

## **II. TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH**

### **2.1 Kepariwisataan**

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani kebutuhan wisatawan.

- 1) Bahwa keadaan alam, flora, dan fauna, sebagai karunia Tuhan Yang Maha Esa, serta peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni, dan budaya yang dimiliki bangsa Indonesia merupakan sumber daya dan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat sebagaimana terkandung dalam Pancasila dan Pembukaan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.
- 2) Bahwa kebebasan melakukan perjalanan dan memanfaatkan waktu luang dalam wujud berwisata merupakan bagian dari hak asasi manusia.
- 3) Bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional.
- 4) Bahwa pembangunan kepariwisataan diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional, dan global (Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009)

## **2.2 Konsep Wisata**

### **2.2.1 Agrowisata**

Agrowisata merupakan pemasaran langsung produk pertanian karena para petani dapat menjual secara langsung hasil pertaniannya tanpa melalui saluran distribusi. Petani bisa membuat stand hasil pertaniannya disepanjang jalur yang dilintasi oleh para wisatawan. Wilayah Agrowisata dapat secara otomatis berfungsi sebagai pasar yang mempertemukan antara para petani sebagai penghasil produk pertanian dengan para wisatawan sebagai penikmat produk. Produk yang dimaksud tidak sebatas yang berwujud seperti buah-buahan atau sayur-sayuran, tetapi dapat berupa jasa misalnya mengukir buah, jasa lokal guide, dan mungkin atraksi tari-tarian para petani lokal yang mengekspresikan kehidupan pertanian mereka, Agrowisata dipandang sebagai suatu konsep dan merupakan produk baru bagi pariwisata yang dapat dijadikan sebagai pariwisata alternatif dan sebagai langkah alternatif pengganti dalam menetralsir dampak dari kegiatan kepariwisataan (Ni Wayan Wahyu Astuti 2013)

### **2.2.2 Geowisata**

Geowisata adalah suatu kegiatan wisata berkelanjutan dengan fokus utama pada kenampakan geologis permukaan bumi dalam rangka mendorong pemahaman akan lingkungan hidup dan budaya, apresiasi dan konservasi serta kearifan lokal. Indonesia adalah negara yang memiliki daya tarik geologis yang khas di berbagai wilayah dan dapat dijadikan sebagai objek Geowisata. Pengembangan Geowisata di Indonesia harus segera dilakukan untuk meningkatkan daya tarik wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara. Wisata kebumian (Geowisata) dapat dijadikan jembatan dalam rangka sosialisasi ilmu pengetahuan alam, pendidikan lingkungan dan pelestarian alam dan pada akhirnya diharapkan akan terwujud pembangunan pariwisata yang berkelanjutan berbasis kearifan lokal. Geowisata (*geotourism*) merupakan pariwisata minat khusus dengan memanfaatkan seluruh potensi sumber daya alam, sehingga diperlukan peningkatan pengayaan wawasan dan pemahaman

proses fenomena fisik alam. Contoh objek Geowisata adalah gunung berapi, danau, air panas, pantai, sungai, dan lain-lain (Hery Hermawan, 2017).

### 2.2.3 Ekowisata

Definisi Ekowisata yang pertama diperkenalkan oleh Organisasi The Ecotourism Society (1990) dalam Chafid Fandeli (2000) adalah suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Semula Ekowisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari, di samping budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga.

Ekowisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibanding dengan terjemahan yang seharusnya dari istilah *ecotourism*, yaitu *ecoturisme*. Terjemahan yang seharusnya dari *ecotourism* adalah wisata ekologis. Yayasan Alam Mitra Indonesia (1995) membuat terjemahan *ecotourism* dengan *ecoturisme*. Di dalam tulisan ini dipergunakan istilah Ekowisata yang banyak digunakan oleh para rimbawan.

Dalam perkembangannya ternyata bentuk Ekowisata ini berkembang karena banyak digemari oleh wisatawan. Wisatawan ingin berkunjung ke area alami, yang dapat menciptakan kegiatan bisnis. Ekowisata kemudian didefinisikan sebagai berikut, Ekowisata adalah bentuk baru dari perjalanan bertanggung jawab ke area alami dan berpetualang yang dapat menciptakan industri pariwisata (Eplerwood, 1999) dalam Chafid Fandeli (2000). Dari kedua definisi ini dapat dimengerti bahwa Ekowisata dunia telah berkembang sangat pesat. Ternyata beberapa destinasi dari taman nasional berhasil dalam mengembangkan Ekowisata ini, bahkan di beberapa wilayah berkembang suatu pemikiran baru yang berkait dengan pengertian Ekowisata. Fenomena pendidikan diperlukan dalam bentuk wisata ini.

Hal ini seperti yang didefinisikan oleh *Australian Department of Tourism* (Black, 1999) dalam Chafid Fandeli (2000) yang mendefinisikan Ekowisata adalah wisata berbasis pada alam dengan mengikutkan aspek pendidikan dan interpretasi

terhadap lingkungan alami dan budaya masyarakat dengan pengelolaan kelestarian ekologis. Definisi ini memberi penegasan bahwa aspek yang terkait tidak hanya bisnis seperti halnya bentuk pariwisata lainnya, tetapi lebih dekat dengan pariwisata minat khusus, *alternative tourism* atau *special interest tourism* dengan objek dan daya tarik wisata alam.

#### **2.2.3.1 Perencanaan Ekowisata**

Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumberdaya pariwisata. Berdasarkan Damanik Janianton dan Helmut F. Weber (2006) selanjutnya disebutkan ada tiga perspektif Ekowisata yaitu:

- 1) Ekowisata sebagai produk yaitu semua atraksi yang berbasis pada sumber daya alam.
- 2) Ekowisata sebagai pasar yaitu perjalanan diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan.
- 3) Ekowisata sebagai pendekatan pengembangan yaitu metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan.

#### **2.2.3.2 Pengembangan Ekowisata**

Meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai lingkungan telah memberikan implikasi munculnya berbagai tuntutan disemua sektor pembangunan. Tuntutan tersebut telah dan akan mendorong tumbuhnya usaha-usaha baru dalam berbagai kegiatan baik bisnis pariwisata secara langsung yang dilakukan dunia usaha pariwisata dan usaha-usaha masyarakat dalam upaya meningkatkan taraf kesejahteraan mereka.

Kondisi tersebut makin meyakinkan bahwa lingkungan bukan lagi beban, tetapi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan usaha-usaha ekonomi. Dalam maksud lain, lingkungan mempunyai peran penting dalam usaha mendorong semua lapisan masyarakat untuk memanfaatkannya sebagai peluang bisnis, sehingga diharapkan dapat mendorong semua pihak untuk dapat menyelesaikan masalah-masalah dan mampu mendorong keikutsertaan semua unsur secara bersama-sama menanggulangi

masalah lingkungan secara bersama-sama, Masyarakat Ekowisata mengartikan Ekowisata sebagai perjalanan wisata alam yang bertanggung jawab dengan cara mengkonservasi lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal. Ekowisata dalam definisi ini dapat dilihat dari tiga perspektif, yakni sebagai:

- 1) Produk, merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam.
- 2) Pasar, merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan
- 3) Pendekatan pengembangan, merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan (Damanik, 2006).

## **2.3 Pendekatan Masalah**

### **2.3.1 Alternatif Strategi**

Strategi adalah perencanaan induk komprehensif, yang menjelaskan bagaimana usaha akan mencapai semua tujuan yang telah ditetapkan berdasarkan misi yang telah ditentukan sebelumnya. Proses penyusunan strategi lebih banyak menggunakan proses analisis (Freddy Rangkuti, 2016). Strategi merupakan tindakan awal yang menuntut keputusan manajemen puncak dan sumberdaya perusahaan yang banyak untuk merealisasikannya. Sifat strategi berorientasi ke masa depan atau jangka panjang. Strategi mempunyai konsekuensi multifungsi atau multidivisional dan dalam perumusanya perlu mempertimbangkan faktor-faktor internal maupun eksternal Ekowisata (David F.R, 2004).

Perumusan strategi mencakup kegiatan mengembangkan visi dan misi suatu usaha untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman eksternal, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, membuat sejumlah strategi alternatif dan memilih strategi tertentu untuk digunakan (David F.R, 2004).

### **2.3.2 Pendekatan Lingkungan**

Definisi maupun prinsip-prinsip Ekowisata mempunyai implikasi langsung kepada wisatawan dan penyedia jasa perjalanan wisatawan, Wisatawan dituntut untuk tidak hanya mempunyai kesadaran lingkungan dan kepekaan sosial budaya yang tinggi, tetapi mereka harus mampu melakukannya dalam kegiatan wisata melalui sifat-sifat empati wisatawan, digugah untuk mengeluarkan pengeluaran ekstra untuk pelestarian alam. Analisis yang mendalam terhadap pihak-pihak yang berkepentingan terhadap pelestarian dan konservasi lingkungan perlu dilakukan untuk menemu kenali pihak yang berpentingan dan memanfaatkan lingkungan sebagai bagian dari kehidupannya (Sastrayuda, 2010).

### **2.3.3 Pendekatan Pengembangan Infrastruktur**

Penyediaan infrastruktur dasar adalah merupakan kegiatan penting untuk memperkuat pengembangan Ekowisata. Jalan, jembatan, air bersih, jaringan telekomunikasi, listrik dan sistem pengendalian dan pemeliharaan lingkungan, merupakan unsur-unsur fisik yang dibangun dengan cara menghindari perusakan lingkungan atau menghilangkan ranah keindahan pada lokasi Ekowisata (Sastrayuda, 2010).

### **2.3.4 Pendekatan Kawasan Ekowisata**

Perencanaan kawasan Ekowisata dimaksudkan untuk menjawab beberapa pertanyaan terhadap unsur-unsur perencanaan yang menjadi daya dukung pengembangan dan pembinaan kawasan Ekowisata, meliputi: apakah tersedia potensi Ekowisata dan memadai untuk dikembangkan; apakah potensi Ekowisata dimaksud dapat mendukung bagi pembangunan kepariwisataan berkelanjutan; apakah ada segmen pasar untuk Ekowisata, apakah menurut perhitungan besaran investasi lebih tinggi dari pada kerugian yang diperoleh dan apakah masyarakat setempat dapat turut berpartisipasi dalam penyusunan perencanaan. Beberapa pertanyaan tersebut dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan perencanaan (Sastrayuda, 2010).

### **2.3.5 Pendekatan pendidikan Ekowisata**

Ekowisata memberikan sarana untuk meningkatkan kesadaran orang akan pentingnya pelestarian dan pengetahuan lingkungan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Ekowisata harus menjamin agar wisatawan dapat menyumbang dana bagi pemeliharaan, keanekaragaman hayati yang terdapat di daerah yang dilindungi sebagai salah satu proses pendidikan memelihara lingkungan. Pendekatan pendidikan Ekowisata harus bermula dari dasar dan dimulai sejak anak-anak. (Sastrayuda, 2010).

### **2.3.6 Matriks SWOT**

Matriks SWOT yang menggambarkan bagaimana manajemen dapat mencocokkan peluang-peluang dan ancaman-ancaman eksternal yang dihadapi, suatu perusahaan tertentu dengan kekuatan dan kelemahan internalnya untuk menghasilkan rangkaian alternatif strategi (David, 2004).

Menurut Freddy Rangkuti (2016), analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Melalui analisis ini, perusahaan diharapkan dapat menyusun berbagai alternatif strategi berdasarkan kombinasi antara faktor kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Matriks SWOT adalah alat yang penting bagi seorang manajer dalam mengembangkan empat tipe strategi, yaitu:

1. SO (*Strenghts-Opportunities*), dibuat berdasarkan jalan pikiran perusahaan yaitu dengan memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya. Strategi SO menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang eksternal.
2. WO (*Weaknesses-Threats*), diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Strategi WO bertujuan untuk memperbaiki kelemahan internal dengan memanfaatkan peluang eksternal.

3. ST (*Strenghts-Threats*), yaitu strategi menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk mengatasi ancaman. Strategi ST menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk menghindari atau mengurangi ancaman eksternal.
4. WT (*Weaknesses-Threats*), didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan serta menghindari ancaman. Strategi WT bertujuan untuk mengurangi kelemahan internal dengan menghindari ancaman.

#### **2.3.6.1 Analisis Faktor Internal Dan Faktor Eksternal**

Misi itu harus direncanakan dalam parameter-parameter *Strength* (kekuatan) dan *Weakness* (kelemahan) dari organisasi kepariwisataan, *Opportunities* (kesempatan) dan *Threats* (ancaman) dalam lingkungan. Analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi strategi yang perlu dikembangkan dalam rangka pengusahaan Ekowisata. Dalam penyusunannya dipertimbangkan berbagai kondisi internal lokasi, yaitu *strength* dan *weakness*. Kondisi eksternal yaitu, *opportunity* dan *threat*. Analisis SWOT ini dirumuskan berdasarkan hasil studi pustaka, wawancara dan pengamatan langsung dilapangan. Selanjutnya hasil analisis ini dipakai sebagai dasar untuk menyusun strategi dan operasionalisasi.

Perumusan strategi dirancang untuk mengarahkan para pelaku Ekowisata dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Penentuan strategi dimulai dengan mengindetifikasi, menganalisis dan mengdiagnosa berbagai kesempatan dan resiko yang ada dalam lingkungan, maksudnya agar Ekowisata tersebut mampu menghadapi situasi dan kondisi lingkungan yang selalu berubah-ubah. Misalnya, perubahan lingkungan karena pengaruh faktor alam seperti perubahan cuaca atau pergantian musim. Perubahan lingkungan bukan karena faktor alam misalnya alih fungsi lahan. Namun bisa saja menjadi ancaman bila pelaku Ekowisata tidak mampu menyesuaikan kegiatan ekowisatanya dengan perubahan lingkungan tersebut. Oleh sebab itu, pelaku ekowisata dituntut untuk selalu bersikap tanggap dan adaktif, selalu mengikuti dan menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan.

Faktor internal adalah faktor-faktor yang ada pada ekowisata meliputi lahan, kondisi sumber daya, pengelolaan, lokasi. Sedangkan faktor eksternal adalah faktor-faktor diluar ekowisata yang meliputi kebijakan pemerintah, persaingan. Tujuan dari analisis faktor internal adalah untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal kunci yang jadi kekuatan dan kelemahan didalam pengembangan ekowisata. Analisis faktor eksternal bertujuan untuk mengidentifikasi faktor-faktor eksternal kunci yang menjadi peluang dan ancaman bagi pengembangan ekowisata.

### **2.3.7 QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*)**

QSPM adalah alat analisis yang digunakan untuk merumuskan strategi prioritas melalui identifikasi terhadap faktor-faktor eksternal dan internal serta alternatif strategi yang dihasilkan pada matriks SWOT. QSPM menggunakan input dari analisis tahap pertama, yaitu matriks IFE dan EFE serta input dari hasil pencocokan pada tahap kedua, misalnya matriks IE atau matriks SWOT untuk menentukan secara objektif diantara alternatif strategi. Secara konsep, QSPM menentukan daya tarik relatif dari berbagai strategi berdasarkan sejauh mana faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal dimanfaatkan atau diperbaiki. Daya tarik relatif dari masing-masing strategi dalam satu sel alternatif dihitung dengan menentukan pengaruh kumulatif dari masing-masing faktor keberhasilan kunci internal dan eksternal. Adapun keunggulan QSPM antara lain strategi dapat dievaluasi secara bertahap atau bersama-sama, tidak ada batasan untuk jumlah strategi yang dapat dievaluasi, membutuhkan penyusun strategi untuk mengintegrasikan faktor internal dan eksternal yang relevan ke dalam proses keputusan, penggunaan QSPM dapat diadaptasikan untuk diaplikasikan oleh organisasi kecil, besar, berorientasi laba maupun nirlaba dan dapat diaplikasikan untuk hampir semua tipe organisasi. (David F.R, 2004).