dengan hal

tersebut, Soekadijo (2000) mengatakan bahwa sektor pariwisata adalah segala kegiatan masyarakat yang berhubungan dengan wisatawan. Karena pariwisata terdiri atas berbagai kegiatan organisasi yang menyediakan barang dan jasa untuk wisatawan, seperti angkutan wisata, akomodasi, atraksi manusia dan daya tarik alam, jasa perseorangan dan jasa pemerintah, perantara seperti pedagang serta agen perjalanan, maka sektor pariwisata sering disebut industri pariwisata (Bull, 1991).

Pengertian pariwisata modern oleh Freuler dalam bukunya yang berjudul *Handbuch des Schweizerischen Volkswirtschaft* (dalam Pendit, 1999) merumuskan bahwa pariwisata dalam arti modern adalah merupakan gejala jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian suasana, penilaian yang sadar terhadap keindahan alam, kesenangan dan kenikmatan alam semesta, dan pada kekhususannya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan antar bangsa dan kelas dalam masyarakat manusia sebagai hasil perkembangan perniagaan, serta penyempurnaan alat-alat pengangkutan. Lebih teknis, pengertian pariwisata dikemukakan oleh Hunzeiker dan Kraft (dalam Yoeti, 2001), yang dimaksud dengan pariwisata adalah keseluruhan dari gejala-gejala yang ditimbulkan dari perjalanan orang-orang asing serta penyediaan tempat tinggal sementara, asalkan perjalanan tersebut tidak tinggal menetap dan tidak memperoleh penghasilan dari aktivitas yang bersifat sementara itu.

Menurut WTO (1999), yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Selanjutnya menurut Undang-Undang RI nomor 10

tahun 2009 tentang kepariwisataan dijelaskan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara.

Dari beberapa pengertian sebagaimana diuraikan di atas, maka faktor-faktor penting yang terdapat dalam konsep pariwisata adalah adanya perjalanan yang dilakukan baik secara perseorangan maupun kelompok dari suatu tempat yang bukan merupakan tempat tinggalnya ke tempat yang lain yang sifatnya sementara dan bertujuan untuk mendapatkan kesenangan dari berekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara, mereka tidak mendapatkan penghasilan, tetapi sebagai konsumen. Tempat yang memiliki daya tarik wisata yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan lebih dikenal dengan sebutan destinasi pariwisata.

Menurut Undang Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, khususnya pasal 4 tujuan kepariwisataan, adalah: (a) meningkatkan pertumbuhan ekonomi, (b) meningkatkan kesejahteraan rakyat, (c) menghapus kemiskinan, (d) mengatasi pengangguran, (e) melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, (f) memajukan kebudayaan, (g) mengangkat citra bangsa, (h) memupuk rasa cinta tanah air, (i) memperkuat jati diri dan kesatuan bangsa, dan, (j) mempererat persahabatan antar bangsa. Lebih lanjut, Naser Egbali, *et al.* (2011), menegaskan bahwa tujuan yang paling penting dari pengembangan pariwisata adalah pembangunan ekonomi dan sosial daerah pariwisata.

2.1.2 Definisi Destinasi Wisata

Berdasarkan definisi yang dirumuskan oleh WTO (1999, 2007), bahwa *tourism destination* adalah daya tarik obyek wisata yang menjadi pilihan wisatawan. Terdapat paling sedikit tiga perspektif yang dapat dikenali dari destinasi wisata, yaitu (1) wilayah geografik tertentu yang menjadi obyek kunjungan bersifat temporer, (2) aktivitas ekonomi yaitu dimana wisatawan bertransaksi dan menghasilkan benefit bagi penduduk lokal, serta (3) *psychographical* sebagai dasar pertimbangan mengapa wisatawan memilih destinasi wisata tertentu sebagai tempat menghabiskan waktu. Terselenggaranya sebuah destinasi wisata menjadi pilihan dalam berwisata, tersajikan sebagai tempat wisata yang dikelola sepenuhnya oleh pemerintah, kombinasi dari pemerintah dan swasta atau sektor swasta secara penuh dengan alasan bisnis dan investasi untuk menghasilkan laba usaha.

Perkembangan *tourism destination* sebagai sajian produk yang menjanjikan peluang kesejahteraan di suatu negara tidak lagi sekedar sebagai batas wilayah geografik, melainkan pengkombinasian aneka produk, pelayanan dan sumber daya dan pengelolaan informasi yang berfungsi menggerakkan wisatawan menuju wilayah destinasi tertentu (Leiper, 1995). Dengan demikian, destinasi wisata dan produk pelayanan adalah satu kesatuan yang tidak terpisahkan (Keller, 2000). Dengan demikian, keputusan wisatawan untuk mengunjungi sebuah destinasi wisata dan melakukan kunjungan berulang adalah persepsi yang terbentuk dari kedua faktor pembentuknya yaitu lokasi geografik dan pelayanan jasa wisata (Leiper, 1995).

Keberhasilan suatu destinasi wisata mendapatkan calon pengunjung wisatawan dapat dilihat dari: jumlah wisatawan yang berusaha mendapatkan informasi tentang destinasi wisata, produk layanan yang akan mereka dapatkan dari destinasi tersebut, serta *benefit* yang akan mereka dapatkan dari *traveling* yang akan mereka laksanakan. Berdasarkan fakta bahwa pengguna wisata akan mempelajari secara seksama pilihan paket perjalanan wisata dan berusaha memaksimalkan kepuasan atas perjalanan wisata tersebut, sehingga di masa depan persaingan destinasi wisata menjadi penting dan semakin menentukan. Dengan demikian maka keberhasilan suatu destinasi wisata mendapatkan segmentasi pelanggan wisatawan akan sangat ditentukan oleh perkembangan daya saing destinasi wisata satu dengan lainnya (Berger, 1992). Organisasi tata kelola dan pengembangan suatu kawasan destinasi wisata yang semakin berkualitas akan membentuk dengan sendirinya persepsi, motivasi dan *expectation* (Gunn, 1994).

2.1.3 Daya Tarik Wisata

Menurut Cooper *et al.* (1995) mengemukakan bahwa terdapat 4 (empat) komponen yang harus dimiliki oleh sebuah objek wisata, yaitu: (1) Atraksi (*attraction*), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukan; (2) Aksesibilitas (*accessibilities*) seperti transportasi lokal dan adanya terminal; (3) Amenitas atau fasilitas (*amenities*) seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan; (4) *Ancillary services* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisata seperti *destination marketing management organization, conventional and visitor bureau*.

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 menguraikan objek dan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Objek dan daya tarik wisata yang dimaksud, adalah sebagai berikut.

- 1) Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.
- 2) Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

Pasal 4 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 juga menguraikan beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam pembangunan kepariwisataan bertujuan untuk: (a) Meningkatkan pertumbuhan ekonomi; (b) Meningkatkan kesejahteraan rakyat; (c) Menghapus kemiskinan; (d) Mengatasi pengangguran; (e) Melestarikan alam, lingkungan, dan sumberdaya; (f) Memajukan kebudayaan g. Mengangkat citra bangsa; (h) Memupuk rasa cinta tanah air; (i) Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa; (j) Mempererat persahabatan antar bangsa.

Daya tarik atau atraksi wisata menurut Yoeti (2002), adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

- 1) *Natural attraction: landscape, seascape, beaches, climate and other geographical features of the destinations.*

- 2) *Cultural attraction: history and folklore, religion, art and special events, festivals.*
- 3) *Social attractions: the way of life, the resident populations, languages, opportunities for social encounters.*
- 4) *Built attraction: building, historic, and modern architecture, monument, parks, gardens, marina, etc.*

2.1.4 Pariwisata Alternatif

Pariwisata alternatif secara luas didefinisikan oleh Valene (1992), adalah sebagai bentuk dari kepariwisataan yang konsisten dengan alam, sosial, dan masyarakat serta yang memungkinkan interaksi dan berbagai pengalaman antara wisatawan dengan masyarakat serta yang memungkinkan interaksi dan berbagai pengalaman antara wisatawan dengan masyarakat lokal. Wisata alternatif juga sering diartikan sebagai bentuk pariwisata yang sengaja disusun dalam skala kecil yang memperhatikan aspek kepedulian lingkungan baik lingkungan abiotik, biotik dan sosial-budaya masyarakat setempat. Pariwisata alternatif juga muncul akibat kejenuhan terhadap pariwisata massal yang menimbulkan banyak kerusakan lingkungan sosial, serta tidak memperhatikan keberlanjutan dari objek wisata itu sendiri. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pariwisata alternatif merupakan kecenderungan baru dari bentuk pariwisata yang dikembangkan selama ini, yang memperhatikan kualitas pengalaman yang diperoleh wisatawan, kualitas lingkungan, dan kualitas sosial budaya masyarakat setempat serta kualitas lingkungan, dan kualitas pengalaman yang dikembangkan selama ini, yang

memperhatikan kualitas sosial budaya masyarakat setempat serta kualitas hidup masyarakat lokal (*host*).

Oleh Koslowski dan Travis (1985) dalam Smith (2001) pariwisata alternatif merupakan suatu kegiatan kepariwisataan yang tidak merusak lingkungan, berpihak pada ekologi dan menghindari dari dampak negatif dari pembangunan pariwisata berskala besar yang dijalankan pada suatu area yang tidak terlalu cepat pembangunannya. Selain itu menurut Saglio (1979), Bilson (1987) dan Gonsalven (1984) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif adalah kegiatan kepariwisataan yang memiliki gagasan yang mengandung arti sebagai suatu pembangunan yang berskala kecil atau juga sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang disuguhkan kepada wisatawan, dimana segala aktivitasnya turut melibatkan masyarakat.

Middleton (1998) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu bentuk produk pariwisata yang mempertimbangkan bahkan menuntut lebih akrab lingkungan dan tidak merusak budaya. Archer dan Cooper (1993), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu pergerakan yang memiliki jalan keluar untuk “mengobati sakit” dari pariwisata massal (*Mass Tourism*). Cohen (1987) dan Gartner (1996) dalam Smith (2001), menyebutkan bahwa pariwisata alternatif bersumber dari dua pandangan ideologi yang sejaman, yaitu bahwa pariwisata alternatif merupakan reaksi atas konsumerisme modern, dan pariwisata alternatif merupakan reaksi dari eksploitasi yang dilakukan negara berkembang. *Alternatif Tourism is a process which promotion a just farm of travel between members of differet communities, it seeks*

to achieve mutual understanding, solidarity and equality amongst participants (Holden, 1984 dalam Valene, 2001).

Lebih lanjut Holden (1984 dalam Valene 2001), menyatakan bahwa variasi pariwisata alternatif dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut.

1) *Pariwisata Adventure*

Merupakan suatu kegiatan pariwisata alternatif yang bernuansa petualangan (*adventure*). Petualangan dalam skala kecil dapat terdiri dari *bird watching*, *scuba diving*, dalam skala menengah terdiri dari kegiatan yang bernuansa olahraga, seperti *canoing* dan *rafting* sedangkan dalam skala besar kegiatan petualangan seperti taman safari.

2) *Pariwisata Alam*

Merupakan kegiatan pariwisata alternatif yang memfokuskan diri pada studi dan observasi yang berkaitan dengan flora (tumbuhan) dan fauna (binatang) serta kegiatan *landscape*.

3) *Community Tourism*

Community tourism atau pariwisata kerakyatan merupakan suatu kegiatan pariwisata yang dijalankan oleh rakyat, baik dari segi perencanaan sampai evaluasi dan segala manfaat yang diperoleh dari kegiatan tersebut sepenuhnya untuk rakyat yang bersangkutan.

Berdasarkan pengertian di atas, pariwisata alternatif merupakan suatu proses yang mempromosikan suatu destinasi yang kondisinya memang benar-benar layak dan pantas di antara komunitas yang berbeda-beda, di mana

diputuskan untuk memperoleh pemahaman, solidaritas dan kesamaan di antara seluruh komponen.

2.2 Teori Ekonomi Pariwisata

Spillane (1987) dalam bukunya yang berjudul “Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prospeknya” menyebutkan bahwa aspek ekonomi pariwisata paling tidak terkait dengan lima hal, yaitu sebagai berikut.

1) Lokasi Industri Pariwisata

Lokasi industri pariwisata mempunyai beberapa pengaruh dan akibat terkait dengan keadaan ekonomi suatu kawasan. Dari berbagai pengaruh dan akibat tersebut, ada 3 (tiga) hal yang menjadi fokus dalam diskusi dalam kaitannya dengan lokasi sebuah industri pariwisata, yaitu sebagai berikut.

a) Pengaruh terhadap masyarakat daerah

Dengan dibangunnya beberapa fasilitas pariwisata, seperti, hotel, restoran dan lainnya berpengaruh kepada masyarakat setempat, seperti:

(1) Penyerapan tenaga kerja

Contohnya: Hotel dan restoran yang membutuhkan banyak karyawan yang sesuai dengan bidangnya.

(2) Promosi budaya daerah masyarakat

Contoh: Budaya kita akan lebih dikenal oleh masyarakat luar negeri.

(3) Pemberdayaan hasil alam masyarakat daerah

Contoh: Bahan baku dan bahan mentah untuk hotel dan restoran seperti, mebel, amentis hingga bahan makanan.

(4) Pengembangan infrastruktur pendukung di daerah

Contoh: perbaikan aksesibilitas menuju objek wisata, perbaikan untuk sarana penerangan.

b) Akibat ganda pariwisata

Dengan besarnya pertumbuhan pariwisata juga berperan ganda dalam terciptanya kesempatan kerja, baik langsung maupun tidak langsung. Sehingga menekan angka pengangguran. Contoh: di saat pariwisata tumbuh, maka industri pariwisata juga membutuhkan orang yang handal juga dalam bidang tersebut seperti: pemandu wisata, *driver* pariwisata dan lainnya.

c) Berbagai masalah dalam pariwisata

- (1) Berkembangnya pola hidup yang konsumtif di kalangan masyarakat daerah wisata
- (2) Berkurangnya lahan pertanian, karena perluasan kawasan wisata.
- (3) Berubahnya gaya atau pola hidup sehari-hari di daerah wisata.
- (4) Terganggunya kelestarian lingkungan.
- (5) Tenaga kerja pribumi hanya berada pada level yang bawah.

Contoh: hanya menjadi *gardener*, *bellboy*, *cleaning service*, dan lainnya.

(6) Budaya dikomersilkan

Munculnya berbagai kesenian yang awalnya hanya dipentaskan untuk kepentingan agama, kemudian demi kepentingan wisatawan dijadikan suatu yang bersifat komersial.

Contoh: Pura umat Hindu di Bali.

- (7) Bahan makanan yang tidak sesuai standar membuat pihak hotel dan restoran harus mengimpor untuk bahan bakunya dari negara asal. Hal ini membuat tidak diberdayakannya hasil bumi masyarakat setempat.

Contoh: beberapa jenis sayuran dan minuman.

- (8) Munculnya *sex industry* yang membuat masyarakat setempat terpengaruh terhadap budaya luar, sehingga melanggar dari norma-norma yang berlaku di daerah tersebut.

Contoh: banyaknya Pub dan diskotek serta tempat karaoke yang beralih fungsi.

2) Sifat Khusus Industri Pariwisata

Menurut Spillane (1987), pariwisata adalah keseluruhan rangkaian dan usaha menjual barang dan jasa yang diperlukan wisatawan, selama ia melakukan perjalanan wisata sampai kembali ke tempat asalnya. Industri pariwisata dalam pengertian yang lain, ialah industri yang berupa seluruh kegiatan pariwisata yang utuh. Batasan pengertian tersebut di atas dapat dirumuskan bahwa pariwisata sebagai industri di sini dapat dipahami dengan memberikan gambaran mengenai komponen-komponen kepariwisataan dalam industri tersebut yang saling terkait satu dengan yang lain. Jadi komponen-komponen kepariwisataan tersebut tidak dapat berdiri sendiri, namun merupakan rangkaian jasa yang kait mengait yang dihasilkan industri-industri Lain, misalnya: industri kerajinan, perhotelan, angkutan dan lain sebagainya. Oleh karena itu, Spillane (1987:87-88) mengatakan industri pariwisata mempunyai ciri-ciri khusus yaitu sebagai berikut: (1) produk

wisata tidak dapat dipindahkan; (2) produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama; (3) produk wisata memiliki beragam bentuk; (4) pembeli tidak dapat mencicipi bahkan tidak dapat menguji produk; (5) produk wisata merupakan usaha yang mengandung resiko besar.

Kotler (1993) dalam Vicklund, secara keseluruhan produk pariwisata umumnya diakui sebagai produk jasa dengan ciri-ciri khusus, sebagai berikut.

a) *Intangibility* (Tidak berwujud)

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa diidentifikasi oleh ke lima indera manusia, seperti: dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum terjadi proses transaksi pembelian.

b) *Inseparability* (Tidak dapat dipisahkan)

Jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang maupun mesin, di samping itu apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada.

c) *Variability* (Berubah-ubah)

Jasa dapat mudah berubah-ubah karena jasa ini tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan, dan dimana disajikan.

d) *Perishability* (Daya tahan)

Jasa tidak dapat disimpan dan tidak memiliki daya tahan yang lama karena sifatnya tergantung dari fluktuasi permintaan.

Pada kajian Vellas (2008) disebutkan bahwa sifat-sifat pariwisata, meliputi:

a) Tidak kasat mata

Secara fisik, barang-barang yang ditawarkan adalah nyata, dapat disentuh, dilihat, diperiksa sebelum dibeli, kadang-kadang mempunyai bau yang unik dan dapat diidentifikasi. Setelah dibeli, barang menjadi milik si pembeli. Sebaliknya, jasa tidak dapat dimiliki. Jasa dilakukan dan dievaluasi berdasarkan hasil dari pengalaman yang menyenangkan atau sebaliknya. Kebanyakan produk pariwisata mempunyai unsur-unsur yang tidak nyata, seperti hotel atau pesawat udara, tetapi pariwisata menawarkan pelayanan, karena itu produk pariwisata terdiri atas aspek jasa.

b) Tidak dapat disimpan

Tidak seperti barang yang nyata, kesempatan menyewakan kamar dan kesempatan menyewakan tempat duduk di pesawat udara tidak dapat disimpan atau ditumpuk untuk digunakan di masa datang. Apabila tidak digunakan pada saat itu, maka akan hilang selamanya. Produk jasa dikatakan dapat hilang atau tidak dapat disimpan.

c) Penawaran yang tidak elastis

Produk pariwisata tidak elastis karena tidak dapat menyesuaikan dengan perubahan permintaan, dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Permintaan yang meningkat dan menurun dalam jangka pendek hanya berpengaruh kecil pada harga. Fluktuasi jangka panjanglah yang menentukan komposisi produk dan harga jualnya. Produk pariwisata tergantung pada suprastruktur yang tersedia di destinasi, seperti fasilitas jasa pelayanan, angkutan, dan akomodasi.

d) Elastisitas permintaan produk pariwisata

Di sisi lain, permintaan atas produk pariwisata bereaksi dengan sangat cepat terhadap kejadian dan perubahan dalam lingkungan seperti acaman keamanan (perang, kejahatan, terorisme, dan lain lain), perubahan ekonomi (nilai tukar, resesi, dan lain-lain) dan mode yang berubah.

e) Saling melengkapi

Produk pariwisata bukan usaha jasa tunggal. Produk ini terdiri atas beberapa subproduk yang saling melengkapi. Produksi jasa secara keseluruhan serta mutunya tergantung dari komponen-komponen yang saling melengkapi. Kekurangan dari salah satu subproduk akan berpengaruh pada produk akhir. Hal ini masih merupakan salah satu kesulitan besar untuk memuaskan para pelaku pemasaran pariwisata.

f) Tidak dapat dipisahkan

Produksi dan konsumsi terjadi pada saat yang sama, tidak ada peralihan kepemilikan. Pelanggan – wisatawan – harus hadir ketika jasa dilaksanakan untuk dinikmati. Pada kenyataannya, para wisatawan sering terlibat dalam proses produksi. Keikutsertaannya dalam berlibur (kegiatan dan hiburan yang mereka nikmati) sering kali merupakan komponen penting dari keberhasilannya. Maka dari itu produksi dan konsumsi disebut sebagai tak terpisahkan.

g) Heterogenitas

Produk pariwisata disebut heterogen karena sebenarnya tidak mungkin untuk memproduksi dua jasa pariwisata yang identik. Selalu ada

perbedaan dalam mutu apabila sifat dari jasa yang ditawarkan tetap konstan. Heterogenitas ini memungkinkan adanya sejumlah substitusi dalam sub-sub produk yang berbeda. Namun, hasil dan produk tidak akan pernah sama. Mengganti satu hotel dengan hotel lainnya, walaupun dari kategori yang sama, akan menciptakan pengalaman yang berbeda dan menghasilkan produk akhir yang berbeda. Pengalaman dalam hotel yang sama dapat juga berbeda. Ukuran kamar jarang sama, kamar mempunyai pemandangan dan situasi yang berbeda (misalnya, dekat tangga atau *lift* yang gaduh).

h) Biaya tetap yang tinggi

Harga awal untuk menyediakan unsur-unsur dasar produk pariwisata seperti angkutan (pesawat udara, kereta api, bus, dan lain-lain) dan akomodasi (hotel, dan lain-lain) sangat tinggi. Investasi yang mahal dibuat tanpa jaminan bahwa investasi akan diganti dan laba akan diperoleh di masa datang.

i) Padat karya

Pariwisata adalah industri manusia. Bagian dari pengalaman perjalanan adalah mutu dari pelayanan yang diterima oleh pengunjung dan keterampilan pegawai perusahaan pariwisata pada destinasi wisata. Maka dari itu, ciri dari produk pariwisata adalah rasio yang tinggi antara pegawai dan pelanggan, khususnya pegawai yang berhubungan dengan pelanggan.

3) Aspek Penawaran Pariwisata

a) Proses Produksi Industri Pariwisata

Penciptaan kempataan tenaga kerja yang bersifat langsung dan sangat menonjol adalah di bidang perhotelan, suatu industri jasa yang bersifat padat karya (relatif terhadap modal yang ditanam. Dan bidang-bidang lain, seperti biro-biro perjalanan, pramuwisata, pusat-pusat rekreasi dan kantor-kantor pariwisata pemerintah. Kemajuan pengembangan pariwisata sebagai industri, ditunjang oleh bermacam-macam usaha, di antaranya sebagai berikut.

- (1) Promosi untuk memperkenalkan objek wisata
- (2) Transportasi yang lancar
- (3) Kemudahan keimigrasian birokrasi
- (4) Akomodasi yang menjamin penginapan yang nyaman
- (5) Pemandu wisata yang cakap
- (6) Penawaran barang dan jasa dengan mutu terjamin dan relative harga yang wajar.
- (7) Pengisian waktu dengan atraksi-atraksi yang menarik
- (8) Kondisi kebersihan dan kesehatan lingkungan.

b) Pentingnya Tenaga Kerja serta Penyediannya

Tenaga kerja dilengkapi dengan tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata, seperti perusahaan kerajinan, dekorasi hotel, toko *souvenir* dan sebagainya. Perkembangan pariwisata sangat penting berpengaruh positif pada perluasan kesempatan kerja.

c) Penting Infrastruktur/Prasarana

Motivasi mendorong orang untuk mengadakan perjalanan akan permintaan-permintaan yang sama mengenai prasarana, yaitu prasarana perhubungan, sarana akomodasi dan jasa-jasa, persediaan-persediaan lain yaitu sarana-sarana hotel, bar dan restoran, perjalanan wisata, agen perjalanan, dan lain-lain.

d) Pentingnya Kredit

Faktor-faktor penentu dari perhubungan pariwisata adalah pelbagai fasilitas (kredit bank dan sebagainya) yang diberikan oleh pemerintah. Kemudahan untuk pembelian tiket, menyewa hotel dan berwisata.

4) Aspek Permintaan Industri Pariwisata

Setidaknya terdapat 3 (tiga) faktor yang secara signifikan mempengaruhi permintaan (*demand*) industri pariwisata sebagaimana dikutip dari Spillane (1987), yaitu sebagai berikut.

a) Faktor Sosio-Ekonomi dan Pariwisata

(1) Undang-Undang Sosial

ILO mengatur pemberian jumlah hari libur setiap tahun. Dalam konvensi tahun 1970, ILO menetapkan libur menjadi 3 (tiga) minggu. Negara maju memberikan hari libur lebih banyak karena memberikan kesempatan pada karyawannya untuk liburan.

(2) Pendapatan yang Meningkat

Meningkatnya pendapatan masyarakat berarti meningkat pula masyarakat yang akan melakukan perjalanan wisata. Masyarakat yang mempunyai pendapatan yang meningkat akan menyisihkan sebagian

uangnya untuk berwisata. Perbedaan penghasilan juga akan mempengaruhi cara berwisata seseorang. Sebagai contohnya, seseorang yang berpenghasilan lebih rendah akan melakukan perjalanan wisata dengan cara *backpacking*.

(3) Pendidikan dan perasaan ingin tahu

Sekolah, radio, dan TV mengembangkan hasrat ingin tahu terhadap negara dan kebudayaan lain sehingga mendorong masyarakat untuk berwisata. Saat ini banyak acara yang menayangkan acara tentang berwisata yang menunjukkan informasi tentang keindahan alam, peninggalan sejarah, dan informasi menarik lagi.

(4) Urbanisasi dan kebutuhan untuk menghindari kebisingan kota

Kebisingan kota akan menyebabkan masyarakat mencari kegiatan untuk *refreshing* dan mencari kesegaran jasmani.

(5) Hasrat untuk meniru

Mendengarkan kesan-kesan liburan dari orang lain akan mengembangkan hasrat untuk berwisata. Saat kita mendengar cerita dari tetangga, saudara, maupun teman yang lain, maka kita juga akan mencoba melakukan hal yang sama.

b) Faktor Administrasi dan Pariwisata

Kemudahan untuk melakukan perjalanan lintas batas negara memacu masyarakat untuk melakukan perjalanan wisata. Untuk melakukan perjalanan ke negara yang lain, kita dimudahkan dalam mendapatkan izin tinggal. Kita bisa mempunyai visa, ataupun *Visa On Arrival*, ataupun

bebas masuk ke negara di satu kawasan yang sama, contohnya dari Indonesia ke negara ASEAN.

c) Faktor-faktor teknis: kemajuan dunia angkutan

(1) Angkutan Kereta Api

Kereta api di Indonesia semakin dimodernisasi dan disesuaikan dengan wisatawan dengan jalan peningkatan fasilitas, penambahan kecepatan, dan lain-lain.

(2) Angkutan Mobil dan Bus

Menggunakan mobil pribadi saat melakukan perjalanan wisata akan lebih memberikan kenyamanan. Untuk bus juga akan memberikan kenyamanan ketika bus mempunyai trayek khusus dan tidak banyak berhenti di jalan.

(3) Angkutan Sungai/Laut

Pemanfaatan sungai sebagai sarana wisata dilengkapi dengan kapal (*boat*) yang sesuai dengan sungai tersebut. Saat ini juga makin berkembang wisata kapal pesiar (*cruise ship*) yang mengarungi atlantik, dan Eropa.

(4) Angkutan Udara

Banyaknya kapal terbang dan semakin majunya teknologi akan mendorong masyarakat melakukan perjalanan lebih jauh. Harga tiket saat ini juga semakin murah.

5) Pasar Industri Pariwisata di Indonesia

Di dalam Spillane (1987), disebutkan bahwa pasar industri pariwisata di Indonesia setidaknya bisa diidentifikasi dengan 3 (tiga) faktor utama, yaitu susunan pasar menurut penghasilan konsumen, pemasaran, dan fasilitas angkutan, pelayanan, dan pola perjananan.

a) Penghasilan konsumen

Dalam bukunya, Spillane (1987) menyatakan bahwa wisatawan yang datang ke Indonesia bisa dibedakan menjadi tiga, yaitu sebagai berikut.

- a. Wisatawan internasional pengeluaran tinggi
- b. Wisatawan internasional pengeluaran rendah
- c. Wisatawan domestik

Menurutnya, turis-turis domestik dan kelas rendah menggunakan fasilitas-fasilitas yang ditujukan untuk rakyat. Mereka bepergian memakai angkutan, penginapan, dan makan di restoran-restoran yang lebih murah dibandingkan imbalan mereka yang jauh lebih mewah sehingga keuntungan terhadap neraca pembayaran dan akibat yang berganda sangat minimum. Namun kalau diukur pengaruh perkapita turis domestik dan kelas rendah mungkin sekali mempunyai suatu akibat ekonomis yang lebih kuat daripada kelas tinggi. Oleh karenanya, menurut dia pengaruh ekonomi kelas rendah dan domestik mungkin sekali lebih luas dan dirasakan langsung.

b) Pemasaran

Menurut H.F Stanley, seorang PATA Konsultan dalam Spillane (1987) *marketing mix* (paduan pemasaran), sebuah strategi operasi untuk

mempertemukan penawaran dan permintaan, memiliki unsur-unsur, sebagai berikut.

(1) *Product mix*

Konsumen atau pengunjung memerlukan jenis-jenis jasa objek wisata dan sarana wisata tertentu seperti hotel, rumah makan, *resort*, sarana olahraga, sarana untuk keperluan studi, atraksi budaya, kerajinan dan lain-lain. Hal terpenting dari pengolahan produk ini adalah pemeliharaan lingkungan alam dan peninggalan sejarah.

(2) *Distribution mix*

Hal ini mencakup proses pengangkutan seorang wisatawan hingga sampai ke tempat wisata.

(3) *Communication mix*

Konsumen atau turis harus diberitahu, diperkenalkan, ditarik, dan didorong agar mau mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Hal ini bias dilakukan dengan cara *sales promotion*, *image promotion*, pendidikan, latihan, atau penyuluhan, dan pemberian jasa penerangan pariwisata (buku-buku, dan lain-lain).

(4) *Service mix*

Hal ini merupakan kebijakan instansi-instansi pemerintah termasuk pejabat pabean, pejabat imigrasi, pejabat kesehatan, polisi, dan sebagainya untuk menunjang usaha menarik wisatawan.

c) Fasilitas

Fasilitas merupakan hal penting untuk keberhasilan pengembangan pariwisata. Fasilitas itu meliputi:

(1) Fasilitas angkutan

Meliputi angkutan udara, jalan raya, dan laut.

(2) Akomodasi

Hal-hal yang perlu diperhatikan terkait akomodasi adalah:

- a. Nama dan lokasi
- b. Jenis dan kamar tiap bangunan
- c. Fasilitas yang diberikan, misalnya restoran, kolam renang, dan lain-lain
- d. Tarif kamar
- e. Jumlah tamu (*occupancy rate*) per bulan
- f. Jumlah karyawan menurut jenis tingkat gaji dan pendidikan
- g. Masalah-masalah yang ada di hotel
- h. Rencana untuk membangun/mengembangkan tempat akomodasi yang baru
- i. Sumber-sumber informasi mengenai hal tersebut

(3) Pelayanan sosial

Pelayanan sosial meliputi:

- j. Keamanan (polisi)
- k. Pemadam kebakaran
- l. Pelayanan kesehatan (rumah sakit, dan sebagainya)

(4) Pelayanan umum

Pelayanan umum yang dimaksud di sini adalah persediaan, tenaga listrik, pembuangan air, telepon, radio, televisi, bahan bakar untuk memasak, dan lain-lain. Hal-hal yang harus diperhatikan, adalah sebagai berikut.

- m. Kapasitas dan kualitas sistem yang ada
- n. Penilaian terhadap sumber-sumber air (untuk membangun sistem baru)
- o. Sistem pembangunan saluran air
- p. Tenaga listrik
- q. Komunikasi

Dampak Positif Pariwisata Bagi Ekonomi

Leiper (1990) dalam Pitana dan Diarta (2009) menyebutkan bahwa dampak positif pariwisata bagi perekonomian di antaranya adalah, sebagai berikut.

1) Pendapatan dari valuta asing

Hal ini terjadi pada wisatawan asing. Walau di beberapa negara pendapatan negara dari valuta asing tidak begitu besar, namun beberapa negara, misalnya New Zealand dan Australia, pendapatan valuta asing ini sangat besar dan berperan secara signifikan.

2) Menyejahterakan neraca perdagangan luar negeri

Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat, hal ini akan mendorong suatu negara

mampu mengimpor beragam barang, pelayanan dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.

3) Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata

Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pasar bagi produk lokal. Pekerjaan di sektor pariwisata sangat beragam, seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, serta karyawan agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia *souvenir*, atraksi wisata, dan seterusnya.

4) Pendapatan pemerintah

Sumbangan pendapatan terbesar dari pariwisata bersumber dari pengenaan pajak. Sebagai contoh, pengenaan pajak hotel dan restoran yang merupakan bagian dari keuntungan usaha pariwisata hotel dan restoran tersebut.

5) Penyerapan tenaga kerja

Banyak individu yang menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Pariwisata tidak dapat dipungkiri merupakan lapangan kerja yang menyerap begitu banyak tenaga kerja.

6) *Multiplier effects*

Efek *multiplier* merupakan efek ekonomi yang ditimbulkan oleh kegiatan ekonomi pariwisata terhadap kegiatan ekonomi secara keseluruhan suatu wilayah (daerah, negara) tertentu. Jika seorang wisatawan mengeluarkan 1 USD atau mungkin 1.000 USD, uang tersebut akan menjadi pendapatan bagi penerimanya, misalnya pemilik toko *souvenir*. Pemilik toko tersebut memakai uang tersebut seluruhnya atau sebagian untuk membeli bahan *souvenir*-nya untuk dijual kembali di tokonya, membayar pajak, air, dan seterusnya.

7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal

Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagi kepentingan. Banyak wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar sehingga suatu fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya bagi masyarakat lokal. Contohnya adalah wisata bahari Hanauma Bay Hawaii, USA. Bagi wisatawan asing dikenakan biaya USD 5 untuk tiket masuk, sedangkan bagi wisatawan lokal dan pemegang kartu residen Hawaii atau pemegang kartu pelajar/mahasiswa untuk sekolah dan universitas di Hawaii digratiskan.

Dampak Negatif Pariwisata Bagi Ekonomi

Dalam bukunya Pengantar Ilmu Pariwisata, Pitana dan Diarta (2009), menyatakan bahwa pada umumnya dampak negatif dari pariwisata memiliki *magnitude* yang lebih kecil daripada dampak positifnya. Dampak negatif tersebut di antaranya adalah sebagai berikut (Mathieson dan Wall, 1982 dalam Leiper, 1990).

Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata. Beberapa daerah tujuan wisata sangat maneggantungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sector pariwisata. Sebagaimana diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu (terror, penyakit, konflik, dan lain sebagainya). Begitu pariwisata mengalami penurunan, langsung atau tidak langsung hal itu akan menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi secara berantai

Meningkatkan angka inflasi dan meroketnya harga tanah. Perputaran uang dalam aktifitas ekonomi di daerah tujuan wisata sangat besar. permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memicu laju inflasi. Disisi lain dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut sampai harga yang tidak masuk akal.

Meningkatnya kecendrungan untuk mengimpor barang-barang yang di perlukan dalam pariwisata, sehingga produksi lokal tidak terserap. Hal ini disebabkan karena wisatawan sebagai konsumen datang dari belahan geografis dengan pola makan dan menu yang penuh berbeda dengan masyarakat lokal. Mereka juga memiliki gaya hidup dan kebiasaan yang sangat berbeda, sehingga kebutuhannya pun sangat berbeda.

Sifat pariwisata yang musiman, tidak dapat diprediksikan dengan tepat, menyebabkan pengembalian modal infestasi juga tidak pasti waktunya. Pariwisata kelihatan hidup pada bulan-bulan tertentu (musiman), sehingga pendapatan dari ekonomi paiwisata juga mengalami flukstasi. Konsekuensinya, pengembalian modal investasi juga tidak dapat dipastikan waktunya.

Timbulnya biaya-biaya tambahan lain bagi perekonomian setempat. Hal ini berhubungan dengan degradasi alam, munculnya limbah yang besar, polusi, transportasi, dan sebagainya yang memerlukan biaya untuk perbaikannya.

2.3 Peran Pemerintah dalam Pariwisata

Kata peran merupakan salah satu kata yang sering kita dengar dan ucapkan dalam kehidupan sehari-hari, namun terkadang orang tahu kata itu tetapi belum

paham arti dari kata tersebut. Soekanto (1987), mengemukakan definisi peranan lebih banyak menunjukkan pada fungsi, penyesuaian diri dan sebagai suatu proses, jadi tepatnya adalah bahwa seseorang menduduki suatu posisi atau tempat dalam masyarakat serta menjalankan suatu peranan. Sedangkan menurut Poerwadarminta (1995) “peran merupakan tindakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa”. Berdasarkan pendapat Poerwadarminta maksud dari tindakan yang dilakukan seseorang atau sekelompok orang dalam suatu peristiwa tersebut merupakan perangkat tingkah laku yang diharapkan, dimiliki oleh orang atau seseorang yang berkedudukan di masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia : “Peran adalah seperangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan dalam masyarakat”.

Berdasarkan definisi dan konsep di atas dapat disimpulkan bahwa peran merupakan fungsi penyesuaian yang dimiliki oleh seseorang atau kelompok yang mempunyai kedudukan dalam masyarakat. Apabila konsep tersebut dikaitkan dengan fungsi pemerintah maka, dapat disimpulkan definisi peran adalah organisasi pemerintah yang menjalankan tugas-tugas negara dan fungsi-fungsi pemerintahan daerah.

Menurut Siagian (1992) pemerintah negara pada hakikatnya berfungsi untuk mengatur dan melayani. Fungsi pengaturan biasanya dikaitkan dengan hakikat negara modern sebagai suatu negara hukum (*legal state*), sedangkan fungsi pelayanan dikaitkan dengan hakikat negara sebagai suatu Negara kesejahteraan (*welfare state*). Di sini terlihat jelas bahwa peran pemerintah dipahami sebagai upaya yang dilakukan pemerintah untuk mengatur maupun

mengelola masyarakat di dalam suatu negara dengan tujuan untuk menegakkan hukum dan menciptakan kesejahteraan bagi masyarakatnya.

Davey (1998) memaparkan bahwa terdapat lima fungsi utama pemerintahan, antara lain *pertama* sebagai penyedia layanan, yaitu fungsi-fungsi pemerintah yang berkaitan dengan penyediaan pelayanan yang berorientasi pada lingkungan dan masyarakatnya. *Kedua*, fungsi pengaturan, yaitu fungsi yang berkaitan dengan perumusan dan penegakkan peraturan-peraturan. *Ketiga*, fungsi pembangunan yaitu fungsi yang berkaitan dengan keterlibatan pemerintah dalam kegiatan ekonomi. *Keempat*, fungsi perwakilan yaitu mewakili masyarakat di luar wilayah mereka. *Kelima*, fungsi koordinasi yaitu berkaitan dengan peran pemerintah dalam pengkoordinasian, perencanaan, investasi dan tata guna lahan.

Secara lebih jelas dan detail, peran pemerintah dalam pembangunan nasional dikemukakan oleh Siagian (2000), yaitu pemerintah memainkan peranan yang dominan dalam proses pembangunan. Peran yang disoroti adalah sebagai stabilisator, innovator, modernisator, pelopor dan pelaksana sendiri kegiatan pembangunan tertentu. Secara lebih rinci peran tersebut diuraikan, sebagai berikut.

- a. *Stabilisator*, peran pemerintah adalah mewujudkan perubahan tidak berubah menjadi suatu gejolak sosial, apalagi yang dapat menjadi ancaman bagi keutuhan nasional serta kesatuan dan persatuan bangsa. Peran tersebut dapat terwujud dengan menggunakan berbagai cara, antara lain kemampuan selektif yang tinggi, proses sosialisasi yang elegan tetapi efektif melalui pendidikan,

pendekatan yang persuasif dan pendekatan yang bertahap tetapi berkesinambungan.

- b. *Innovator*, dalam memainkan peran selaku *innovator* pemerintah sebagai keseluruhan harus menjadi sumber dari hal-hal baru. Jadi prakondisi yang harus terpenuhi agar efektif memainkan peranannya pemerintah perlu memiliki tingkat keabsahan (*legitimacy*) yang tinggi. Suatu pemerintahan yang tingkat keabsahannya rendah, misalnya karena “menang” dalam perebutan kekuasaan atau karena melalui pemilihan umum yang tidak jujur dan tidak adil, akan sulit menyodorkan inovasinya kepada masyarakat. Tiga hal yang mutlak mendapatkan perhatian serius, adalah penerapan inovasi dilakukan dilingkungan birokrasi terlebih dahulu, inovasi yang sifatnya konseptual, inovasi sistem, prosedur dan metode kerja.
- c. *Modernisator*, melalui pembangunan, setiap negara ingin menjadi Negara yang kuat, mandiri, diperlakukan sederajat oleh negara-negara lain. Untuk mewujudkan hal tersebut, diperlukan antara lain: penguasaan ilmu pengetahuan, kemampuan dan kemahiran manajerial, kemampuan mengolah kekayaan alam yang dimiliki sehingga memiliki nilai tambah yang tinggi, sistem pendidikan nasional yang andal yang menghasilkan sumber daya manusia yang produktif, landasan kehidupan politik yang kukuh dan demokratis, memiliki visi yang jelas tentang masa depan yang diinginkan sehingga berorientasi pada masa depan.
- d. Pelopor, selaku pelopor pemerintah harus menjadi panutan (*role model*) bagi seluruh masyarakat. Pelopor dalam bentuk hal-hal, positif seperti kepeloporan

dalam bekerja seproduktif mungkin, kepeloporan dalam menegakkan keadilan dan kedisiplinan, kepeloporan dalam kepedulian terhadap lingkungan, budaya dan sosial, dan kepeloporan dalam berkorban demi kepentingan negara.

- e. Pelaksana sendiri, meskipun benar bahwa pelaksanaan berbagai kegiatan pembangunan merupakan tanggung jawab nasional dan bukan menjadi beban pemerintah semata, karena berbagai pertimbangan seperti keselamatan negara, modal terbatas, kemampuan yang belum memadai, karena tidak diminati oleh masyarakat dan karena secara konstitusional merupakan tugas pemerintah, sangat mungkin terdapat berbagai kegiatan yang tidak bisa diserahkan kepada pihak swasta melainkan harus dilaksanakan sendiri oleh pemerintah.

Berbeda dengan yang dikemukakan oleh Siagian (Blakely, 1989) dalam Kuncoro (2004) menyatakan bahwa peran pemerintah dapat mencakup peran-peran wirausaha (*entrepreneur*), koordinator, fasilitator dan stimulator.

- a. Wirausaha (*entrepreneur*), sebagai wirausaha pemerintah daerah bertanggung jawab untuk menjalankan suatu usaha bisnis. Pemerintah daerah dapat memanfaatkan potensi tanah dan bangunan untuk tujuan bisnis. Tanah atau bangunan dapat dikendalikan oleh pemerintah daerah untuk tujuan konservasi atau alasan-alasan lingkungan lainnya, dapat juga untuk alasan perencanaan pembangunan atau juga dapat digunakan untuk tujuan-tujuan lain yang bersifat ekonomi. Hal tersebut bisa membuka peluang kerja bagi masyarakat dan bisa mensejahterakan perekonomian di sekitar.
- b. Koordinator, pemerintah daerah dapat bertindak sebagai koordinator untuk menetapkan kebijakan atau mengusulkan strategi-strategi bagi pembangunan

di daerahnya. Perencanaan pengembangan pariwisata daerah atau perencanaan pengembangan ekonomi daerah yang telah dipersiapkan di wilayah tertentu, mencerminkan kemungkinan pendekatan di mana sebuah perencanaan disusun sebagai suatu kesepakatan bersama antara pemerintah, pengusaha, dan kelompok masyarakat lainnya.

- c. *Fasilitator*, pemerintah daerah dapat mempercepat pembangunan melalui perbaikan lingkungan perilaku di daerahnya. Peran ini dapat meliputi pengefisienan proses pembangunan, perbaikan prosedur perencanaan dan penetapan peraturan.
- d. *Stimulator*, pemerintah daerah dapat menstimulasi penciptaan dan pengembangan usaha melalui tindakan-tindakan khusus yang akan mempengaruhi perusahaan-perusahaan untuk masuk ke daerah tersebut dan menjaga agar perusahaan-perusahaan yang ada tetap berada di daerah tersebut. Berbagai macam fasilitas dapat disediakan untuk menarik pengusaha, dalam bidang kepariwisataan pemerintah daerah dapat mempromosikan tema atau kegiatan khusus di objek wisata tertentu.

Pitana dan Gayatri (2005), mengemukakan pemerintah daerah memiliki peran untuk mengembangkan potensi pariwisata daerahnya, sebagai:

- a. *Motivator*, dalam pengembangan pariwisata, peran pemerintah daerah sebagai motivator diperlukan agar geliat usaha pariwisata terus berjalan. Investor, masyarakat, serta pengusaha di bidang pariwisata merupakan sasaran utama yang perlu untuk terus diberikan motivasi agar perkembangan pariwisata dapat berjalan dengan baik.

- b. *Fasilitator*, sebagai fasilitator pengembangan potensi pariwisata peran pemerintah adalah menyediakan segala fasilitas yang mendukung segala program yang diadakan oleh pemerintah. Adapun pada prakteknya pemerintah bisa mengadakan kerja sama dengan berbagai pihak, baik itu swasta maupun masyarakat.
- c. *Dinamisor*, dalam pilar *good governance*, agar dapat berlangsung pembangunan yang ideal, maka pemerintah, swasta dan masyarakat harus dapat bersinergi dengan baik. Pemerintah daerah sebagai salah satu *stakeholder* pembangunan pariwisata memiliki peran untuk mensinergikan ketiga pihak tersebut, agar diantaranya tercipta suatu simbiosis mutualisme demi perkembangan pariwisata.

Menurut Oka A. Yoeti (2001) ada tiga hal yang mendasar yang dianggap penting dapat mempengaruhi, mengapa diperlukan suatu organisasi pariwisata yang efektif pada suatu daerah, yaitu sebagai berikut.

- a. Adanya penyebaran arus lalu lintas pariwisata ke arah luar dari pusat-pusat pariwisata yang menyebabkan ketidaksiapan daerah untuk memberikan fasilitas dan kenyamanan yang memuaskan bagi wisatawan.
- b. Meningkatnya kebutuhan daerah, sehingga industri pariwisata diharapkan bisa menjadi katalisator pembangunan dan dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah, sehingga memerlukan suatu organisasi yang dapat diandalkan mengelola pariwisata sebagai suatu industri.
- c. Kebutuhan wisata yang dimiliki setiap orang menyebabkan pariwisata semakin berkembang pesat, sehingga diperlukan organisasi pariwisata yang

dapat meningkatkan pelayanan kepada wisatawan yang datang berkunjung pada suatu daerah.

Ketiga hal tersebut mempunyai implikasi penting bagi pembangunan fisik. Selain fisik, maka koordinasi dan manajemen organisasi pariwisata sangat diperlukan demi terwujudnya pariwisata yang profesional dan bisa memberikan kepuasan terhadap wisatawan. Terkadang ada destinasi pariwisata di suatu daerah yang sangat potensial, tetapi organisasi pariwisata tidak mampu mengelola dengan baik sehingga destinasi pariwisata tersebut akan kurang diminati oleh wisatawan.

Disinilah Organisasi Pariwisata Daerah dapat memainkan peran penting, terutama melakukan koordinasi terhadap semua potensi dan sumber-sumber daya yang terdapat di daerah itu, sehingga harapan terhadap pariwisata sebagai katalisator bagi pembangunan daerah dapat menjadi kenyataan dan dapat meningkatkan kesejahteraan bagi masyarakat di daerah itu. Menurut Burkard dan Medik dalam Yoeti (2001) kegiatan pokok yang dapat dilakukan oleh suatu organisasi pariwisata, di antaranya adalah sebagai berikut.

- a. Melakukan koordinasi dalam menyusun strategi pengembangan dan perencanaan pemasaran pariwisata di saerahnya dengan melibatkan pihak-pihak terkait dengan kegiatan pariwisata di daerah itu.
- b. Mewakili kepentingan daerah dalam pertemuan-pertemuan yang menyangkut kepentingan pengembangan pariwisata, baik di tingkat nasional maupun internasional.
- c. Mendorong pembangunan fasilitas dan kualitas pelayanan yang sesuai dengan selera wisatawan yang terdiri dari bermacam-macam segmen pasar.

- d. Menyusun perencanaan pemasaran dengan mempersiapkan paket-paket wisata yang menarik bersama dengan para perantara, meningkatkan kualitas pelayanan dan penyebarluasan informasi kepada wisatawan secara periodik.

Organisasi pariwisata di daerah sangat ideal kalau dapat menyusun Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (RIPPA) yang diharapkan dapat dijadikan pedoman pengembangan dan perencanaan pemasaran strategis bagi daerah itu sebagai daerah tujuan wisata yang mengharapkan lebih banyak wisatawan berkunjung ke daerah tersebut.

Menurut Yoeti (2001), organisasi yang telah diberikan wewenang dalam pengembangan pariwisata di wilayahnya harus dapat menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya karena fungsi dan tugas dari organisasi pariwisata pada umumnya, adalah sebagai berikut.

- a. Berusaha memberikan kepuasan kepada wisatawan dengan segala fasilitas dan potensi yang dimilikinya.
- b. Melakukan koordinasi diantara bermacam-macam usaha, lembaga, instansi dan jawatan yang ada dan bertujuan untuk mengembangkan industri pariwisata.
- c. Mengusahakan memasyarakatkan pengertian pariwisata pada orang banyak, sehingga mereka mengetahui untung dan ruginya bila pariwisata dikembangkan sebagai suatu industri.
- d. Mengadakan program riset yang bertujuan untuk memperbaiki prosuk wisata dan pengembangan produk-produk baru guna dapat menguasai pasaran di waktu-waktu yang akan datang.

- e. Menyediakan semua perlengkapan dan fasilitas untuk kegiatan pariwisata.
- f. Merumuskan kebijakan tentang pengembangan kepariwisataan berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara teratur dan berencana.

Adanya Undang-Undang No. 32 Tahun 2004 menyebabkan adanya pendelegasian dan pengaturan sektor-sektor tertentu pada satuan tingkat daerah. Begitu pula dengan bidang pariwisata, organisasi pemerintah yang bertanggung jawab dalam bidang pariwisata adalah Dinas Pariwisata. Secara garis besar peran Dinas Pariwisata adalah melakukan tugas pemerintah dengan mengelola pariwisata dan kebudayaan yang ada di suatu daerah. Secara spesifik adalah memberdayakan masyarakat untuk bersama mengembangkan pariwisata yang ada di daerah. Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh ahli, maka peneliti bisa menyimpulkan bahwa peran Dinas Pariwisata mencakup pendorong bagi masyarakat local agar senantiasa mendukung perkembangan pariwisata di wilayahnya (*motivator*), penyediaan fasilitas pendukung pariwisata (*fasilitator*), kerjasama yang sinergis dengan berbagai *stakeholder* pariwisata (*dinamisator*).

2.3.1 Konsep Pengembangan Pariwisata

Menurut kamus besar Bahasa Indonesia (2007) pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan. Ditambahkan oleh Poerwa Darminta (2002) pengembangan adalah suatu proses atau cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik, sempurna, dan berguna. Pengembangan dalam penelitian ini diartikan sebagai proses atau perbuatan pengembangan dari belum ada, dari yang sudah ada menjadi lebih baik dan dari yang sudah baik menjadi lebih baik, demikian seterusnya.

Tahapan pengembangan merupakan tahapan siklus evolusi yang terjadi dalam pengembangan pariwisata, sejak suatu daerah tujuan wisata baru ditemukan (*discovery*), kemudian berkembang dan pada akhirnya terjadi penurunan (*decline*). Menurut Butler (dalam Pitana, 2005) ada tujuh fase pengembangan pariwisata atau siklus hidup pariwisata (*Destination Area Lifecycle*) yang membawa implikasi serta dampak yang berbeda, secara teoritis diantaranya:

- 1) Fase *exploration* (eksplorasi/penemuan). Daerah pariwisata baru mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadis, khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang tinggi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, karena wisatawan menggunakan fasilitas lokal yang tersedia. Karena jumlah yang terbatas dan frekuensi yang jarang, maka dampak sosial budaya ekonomi pada tahap ini masih sangat kecil.
- 2) Fase *involvement* (keterlibatan). Dengan meningkatnya jumlah kunjungan, maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukan bagi wisatawan. Kontak antara wisatawan dengan masyarakat dengan masyarakat lokal masih tinggi, dan masyarakat mulai mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Disinilah mulainya suatu daerah menjadi suatu destinasi wisata, yang ditandai oleh mulai adanya promosi.
- 3) Fase *development* (pembangunan). Investasi dari luar mulai masuk, serta mulai munculnya pasar wisata secara sistematis. Daerah semakin terbuka secara fisik, dan promosi semakin intensif, fasilitas lokal sudah tesusih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar berstandar internasional, dan atraksi

buatan sudah mulai dikembangkan, menambahkan atraksi yang asli alami. Berbagai barang dan jasa impor termasuk tenaga kerja asing, untuk mendukung perkembangan pariwisata yang pesat.

- 4) Fase *consolidation* (konsolidasi). Pariwisata sudah dominan dalam struktur ekonomi daerah, dan dominasi ekonomi ini dipegang oleh jaringan internasional atau *major chains and franchises*. Jumlah kunjungan wisatawan masih naik, tetapi pada tingkat yang lebih rendah. Pemasaran semakin gencar dan diperluas untuk mengisi fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan.
- 5) Fase *stagnation* (kestabilan). Kapasitas berbagai faktor sudah terlampaui (diatas daya dukung, *carrying capacity*), sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja keras untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki, khususnya dengan mengharapkan repeater guest dan wisata konvensi/bisnis. Pada fase ini, atraksi buatan sudah mendominasi atraksi asli alami (baik budaya maupun alam), citra awal sudah mulai luntur, dan destinasi sudah tidak lagi populer.
- 6) Fase *decline* (penurunan). Wisatawan sudah mulai beralih ke destinasi wisata baru atau pesaing, dan yang tinggal hanya 'sisa-sisa', khususnya wisatawan yang hanya berakhir pekan. Banyak fasilitas pariwisata sudah beralih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata, sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi, terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar.

Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah atau secara total kehilangan jati diri sebagai destinasi wisata.

- 7) Fase *rejuvenation* (Peremajaan). Perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil dari berbagai usaha dari berbagai pihak), menuju perbaikan atau peremajaan. Peremajaan ini bisa terjadi karena inovasi dan pengembangan produk baru, atau menggali atau memanfaatkan sumber daya alam dan budaya yang sebelumnya.

Terdapat beberapa pendapat para ahli tentang arti dari pengembangan pariwisata itu sendiri. Menurut Paturusi (2001) mengungkapkan bahwa pengembangan adalah suatu strategi yang dipergunakan untuk memajukan, memperbaiki dan meningkatkan kondisi kepariwisataan suatu objek dan daya tarik wisata sehingga dapat dikunjungi wisatawan serta mampu memberikan manfaat bagi masyarakat disekitar objek dan daya tarik wisata maupun bagi pemerintah. Selanjutnya Suwanto (1997) pengembangan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang dan bertahap. Sedangkan Poerwadarminta (2002). Lebih menekankan kepada suatu proses atau suatu cara menjadikan sesuatu menjadi maju, baik sempurna dan berguna.

Adapun beberapa kriteria sebagai arahan dalam pengembangan pariwisata menurut Grady (dalam Soewanto, 2002), adalah sebagai berikut.

- 1) *Decision making about the form of tourism in any place must be made in consultation with the local people and be acceptable to them.*
- 2) *A reasonable share of the profit derived from tourism must be returned to the people.*

- 3) *Tourism must be based on sound environment and ecological principles, be sensitive to local culture and religious traditions and should not place any members of the host community in a position of inferiority.*
- 4) *The number of tourism visiting an area should not be such that they over the local population and deny possibility of genuine human encounter.*

Di samping itu pengembangan pariwisata bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi wisatawan maupun komunitas tuan rumah. Dengan adanya pembangunan pariwisata diharapkan mampu meningkatkan taraf hidup masyarakat melalui keuntungan secara ekonomi yang dibawa ke kawasan tersebut. Dengan kata lain pengembangan pariwisata melalui penyediaan fasilitas infrastruktur, wisatawan dan penduduk setempat akan saling diuntungkan. Pengembangan tersebut hendaknya sangat memperhatikan berbagai aspek, seperti: aspek budaya, sejarah dan ekonomi daerah tujuan wisata. Pada dasarnya pengembangan pariwisata dilakukan untuk memaksimalkan keuntungan dan meminimalkan permasalahan (Mill, 2000).

Pengembangan pariwisata secara mendasar memperhatikan beberapa konsep, seperti (1) Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan, (2) Pembangunan Wilayah Terpadu dan Pengembangan Produk Wisata; (3) Pembangunan Ekonomi Pariwisata; serta (4) Pengembangan Lingkungan.

2.3.2 Perencanaan Pengembangan Wilayah Pariwisata

Perencanaan merupakan pengorganisasian masa depan untuk mencapai tujuan tertentu (Inskeep, 1991). Menurut Sujarto (1986) dalam Paturusi, Definisi perencanaan adalah suatu usaha untuk memikirkan masa depan (cita-cita) secara

rasional dan sistematis dengan cara memanfaatkan sumber daya yang ada serta efisiensi dan efektif mungkin.

Menurut Paturusi (2008), suatu perencanaan memiliki syarat-syarat, sebagai berikut.

- 1) Logis, yaitu bisa dimengerti dan sesuai dengan kenyataan yang berlaku.
- 2) Luwes, yaitu dapat mengikuti perkembangan.
- 3) Obyektif, yaitu didasarkan pada tujuan dan sasaran yang dilandasi pertimbangan yang sistematis dan ilmiah.

Menurut Paturusi (2008) orientasi perencanaan ada dua bentuk, yaitu sebagai berikut.

- 1) Perencanaan berdasarkan pada kecenderungan yang ada (*trend oriented planning*) yaitu suatu perencanaan untuk mencapai tujuan dan sasaran di masa yang akan datang, dilandasi oleh pertimbangan dan tata laksana yang ada dan berkembang saat ini.
- 2) Perencanaan berdasarkan pertimbangan target (*target oriented planning*) yaitu suatu perencanaan yang mana tujuan dan sasaran yang ingin dicapai di masa yang akan datang merupakan merupakan faktor penentu.

Menurut Yoeti (1997), komponen dasar pengembangan pariwisata di dalam proses perencanaan, adalah sebagai berikut.

- 1) Atraksi wisata dan aktivitasnya.
- 2) Fasilitas akomodasi dan pelayanan

- 3) Fasilitas wisatawan lainnya dan jasa, seperti operasi perjalanan wisata, *tourism information*, restoran, *retail shopping*, bank, *money changer*, *medical care*, *public safety*, dan pelayanan pos.
- 4) Fasilitas dan pelayanan transportasi
- 5) Infrastruktur lainnya meliputi persediaan air, listrik, pembuangan limbah dan telekomunikasi.
- 6) Elemen kelembagaan yang meliputi program pemasaran, pendidikan dan pelatihan, perundang-undangan dan peraturan, kebijakan investasi sektor swasta, organisasi struktural *private* dan *public* serta program sosial ekonomi dan lingkungan.

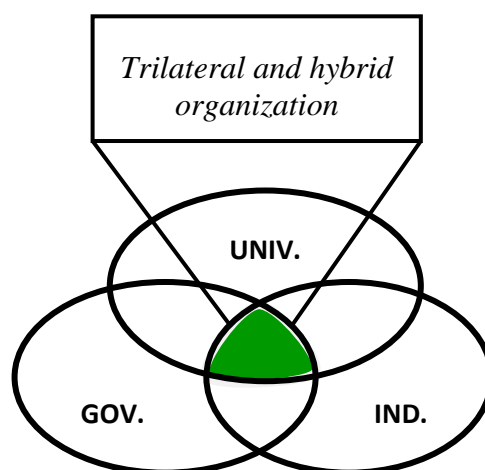
Perencanaan pariwisata merupakan suatu proses pembuatan keputusan yang berkaitan dengan masa depan suatu daerah tujuan wisata atau atraksi wisata yang merupakan suatu proses dinamis penentuan tujuan, yang secara sistematis mempertimbangkan berbagai alternatif tindakan untuk mencapai tujuan, implementasi terhadap alternatif terpilih dan evaluasi. Proses perencanaan pariwisata dengan melihat lingkungan (fisik, ekonomi, sosial, politik) sebagai suatu komponen yang saling terkait dan saling tergantung satu dengan lainnya (Paturusi, 2008).

2.3.3 Kebijakan Pemerintah

Kebijakan Pemerintah adalah serangkaian tindakan yang telah, sedang, dan akan dilaksanakan oleh pemerintah dalam mencapai tujuan tertentu. Peran kebijakan pemerintah diperlukan kehadirannya dalam rangka menyelesaikan masalah *market failure* yang terjadi di sektor industri pariwisata (Janoszka, 2013).

Masalah lainnya, mengapa peranan pemerintah diperlukan kehadirannya pada pengembangan industri pariwisata adalah adanya hambatan dalam proses pembentukan inovasi dan kreativitas yang mendorong kinerja industri pariwisata menjadi berdaya saing. Pivcevic dan Petric (2011) menyatakan telah terjadi *low absorptive capacity* pada proses pengembangan inovasi, yaitu terkondisikan pada faktor yang menghambat inovasi berkembang tumbuh yang dilatar-belakangi oleh kondisi sosial budaya yang tidak memberikan dorongan pada inovasi. Adanya sikap masyarakat yang memandang rendah aktivitas inovasi, terabaikannya inovasi sebagai faktor penentu dalam membangun pelayanan jasa industri wisata, tingginya *transaction cost* yang menyebabkan pelemahan daya saing (Rome, 2006 dan Pompl dan Buer, 2006).

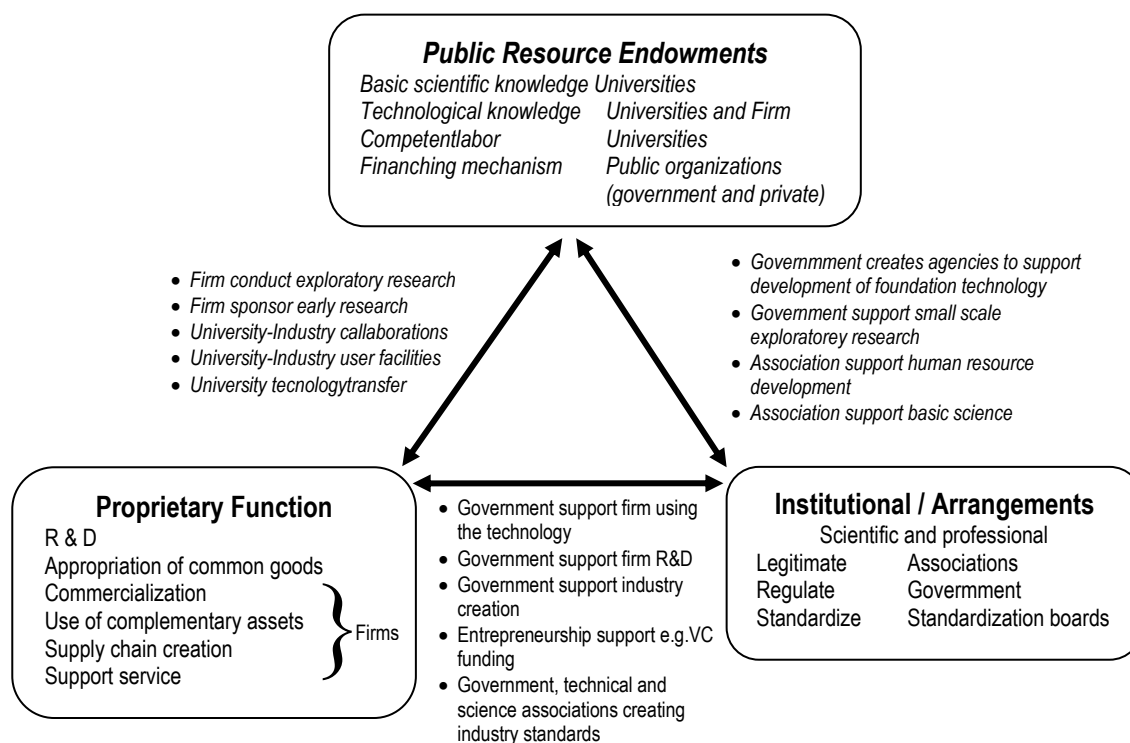
Kehadiran kebijakan pemerintah dalam rangka pengembangan destinasi wisata dapat mempergunakan *Triple Helix* sebagaimana direkomendasikan oleh Marques *et al.* (2006), seperti gambar berikut.



Gambar 2.2
The 'Triple Helix' of University–Industry–Government Relations
 Sumber: Etzkowitz and Leydesdorff in J.P.C. Marques, Cara, (2006)

Triple Helix merupakan gagasan tentang kolaborasi pemerintah dengan industri/swasta dan perguruan tinggi atau sering diistilahkan ABG (*Academic-Business-Government*), dalam rangka pengembangan riset dan inovasi pada sektor industri pariwisata. Modal paling utama dalam menciptakan desa wisata adalah modal kreativitas. Kreativitas yang dimaksud adalah kreativitas para pelaku dan pemangku kepentingan, yakni pengusaha, masyarakat setempat, pemerintah serta akademisi. Untuk menghasilkan kolaborasi yang handal maka dibutuhkan koherensi peran antara tiga aktor yakni cendekiawan/akademisi, bisnis, dan pemerintah (Moelyono, 2010). Gambar 2.2 menjelaskan bahwa *triple helix* bila dapat berkolaborasi dalam satu kelembagaan akan mampu menciptakan industri pariwisata yang ideal karena masing-masing aktor memiliki peran penting dan saling mendukung. .

Lebih lanjut, Van de Ven dan Gerud (1989) dan Wooley (2009) mendefinisikan ruang lingkup *social infrastructure* dalam kerangka hubungan *triple helix*, yaitu pola hubungan kerja sama tiga profesi yang berbeda, sebagaimana tampilan pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3
Konfigurasi Social Infrastructure
 Sumber: Van De Ven *et al.* (2009).

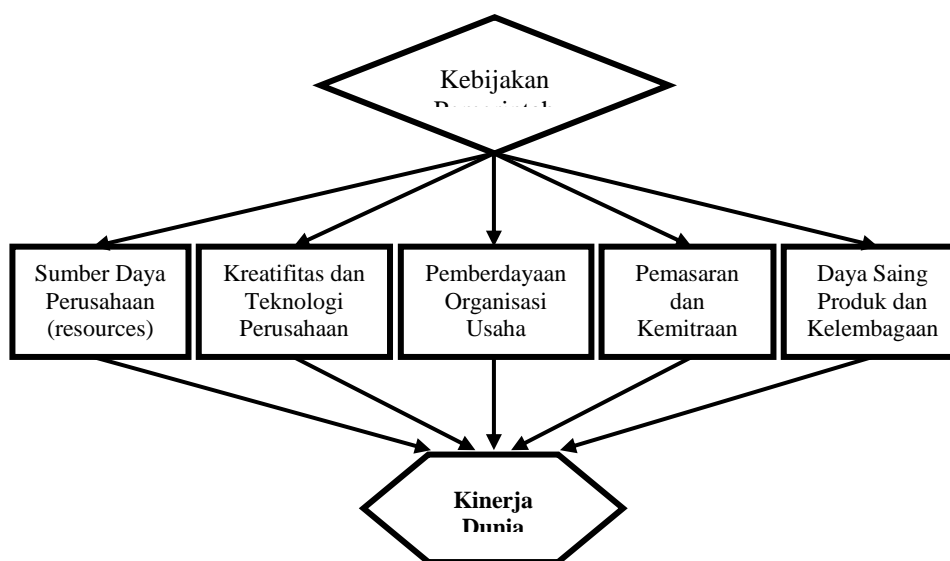
Gambar 2.3 menjelaskan bahwa *Public Resources Endowment* yang diwakili oleh perguruan tinggi menjadi narasumber dalam menggerakkan dan berfungsi tidak saja sebagai lembaga riset, tetapi juga melaksanakan pendampingan dan pelatihan dalam rangka pencerdasan dunia usaha untuk memahami konsep pengetahuan bisnis dan lingkungan pesaing. Pada *Institutional Arrangements*, hadir pemerintah dalam memberikan bantuan fasilitas dan *funds supporting*, mengelola standardisasi produk, pendampingan asosiasi usaha serta regulasi yang diperlukan dalam rangka mengawal mutu produksi dan pelayanan yang semakin bermutu. *Proprietary Functions* adalah tempat bagi dunia usaha

untuk berkiprah dan meningkatkan kinerja usaha, pengelolaan laba atas usaha, serta sejumlah resiko bisnis atas upaya pengembangan inovasi, termasuk kebutuhan para pengusaha yang mengembangkan cara produksi baru, pengelolaan usaha dengan manajemen yang semakin profesional berdasarkan hasil riset dari kelompok pendamping perguruan tinggi.

Lebih lanjut Moelyono (2010), menyatakan dalam menciptakan kreativitas sebagai elemen terpenting dari pengembangan industri pariwisata sangat ditentukan bagaimana proses pendidikan dan kebijakan yang mampu melahirkan individu-individu untuk menghasilkan beragam inovasi. Untuk menciptakan hal ini, sangat bergantung dengan kolaborasi dari tiga aktor utama yaitu cendekiawan (*intellectuals*), bisnis (*business*), dan pemerintah (*government*) sebagai sistem *Triple Helix*. Ketiga aktor ini merupakan penggerak lahirnya kreativitas, ide, ilmu pengetahuan, dan teknologi yang vital bagi tumbuhnya industri kreatif. *Triple Helix* merupakan faktor-faktor penting untuk membentuk fondasi dan pilar industri kreatif yang kokoh dan berdaya saing.

Pengembangan daya saing dunia usaha seperti desa wisata memerlukan kelembagaan pemerintah dalam rangka menciptakan *framework conditions* yang memungkinkan aset produktif berkembang untuk mendapatkan pangsa pasar yang semakin bersaing. Dalam kerangka perspektif pengembangan daya saing desa wisata sebagai suatu wujud usaha, kehadiran kebijakan pemerintah memegang peranan yang menentukan sebagai fasilitator dalam pembinaan kelembagaan yang bersifat formal maupun non formal (North, 1990).

Peran kebijakan pemerintah sebagaimana disajikan pada Gambar 2.4, kebijakan pemerintah yang diteorikan sebagai lembaga yang berperan dalam memperkuat posisi daya saing dunia usaha melalui lima kebijakan yaitu (a) memfasilitasi pengembangan sumber daya produktif perusahaan, (b) bantuan sarana pengembangan kreatifitas dan teknologi yang lebih menghemat biaya produksi, (c) bantuan fasilitas pemberdayaan organisasi bisnis yang mampu membangun kinerja efektif dan efisien, (d) bantuan pola pemasaran dan kemitraan pengembangan pasar, dan (e) peningkatan daya saing produk dan pengembangan kelembagaan bisnis berkelanjutan.



Gambar 2.4
Institutions, Institutional Change and Economic Performance
 Sumber: North, D.C. (1990)

Bila dibandingkan dengan arah kebijakan kepariwisataan di Indonesia, terdapat empat kebijakan utama. Kebijakan tersebut adalah pemasaran pariwisata nasional, pembangunan destinasi pariwisata, pembangunan industri pariwisata, dan pembangunan kelembagaan pariwisata (Kementerian Pariwisata, 2015).

Mengacu pada uraian di atas dapat dipahami bahwa, kebijakan pemerintah untuk perkembangan pariwisata, antara lain perencanaan (*planning*) daerah atau kawasan pariwisata, pembangunan (*development*) fasilitas utama dan pendukung pariwisata, pengeluaran kebijakan (*policy*) pariwisata, dan pembuatan dan penegakan peraturan (*regulation*). Pengembangan pariwisata merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat diperoleh manfaat yang optimal bagi masyarakat, baik dari segi ekonomi, sosial dan kultural. Perencanaan tersebut mengintegrasikan pengembangan pariwisata kedalam suatu program pembangunan ekonomi, fisik, dan sosial dari suatu negara. Di samping itu, rencana tersebut memberikan kerangka kerja kebijakan pemerintah, untuk mendorong dan mengendalikan pengembangan pariwisata.

Peranan pemerintah dalam mengembangkan pariwisata dalam garis besarnya, adalah (1) menyediakan infrastuktur (tidak hanya dalam bentuk fisik), (2) memperluas berbagai bentuk fasilitas, (3) kegiatan koordinasi antara aparatur pemerintah dengan pihak swasta, (4) pengaturan dan promosi umum ke luar negeri, (5) sarana transportasi, (6) keadaan infrastuktur dan sarana-sarana pariwisata.

Keterbelakangan dukungan kelembagaan dan terjadinya gap antara kebutuhan bisnis industri dengan dukungan partisipasi masyarakat adalah persoalan yang menghambat pertumbuhan industri pariwisata dalam membangun daya saing. Hal demikian menyebabkan kehadiran kebijakan pemerintah akan menjadi penentu bagi pertumbuhan industri pariwisata dalam membangun daya saing (Nordin, 2003 dan Ecorys, 2009).

Kebijakan kepariwisataan Indonesia tertuang dalam RPJMN 2015-2019, yaitu sebagai berikut:

- 1) Pemasaran pariwisata nasional, dimana jenis pariwisata yang akan diandalkan dalam promosi ke wisatawan mancanegara mencakup:
 - a) Wisata alam, yang terdiri dari wisata bahari, wisata ekologi, dan wisata petualangan;
 - b) Wisata budaya, yang terdiri dari wisata *heritage* dan religi, wisata kuliner dan belanja, dan wisata kota dan desa;
 - c) Wisata ciptaan, yang terdiri dari wisata MICE dan *event*, wisata olahraga, dan wisata kawasan terpadu.
- 2) Pembangunan destinasi pariwisata, terdiri dari:
 - a) Fasilitasi pembangunan destinasi pariwisata nasional yang menjadi fokus pemasaran pariwisata dengan bentuk advokasi penetapan kawasan peruntukan pariwisata dalam RTRW dan RDRW, bantuan penyusunan *site plan*, rancangan detail (*detail design*) kawasan destinasi wisata;
 - b) Bersama para pemangku kepentingan pariwisata membangun fasilitas umum di kawasan wisata;
 - c) Meningkatkan citra kepariwisataan;
 - d) Menata kelembagaan organisasi pengelola destinasi, *destination management organization* (DMO).
- 3) Pembangunan Industri Pariwisata, terdiri dari:
 - a) Pembinaan usaha pariwisata bagi masyarakat lokal;
 - b) Fasilitasi investasi usaha sektor pariwisata;

- c) Fasilitasi pengembangan dan peningkatan jenjang keterampilan tenaga kerja lokal di bidang wisata;
 - d) Mendorong terbangunnya sikap/mental penduduk lokal yang ramah terhadap wisatawan.
- 4) Pembangunan Kelembagaan Pariwisata, terdiri dari:
- a) Berkoordinasi dengan perguruan tinggi penyelenggara pendidikan sarjana di bidang kepariwisataan;
 - b) Meningkatkan kapasitas dan kualitas lembaga pendidikan kepariwisataan, memperluas jurusan dan peminatan, membangun sekolah pariwisata; serta
 - c) Turut serta menjaga kualitas pendidikan kepariwisataan yang diselenggarakan swasta.

2.4 Teori Kelembagaan (Kelembagaan Pariwisata)

Mubyarto (2000), mendefinisikan kelembagaan (*institution*) adalah organisasi atau kaidah-kaidah baik formal maupun informal, yang mengatur perilaku dan tindakan anggota masyarakat tertentu baik dalam kegiatan rutin sehari-hari maupun dalam usahanya mencapai tujuan tertentu. Beberapa ahli lain mengartikan kelembagaan suatu norma kaidah peraturan atau organisasi yang memudahkan organisasi yang memudahkan koordinasi dalam bentuk harapan masing-masing yang mungkin dapat dicapai dengan saling bekerja sama (Rintuh, 2005:3). Menurut Soekanto dalam Sukmana (2005:23), kelembagaan berfungsi untuk (1) memberikan pedoman, bagaimana harus bertingkah laku dan bersikap dalam menghadapi masalah dalam hidup; (2) menjaga keutuhan masyarakat, serta

(3) memberikan pegangan kepada masyarakat untuk pengendalian sosial, atau menjadi sistem pengawasan tingkah laku.

North (1990) dalam Utami (2011), mengemukakan kelembagaan adalah suatu pola hubungan dan tatanan antara anggota masyarakat atau organisasi yang saling mengikat, diwadahi dalam suatu jaringan atau organisasi, yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal dan non-formal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan. Bobi (2002) dalam Utami (2011), kelembagaan berisi sekelompok orang yang bekerjasama dengan pembagian tugas tertentu untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan. Tujuan peserta kelompok dapat berbeda, tapi dalam organisasi menjadi suatu kesatuan. Kelembagaan lebih ditekankan pada aturan main (*the rules*) dan kegiatan kolektif (*collective action*) untuk mewujudkan kepentingan umum atau bersama.

Phil. A dalam Utami (2011), mengemukakan bentuk resmi suatu lembaga yaitu lembaga garis (*line organization, military organization*); lembaga garis dan staf (*line and staff organization*); lembaga fungsi (*functional organization*). Lembaga garis bertanggung jawab pada satu atasan dan bertanggung jawab penuh pada tugasnya. Lembaga garis dan staf wajib melaporkan laporan kegiatan pada satu atasan, pemberian nasehat dari beberapa atasan kepada satu atasan yang lebih tinggi, dan lembaga fungsi bertanggung jawab kepada lebih dari satu atasan yang sesuai dengan spesialisasi masing-masing.

Berdasarkan beberapa teori di atas dapat diketahui pengertian kelembagaan adalah suatu pola hubungan antara anggota masyarakat yang saling mengikat, diwadahi dalam suatu jaringan atau organisasi, yang dapat menentukan bentuk hubungan antar manusia atau antara organisasi dengan ditentukan oleh faktor-faktor pembatas dan pengikat berupa norma, kode etik aturan formal dan nonformal untuk bekerjasama demi mencapai tujuan yang diinginkan.

Maturbongs dalam Pakage, Noak (2013) berpendapat strategi pelestarian sedunia menekankan perlunya memadukan pelestarian dan pembangunan wilayah. Integrasi kawasan konservasi kedalam rencana wilayah integrasi kawasan yang dilindungi kedalam rencana pembangunan wilayah memerlukan hubungan menerus antara lain berbagai macam otorita perencanaan dan pengelolaan serta masyarakat setempat. Dengan demikian otoritas pengelola kawasan yang dilindungi harus mengembangkan hubungan kerja sama yang baik dengan instansi yang bersangkutan.

Ada beberapa cara utama dimana kawasan konservasi dapat memberi manfaat yang berharga bagi masyarakat sekitar, yaitu sebagai berikut.

- 1) Melindungi Tanah
- 2) Melindungi sumberdaya flasma nutfah
- 3) Pengembangan Kepariwisataaan
- 4) Penyediaan fasilitas pendidikan
- 5) Penyediaan fasilitas Kesehatan
- 6) Pelestarian nilai budaya dan tradisional
- 7) Keseimbangan alam lingkungan.

Pangesti, T dalam Pakage, Noak (2013) menyatakan upaya pengembangan pemanfaatan jasa lingkungan banyak mengalami hambatan kendala utama dalam pengembangan pemanfaatan jasa lingkungan adalah tidak tersedianya rencana pemanfaatan yang komprehensif, peraturan perundang-undangan yang belum kondusif, pemahaman dan kesadaran stakeholder terhadap esensi konservasi dan jasa lingkungan yang masih rendah dan kelangkaan data nilai potensi sumberdaya jasa lingkungan. Kendala yang berkaitan dengan kelangkaan data yang cukup reabilitas tentang potensi jasa lingkungan yang dihasilkan oleh sektor kehutanan disebabkan beberapa faktor diantaranya.

Pangesti, T dalam Pakage, Noak (2013) menambahkan pernyataannya bahwa kegiatan pemantapan kelembagaan mencakup aspek struktur organisasi, sumberdaya manusia, peraturan dan koordinasi. Sejak Mei 2001 di Dephut untuk tingkat pusat telah ada kelembagaan pemanfaatan jasa lingkungan setingkat sub direktorat sedangkan di daerah belum terbentuk secara optimal. Untuk merumuskan permasalahan mendasar dengan tujuan memperoleh implementasi bentuk pengelolaan dan pemanfaatan saling dukungan dari para pihak (*stakeholders*) sangat dibutuhkan, contoh untuk kegiatan CDM (*Clean Development Mechanism*) dari kementerian Negara Lingkungan Hidup. Menjadi forum kemitraan dalam pengembangan koordinasi dengan instansi terkait dan *stakeholders*.

2.5 Peran Desa Adat dalam Pengembangan Pariwisata Budaya

Bila diperhatikan dengan seksama pengembangan Pariwisata Budaya, atau singkatnya pembangunan kepariwisataan, maka dikutipkan pendapat Tri Budhi Satrio, (1999:72) yang menyatakan:

“Pembangunan kepariwisataan yang bermodal dasar kebudayaan daerah yang dijiwai oleh agama Hindu diarahkan pada peningkatan kegiatan pariwisata agar menjadi sektor andalan yang mampu menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk kegiatan sektor lain yang terkait, sehingga mampu meningkatkan lapangan kerja, pendapatan masyarakat, pendapatan daerah dan pendapatan negara serta meningkatkan penerimaan devisa melalui upaya pengembangan dan pendayagunaan berbagai potensi kepariwisataan yang ada di daerah. Bersamaan dengan itu, dalam pembangunan kepariwisataan yang dilakukan haruslah dijaga tetap terpeliharanya budaya dan kepribadian bangsa serta kelestarian fungsi dan mutu lingkungan hidup. Kepariwisataan perlu ditata secara menyeluruh dan terpadu baik antar daerah, antar sektor maupun antar usaha kepariwisataan, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar sehingga dapat terwujudnya pemerataan dan keseimbangan pengembangannya.”

Karena Bali bukanlah bagian terpisahkan dari negara kesatuan Republik Indonesia, maka pengembangan pariwisata Nusantara juga perlu mendapatkan prioritas. Pengembangan pariwisata Nusantara dilaksanakan sejalan dengan upaya memupuk rasa cinta tanah air dan bangsa serta menanamkan jiwa, semangat, dan nilai-nilai luhur bangsa dalam rangka memperkuat persatuan dan kesatuan nasional, terutama dalam bentuk penggalakkan pariwisata remaja dan pemuda dengan lebih meningkatkan kemudahan dalam memperoleh pelayanan kepariwisataan. Sedangkan daya tarik Bali, sebagai komponen tidak terpisahkan dalam Konsep Pengembangan Pariwisata Budaya Bali, perlu ditingkatkan melalui pengembangan pariwisata budaya yang dijiwai agama Hindu serta upaya pemeliharaan kebudayaan daerah yang mencerminkan ketinggian budaya dan kebesaran bangsa, serta didukung dengan promosi yang memadai (Satrio, 1999:72).

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka Desa Adat Bali mempunyai peranan yang strategis dalam pengembangan pariwisata budaya. semua orang memaklumi bahwa daya tarik Bali terhadap wisatawan, tidaklah semata karena

keindahan alamnya, lebih dari pada itu adalah budayanya yang dijiwai oleh agama Hindu. Dengan memantapkan peranan, fungsi, dan wewenang Desa Adat, maka sesungguhnya semua aspek budaya yang didukung oleh masyarakat Bali akan menjadi daya tarik kepariwisataan yang bila dipelihara dan dikembangkan dengan baik akan menjamin kalangsungan kehidupan pariwisata (*sustainable tourism*) di daerah ini. Dalam Desa Adat berkembang seni budaya, kehidupan masyarakat yang sejahtera, pengamalan ajaran agama dalam perilaku dan aktivitas ritual agama yang senantiasa akan menarik wisatawan sepanjang masa. Di samping itu Desa Adat berperan pula dalam pengembangan kawasan wisata, mengawasi penyalahgunaan simbol-simbol keagamaan dan juga berperanan dalam mencegah pendatang liar yang masuk ke Bali, utamanya di wilayah *palemahan* Desa Adat di Bali.

Lebih lanjut, tentang peranan Desa Adat dalam pengembangan pariwisata budaya, kami kutipkan pendapat Pitana (1994), sebagai berikut.

“All players in tourism sector should remember by heart, that it is the Balinese and their culture, who contribute significantly to the success of tourism development. Hence, there is a duty for all to respect them and help them maintain their dignity in whatever forms. This is key for the sustainable tourism development. To ease the channeling of tourism support for culture, there is a need to establish a solid bridge institution.”

Uraian tersebut menjelaskan bahwa memang masyarakat Bali dan budayanya memberikan kontribusi yang signifikan untuk keberhasilan pengembangan pariwisata. Dijelaskan pula bahwa kunci utama pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah dengan tetap mempertahankan budaya dan martabat Bali, dimana hal tersebut akan lebih mudah dilakukan melalui kelembagaan yang solid. Lembaga yang solid di Bali selama berabad-abad dan mengatur tata kehidupan masyarakat Bali adalah Desa Adat. Desa Adat di Bali

sesungguhnya sangat berperan dalam pengembangan pariwisata budaya. Peran tersebut akan maksimal dapat dilaksanakan bila fungsi, peranan dan wewenang Desa Adat berjalan dengan baik. Peran desa adat yang meliputi peran sosial, budaya, ekonomi, dan keuangan diatur dalam perda provinsi Bali nomor 6 tahun 1986 yang selanjutnya diganti dengan perda nomor 3 tahun 2001. Keterlibatan desa adat dalam pelaksanaan kepariwisataan dimungkinkan oleh pasal 3 ayat 1 RIPPARDA Provinsi Bali nomor 10 tahun 2015, yang memuat kegiatan kepariwisataan diselenggarakan secara terpadu oleh pemerintah, dunia usaha dan masyarakat. Lebih khusus dapat dilihat pada pasal 16 peraturan daerah provinsi Bali nomor 2 tahun 2012 tentang kepariwisataan budaya Bali, bahwa pengelolaan daya tarik wisata dapat dilakukan oleh pemerintah provinsi, desa pakraman, lembaga tradisional, perorangan dan badan usaha. Dalam hal ini desa adat termasuk sebagai lembaga tradisional.

2.6 Konsep Modal Sosial

Pemikiran para pakar ekonomi tentang modal sosial, telah diawali pada abad ke 18, ditandai dengan Adam Smith memunculkan konsep modal sosial sebagai ‘kontrak sosial’ masyarakat sipil yang akan menentukan kemajuan pembangunan ekonomi. Kontrak sosial ini memiliki unsur penting meliputi; karakteristik jaringan sosial, pola-pola imbal-balik dan kewajiban-kewajiban bersama. Dari pemikiran-pemikiran kelompok ini pula, berbagai kajian dan merupakan konsep modern dari modal sosial di abad berikutnya, menjadi memiliki dasar teoritis yang kuat. Sebagai contoh; Karl Marx dan Engles yang

mengemukakan konsep keterikatan yang memiliki ikatan solidaritas, yang menggambarkan tentang kemungkinan munculnya pola hubungan dan kerjasama yang kuat ketika suatu kelompok berada dalam suatu tekanan negara atau kelompok lain (Woolcock, 1998).

Selanjutnya, pada awal abad ke 20, yaitu oleh Lyda Judson Hanifan (1916), kajian tentang modal sosial sudah mulai lebih sistematis dan komprehensif. Hal yang menarik bagi Lyda, adalah bagaimana dalam suatu unit sosial berlangsung pola-pola hubungan imbal-balik yang didasari oleh prinsip-prinsip kebajikan bersama, simpati dan empati, serta adanya tingkat kohesifitas hubungan antar individu dalam kelompok. Kajian ini telah mengilhami kajian modern tentang modal sosial, yang sekarang telah populer terutama oleh empat tokoh besar yang mengkaji konsep modal sosial pada akhir abad ke 20 dan awal abad ke 21, yaitu; James S Coleman, Robert D Putnam, Francis Fukuyama dan Pierre Bourdieu (dalam Hasbullah, 2006).

Konsep modal sosial secara luas merupakan hal yang masih menjadi perdebatan dan bermakna ganda atau ambigu. Artinya modal sosial masih memiliki konotasi yang berbeda sehingga keambiguan ini masih dipertimbangkan (Anderson dan Jack, 2002). Masih ada pertentangan antara konsep yang biasa dipergunakan dalam sosiologi dan politik di satu sisi (Putnam, 1993, 1995, Fotes dan Londolt, 1996), dengan ekonomi di sisi lainnya (misalnya; Dasgupta & Serageldin, 2000). Salah satu cara yang diupayakan untuk mendapatkan penyelesaian adalah dengan menerapkan tindakan model rasional ekonomi pada proses interaksi sosial yang dipelajari oleh para sosiolog. Pendekatan ini

dipelopori oleh Coleman (1998) dan dikembangkan secara teoritis oleh Delia Giusta, (1999); Casson dan Delia Giusta, (2004) dan secara empiris oleh Knack dan Keefer (1997).

2.6.1 Pengertian Modal Sosial

Didefinisikan oleh Coleman (1998) bahwa modal sosial adalah aspek struktur sosial yang memudahkan bagi tindakan-tindakan perseorangan atau pelaku perseroan/perusahaan dalam struktur sosial. Selanjutnya dikatakan bahwa modal sosial itu bukanlah entitas tunggal, tetapi adalah entitas majemuk dengan dua elemen mendasar, yaitu 1) modal sosial mencakup beberapa aspek struktur sosial, dan 2) modal sosial itu memfasilitasi tindakan tertentu dari pelaku (aktor) baik sebagai individu maupun perusahaan di dalam struktur tersebut. Dalam hal ini artinya; sama dengan jenis modal yang lainnya, modal sosial juga bersifat produktif, yang membuat pencapaian tujuan individu atau perusahaan akan tidak terwujud tanpa keberadaan modal sosial tersebut.

Putnam (1993) mendefinisikan bahwa modal sosial adalah penampilan organisasi sosial, seperti kepercayaan, resiprositas, jaringan yang dapat memperbaiki efisiensi masyarakat dengan memfasilitasi adanya koordinasi dan kerjasama bagi keuntungan bersama. Karya-karya Putnam tentang modal sosial seperti; *Making Democracy Work: Civic Transition in Modern Italy* (1993), dan *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*, (1995).

Fukuyama, dalam karyanya: *Trust, The Social Virtues and The Creation of Prosperity*, (1995), mengatakan bahwa modal sosial adalah kemampuan yang timbul akibat dari adanya kepercayaan, dalam sebuah komunitas masyarakat.

Dalam tulisannya, Fukuyama (1999) dengan tegas mengatakan bahwa belum tentu norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dipedomani tersebut sebagai acuan sikap, tingkah-laku, dan bertindak tersebut otomatis menjadi modal sosial, tetapi kadang kala hanya sebagai norma-norma dan nilai-nilai bersama yang dibangkitkan oleh rasa saling percaya. Artinya, rasa saling percaya ini adalah merupakan harapan-harapan akan terjadinya keteraturan-keteraturan, kejujuran dan perilaku kooperatif yang muncul dari dalam sebuah komunitas masyarakat yang perilaku sehari-harinya didasari oleh norma-norma atau nilai-nilai yang dianut bersama oleh para anggotanya. Norma-norma tersebut dapat berisi pernyataan-pernyataan yang berisi nilai-nilai luhur, kebajikan dan keadilan.

Fukuyama (1999), kembali memberi penjelasan bahwa modal sosial itu adalah sekumpulan nilai informal atau norma yang menyebar di antara anggota kelompok yang memungkinkan terjadinya kerjasama di antara mereka. Kerjasama tersebut terjadi apabila antar anggota kelompok masyarakat tersebut memenuhi apa yang diharapkan antar mereka dan berkeyakinan bahwa yang lainnya akan bertingkah laku dengan dapat diandalkan dan memiliki kejujuran. Dengan demikian, mereka selanjutnya akan saling mempercayai satu sama lainnya.

Cox Eva (1995) memberi definisi bahwa modal sosial itu adalah suatu rangkaian proses hubungan antar manusia yang ditopang oleh jaringan, norma-norma dan kepercayaan sosial yang memungkinkan efisien dan efektifnya koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan dan kebajikan bersama.

Narayan (dalam Suharto, 2007) menyatakan bahwa modal sosial adalah aturan-aturan, norma-norma, kewajiban-kewajiban, hal timbal-balik, dan

kepercayaan yang mengikat dalam hubungan sosial, struktur sosial, dan pengaturan-pengaturan kelembagaan masyarakat yang memungkinkan para anggota untuk mencapai hasil sebagai sasaran individu dan masyarakat mereka. Pernyataan ini didukung kembali oleh Aller dan Kwon (2000) yang menyatakan bahwa dimensi modal sosial adalah merupakan gambaran dari keterikatan internal yang mewarnai struktur kolektif dan memberikan kohesifitas dan keuntungan-keuntungan bersama dari proses dinamika sosial yang terjadi dalam kelompok masyarakat.

Word Bank (dalam Ancok, 2003), menyatakan bahwa modal sosial adalah sesuatu yang menunjuk kepada dimensi institusional, hubungan-hubungan yang tercipta dan norma-norma yang membentuk kuantitas dan kualitas hubungan sosial dalam masyarakat serta menjadi perekat yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama. Dalam hal ini modal sosial bukanlah sekedar deretan jumlah instansi atau kelompok yang menopang kehidupan sosial, melainkan dengan spektrum yang lebih luas, yaitu sebagai perekat yang menjaga kesatuan anggota kelompok secara bersama-sama.

Hasbullah (2006), mengatakan bahwa modal sosial adalah sumber daya yang dapat dipandang sebagai investasi untuk mendapatkan sumberdaya yang baru. Seperti diketahui bahwa sesuatu dapat disebut sebagai sumberdaya, adalah apabila sesuatu itu dapat dipergunakan untuk dikonsumsi, disimpan dan diinvestasikan. Sumberdaya yang penggunaannya untuk diinvestasikan disebut modal. Sebagai sumberdaya, modal sosial lebih menekankan pada potensi kelompok dan pola-pola hubungan antar individu dalam suatu kelompok dan antar

kelompok dengan ruang perhatian pada jaringan sosial, norma, nilai, dan kepercayaan antar sesama yang lahir dari anggota kelompok dan menjadi norma kelompok. Selanjutnya dikatakannya bahwa modal sosial juga sangat dekat dengan terminologi sosial lainnya seperti yang dikenal sebagai kebajikan sosial.

Suharto (2007) mengartikan modal sosial sebagai sumber yang timbul dari adanya interaksi antara orang-orang dalam suatu komunitas. Selanjutnya, ia mengatakan bahwa pengukuran modal sosial jarang melibatkan pengukuran terhadap interaksi itu sendiri, melainkan yang diukur justru hasil dari interaksi tersebut, seperti terciptanya atau terpeliharanya kepercayaan antar warga masyarakat. Secara individual, interaksi terjadi manakala relasi intim antar individu terbentuk satu sama lain yang kemudian melahirkan ikatan emosional. Secara institusional, interaksi dapat lahir pada saat visi dan tujuan satu organisasi memiliki kesamaan dengan visi dan tujuan organisasi lainnya.

Cohen dan Prusak (2001), mendefinisikan bahwa modal sosial adalah stok dari hubungan yang aktif dari suatu masyarakat. Setiap pola hubungan yang terjadi diikat oleh kepercayaan, kesalingpengertianan, dan nilai-nilai bersama, yang mengikat anggota kelompok untuk membuat kemungkinan aksi bersama yang dapat dilakukan secara efisien dan efektif. Untuk mendukung pernyataan ini, Hasbullah (2006) kembali merekomendasikan bahwa modal sosial tersebut sebagai segala sesuatu yang berkaitan dengan perilaku kerja sama dalam masyarakat untuk mencapai kualitas hidup yang lebih baik, yang dalam implementasinya didukung oleh nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi unsur

utamanya, seperti; rasa saling mempercayai, keimbal-balikan dan aturan-aturan kolektif dalam suatu masyarakat.

Inayah (2012), mendefinisikan bahwa modal sosial adalah sumberdaya yang muncul dari hasil interaksi dalam suatu komunitas, baik antar individu maupun antar institusi yang melahirkan ikatan emosional berupa; kepercayaan, hubungan-hubungan timbal balik, jaringan-jaringan sosial, nilai-nilai dan norma-norma yang mambentuk struktur masyarakat yang berguna untuk koordinasi dan kerjasama dalam mencapai tujuan bersama. Modal sosial akan tumbuh dan berkembang kalau digunakan bersama dan akan mengalami kepunahan kalau tidak dilembagakan secara bersama-sama. Oleh karena itu, pewarisan nilai modal sosial hendaknya dilakukan melalui proses adaptasi, pembelajaran, serta pengalaman dalam praktek nyata.

Berdasarkan pada konsepsi-konsepsi yang diutarakan oleh para pakar modal sosial di atas, disini dapat ditarik suatu pemahaman bahwa dimensi dari modal sosial itu adalah memberikan penekanan pada kebersamaan masyarakat untuk mencapai tujuan dalam rangka memperbaiki kualitas hidupnya dan senantiasa melakukan perubahan dan penyesuaian secara berkesinambungan. Dan dalam proses perubahan dan upaya mencapai tujuan tersebut, masyarakat senantiasa terikat pada nilai-nilai dan norma-norma yang dipedomani sebagai aturan bersikap, bertindak dan bertingkah-laku serta dalam menjalin hubungan dengan pihak lain baik di dalam kelompok maupun di luar kelompok masyarakat.

Hakikat modal sosial sebagai nilai kapital, yang berasal dari perbaikan kinerja ekonomi yang didapatkan dari jaringan kepercayaan yang tinggi. Dua hal

penting dalam hal ini adalah penekanan pada jaringan sebagai aspek sosial dan penekanan pada peningkatan nilai pada masa yang akan datang sebagai aspek kapital atau modal. Penekanan pada aspek sosial sangat tepat untuk dapat menguraikan kinerja ekonomi secara luas.

2.6.2 Unsur/Indikator Modal Sosial

Disandingkan dengan modal finansial dan modal manusia, keberadaan modal sosial memiliki perbedaan yang cukup berarti. Modal sosial bersifat kumulatif dan bertambah dengan sendirinya (Putnam, 1993). Oleh sebab itu, modal sosial tidak akan habis jika dipergunakan, melainkan dapat saja semakin meningkat. Berkurangnya ataupun rusaknya modal sosial lebih sering disebabkan bukan karena dipakai, tetapi karena tidak dipergunakan. Menurut Coleman (1988), modal sosial juga menunjuk kepada kemampuan seseorang untuk berasosiasi dengan orang lain. Sedangkan Fukuyama (1995) menyatakan bahwa dengan bersandar pada norma-norma dan nilai-nilai bersama, asosiasi antar manusia tersebut akan menghasilkan kepercayaan yang akhirnya memiliki nilai ekonomis yang besar dan terukur.

Indikator Modal Sosial sangat luas cakupannya. Masing-masing peneliti memberikan definisi berdasarkan keperluan riset yang dilakukan sehingga, sampai sejauh ini belum ditemukan kesepakatan yang baku tentang indikator modal sosial. Belum lagi masalah penggunaan istilah yang masih sangat rancu. Ada yang menyebut sebagai parameter, elemen, unsur-unsur pokok, dimensi dan lain-lainnya untuk penyebutan indikator modal sosial. Oleh sebab itu, dalam kajian ini, mengkolaborasi indikator modal sosial yang dikemukakan oleh Hasbullah (2006)

yang menyebutnya sebagai unsur-unsur pokok modal sosial. Selanjutnya dikatakan bahwa telaah modal sosial terletak pada bagaimana kemampuan masyarakat dalam suatu entitas kelompok untuk berpartisipasi membangun suatu jaringan untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama tersebut diwarnai oleh suatu pola interaksi imbal-balik yang saling menguntungkan, dan dibangun di atas kepercayaan yang ditopang oleh norma-norma dan nilai sosial yang positif dan kuat. Sementara Ridell (1997), mengatakan terdapat tiga parameter modal sosial, yaitu (1) jaringan, (2) kepercayaan, dan (3) norma-norma.

2.6.2.1 Jaringan

Modal Sosial tidak hanya dibangun oleh satu individu, melainkan akan terletak pada kecendrungan yang tumbuh dalam satu kelompok masyarakat untuk bersosialisasi dalam wujud partisipasi sebagai bagian penting dari nilai-nilai yang melekat (Hasbullah, 2006). Artinya modal sosial terletak pada kemampuan sekelompok orang atau masyarakat dalam suatu asosiasi atau perkumpulan dalam melibatkan diri dalam suatu jaringan hubungan sosial. Hubungan sosial ini dilakukan dalam berbagai variasi jalinan sosial yang didasari oleh prinsip kesukarelaan, kesamaan, kebebasan, dan keberadaban. Kemampuan anggota-anggota kelompok atau masyarakat untuk selalu menyatukan diri dalam satu pola hubungan yang sinergis akan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kuat tidaknya Modal Sosial suatu kelompok masyarakat.

Putnam (1993), menyatakan bahwa Jaringan adalah infrastruktur dinamis dari modal sosial yang berwujud jaringan-jaringan kerjasama antar manusia atau individu. Jaringan tersebut memfasilitasi terjadinya komunikasi dan interaksi yang

memungkinkan tumbuhnya kepercayaan yang memperkuat kerjasama. Masyarakat yang sehat, cenderung memiliki jaringan- jaringan sosial yang kokoh. Dalam kehidupan sehari-hari, orang bertemu satu sama lainnya. Pertemuan ini memungkinkan terjadinya inter-relasi yang kental, baik bersifat formal maupun informal (Onyx, 1996). Selanjutnya, jaringan-jaringan sosial yang erat ini, akan memperkuat perasaan kerjasama para anggotanya serta memberikan manfaat-manfaat dari partisipasinya itu.

Dari sudut pandang kewirausahaan, konektivitas yang disediakan oleh jaringan sosial dapat mengurangi ‘jarak sosial’ antara sesama anggota kelompok pengusaha. Dua hal utama penentu jarak sosial antara sesama pengusaha yaitu kemudahan komunikasi dan tingkat kepercayaan. Biasanya, komunikasi menjadi lebih mudah apabila difasilitasi oleh bahasa yang sama, budaya dan arus informasi yang efektif. Pada umumnya budaya dapat menghindarkan kesalahpahaman yang terjadi ketika perbedaan dalam nilai-nilai dan keyakinan sebagai dasar menyebabkan informasi yang diinterpretasikan dengan cara yang tidak diinginkan. Resiko kesalah-pahamam menjadi berkurang apabila dibantu dengan ketepatan penggunaan bahasa dan gerak tubuh dalam konteks ini. Sedangkan tingkat kepercayaan dalam hal ini adalah kadar harapan bahwa seseorang akan mentaati kewajiban, paling tidak berperilaku sama seperti yang diharapkan dari orang lain.

2.6.2.2 Kepercayaan

Seperti apa yang dipaparkan oleh Fukuyama (1995), bahwa kepercayaan itu adalah harapan yang tumbuh di dalam sebuah masyarakat yang ditunjukkan oleh adanya perilaku jujur, teratur dan kerjasama berdasarkan norma-norma yang

dianut bersama. Kepercayaan sosial merupakan penerapan terhadap pemahaman ini. Kepercayaan sosial pada dasarnya merupakan produk dari modal sosial yang baik. Adanya modal sosial yang baik ditandai oleh adanya lembaga-lembaga sosial yang kokoh. Dalam hal ini Putnam (1993), memberi pernyataan yang menguatkan bahwa modal sosial yang baik akan melahirkan kehidupan masyarakat yang harmonis.

Hasbullah (2006), menyatakan bahwa rasa percaya, adalah suatu bentuk keinginan individu atau kelompok untuk mengambil resiko dalam hubungan-hubungan sosialnya yang didasari oleh perasaan yakin bahwa yang lain akan melakukan sesuatu seperti yang diharapkan dan akan senantiasa bertindak dalam suatu pola tindakan yang saling mendukung. Paling tidak, yang lain tidak akan bertindak merugikan diri dan kelompoknya (Putnam, 1993). Tindakan kolektif yang didasari rasa saling percaya akan meningkatkan partisipasi masyarakat atau kelompok dalam berbagai bentuk dan dimensi, terutama dalam konteks kemajuan bersama. Hal ini memungkinkan suatu kelompok atau masyarakat untuk bersatu dan memberikan kontribusi pada peningkatan dan penguatan modal sosial.

Untuk bisa dipercaya, bukanlah hal yang sama dengan dapat dipercaya. Kepercayaan adalah karakteristik tujuan individu dalam jenis situasi tertentu, tetapi tidak dapat diamati secara langsung . Kepercayaan adalah keyakinan bahwa orang lain memiliki dan akan melakukan hal yang sama seperti yang dilakukan seseorang kepada orang lain. Dengan kata lain bahwa kepercayaan adalah keyakinan yang penuh percaya diri dan dijamin bahwa pihak lain akan menghormati tanggung jawab mereka.

2.6.2.3 Norma

Pada hakikatnya, norma-norma itu terdiri dari pemahaman-pemahaman, harapan-harapan dan tujuan-tujuan yang diyakini dapat dijalankan bersama oleh sekelompok orang (Suharto, 2007). Norma-norma dapat bersumber dari agama, panduan moral, maupun standar-standar sekuler, seperti halnya kode etik profesional seperti; kode etik guru, dokter, jaksa, hakim, atau sapta marga bagi ABRI dan Kepolisian Indonesia. Norma-norma dibangun dan berkembang berdasarkan sejarah bersama di masa lalu dan diterapkan untuk iklim kerjasama. Norma-norma dapat juga merupakan pra-kondisi maupun produk dari kepercayaan sosial (Putnam 1993, Fukuyama 1995).

Dengan kata lain, norma adalah seperangkat aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh anggota masyarakat pada suatu kelompok atau entitas tertentu. Artinya, norma-norma itu sendiri dilembagakan dan mengandung sanksi sosial tertentu yang dapat mencegah individu sebagai anggota suatu kelompok masyarakat untuk berbuat sesuatu yang bertentangan atau menyimpang dari kebiasaan yang berlaku di masyarakat tertentu. Norma-norma dalam bentuk aturan-aturan biasanya dalam keadaan tidak tertulis, tetapi sangat dipahami oleh setiap anggota masyarakatnya dan menentukan pola tingkah laku yang diharapkan dalam tata-hubungan antar anggota masyarakat. Sebagai contoh; aturan-aturan kolektif seperti; tidak mencurangi orang lain, menghormati pendapat orang lain, hidup senasib-sepenanggungan dan lain-lainnya.

Suatu komunitas masyarakat, apabila norma-norma sosialnya tumbuh sempurna, kuat dan dipertahankan oleh masyarakatnya, maka akan memperkuat

komunitas masyarakat itu sendiri. Karena pada dasarnya norma terbentuk oleh interaksi nilai-nilai yang dipatuhi oleh setiap anggota masyarakat dan sifatnya harus selalu memberikan manfaat positif bagi masyarakat atau komunitasnya. Dengan demikian, norma-norma sosial adalah unsur modal sosial yang akan memelihara kelekatan sosial atau kohesifitas dalam suatu masyarakat.

Hasbullah (2006), menyatakan bahwa Norma-norma, adalah sekumpulan aturan yang diharapkan dipatuhi dan diikuti oleh suatu kelompok atau masyarakat dalam suatu entitas sosial tertentu. Aturan-aturan ini, biasanya terinstitusionalisasi atau dilembagakan, tidak tertulis, tetapi dipahami sebagai penentu pola tingkah laku yang baik dalam konteks hubungan sosial sehingga ada sanksi sosial yang dikenakan kepada seseorang atau sekelompok masyarakat jika melanggarnya. Norma sosial akan menentukan kuatnya hubungan antar individu dalam suatu kelompok masyarakat karena akan merangsang kohesifitas sosial yang berdampak positif bagi perkembangan masyarakat. Oleh karena itu, norma sosial disebut sebagai salah satu modal sosial.

2.6.3 Ukuran Modal Sosial

Sampai sejauh ini, diakui masih terdapat perdebatan antara para sosiolog dengan para ekonom tentang modal sosial. Para ekonom menganggap modal sosial sebagai sesuatu konsep yang samar-samar yang susah atau bahkan mustahil untuk diukur. Pengukuran tentang keberadaan sumberdaya hubungan sosial yang menjadikan kerjasama berdasarkan norma-norma kejujuran yang memberi manfaat secara timbal-balik adalah tidak mudah. Belum diakui sepenuhnya keberadaan modal sosial oleh para ekonom adalah karena modal sosial tidak dapat

ditransfer, selayaknya modal finansial, artinya begitu sebuah komunitas dianggap kekurangan modal sosial, tidak serta merta dapat menerima transfer modal sosial dari komunitas lainnya.

Sebagai alternatif dalam mengukur keberadaan modal sosial dalam suatu komunitas sosial, adalah dengan cara yang lebih mudah yaitu dengan cara menghitung berbagai kerugian atau biaya yang diakibatkan bilamana di suatu tempat komunitas tertentu tidak didapati adanya modal sosial yang memadai, dengan ditandai terjadinya disfungsi sosial yang tinggi, seperti; tingginya tingkat kejahatan (perampokan, teroris, penipuan, pencurian), kemangkiran (ingkar janji, malas, tidak tepat waktu), pemalsuan, pelanggaran hukum, penghindaran pajak bahkan penggelapan pajak, premanisme, dan sebagainya. Intensitas disfungsi sosial, baik secara kuantitas maupun kualitas adalah mencerminkan kurangnya modal sosial dalam suatu komunitas tertentu (Leksono, 2009).

2.7 Konsep *Community Based Tourism*

Ide tentang pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) berakar dari pemikiran yang berusaha mengintegrasikan perspektif ekonomi dan persepektif ekologi seperti yang digagas *World Commission on Environment and Development* (WCED). Pembangunan berkelanjutan dipandang sebagai alternatif pembangunan yang mencoba menjembatani paradigma *developmentalis* atau *environmentalis*. Pembangunan berkelanjutan memerlukan proses integrasi ekonomi dan ekologi melalui upaya perumusan paradigma dan arah kebijakan yang bertumpu pada kemitraan dan partisipasi para pelaku pembangunan dalam

mengelola sumber daya seoptimal mungkin (Baiquni, 2002:37). Lahirnya konsep pembangunan berkelanjutan berawal dari penyelenggaraan Konferensi PBB tentang Lingkungan Hidup Manusia (*United Nation Conference on Human Environment/UNCHE*) di Stockholm Swedia tanggal 5 -16 Juni 1972 yang dihadiri 113 negara termasuk Indonesia (Emil Salim). Konferensi tersebut menandai keperdulian global terhadap lingkungan sekaligus langkah awal lahirnya paradigma yang melihat hubungan pembangunan dan ketersediaan SDA.

Pasca Konferensi Stockholm, didorong kondisi global yang makin memperhatikan (kelaparan, kemiskinan dan pencemaran lingkungan) tahun 1983 dibentuk *World Commission on Environment and Development* (WCED) dengan 22 anggota komisi, termasuk Emil Salim (Indonesia), yang bertugas menyusun formulasi Agenda Global untuk Perubahan. Komisi memfokuskan kajian pada delapan area analisis yaitu perspektif tentang kependudukan, lingkungan dan pembangunan berkelanjutan; energi; industri; keamanan pangan, pertanian, kehutanan, lingkungan dan pembangunan; pemukiman manusia; hubungan ekonomi internasional; sistem pendukung keputusan untuk pengelolaan lingkungan; dan kerjasama internasional.

Saat ini pariwisata berbasis masyarakat yang dikenal dengan istilah CBT (*Community Based Tourism*) sangat populer dilakukan dalam membentuk sebuah strategi pembangunan dalam bidang pariwisata. Konsep ini memiliki tujuan untuk melakukan suatu peningkatan intensitas partisipasi masyarakat, sehingga dapat memberikan peningkatan dalam bidang ekonomi serta masyarakat memiliki

kekuatan dalam pengambilan keputusan untuk mengelola suatu pembangunan dalam bidang pariwisata.

Menurut Kit (2000), ada empat tujuan yang diinginkan dengan berlakunya konsep pariwisata yang berbasis masyarakat, yaitu sebagai berikut.

- 1) Pariwisata berbasis masyarakat harus berkontribusi untuk meningkatkan dan atau memperbaiki konservasi alam atau sumber daya budaya, termasuk keanekaragaman hayati.
- 2) Pariwisata berbasis masyarakat harus berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi lokal sehingga meningkatkan pendapatan dan keuntungan bagi masyarakat.
- 3) Pariwisata berbasis masyarakat harus melibatkan partisipasi masyarakat lokal.
- 4) Pariwisata berbasis masyarakat mempunyai tanggung-jawab kepada wisatawan untuk memberikan produk yang peduli terhadap lingkungan alam, sosial maupun budaya.

Pariwisata yang berbasis masyarakat harus memperhatikan keterlibatan masyarakat lokal yang merupakan syarat mutlak untuk tercapainya pembangunan pariwisata berkelanjutan. Pengelolaan tersebut harus dilakukan oleh masyarakat setempat yang hidup dan kehidupannya dipengaruhi oleh pembangunan tersebut (Pitana, 2002), sehingga akan mengarah pada sistem pengelolaan yang berbasis masyarakat sebagai pelaku utama dalam pariwisata.

Menurut Suansri (dalam Nurhidayati, 2004) mendefinisikan CBT sebagai pariwisata yang memperhitungkan aspek keberlanjutan lingkungan, sosial, dan

budaya. CBT merupakan alat pembangunan komunitas dan konservasi lingkungan. Dengan kata lain CBT merupakan alat untuk mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Aspek utama pengembangan CBT berupa lima dimensi, yaitu sebagai berikut.

- 1) Dimensi ekonomi, dengan indikator berupa adanya dana untuk pengembangan komunitas, terciptanya lapangan pekerjaan di sektor pariwisata, dan timbulnya pendapatan masyarakat lokal dari sektor pariwisata;
- 2) Dimensi sosial dengan indikator meningkatnya kualitas hidup; peningkatan kebanggaan komunitas; pembagian peran yang adil antara laki-laki, perempuan, generasi muda, dan tua; membangun penguatan organisasi komunitas;
- 3) Dimensi budaya dengan indikator berupa mendorong masyarakat untuk menghormati budaya yang berbeda, membantu berkembangnya pertukaran budaya, budaya pembangunan melekat erat dalam budaya lokal;
- 4) Dimensi lingkungan, dengan indikator mempelajari *carrying capacity area*, mengatur pembuangan sampah, meningkatkan kepedulian akan perlunya konservasi;
- 5) Dimensi politik, dengan indikator: meningkatkan partisipasi dari penduduk lokal, peningkatan kekuasaan komunitas yang lebih luas, menjamin hak-hak dalam pengelolaan sumber daya alam.

Melalui pengelolaan pariwisata yang melibatkan masyarakat diharapkan suatu pembangunan daya tarik wisata mampu memenuhi prinsip pembangunan pariwisata yang berkelanjutan dalam ekologis, ekonomi dan sosial budaya.

Sehingga pada setiap pembangunan kepariwisataan mampu memberikan manfaat dalam bidang perekonomian yang didistribusikan secara adil, terutama pada masyarakat lokal yang berada pada kawasan tersebut.

Agar manfaat dari sebuah pembangunan kepariwisataan dapat dirasakan langsung oleh masyarakat lokal dan tetap berkelanjutan, maka perlu dilibatkan masyarakat lokal dalam pembangunan. Masyarakat lokal adalah masyarakat yang memiliki pengetahuan terhadap lingkungannya berdasarkan pengalaman yang diturunkan dari generasi ke generasi. Atas pengetahuan dan pengalaman tersebut maka masyarakat setempat memiliki kesadaran untuk mengembangkan berbagai hal yang ramah lingkungan dan dapat diterima secara sosial budaya dan religi.

Dengan konsep pariwisata yang berbasis masyarakat, maka diharapkan masyarakat dapat berperan secara aktif, dan diperlukannya usaha-usaha yang memberdayakan masyarakat lokal secara sistematis sehingga strategi pembangunannya memiliki pondasi yang kuat, serta manfaat bagi masyarakat setempat lebih terjamin serta sebuah pembangunan pariwisata dapat berkelanjutan.

Untuk itu, dapat dikatakan bahwa prinsip dasar CBT adalah membuka ruang dan peluang yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata di daerahnya sehingga mereka ikut mendapatkan keuntungan secara ekonomi serta ikut bertanggung jawab secara moral dalam menjaga dan melestarikan sumber daya pariwisata tersebut beserta fasilitasnya. Prinsip CBT dalam pengelolaan pariwisata adalah selalu melibatkan masyarakat lokal dalam merencanakan serta

mengelolanya, memberikan keuntungan pada masyarakat lokal, melibatkan seluruh lapisan masyarakat bukan perorangan, menjaga keberlanjutan lingkungan sekitarnya, peduli terhadap kehidupan sosial dan budaya masyarakat lokal, tetap memperhatikan dampak yang muncul di masyarakat dengan adanya pengaruh yang dibawa oleh wisatawan.

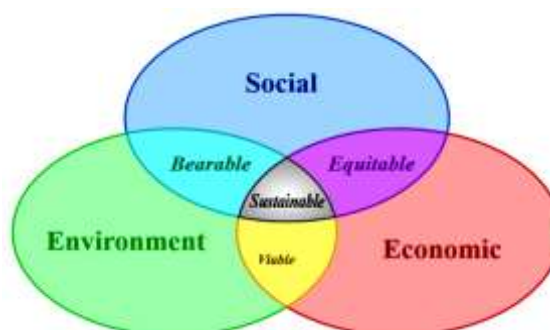
2.8 Pengertian Pembangunan Berkelanjutan

Pembangunan yang berkelanjutan, sebagai sebuah konsep mengintegrasikan perspektif ekonomi dan persepektif ekologi merupakan paradigma pembangunan yang mengemuka semenjak diterbitkannya laporan dari *World Commission on Environment and Development (WCED)* – komisi yang dibentuk oleh Perserikatan Bangsa-bangsa yang diketuai oleh Gro Harlem Brundlandt – dengan judul “*Our Common Future*”. Pembangunan berkelanjutan dipandang sebagai alternatif pembangunan yang mencoba menjembatani paradigma *developmentalis* atau *environmentalis*. Komisi meyakini upaya mendorong pertumbuhan ekonomi seyogyanya didasari pula oleh upaya mempertahankan dan mengembangkan basis-basis sumber daya lingkungan. Lahirnya konsep pembangunan berkelanjutan berawal dari penyelenggaraan Konferensi PBB tentang Lingkungan hidup manusia (*United Nation Conference on Human Environment/UNCHE*) di Stockholm Swedia tanggal 5 -16 Juni 1972 yang dihadiri 113 negara termasuk Indonesia. Konfrensi tersebut menandai keperdulian global terhadap lingkungan sekaligus langkah awal lahirnya paradigma yang melihat hubungan pembangunan dan ketersediaan SDA.

Selanjutnya (WCED, 1987) mendefinisikan konsep pembangunan berkelanjutan sebagai: “*Sustainable development is development which meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*”

Hal mengandung pengertian bahwa pembangunan berkelanjutan adalah proses pembangunan yang berprinsip "memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengorbankan pemenuhan kebutuhan generasi masa depan". Salah satu faktor yang harus dihadapi untuk mencapai pembangunan berkelanjutan adalah bagaimana memperbaiki kehancuran lingkungan tanpa mengorbankan kebutuhan pembangunan ekonomi dan keadilan sosial.

Pembangunan berkelanjutan tidak saja berkonsentrasi pada isu-isu lingkungan. Lebih luas daripada itu, pembangunan berkelanjutan mencakup tiga lingkup kebijakan: pembangunan ekonomi, pembangunan sosial dan perlindungan lingkungan. Dokumen-dokumen PBB, terutama dokumen hasil *World Summit* (2005) menyebut ketiga hal dimensi tersebut saling terkait dan merupakan pilar pendorong bagi pembangunan berkelanjutan seperti gambar berikut.



Gambar 2.5
Skema Pembangunan Berkelanjutan
Sumber: Adams, W.M. (2006)

Skema pembangunan berkelanjutan, pada titik temu tiga pilar tersebut, Deklarasi Universal Keberagaman Budaya (UNESCO, 2001) lebih jauh menggali konsep pembangunan berkelanjutan dengan menyebutkan bahwa "...keragaman budaya penting bagi manusia sebagaimana pentingnya keragaman hayati bagi alam". Dengan demikian "pembangunan tidak hanya dipahami sebagai pembangunan ekonomi, namun juga sebagai alat untuk mencapai kepuasan intelektual, emosional, moral, dan spiritual". Dalam pandangan ini, keragaman budaya merupakan kebijakan keempat dari lingkup sosial kebijakan pembangunan berkelanjutan.

2.9 Konsep Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Meski memperoleh perhatian khusus dari akademisi pariwisata dan praktisi pembangunan pariwisata beberapa tahun terakhir, namun literature tentang konsep dan teori pariwisata seringkali gagal menghubungkan pariwisata dengan konsep pembangunan berkelanjutan sebagai kesatuan paradigm. Sehingga penerapan pembangunan berkelanjutan dalam konteks pariwisata masih banyak diragukan. Hal ini menimbulkan ketertarikan dunia akademis untuk mendiskusikan konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan (Sharpley, 2000:1). Definisi pembangunan pariwisata berkelanjutan bisa memiliki makna beragam. Orang dari banyak bidang yang berbeda menggunakan istilah berbeda di dalam

konteks yang berbeda dan mereka mempunyai konsep, bias, dan pendekatan berbeda (Heinen dalam Sharpley, 2000:1).

WTO mendefinisikan pembangunan pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan yang memenuhi kebutuhan wisatawan saat ini, sambil melindungi dan mendorong kesempatan untuk waktu yang akan datang. Mengarah pada pengelolaan seluruh sumber daya sedemikian rupa sehingga kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat terpenuhi sambil memelihara integritas kultural, proses ekologi esensial, keanakeragaman hayati dan sistem pendukung kehidupan. Produk pariwisata berkelanjutan dioperasikan secara harmonis dengan lingkungan lokal, masyarakat dan budaya, sehingga mereka menjadi penerima keuntungan yang permanen dan bukan korban pembangunan pariwisata (Anonim, 2000). Dalam hal ini kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan terarah pada penggunaan sumber daya alam dan penggunaan sumber daya manusia untuk jangka waktu panjang (Sharpley, 2000:10).

Berkaitan dengan upaya menemukan keterkaitan antara aktifitas pariwisata dan konsep pembangunan berkelanjutan Cronin (Sharpley, 2000:1), menkonsepkan pembangunan pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan yang terfokus pada dua hal, keberlanjutan pariwisata sebagai aktivitas ekonomi di satu sisi dan lainnya mempertimbangkan pariwisata sebagai elemen kebijakan pembangunan berkelanjutan yang lebih luas. Stabler dan Goodall (Sharpley, 2000:1), menyatakan pembangunan pariwisata berkelanjutan harus konsisten/sejalan dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan. Lane

(dalam Sharpley, 2000:8) menyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah hubungan triangulasi yang seimbang antara daerah tujuan wisata (*host areas*) dengan habitat dan manusianya, pembuatan paket liburan (wisata), dan industri pariwisata, dimana tidak ada satupun stakeholder dapat merusak keseimbangan. Pendapat yang hampir sama disampaikan Muller yang mengusulkan istilah *magic pentagon* yang merupakan keseimbangan antara elemen pariwisata, dimana tidak ada satu faktor atau *stakeholder* yang mendominasi.

Prinsip dasar pembangunan pariwisata berkelanjutan menurut Sharpley (2000) yang mengacu pada prinsip dasar pembangunan berkelanjutan. Pendekatan yang holistik sangat penting. Untuk diterapkan secara umum, pada sistem pariwisata itu sendiri dan khusus pada individu di daerah tujuan wisata atau sektor industri. Selama ini meskipun pariwisata diterima dan terintegrasi dalam strategi pembangunan nasional dan lokal, namun fokus utama pembangunan pariwisata berkelanjutan masih ke arah *product center*. Tidak heran jika pada tingkat operasional sulit mengatur penerimaan yang kompleks, fragmentasi, pembagian multisektor dari keuntungan pariwisata secara alamiah. Oleh karenanya menurut Fors (dalam Sharpley, 2000:9), pariwisata berkelanjutan dalam prakteknya cenderung terfokus eksklusif setempat, proyek pembangunan relatif berskala kecil, jangkauannya jarang melebihi wilayah/lingkungan lokal atau regional, atau sebagai sektor industri yang spesifik/khusus. Pada saat yang bersamaan, sektor yang berbeda dari industri pariwisata mengalami perkembangan dalam berbagai tingkat, mengadopsi kebijakan lingkungan dan meski kecil telah menunjukkan

filosofi bisnis dan pembangunan yang mengarah pada prinsip-prinsip keberlanjutan antarindustri. Menurut Sharpley peningkatan kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan sangat tergantung pada variasi faktor politik ekonomi yang dapat menghalangi diterapkannya pembangunan pariwisata berkelanjutan.

Aronsson (2000:40), mencoba menyampaikan beberapa pokok pikiran tentang interpretasi pembangunan pariwisata berkelanjutan, yaitu 1) pembangunan pariwisata berkelanjutan harus mampu mengatasi permasalahan sampah lingkungan serta memiliki perspektif ekologis, 2) pembangunan pariwisata berkelanjutan menunjukkan keberpihakannya pada pembangunan berskala kecil dan yang berbasis masyarakat lokal/setempat, 3) pembangunan pariwisata berkelanjutan menempatkan daerah tujuan wisata sebagai penerima manfaat dari pariwisata, untuk mencapainya tidak harus dengan mengeksploitasi daerah setempat, 4) pembangunan pariwisata berkelanjutan menekankan pada keberlanjutan budaya, dalam hal ini berkaitan dengan upaya-upaya membangun dan mempertahankan bangunan tradisional dan peninggalan budaya di daerah tujuan wisata.

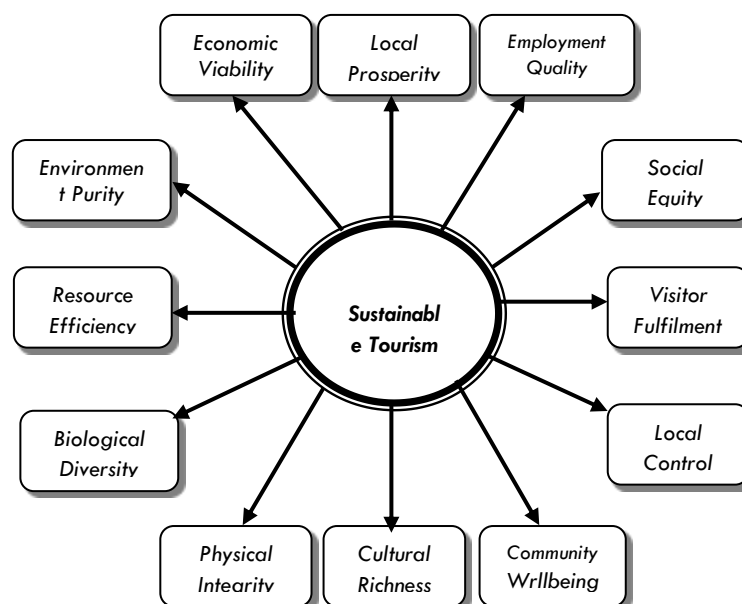
Pembangunan pariwisata berkelanjutan atau *Sustainable Tourism Development* menurut Yaman dan Mohd (2004:584) ditandai dengan empat kondisi yaitu: 1) anggota masyarakat harus berpartisipasi dalam proses perencanaan dan pembangunan pariwisata, 2) pendidikan bagi tuan rumah, pelaku industri dan pengunjung/wisatawan, 3) kualitas habitat kehidupan liar,

penggunaan energi dan iklim mikro harus dimengerti dan didukung, 4) investasi pada bentuk-bentuk transportasi alternatif.

Sedangkan indikator yang dikembangkan pemerintah RI tentang pembangunan pariwisata berkelanjutan (Anonim, 2000) adalah: 1) kesadaran tentang tanggungjawab terhadap lingkungan, bahwa strategi pembangunan pariwisata berkelanjutan harus menempatkan pariwisata sebagai *green industry* (industri yang ramah lingkungan), yang menjadi tanggungjawab pemerintah, industri pariwisata, masyarakat dan wisatawan, 2) peningkatan peran pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata, 3) kemantaban/keberdayaan industri pariwisata yaitu mampu menciptakan produk pariwisata yang bisa bersaing secara internasional, dan mensejahterakan masyarakat di tempat tujuan wisata, 4) kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang bertujuan menghapus/meminimalisir perbedaan tingkat kesejahteraan wisatawan dan masyarakat di daerah tujuan wisata untuk menghindari konflik dan dominasi satu sama lain. Hal ini juga didukung dengan memberi perhatian/pengembangan usaha skala kecil oleh masyarakat local.

Sebagai sebuah industri, kepariwisataan juga telah mengadopsi konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan yang didefinisikan sebagai: “*Tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities*” (UNWTO dan UNEP, 2005). Definisi pariwisata berkelanjutan di atas secara eksplisit memandang kepariwisataan harus mempertimbangkan secara

penuh berbagai dampak pada dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan saat ini dan di masa depan, dengan tidak mengabaikan kebutuhan wisatawan, industri, lingkungan serta masyarakat lokal. Secara spesifik dalam rangka mewujudkan *sustainable community based tourism development* (SCBTD) pembangunan pariwisata berkelanjutan ditujukan untuk mencapai 12 sasaran seperti terlihat pada Gambar 2.6 berikut.



Gambar 2.6
Sasaran Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan
 Sumber: UNWTO dan UNEP

Telaah secara cermat dari Gambar 2.6 memperlihatkan ketiga dimensi pembangunan berkelanjutan – ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan – secara terpisah ataupun secara bersama terliput pada seluruh sasaran dari pembangunan pariwisata yang berkelanjutan.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) berlandaskan pada upaya pemberdayaan (*empowerment*), baik dalam arti

ekonomi, sosial, maupun kultural merupakan suatu model pariwisata yang mampu merangsang tumbuhnya kualitas sosio-kultural dan ekonomi masyarakat serta menjamin kelestarian lingkungan.

Menurut Yoeti (2008), pariwisata berkelanjutan merupakan pertemuan kebutuhan wisatawan dan daerah tujuan wisata dalam usaha menyelamatkan dan memberi peluang untuk menjadi lebih menarik lagi di waktu yang akan datang. Hal ini merupakan suatu pertimbangan sebagai ajakan pemerintah agar semua sumber daya yang ada dapat dimanfaatkan di waktu yang akan datang untuk tujuan ekonomi, sosial, keindahan yang dapat dijadikan daya tarik dengan memelihara integritas keanekaragaman budaya yang ditunjang sistem kehidupan.

Pembangunan pariwisata berkelanjutan yang dikedepankan oleh *World Tourism Organization* (WTO) dalam Pitana (2002), terdapat tiga prinsip yang harus diperhatikan, yaitu sebagai berikut.

1) *Ecologycal sustainability*

Sebuah pembangunan pariwisata berkelanjutan harus didukung Keberlanjutan dalam hal pemanfaatan sumber daya alam (ekologi) sebagai pendukung. Dalam hal ini yang dimaksud adalah mampu mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan fisik akibat aktivitas wisatawan *Ecologycal sustainability*.

Sebuah pembangunan pariwisata berkelanjutan harus didukung Keberlanjutan dalam hal pemanfaatan sumber daya alam (ekologi) sebagai pendukung. Dalam hal ini yang dimaksud adalah mampu mengurangi dampak negatif

terhadap lingkungan fisik akibat aktivitas wisatawan melalui penentuan kapasitas yang terbatas (*carrying capacities*) pada daya tarik wisata tersebut.

2) *Economic sustainability*

Keberlanjutan dalam bidang ekonomi yang mampu menguntungkan masyarakat lokal, wisatawan, dan pelaku bisnis pariwisata dalam daya tarik wisata tersebut.

3) *Social and cultural sustainability*

Keberlanjutan dalam bidang sosial, dimana diharapkan masyarakat lokal berpartisipasi dalam pembangunan yang berkelanjutan tersebut. Baik itu dalam merencanakan, menjalankan, dan mengawasi jalannya sebuah pembangunan tersebut, sehingga masyarakat mampu memilah hal-hal baik maupun buruk yang masuk dalam tatanan sosial masyarakatnya. Keberlanjutan budaya akibat interaksi dengan wisatawan yang memiliki gaya hidup, kebiasaan dan tradisi yang berbeda dengan masyarakat lokal. Diperlukan tindakan pencegahan terhadap distorsi budaya yang dimiliki masyarakat lokal sehingga budaya lokal tetap berkelanjutan.

Bentuk pembangunan pariwisata seperti ini didasarkan pada keberhasilan mengembangkan aspek ekonomi dengan wawasan pemeliharaan lingkungan. Berdasarkan definisi yang diberikan oleh WTO mengenai pembangunan kepariwisataan yang berkelanjutan menunjukkan adanya keserasian antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan estetika di satu pihak dan mempertahankan integritas budaya, proses ekologi esensial, keanekaragaman hayati, dan sistem penunjang kehidupan pada lain pihak.

Beberapa persyaratan yang harus dipenuhi untuk menjamin keberlanjutan pariwisata menurut Damanik dan Weber (2006), yaitu sebagai berikut.

- 1) Wisatawan mempunyai kemauan untuk mengonsumsi produk jasa dan jasa wisata secara selektif, dalam arti bahwa produk tersebut tidak diperoleh dengan mengeksploitasi secara eksekif sumberdaya pariwisata setempat.
- 2) Produk wisata didorong ke produk berbasis lingkungan (*green product*).
- 3) Kegiatan wisata diarahkan untuk melestarikan lingkungan dan peka terhadap budaya lokal.
- 4) Masyarakat harus dilibatkan dalam perencanaan, implementasi dan monitoring pengembangan pariwisata.
- 5) Masyarakat juga harus memperoleh keuntungan secara adil dari kegiatan pariwisata.
- 6) Posisi tawar masyarakat lokal dalam pengelolaan sumber daya pariwisata semakin meningkat.

Untuk mencapai tujuan pariwisata yang berkelanjutan, baik secara ekonomi, sosial-budaya, dan lingkungan, pengelola wajib melakukan manajemen sumber daya yang efektif. Selain itu kita semua hendaknya dapat mengubah sikap dan berkemauan keras, agar apa yang kita miliki sekarang ini tidak menghabiskan semua sumber daya pariwisata yang ada tanpa mempertimbangkan kehidupan pariwisata di waktu yang akan datang.

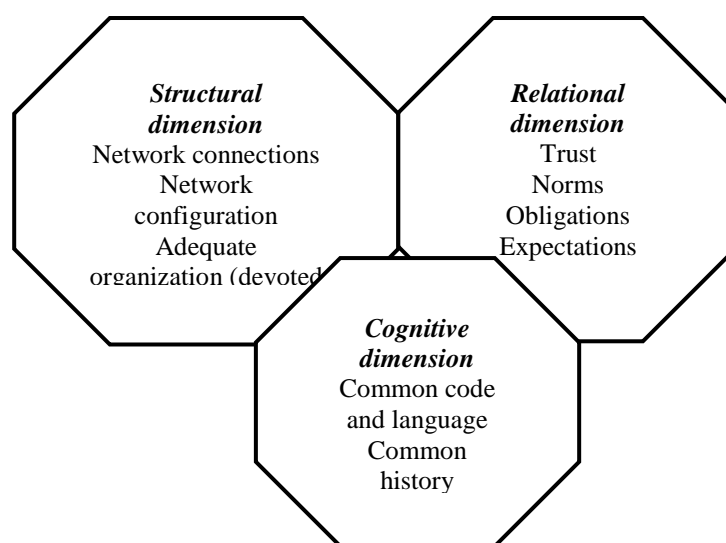
2.10 Hubungan Peran Pemerintah, Peran Desa Adat, Modal Sosial, CBT, dan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Hasil penelitian Yuliarmi *et al.* (2014) menjelaskan bahwa modal sosial dapat memperkuat peran sosial, budaya, dan keuangan dari lembaga adat untuk meningkatkan keberdayaan IKRT (Industri Kerajinan Rumah Tangga). Kuatnya norma dan kepercayaan, yang merupakan indikator modal sosial, ternyata dapat memperkuat peran lembaga adat. Salah satu bentuk lembaga adat di Bali adalah *dasa* adat. Norma mencerminkan perilaku yang mendukung serta menjunjung tinggi nilai-nilai sosial kemasyarakatan. Semakin tinggi tingkat kepercayaan seseorang atau sekelompok orang dengan setiap orang atau kelompok yang diajak berinteraksi mencerminkan semakin tingginya modal sosial. Kepercayaan yang tinggi yang diberikan kepada pemuka adat dalam mengemban tugas adat mencerminkan tingginya modal sosial.

Manusia dalam mengembangkan kegiatan sosial selalu memerlukan sarana dalam berkomunikasi satu sama lainnya. Manusia sebagai individu selalu juga akan berusaha mengembangkan kemampuan untuk bisa mengadaptasikan dirinya dalam bekerja sama dalam sebuah organisasi. Maka, pola kerja sama yang terorganisir, teratur berdasarkan tujuan tertentu yang saling terkait satu sama lainnya sangat ditentukan oleh tingkat kedalaman dari pola hubungan tersebut (Corodeanu, 2010).

Jaringan (*Networking*) adalah salah satu dari aspek *social capital* yang berfungsi dalam menggerakkan organisasi dalam menuju sasaran akhir kegiatan

produksi yang diterima sebagai *benefit* dalam kebersamaan. Meskipun *networking* merupakan komponen penting dalam menggerakkan potensi modal sosial, namun *networking* selalu memerlukan dua aspek modal sosial lainnya agar dapat menggerakkan modal sosial dalam aktivitas produksi pada masyarakat.



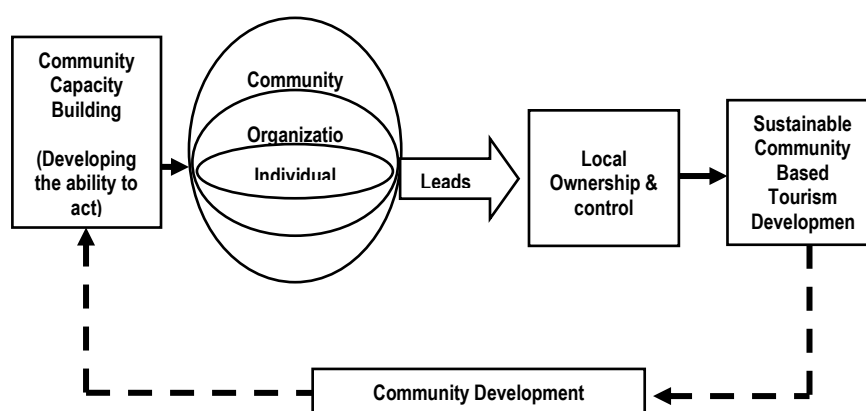
Gambar 2.7
Dimensi Sosial Capital
 Sumber: Coredeanu, 2010

Peran *networking* dalam masyarakat serta potensi pengembangannya akan sangat ditentukan oleh komposisi dan karakter demografi serta kondisi sosial ekonomi masyarakat serta struktur sosial masyarakat. Keberadaan modal sosial akan mampu mewujudkan nilai tambah dan keuntungan bagi masyarakat, apabila ketiga komponen dapat berjalan bergandengan (lihat Gambar 2.7), yaitu mencakup *structural dimension*, *cognitive dimension* serta *relational dimension*.

Dengan demikian, fungsi *networking* dalam upaya mewujudkan potensi modal sosial pada masyarakat adalah untuk mewujudkan *better corporation efforts*, *sharing knowledge* dan *information* yang dikembangkan dalam rangka

meningkatkan kemampuan daya saing serta kemampuan profesionalisme untuk mampu mencitrakan produksi yang *low cost* (Hamzah dan Khalifah, 2012).

Berdasarkan kolaborasi yang dibangun atas komponen modal sosial di atas, diharapkan dapat diperoleh fondasi dalam mewujudkan *Community Based Tourism* (CBT) yang dikelola dan dikendalikan oleh komunitas lokal (Hamzah & Khalifah, 2010). Selanjutnya berdasarkan Gambar 2.8, dalam rangka mewujudkan *Sustainable Community Based Tourism Development* (SCBTD) dipetakan proses tahapan *community development* melalui pemberdayaan *capacity building* sebagai syarat bahwa pengelolaan industri pariwisata berbasis komunitas dapat mewujudkan daya saing berkelanjutan yang ditentukan oleh aspek keberlanjutan, *low cost*, dan *society beneficial* (Taylor, 2006).



Gambar 2.8
Proses Pengembangan *Capacity Building*
 Sumber: Hamzah dan Khalifah (2010)

Berdasarkan Gambar 2.8, diharapkan dapat diwujudkan pariwisata berbasis masyarakat melalui pengembangan potensi kemasyarakatan; terkait di dalamnya struktur hubungan individu, organisasi dan masyarakat yang digerakkan sebagai pemilik (*ownership*) dari pengelolaan industri wisata, yang diharapkan di

kemudian dapat membentuk *Sustainable Community Based Tourism Development* (SCBTD).

Pariwisata sebagai kegiatan yang berdimensi ekonomi, dikelompokkan dalam dua bagian besar. Pertama, sisi permintaan pasar, yang digerakkan oleh komponen wisatawan yang berwisata ke destinasi wisata tertentu. Kedua, sisi penawaran (*supply*) yang juga disebut sebagai *business activity area*.

Pengembangan industri pariwisata melibatkan sumber daya terampil dalam jasa pelayanan pariwisata mencakup empat komponen pelayanan yaitu *accommodation, real, excursion and tours* serta *food and beverage*. Pertama, keterkaitan antara sumber daya dan bisnis industri pariwisata sebagaimana dikaji oleh Claridge (2004), menyajikan pendekatan modal sosial pada pengembangan komunitas dalam rangka penataan industri pariwisata. Pada intinya, pendekatan *social capital* adalah melaksanakan pengembangan sumber daya manusia melalui potensi *networking* mencakup *bonding, bridging* dan *linkage* (Cavaye, 2000, Jamieson, 2011).

Kedua, *social capital* dapat melakukan penelusuran melalui konsep trust yang menjadi fondasi dasar dalam rangka perekatan antar komunitas dalam kebersamaan, di mana semua orang yang tergabung dalam komunitas mendapatkan bagian dari manfaat dari kegiatan belanja pariwisata, sehingga kehadiran wisatawan dapat memberi dampak kesejahteraan bagi komunitas. Berdasarkan pemberdayaan dan dampak ekonomis dalam kerangka *better together* untuk dikemudian dapat dikondisikan untuk mencapai *sustainable community-based tourism* (SCBT), Noya dan Clarence (2009).

Ketiga, adalah *norms* atau tradisional yang dapat difungsikan sebagai daya tarik budaya dan atraksi untuk kepentingan *entertainment* pariwisata dengan keunikan tertentu, tanpa memberi dampak negatif kepada budaya lokal. Proses komunikasi dan pertautan antara budaya lokal dan budaya baru yang dibawa para wisatawan, tidak menjadikan nilai-nilai tradisi lokal menjadi rusak, tetapi seharusnya dapat berkembang dinamis sejalan dengan kemajuan bidang ekonomi yang dicapai dengan kehadiran wisatawan sebagai pemicu.

Begitu pula dengan sektor pariwisata, dalam segi peningkatan sumber daya wisata pun diperlukan modal sosial yang baik antara unsur-unsur penggerak sektor wisata. Salah satu modal sosial yang dibutuhkan untuk mendukung keberhasilan dan keberlanjutan suatu pengembangan wisata alam adalah adanya jaringan sosial yang terjalin antar-*stakeholders* yang terlibat (Lyon dalam Rachmawati, dkk, 2011). Hal-hal yang dapat mempengaruhi terbentuknya jaringan sosial adalah adanya hubungan baik antar-*stakeholders* yang terlibat (Weiler dan Laing dalam Rachmawati, dkk, 2011).

Soekanto dalam Rachmawati, dkk (2011) menyatakan hubungan baik antar-*stakeholders* yang juga bisa disebut interaksi sosial tersebut juga sebagai proses sosial yang terjadi apabila terdapat kontak sosial dan komunikasi antarpihak yang terlibat. Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial dan merupakan hubungan yang dinamis yang menyangkut hubungan antar individu, antar kelompok dan antara individu dan kelompok.

Suatu kontak dapat bersifat positif atau negatif. Kontak sosial yang bersifat positif mengarah pada kerja sama, sedangkan yang bersifat negatif

mengarah pada suatu pertentangan atau bahkan sama sekali tidak menghasilkan suatu interaksi sosial. Suatu kontak dapat pula bersifat primer atau sekunder. Kontak primer terjadi apabila yang mengadakan hubungan langsung bertemu dan berhadapan muka. Sebaliknya, kontak yang sekunder memerlukan suatu perantara. Komunikasi adalah proses ketika seseorang memberikan tafsiran pada perilaku orang lain (yang berwujud pembicaraan, gerak badaniah, atau sikap), perasaan-perasaan apa yang ingin disampaikan oleh orang tersebut. Orang yang bersangkutan kemudian memberikan reaksi terhadap perasaan yang ingin disampaikan oleh orang lain tersebut (Soekanto dalam Rachmawati, dkk, 2011).

Pada suatu kawasan obyek wisata yang kewenangan pengelolaannya dilakukan oleh beberapa pihak yang berbeda bisanya mengalami kesulitan dalam pengembangan pariwisata. Pada kenyataannya sering kali dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata interaksi sosial maupun koordinasi dalam bentuk kolaborasi antar-*stakeholders* yang mempunyai kewenangan belum sepenuhnya terjalin. Hal tersebut terjadi karena belum ada paket kerjasama dan kolaborasi yang terjadi diantara mereka. Ini terjadi karena sering terjadi miskomunikasi diantara mereka sehingga kerjasama yang akan dijalankan tidak terrealisasikan. Kolaborasi antar-*stakeholders* yang minim menyebabkan pengembangan pariwisata yang dilakukan berjalan sendiri-sendiri dan mengakibatkan ketidakefisienan dalam pengembangan pariwisata. Selain itu peran dan partisipasi masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata biasanya kurang dilibatkan.

2.11 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat dianggap relevan dengan penelitian ini, khususnya tentang pengembangan pariwisata berbasis masyarakat demi mewujudkan pariwisata berkelanjutan, dengan menyimak peran pemerintah, peran desa adat, serta modal sosial.

Wijaya (2008) melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Pengembangan Desa Wisata Tenganan Pegringsingan, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem”. Penelitian ini dikembangkan karena adanya kejenuhan terhadap jenis kepariwisataan yang selama ini telah dikembangkan, yaitu pariwisata massal, yang merusak lingkungan dan juga sosial budaya masyarakat. Sehingga untuk mengantisipasi dampak negatif dari pariwisata massal, maka dikembangkanlah pariwisata alternatif, yakni pariwisata pedesaan. Penelitian ini berlokasi di Desa Tenganan Pegringsingan. Potensi wisata yang dimiliki desa Tenganan adalah panorama persawahan, bangunan bersejarah, suasana perkampungan, perumahan penduduk, kesenian tradisional, sistem kelembagaan dan sistem sosial kemasyarakatan. Adapun hasil penelitiannya adalah perlunya dikembangkannya jenis wisata agro dan juga wisata budaya.

Hasil penelitian Aristyawati (1991) tentang “Potensi Bendungan Palasari sebagai objek wisata di Kabupaten Jembrana” menyatakan bahwa penduduk desa Palasari menyambut hangat program pemerintah setempat yang berencana mengembangkan Bendungan Palasari menjadi sebuah objek wisata dan program inipun akan berhasil dengan baik apabila ada kesatuan pendapat antara masyarakat, aparat desa, dan pemerintah daerah setempat. Penyediaan fasilitas

yang baik dan lengkap akan menyenangkan pelancong dan wisatawan yang akan datang ke Bendungan Palasari; adanya aksesibilitas baik sarana maupun prasarana yang tersedia di sekitar wilayah tersebut.

Penelitian lain dari Puja Astawa *et al.* (2002) juga berkaitan dengan pemberdayaan masyarakat pada bidang pariwisata, dengan judul “Pola Pengembangan Pariwisata Terpadu Bertumpu Pada Model Pemberdayaan Masyarakat di Wilayah Bali Tengah”. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa berdasarkan profil wilayah Bali Tengah yang pada dasarnya mencerminkan satu kesatuan sosial budaya dan lingkungan agraris, maka ditetapkan “Pariwisata Subak” sebagai model hipotetik bagi pengembangan pariwisata yang berbasis potensi sosial budaya dan ekologi pertanian yang dalam pengelolaannya mengutamakan peran serta masyarakat setempat sehingga mampu memberikan manfaat kesejahteraan bagi masyarakat serta pelestarian budaya dan lingkungan setempat. Jenis-jenis potensi yang dapat dikembangkan sebagai daya tarik atau objek wisata, meliputi (1) potensi ekologis yang terdiri dari ekologi persawahan, perkebunan, hutan, sungai, mata air dan pegunungan; (2) potensi sosial budaya dari berbagai aspek kehidupan budaya petani masyarakat pedesaan; (3) revitalisasi dan konservasi kebudayaan lokal, yang ditandai dengan dibangkitkannya kembali berbagai jenis tradisi yang belakangan ini semakin terancam keadaannya, serta semakin mantap dan terpeliharanya keberadaan desa adat yang sangat penting artinya bagi ketahanan pangan dan pelestarian lingkungan setempat; (4) meningkatkan perhatian dan kepedulian masyarakat terhadap pemeliharaan dan penyelamatan peninggalan budaya masa lalu; (5) pengelolaan desa wisata

dilakukan melalui kerjasama terpadu antara masyarakat sebagai pemegang peran sentral, pengusaha pariwisata sebagai mitra usaha dan pemerintah sebagai fasilitator dan sekaligus sebagai control terhadap pengembangan pariwisata setempat.

Lebih spesifik lagi hasil penelitian Parining *et al.* (2001) yang berjudul “Studi tentang implementasi Konsep Pariwisata Kerakyatan di Bali”, menyatakan bahwa beberapa pedoman yang bisa dijadikan model dalam pengembangan ke depan, yaitu (1) skala kecil; (2) kandungan impor rendah; (3) pemberdayaan masyarakat; (4) bisnis yang ramah lingkungan; (5) dasar pengembangan pariwisata ke depan adalah mengutamakan potensi *ecotourism* yang dimiliki oleh masing-masing kabupaten, tanpa mengganggu keaslian alam itu sendiri; (6) respon masyarakat lokal sangat “*welcome*” kepada penduduk pendatang, namun jumlahnya sebaiknya diatur dan tidak terlalu banyak, karena masyarakat lokal sudah merasa rusak dengan meningkatkan kriminalitas dan keamanan desa wisata sudah mulai terganggu; (7) belum adanya pemerataan pengetahuan di kalangan fungsionaris desa mengenai peraturan perundang-undangan tentang kepariwisataan dan peraturan perundang-undangan lainnya yang terkait dengan penerapan asas pelestarian lingkungan; (8) belum adanya pemerataan pengetahuan dikalangan pengusaha pariwisata mengenai keharusan menerima tenaga kerja setempat sesuai perda nomor 8 Tahun 1999; (9) belum adanya sanksi yang termuat di dalam kebijakan kepariwisataan bagi pelanggarnya sehingga masyarakat lokal belum terlindungi haknya; (10) perlu sosialisasi mengenai ajaran Agama Hindu yang sesuai dengan ajaran kitab suci Weda, supaya terjadi

keseimbangan antara tatwa, etika dan upacara, sehingga tenaga kerja etnis Bali yang beragama Hindu bisa *go* nasional dan internasional; (11) Supaya terjadi pembenahan bagi aturan desa adat yang masih memiliki aturan “kaku”, sehingga bisa menguntungkan semua warga yang mengempon aturan tersebut dan mendorong warganya untuk berprestasi tanpa ketakutan akan kesepekang oleh desa adatnya sendiri; (12) Perlu diadakan penyempurnaan Perda Pariwisata Budaya dengan memuat secara konsisten asas-asas pariwisata kerakyatan yang telah tertuang dalam peraturan perundang-undangan yang lebih tinggi seperti GBHN 1999, UU No.9 Tahun 1990, dan PP No. 67 Tahun 1996.

Penelitian Pitana *et al.* (2000) tentang “Daya Dukung Bali Dalam Kepariwisataan (Kajian Dari Aspek Lingkungan dan Sosial Budaya)” menyatakan, antara lain (1) apabila laju pertumbuhan penduduk maupun kehadiran dari imigran tidak dapat dikendalikan maka daya tampung terhadap kehadiran wisatawan akan semakin menurun dan pada tahun 2010 Bali tidak lagi menerima kehadiran wisatawan karena telah krisis sumber daya lahan dan air, (2) masyarakat Bali sangat “*welcome*” atas kehadiran wisatawan, dan dari segi sosial budaya kehadiran wisatawan masih dapat ditingkatkan jumlahnya sepanjang kehadiran migran luar daerah dapat dikendalikan, khususnya migran yang tidak mempunyai ketrampilan, (3) sampai dengan tahun 2005 sarana akomodasi (kamar) yang tersedia untuk kebutuhan wisatawan baik dari kelas melati maupun hotel bintang lima sudah mencukupi bahkan telah melampaui kebutuhan, yang memungkinkan hanya pondok wisata/*homestay*, yang ada dipedesaan yang dimiliki oleh masyarakat pedesaan. Sesuatu yang perlu diupayakan adalah

peningkatan diversifikasi objek dan daya tarik wisata yang lebih banyak menampilkan produk lokal dan kearifan lokal, dengan tetap menjaga konservasi budaya dan lingkungan, (4) Posisi Bali yang sangat strategis dengan dukungan infrastruktur yang memadai pada era mondial mendatang akan berakibat pada perubahan fungsi lahan yang apa bila tidak dikendalikan melalui perencanaan yang menyeluruh dan integratif dalam suatu sistem akan bermuara pada berbagai kebijakan yang akan menjadi bumerang bagi tujuan pembangunan Bali dan, (5) Pada sisi lain kepentingan dan adanya kewenangan dalam pelaksanaan otonomi daerah yang diartikan dengan sempit, diperkirakan akan memperkuat ego sektoral yang semata-mata didasarkan atas pertumbuhan ekonomi (peningkatan PAD), sehingga persaingan yang tumbuh akan semakin menghalalkan segala cara khususnya dalam pemanfaatan sumber daya, khususnya lahan dan air, oleh karenanya dalam perencanaan Bali ke depan sudah sepatutnya memperhatikan lahan dan air yang tersedia untuk dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan memperhatikan aspek kelestarian untuk kesejahteraan bersama.

Wahyu Astiti (2008) juga melakukan penelitian tentang “Faktor yang Mempengaruhi Penurunan Jumlah Kunjungan Wisatawan Di Bagus Agro Pelaga Desa Pelaga, Kecamatan Petang, Kabupaten Badung” menyatakan bahwa faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah kunjungan wisatawan di Bagus Agro Pelaga menunjukkan bahwa secara keseluruhan dimensi pelayanan yang dituangkan pada faktor produk, harga, orang, tempat, proses, fisik dan promosi merupakan faktor utama yang memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelayanan yang diberikan di Bagus Agro Pelaga dan akan berimplikasi

kepada jumlah kunjungan yang mengalami penurunan sesuai dengan tingkat kepuasan pelayanan yang diperoleh wisatawan selama berkunjung ke Bagus Agro Pelaga.

Hasil penelitian Bawa *et al.* (2001) mengenai studi keunggulan Sumber Daya Manusia (SDM) Bali di bidang Pariwisata menyatakan bahwa: (1) Keunggulan SDM etnis Bali di bidang Pariwisata diberbagai jenjang jabatan ternyata sebagian besar terletak pada aspek-aspek pribadi yang lebih banyak merupakan sifat-sifat bawaan (*personal quality*) dan kemampuan dalam berkerjasama dengan orang lain (*human relation*); (2) Tidak dapat keunggulan atau kelebihan yang menonjol di bidang- bidang yang ada hubungannya dengan kemampuan konseptual (*conceptual skill*) dan kemampuan teknis (*technical skills*) yang justru sebenarnya lebih banyak diperoleh melalui pendidikan, pelatihan dan pengalaman di lapangan; dan (3) SDM etnis bali juga memiliki sejumlah kelemahan terutama yang berhubungan dengan aspek-aspek manajerial dan aspek bisnis lainnya, sehingga apabila dilihat dari jenjang jabatannya keunggulan SDM etnis Bali lebih banyak pada tingkat pelaksana, untuk itu perlu adanya kebijakan pengembangan SDM yang lebih terarah agar nantinya benar-benar dapat menghasilkan tenaga-tenaga yang profesional terutama sekali untuk jabatan-jabatan pimpinan dan pelaku bisnis pariwisata.

Palguna (2001) melalui hasil penelitiannya yang berjudul “Dinamika Masyarakat Menuju *Civil Society* di objek Wisata Alas Kedaton Kabupaten Tabanan” menempatkan pemerintah sebagai fasilitator dan pengambil keputusan. Di pihak lain, masyarakat memajukan kemandirian beraktivitas dan

mensejahterakan masyarakatnya sendiri mengimbangi bentuk intervensi pemerintah.

Sebagai perbandingan, hasil penelitian Fandeli dan Raharja (2002), tentang “Potensi dan Peluang Kawasan Pedesaan Sebagai Daya Tarik Wisata (Studi Kasus di Pedusunan Tunggalurum, Wonokerto, Turi, Sleman). Berdasarkan analisis SWOT digambarkan bahwa kekuatan yang dimiliki oleh Tunggalurum adalah suasana pedesaan yang lebih alami, keanekaragaman daya tarik wisata, berbasis salak pondih, peninggalan sejarah dan tata cara hidup masyarakat setempat. Sedangkan kelemahannya adalah masih kurangnya prasarana terutama jalan masuk dan lembaga pariwisata lokal yang belum terbentuk. Sisi peluang yang dimiliki dan ancaman yang dihadapi adalah dekat dengan kawasan hutan dan adanya persaingan dengan desa-desa yang berbasis agrowisata.

Penelitian Marriton *et al.* (2010) menyebutkan dalam pariwisata berkelanjutan yang sebelumnya telah menulis tentang promosi berbasis masyarakat-pariwisata sebagai sarana untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan. Beberapa peneliti telah menyebutkan bahwa pariwisata berbasis masyarakat, dengan sendirinya, tidak selalu mengarah pada praktek-praktek berkelanjutan. Penelitian ini menguji lokal sosial elemen interaksional yang diperlukan untuk pencapaian kegiatan pariwisata. Penelitian bertujuan untuk meneliti aspek modal sosial masyarakat yang memberi pengaruh bagi pariwisata. Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh Marriton adalah teknik wawancara dengan informan kunci dan observasi partisipatif. Studi menunjukkan adanya faktor ekonomi, sosial dan lingkungan yang berkelanjutan dipengaruhi

oleh lembaga masyarakat dan pembangunan masyarakat. Faktor kunci yang ditemukan adalah adanya interaksi antar lembaga masyarakat; menyangkut hubungan intra dan ekstra-komunitas yang kuat, komunikasi terbuka, partisipasi, keadilan distributif dan toleransi. Hal ini sesuai dengan modal sosial dalam bentuk *networking* mempengaruhi pembangunan berkelanjutan.

Pariwisata berbasis masyarakat mengacu pada usaha-usaha lokal yang bertujuan untuk perencanaan, pengembangan dan pengelolaan yang berkaitan dengan peluang pariwisata (Murphy, 1983; Prentice, 1993; Simmons, 1994 dalam Marrison *et al.*, 2010). Upaya masyarakat untuk meningkatkan pariwisata dan sumber daya alam dapat memberi manfaat potensi pariwisata untuk penduduk lokal. Hubungan pariwisata berbasis masyarakat telah banyak diteliti. Pariwisata yang berbasis masyarakat lokal dapat memberi manfaat ekonomi (Madu, 1999; Slee, Farr, dan Snowdon, 1997; Wunder, 2000 dalam Marrison *et al.*, 2010). Dampak ekonomi pariwisata menimbulkan partisipatif keadilan/demokratisasi, pemberdayaan dan rasa memiliki (Cole, 2006; Gunn, 1988; Prentice, 1993; Schveyvens, 1999; Sharpley dan Telfer, 2002; Simmons, 1994; Tao dan Wall, 2009).

Penelitian Baksh *et al.* (2013) tentang kajian aplikasi modal sosial terhadap *Community-Based Tourism* (CBT), di wilayah Tambaksari Kabupaten Pasuruan Jawa Timur. Berdasarkan model analisis SEM dan *Path* yang digunakan pada penelitian tersebut, untuk melihat kemungkinan peningkatan peran destinasi wisata ecotourism dalam melihat peranan *network* (X1) terhadap *ecotourism development* (Y). Pembentukan ecotourism berbasis *social capital*

juga dipetakan melalui persepsi *trust* (X2), *Norm* (X3) dan *society participation* (X4). Jika dilihat dari peran masing-masing komponen *social capital*, tampak bahwa *network* memiliki kontribusi pembentukan *ecotourism development* (Y) sebesar 0,547 disusul oleh *social participation* (X4) sebesar 0,266, dilanjutkan oleh *trust* (X2) sebesar 0,076 dan terakhir adalah *norm* (X3) adalah sebesar 0,022. Konsep kepariwisataan dibangun atas dasar konservasi alam dan lingkungan pada kawasan hutan lindung Gunung Arjuno. Penelitian yang dilakukan oleh Baksh *et al.* (2013), mempergunakan pendekatan *Structural Equation Model* (SEM) yang dapat memetakan pola hubungan bersifat langsung atau pengaruh tidak langsung dari sejumlah variabel yang diteliti. Ternyata komponen *social capital* yang diteliti mencakup *network*, *trust*, *norm* dan *participation* memiliki pola hubungan tidak langsung, dimana keberadaan dan pengembangan *ecotourism* Tambaksari tidak memberi dampak pada aspek pembentukan modal sosial. Meskipun demikian, penelitian Baksh *et al.* (2013) menunjukkan bahwa pengembangan *ecotourism* Tambaksari dipengaruhi secara signifikan oleh variabel *networking* dan *local community participation*, meski belum dapat ditentukan peluang dalam mewujudkan *social capital* di wilayah penelitian, karena masih harus diperlukan variabel *trust* dan *norms* dalam mewujudkan arah terwujudnya *community based tourism* di wilayah penelitian Tambaksari Pasuruan Jawa Timur.

Penelitian Okazaki (2008) menunjukkan adanya partisipasi masyarakat dalam proses perencanaan pariwisata yang menganjurkan cara menerapkan pariwisata berkelanjutan. Partisipasi masyarakat, termasuk 'tingkat partisipasi warga, kekuatan redistribusi, proses kolaborasi dan modal sosial menjadi

perhatian dalam penelitian ini. Teori pariwisata berbasis masyarakat (CBT) digunakan oleh Okazaki. Model CBT diterapkan dalam studi kasus di Palawan, Filipina, di mana masyarakat adat sebelumnya memulai proyek ekowisata berbasis masyarakat. Proyek ini menghasilkan sejumlah masalah, termasuk konflik dengan para pemangku kepentingan non-pribumi. Pendekatan partisipasi masyarakat telah lama dianjurkan sebagai bagian integrasi bagian dari pembangunan pariwisata berkelanjutan. Hal ini dipertimbangkan bahwa pendekatan CBT dapat meningkatkan daya dukung masyarakat, mengurangi dampak negatif pariwisata, sekaligus meningkatkan dampak positif secara ekonomi, sosial, budaya dan lingkungan (Haywood, 1988; Jamal dan Getz, 1995; Murphy, 1985 dalam Okazaki, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Egbali *et al.* (2010) menyebutkan tujuan yang paling penting dari pengembangan pariwisata adalah pembangunan ekonomi dan sosial daerah wisata. Desa wisata memainkan peran penting ekonomi daerah pedesaan di negara-negara maju. Efek positif dari pariwisata adalah adanya peningkatan pendapatan, pekerjaan dan sumber daya ekonomi baru bagi masyarakat lokal; membantu mengurangi kekuatan yang tidak seimbang dalam bidang sosial, menyediakan kesempatan kerja; menjaga populasi regional dan koefisien keragaman yang tinggi, menghidupkan kembali budaya lokal, meningkatkan martabat nasional dan kepercayaan diri, melestarikan sumber daya alam dan budaya (Ghaderi, 2004 dalam Egbali *et al.*, 2010). Dampak negatif yang ditimbulkan oleh adanya pariwisata dapat memberi dampak pada inflasi harga

lokal; partisipasi masyarakat berkurang (akibat disibukkan oleh adanya kegiatan pariwisata); kerusakan lingkungan akibat dibangunnya sarana akomodasi.

Terdapat 3 (tiga) aspek perubahan yang dapat ditimbulkan akibat pariwisata yaitu: perubahan penggunaan sumber daya; perubahan ekonomi dan polusi udara. Dampak ekonomi yang ditimbulkan oleh adanya pariwisata dipedesaan (Egbali *et al.*, 2010), antara lain sebagai berikut.

1. Pariwisata menciptakan lapangan pekerjaan, peningkatan sumber daya ekonomi dan pajak.
2. Menimbulkan masuknya modal asing dan valuta asing ke pedesaan; secara ekonomi dapat meningkatkan pendapatan masyarakat
3. Tumbuhnya industri kecil yang mendukung pariwisata
4. Tumbuhnya industri ikutan, secara tidak langsung berkembang dan mampu menggerakkan perekonomian desa, seperti pedagang dan petani di pedesaan.
5. Mampu menciptakan pekerjaan paruhwaktu (*parttime*) bagi penduduk lokal dalam pengembangan desa menjadi desa wisata
6. Dengan pariwisata, ekonomi pedesaan dapat ditingkatkan melalui peningkatan produksi padi di sawah, peningkatan hasil perkebunan dan kreatifitas usaha kecil menengah. Kegiatan yang dikemas dapat atraktif dan menarik kunjungan wisatawan.