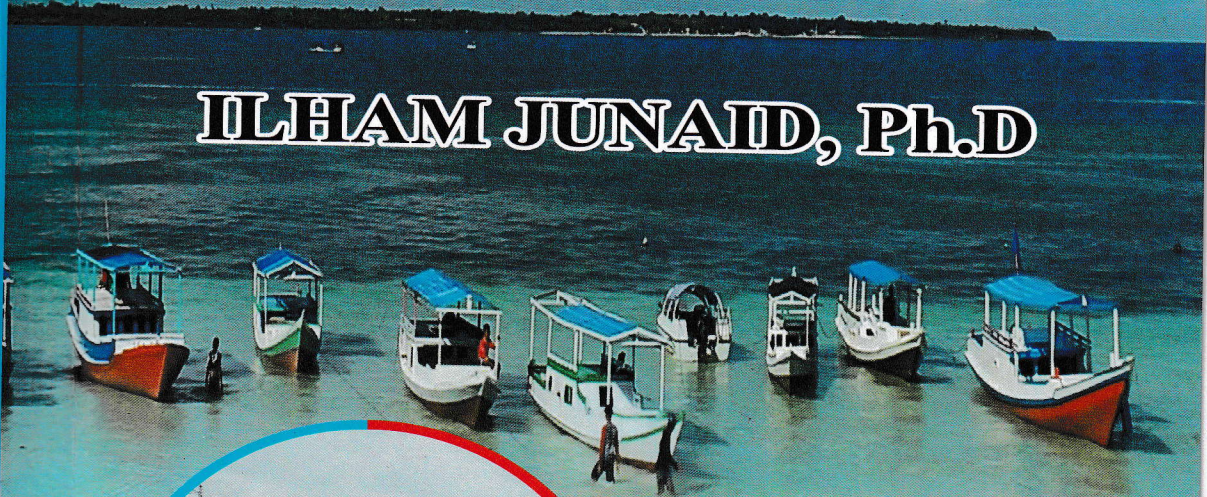


PARIWISATA BAHARI: Konsep dan Studi Kasus

ILHAM JUNAID, Ph.D



Penerbit
Politeknik Pariwisata Makassar



Marine tourism "those recreational activities that involve travel away from one's place of residence and which have as their host or focus the marine environment (where the marine environment is defined as those waters which are saline and tide-affected" (Orams, 1999:9)

Potensi bahari Indonesia perlu dikelola dengan baik agar terdapat keseimbangan antara pemanfaatan dan upaya pelestariannya. Buku ini menyajikan informasi kepada pembaca tentang konsep pariwisata bahari (*marine tourism*). Solusi atau pendekatan yang ditawarkan dalam buku ini dapat menjadi rujukan dalam membangun destinasi wisata bahari Indonesia melalui implementasi pariwisata bahari berkelanjutan.

Selamat membaca.

Salam Pesona Indonesia

Ilham Junaid, Ph.D

Indonesia is "made up of more than 17,000 islands (over 6,000 inhabited), roughly over 300 languages, and hundreds of ethnic groups stretching on either side of the equator for nearly 3,200 miles" (Forshee, 2006:1)

ISBN 978-602-51491-2-7



9 786025 199127

PARIWISATA BAHARI: Konsep dan Studi Kasus

ILHAM JUNAID, M. Hum., Ph.D

**Penerbit
Politeknik Pariwisata Makassar**

PARIWISATA BAHARI: Konsep dan Studi Kasus

Penulis:

ILHAM JUNAID, M. Hum., Ph.D

ISBN: 978-602-51991-2-7

Desain sampul dan tata letak:

Dundung print

Penerbit:

Politeknik Pariwisata Makassar

Redaksi:

Jl. Gunung Rinjani, Metro Tanjung Bunga Kota Mandiri

Kota Makassar, Sulawesi Selatan 90224

Telp/Fax +62411 838456

Email:info@poltekpar-makassar.ac.id

Cetakan pertama, Oktober 2018

Hak cipta dilindungi undang-undang

Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk dan dengan cara apapun tanpa ijin tertulis dari pengarang dan/atau penerbit.

Pariwisata Bahari: Konsep dan Studi Kasus, Ilham Junaid | iii

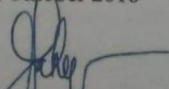


SAMBUTAN
DEPUTI BIDANG PENGEMBANGAN
INDUSTRI DAN KELEMBAGAAN
KEMENTERIAN PARIWISATA
REPUBLIK INDONESIA

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Kuasa. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia berkomitmen untuk membangun dan mengembangkan destinasi di seluruh wilayah Indonesia demi mencapai tujuan pembangunan nasional. Wilayah maritim Indonesia adalah potensi yang besar untuk mengembangkan pariwisata bahari. Kekhasan yang dimiliki setiap wilayah Indonesia baik dari segi geografis maupun sosial budaya menjadi peluang untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata dunia.

Para pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata di Indonesia diharapkan dapat memahami konsep pariwisata bahari serta potensi pariwisata bahari yang ada di Indonesia. Pengelolaan potensi pariwisata bahari secara profesional merupakan prasyarat utama untuk mewujudkan Indonesia sebagai destinasi utama. Buku ini adalah salah satu langkah inovatif dan inspiratif dalam upaya menyebarluaskan pengetahuan bidang pariwisata bahari. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia sangat mendukung penulisan buku ini dengan harapan dapat menjadi rujukan ilmiah dalam mengelola potensi pariwisata bahari Indonesia.

Jakarta, Oktober 2018


Ir. Rizki Handayani Mustafa, MBTM
Deputi Bidang Pengembangan Industri dan
Kelembagaan, Kementerian Pariwisata
Republik Indonesia

**Kutipan Pasal 72:
Sanksi Pelanggaran Undang-Undang Hak Cipta
(UU No. 19 Tahun 2002, Pasal 72):**

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing dengan singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp.1000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp.5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak cipta atau Hak terkait sebagaimana dimaksud ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)

KATA PENGANTAR



Tiada ungkapan yang patut diucapkan oleh manusia kecuali senantiasa bersyukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan kesehatan dan atas izinNya, buku ini dapat diselesaikan. Penulis bersyukur atas nikmat dari Allah SWT dan menyampaikan salawat kepada Rasulullah SAW.

Pariwisata Indonesia, tidak hanya dibangun oleh satu jenis pariwisata, tetapi merupakan kombinasi atau gabungan dari berbagai jenis pariwisata termasuk pariwisata bahari. Jika dilihat dari peta dunia, wilayah Indonesia terdiri dari daratan dan lautan yang membentuk Negara Indonesia dengan gugusan pulau-pulau. Dengan kondisi geografis tersebut, Indonesia berpeluang menjadi destinasi wisata dunia dengan menawarkan potensi alam melalui kegiatan pariwisata bahari.

Seiring dengan gencarnya upaya pemerintah pusat dan daerah dalam mendorong dan mengembangkan pariwisata Indonesia, terdapat harapan bahwa alam yang dimanfaatkan sebagai aset wisata perlu dikelola dengan baik agar terdapat keseimbangan antara pemanfaatan dan upaya pelestariannya. Kenyataannya, tidak sedikit potensi bahari Indonesia yang tidak dikelola dengan baik sehingga manfaatnya pun tidak memberikan dampak positif secara

maksimal bagi masyarakat. Sebaliknya, potensi alam bahari Indonesia dapat terancam jika pengelolaannya tidak memerhatikan keberlanjutan dan pelestariannya, hanya memikirkan dampak positif secara singkat.

Buku ini lahir dari pandangan penulis bahwa diperlukan literatur pariwisata tentang pariwisata bahari dan bagaimana implementasinya di Indonesia. Literatur yang berkaitan dengan pariwisata secara umum dapat ditemukan dalam berbagai publikasi ilmiah. Namun, terdapat perbedaan mengenai pariwisata bahari jika dilihat dari konsep maupun implementasi. Karena itu, kajian pustaka melalui penulisan buku dibutuhkan untuk menjelaskan konsep pariwisata bahari. Tujuan buku ini adalah 1) untuk memberikan penjelasan dan/atau argumentasi mengenai konsep pariwisata bahari; 2) untuk menguraikan pengelolaan pariwisata bahari melalui studi kasus di dua destinasi wisata di Kawasan Timur Indonesia yakni Wakatobi dan Bulukumba.

Wakatobi dan Bulukumba adalah destinasi wisata dunia yang mengalami pasang surut dinamika pariwisata bahari. Buku ini menyajikan informasi kepada pembaca bahwa meskipun potensi bahari Indonesia sangat luas dan beragam, peluang dan tantangan untuk menjadi destinasi wisata bahari global adalah suatu realita. Solusi atau pendekatan yang ditawarkan dalam buku ini dapat

menjadi rujukan dalam membangun destinasi wisata bahari Indonesia melalui implementasi pariwisata bahari berkelanjutan.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada ketua Penelitian dan Pengabdian pada Masyarakat (P3M) Politeknik Pariwisata Makassar, Muh. Arfin M. Salim, Ph.D atas dorongan dan motivasi untuk penyelesaian penulisan buku ini. Terima kasih kepada Direktur Politeknik Pariwisata Makassar, Dr. H. Muhadjir Suni, M.Pd. Terima kasih kepada keluarga tercinta (**Asnawati Safa, S.Pd dan anak-anakku tersayang**), semoga penulisan buku ini dapat menjadi nilai ibadah dalam rangka penyebaran dan pengembangan ilmu pengetahuan. Semoga bermanfaat.

Salam Pesona Indonesia.

Makassar, Oktober 2018

Ilham Junaid, Ph.D.
Politeknik Pariwisata Makassar

Daftar Isi

Halaman Judul	i
Sambutan Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia	iii
Kata Pengantar	iv
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	x
BAB I: PENDAHULUAN	
1.1 Pengantar	1
1.2 Memahami Pariwisata Bahari	2
1.3 Pariwisata Bahari dan Istilah-Istilah Pariwisata	13
1.4 Prinsip-Prinsip Pariwisata Bahari	19
BAB II: PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI	
2.1 Pendahuluan	28
2.2 Pariwisata Bahari dan Peluang Pengembangan Destinasi Pariwisata	29
2.3 Memahami Dampak-Dampak Pariwisata Bahari	36
2.4 Mengelola Daya Tarik Wisata Bahari	44
BAB III: WAKATOBI, DESTINASI PARIWISATA BAHARI DUNIA	
3.1 Pendahuluan	52
3.2 Gambaran Pariwisata Wakatobi	53
3.3 Pariwisata Bahari, Peluang Menuju Destinasi Pariwisata Dunia	61
3.4 Kondisi dan Prasyarat Pariwisata Bahari yang Berkelanjutan	73

**BAB IV POTENSI PARIWISATA BAHARI DAN *HERITAGE*
DI KABUPATEN BULUKUMBA**

4.1	Pendahuluan	83
4.2	Pariwisata Bahari dan Potensi Wisata <i>Heritage</i>	84
4.3	Peluang dan Tantangan Pariwisata Bahari	87
4.4	Langkah-Langkah Strategis Pengembangan Pariwisata Bahari	94

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	102
5.2	Rekomendasi Penelitian Pariwisata Bahari	108

	DAFTAR PUSTAKA	111
--	----------------	-----

Daftar Gambar

Gambar 1: Jembatan warna di Desa Waha, daya tarik wisata yang banyak dikunjungi wisatawan domestik	54
Gambar 2: Desa Wisata Kulati di Tomia	56
Gambar 3: Kalender <i>event</i> Wakatobi	60
Gambar 4: Souvenir pariwisata bahari di Wakatobi	79
Gambar 5: Peta wilayah Tanjung Bira, Bulukumba	85
Gambar 6: Festival Pinisi, <i>event</i> wisata di Kabupaten Bulukumba	87
Gambar 7: Appalarang di Bulukumba, potensi wisata alternatif	92

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Pengantar

Pariwisata berbasis bahari atau pariwisata bahari (*marine-based tourism*) saat ini menjadi jenis wisata yang mengalami pertumbuhan yang begitu cepat. Hal ini sejalan dengan semakin meningkatnya permintaan wisatawan (*tourists' demand*) untuk mengunjungi daerah-daerah wisata (destinasi wisata) yang memiliki potensi bahari. Pilihan wisatawan untuk mengunjungi destinasi dengan tujuan pariwisata bahari tersebut semakin meningkat jika suatu destinasi memiliki wilayah pantai dan/atau laut yang dapat menjadi primadona dan penarik wisatawan.

Ketertarikan wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata untuk tujuan pariwisata bahari menjadi alasan pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk semakin menjadikan potensi bahari mereka sebagai salah satu pendorong mengembangkan pariwisata sebagai sektor pengembangan unggulan. Seiring dengan dibukanya daerah-daerah untuk tujuan wisata, maka terdapat berbagai hal yang patut menjadi perhatian dari seluruh pihak khususnya jika dikaitkan dengan dampak positif dan negatif yang mungkin ditimbulkan oleh kegiatan pariwisata bahari.

Di satu sisi, pariwisata bahari dapat menjadi pendorong peningkatan perekonomian masyarakat, namun tidak dapat dihindari

dampak-dampak lain yang mungkin arahnya bersifat negatif patut diperhatikan atau perlu ada langkah meminimalkan dampak negatif. Kondisi ideal pariwisata bahari menjadi harapan semua pihak, namun untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan pemahaman mendalam dan implementasi nyata bagaimana pengelolaan pariwisata bahari.

Di beberapa wilayah di Indonesia, bahkan mayoritas wilayah di Indonesia memiliki potensi bahari yang dapat menjadi peluang mendorong suatu wilayah menjadi destinasi dunia. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut dibutuhkan proses dan langkah-langkah yang tepat termasuk kebijakan yang bersifat berkelanjutan (*sustainable policy*). Pemahaman akan makna, tujuan, prinsip dan pengelolaan pariwisata bahari merupakan langkah awal untuk membawa suatu destinasi dapat menerapkan pariwisata bahari dengan langkah-langkah terbaik (*best practices*).

Buku ini diharapkan menjadi rujukan ilmiah bagi pembaca khususnya pelajar, pemerhati, praktisi dan pengambil kebijakan (*policy maker*) dalam membangun pariwisata bahari berdasarkan prinsip-prinsip pariwisata bahari yang berkelanjutan (*sustainable marine-tourism*).

1.2 Memahami Pariwisata Bahari

Aktifitas perjalanan yang dilakukan oleh manusia (wisatawan) mulai dari meninggalkan tempat tinggal (lingkungan) mereka sehari-hari dan menuju suatu tempat, wilayah geografis atau destinasi dan

tinggal sementara di destinasi hingga kembali ke tempat asal mereka merupakan inti dari pariwisata. Tujuan perjalanan mereka adalah untuk kegiatan bersenang-senang, berbisnis ataupun tujuan lainnya serta dilakukan tidak lebih dari satu tahun secara berturut-turut. Uraian ini merupakan pengertian pariwisata berdasarkan definisi yang dikeluarkan oleh organisasi pariwisata dunia (UNWTO).

Salah satu tujuan manusia (wisatawan) melakukan perjalanan ke suatu destinasi adalah untuk menikmati atau melakukan aktifitas yang berhubungan dengan bahari atau kelautan. Wisatawan rela meninggalkan tempat tinggal mereka untuk merasakan secara langsung segala sesuatu yang unik dan menarik melalui daya tarik wisata yang ditawarkan oleh suatu destinasi. Untuk mewujudkan perjalanan wisatawan tersebut, maka industri pariwisata atau usaha pariwisata menyediakan layanan baik berupa jasa dan barang yang memungkinkan wisatawan dapat melaksanakan perjalanannya mulai dari perencanaan perjalanan, pelaksanaan perjalanan hingga kembali ke daerah asal mereka.

Mereka yang menyediakan layanan jasa dan barang tersebut adalah kelompok industri pariwisata yang dapat dikategorikan ke dalam beberapa kelompok yakni akomodasi, makan dan minum, transportasi dan penyedia perjalanan, penyedia paket tur (*tour*) atau perjalanan wisata (misalnya budaya dan alam), serta kelompok penyedia layanan dan aktifitas pendukung, misalnya kegiatan

hiburan, penjualan souvenir dan berbagai kegiatan yang memungkinkan wisatawan dapat merasakan perjalanan yang mengesankan selama di destinasi wisata.

Kelompok penyedia jasa dan barang tersebut dikategorikan sebagai *supplier* atau *supply side* dari pariwisata. Ketersediaan layanan jasa dan barang tersebut memungkinkan wisatawan mengunjungi destinasi. Jadi, ada permintaan (*demand*) wisatawan untuk mengunjungi daya tarik wisata, menikmati atau memanfaatkan fasilitas yang disediakan dan membeli paket perjalanan wisata. Jadi, memahami kegiatan pariwisata dapat dilihat dari dua sisi yakni *supply* dan *demand* dari pariwisata itu sendiri.

Mempelajari pariwisata berarti mengkaji manusia sebagai pihak yang melakukan perjalanan. Pariwisata dapat dilihat dari sudut pandang pemanfaatan alam dan bagaimana interaksi antara manusia dengan alam tersebut. Interaksi tersebut berkaitan dengan tiga aspek yakni aspek sosial, ekonomi dan lingkungan. Mathieson dan Wall (1982:1) memberikan definisi pariwisata sebagai “*the study of people away from their usual habitat, of the establishments which respond to the requirements of travellers, and of the impacts that they have on the economic, physical and social well-being of their hosts*”.

Pariwisata dimaknai sebagai ilmu yang mempelajari tentang manusia yang melakukan perjalanan dan meninggalkan tempat

tinggal mereka untuk sementara waktu. Dari perjalanan tersebut akan memberikan pengaruh atau dampak ekonomi, fisik dan kesejahteraan bagi masyarakat yang dikunjungi. Alam (lingkungan fisik) digunakan sebagai tempat dan ruang untuk memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan ketika melakukan perjalanan sehingga pariwisata berkaitan dengan manusia dan lingkungan tersebut. Mempelajari pariwisata berarti memahami bagaimana mengelola sumber daya alam dan budaya yang dimiliki suatu destinasi dengan harapan dapat memberikan manfaat yang besar untuk kesejahteraan masyarakat secara berkelanjutan tanpa merusak lingkungan fisik tersebut.

Salah satu jenis pariwisata yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat adalah pariwisata atau wisata bahari (*marine tourism*). Orams (1999:9) memberikan definisi pariwisata bahari (*marine tourism*) “*those recreational activities that involve travel away from one’s place of residence and which have as their host or focus the marine environment (where the marine environment is defined as those waters which are saline and tide-affected)*”. Pariwisata bahari mencakup perjalanan wisatawan ke suatu destinasi, meninggalkan tempat tinggal asal mereka untuk aktifitas rekreatif dengan fokus pada pemanfaatan lingkungan bahari sebagai lokasi kegiatan wisata termasuk lingkungan bahari sebagai daya tarik wisata. Menurut Orams, lingkungan bahari dapat diartikan sebagai wilayah laut atau maritim yang menjadi pusat kegiatan wisatawan.

Industri pariwisata secara umum adalah sebagaimana yang diuraikan sebelumnya. Namun, industri pariwisata bahari dapat dikelompokkan ke dalam industri atau kelompok usaha yang secara langsung berhubungan dengan pariwisata bahari (*directly associated with marine tourism*) dan industri yang secara tidak langsung berkaitan dengan pariwisata bahari (*indirectly associated with marine tourism*) (Orams, 1994). Contoh untuk kategori pertama adalah individu atau kelompok yang menyediakan perahu atau *tour* (termasuk pelaksanaannya) untuk berbagai kegiatan rekreatif bahari misalnya kegiatan pemancingan (*fishing*) dan berkeliling melihat pemandangan laut dan pulau (*sightseeing*). Pemandu wisata atau instruktur untuk kegiatan berperahu sampan di laut (*sea-kayaking*), para instruktur atau penyedia layanan *scuba-diving* dan penyelaman dan menikmati keindahan bawah laut (*diving dan snorkeling*) juga dikategorikan sebagai kategori pertama. Selain itu, perusahaan atau operator yang menyediakan kegiatan pengamatan ikan paus (*whale-watch cruise operators*) serta perusahaan yang menyediakan layanan kapal pesiar bagi wisatawan adalah contoh industri pariwisata bahari.

Berbagai aktifitas pariwisata bahari juga ditunjukkan dengan kegiatan yang melibatkan individu maupun kelompok. Kegiatan seperti *event* maritim atau lomba perahu layar yang memanfaatkan tim juga bagian dari *marine tourism*. Pertunjukan hewan-hewan laut dalam bentuk taman-taman laut (*marine and parks and aquaria*) juga

bagian dari *marine tourism*. Kegiatan ski air (*water skiing*), jetski (*jet skiing*), berselancar (*surfing*) serta berselancar dengan memanfaatkan perahu layar (*windsurfing*) juga merupakan aktifitas penting dari *marine tourism*. Pariwisata saat ini telah banyak memanfaatkan lingkungan bahari untuk aktifitas rekreatif. Contoh-contoh *marine tourism* banyak ditemukan di destinasi wisata dunia, misalnya di Bali.

Untuk kategori kedua, industri pariwisata bahari mencakup toko atau usaha yang menyediakan keperluan perahu wisata, penginapan atau *resort* yang berlokasi di wilayah pesisir pantai, toko/usaha yang menyediakan/menyewakan perlengkapan untuk kegiatan memancing (*fishing*), *diving*, *snorkeling*, para penjual souvenir dan berbagai usaha pariwisata yang dapat mendukung kegiatan pariwisata bahari. Mereka dikategorikan sebagai pihak yang tidak terpisahkan dari terbangunnya kegiatan pariwisata bahari.

Pariwisata bahari sesungguhnya tidak semata-mata tergantung pada industri pariwisata bahari sebagaimana disebutkan pada kategori pertama. Pariwisata bahari sangat berkaitan dengan banyak jenis usaha (multi-industri) yang memungkinkan terwujudnya kegiatan pariwisata bahari di suatu destinasi. Sebagai contoh, industri/usaha transportasi darat, usaha akomodasi dan makan/minum akan sangat berperan dalam memberikan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan.

Bahkan, organisasi-organisasi atau kelompok yang bergerak di bidang kebaharian juga berperan dalam mendukung kegiatan pariwisata bahari. Organisasi pencinta lingkungan khususnya bahari/maritim bahkan memberikan pengaruh terhadap keberlanjutan kegiatan pariwisata bahari. Jadi, pariwisata bahari melibatkan banyak komponen industri termasuk pemerintah (*the local government*) dan masyarakat setempat (*host population*).

Jika dikaitkan dengan hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh wisatawan dalam kegiatan pariwisata bahari, maka aktifitas yang paling menonjol adalah penyelaman (*diving*) dan pengamatan keindahan alam bawah laut yang disebut dengan *snorkeling*. Kenyataannya, mengingat laut atau maritim memungkinkan banyaknya kegiatan yang dapat dilakukan oleh wisatawan, maka pariwisata bahari memiliki cakupan yang cukup banyak, misalnya menikmati fasilitas rekreatif di pantai (misalnya *banana boat*, dll). Kegiatan pariwisata bahari tidak hanya melibatkan kegiatan fisik oleh wisatawan dengan fokus pada lingkungan kebaharian. Kenyataannya, wilayah pantai atau pesisir terdapat penduduk (*residents*) yang mendiami wilayah tersebut.

Umumnya, penduduk yang tinggal di sekitar wilayah pesisir bekerja sebagai nelayan. Mereka memiliki kehidupan sosial budaya sebagai bagian dari aktifitas sehari-hari atau kebiasaan mereka. Kehidupan tradisional juga menjadi daya tarik bagi kebanyakan

wisatawan yang mengunjungi destinasi wisata. Karena itu, pariwisata bahari tidak dapat dipisahkan dari jenis pariwisata lainnya dimana sumber daya pariwisata baik alam dan budaya menjadi daya tarik wisata. Pariwisata bahari adalah jenis wisata yang memanfaatkan sumber daya alam tanpa mengesampingkan potensi wisata lain yang dimiliki suatu destinasi wisata.

Collins (2007) memberikan gambaran mengenai pariwisata bahari bahwa istilah tersebut merupakan bagian dari pariwisata berbasis alam (*nature-based tourism*). Menurut Collins, kegiatan *tour* dengan melihat pemandangan alam dan budaya serta aktifitas pemancingan merupakan contoh dari pariwisata bahari. Pariwisata bahari difokuskan pada pemanfaatan wilayah pesisir atau pantai dan penggunaan air/laut (wilayah maritim) sebagai unsur utama dari jenis wisata tersebut. Kegiatan seperti melihat atau mengamati kehidupan hewan laut, kegiatan rekreatif di pantai (misalnya *camping*) juga merupakan contoh-contoh pariwisata bahari. Pada dasarnya, pariwisata bahari merupakan kegiatan rekreatif yang dilakukan oleh wisatawan selama melakukan kunjungan ke destinasi dengan pemanfaatan wilayah bahari atau maritim.

Terdapat kecenderungan bahwa *marine tourism* disamakan dengan *maritime tourism*. Sebenarnya, jika dilihat dari terjemahan kata per kata dari kedua istilah tersebut, maka *marine tourism* berhubungan dengan laut atau bahari, sementara, *maritime tourism*

juga dikaitkan dengan pariwisata bahari. Karena itu, sangat penting bagi pembaca untuk memahami kedua istilah tersebut meskipun dalam tataran praktis pelaksanaan di destinasi wisata memiliki aktifitas yang berhubungan dengan *maritime tourism* dan *marine tourism*.

ECORYS (2013), suatu organisasi dunia yang berbasis di Eropa memberikan batasan dan penjelasan mengenai kedua istilah tersebut agar para pemerhati maupun praktisi pariwisata memahami kedua istilah tersebut. Dalam laporannya, organisasi ini menyebutkan bahwa “*maritime tourism covers tourism that is largely water-based rather than land-based (e.g. boating, yachting, cruising, nautical sports), but includes the operation of landside facilities, manufacturing of equipment, and services necessary for this segment of tourism*” (48).

Maritime tourism mencakup kegiatan pariwisata yang memanfaatkan air (laut) sebagai dasar utama melakukan kegiatan pariwisata dibandingkan daratan (*land*). Kegiatan *maritime tourism* antara lain kegiatan berperahu, perahu pesiar, kegiatan jelajah (*cruise*) dan olahraga yang berkaitan dengan kelautan atau laut. Dalam pelaksanaannya, jenis pariwisata ini tetap menggunakan fasilitas yang ada di daratan serta berbagai layanan yang dapat mendukung terlaksananya aktifitas *maritime tourism*. *Marine tourism* difokuskan pada aktifitas rekreatif yang dilakukan oleh wisatawan.

Dari penjelasan di atas, dapat dipahami bahwa kedua istilah tersebut memiliki cakupan yang sama ditinjau dari pemanfaatan atau penggunaan air (laut/maritim) sebagai basis utama. Penulis berpendapat bahwa meskipun kedua istilah tersebut berbeda dalam hal penggunaan istilah Bahasa Inggris, namun dalam konteks Bahasa Indonesia, penggunaan wisata bahari akan lebih tepat digunakan. Istilah pariwisata atau wisata bahari telah menjadi tren di dunia global termasuk di Indonesia sehingga buku ini menggunakan istilah pariwisata atau wisata bahari (*marine-based tourism* atau *marine tourism*). *Maritime tourism* dan *marine tourism* merupakan jenis wisata yang perlu dikelola secara optimal apalagi jika suatu destinasi memiliki potensi bahari atau laut yang dapat menjadi pendorong peningkatan perekonomian masyarakatnya melalui keterlibatan mereka dalam memberikan layanan kepada wisatawan.

Buku ini menggunakan istilah pariwisata bahari dengan tidak mempertentangkan istilah *marine tourism* atau *maritime tourism*. Sepanjang pengelola daya tarik wisata ataupun pemangku kepentingan (*stakeholder*) pariwisata di destinasi wisata mampu mengoptimalkan potensi bahari yang ada, maka saatnya untuk mempromosikan pariwisata bahari sebagai alternatif membantu masyarakat dan bangsa mencapai tujuan kesejahteraan masyarakat. Tentunya, dengan prinsip-prinsip pengelolaan yang berkelanjutan (*sustainable*), maka pariwisata bahari dapat secara terus menerus

memberikan nilai manfaat untuk masyarakat (*host community*) dan wisatawan dan berdampak positif terhadap potensi bahari itu sendiri.

Pariwisata bahari sering juga dikaitkan dengan keinginan atau permintaan wisatawan (*tourists' demand*) yang ingin melihat kehidupan satwa laut liar (*wildlife*) yang ada di dalam laut. Salah satu yang menjadi daya tarik adalah kehidupan binatang laut hiu (*shark*) yang menjadi daya tarik bagi beberapa wisatawan. Menurut Campagno (2005), terdapat sekitar 416 spesies jenis hiu yang telah teridentifikasi. Dari 416 spesies tersebut, saat ini sekitar 45 hingga 65 spesies hiu yang berada dalam ambang kepunahan.

Ikan (jenis) hiu termasuk dalam kategori binatang predator meskipun sesungguhnya binatang ini telah mengalami penurunan jumlah akibat aktifitas manusia (Dobson, 2008). Aktifitas yang dimaksud adalah karena hewan ini menjadi salah satu target penangkapan ikan, penangkapan ikan yang secara tidak sengaja menangkap jenis hiu, meningkatnya polusi di lautan serta kegiatan pengembangan wilayah pantai (*coastal area development*) yang dapat berdampak buruk pada kehidupan satwa hiu.

Pemanfaatan ikan hiu untuk kehidupan manusia menjadikan hewan ini banyak diburu oleh para pemburu ikan. Karena itu, populasi ikan hiu akan semakin menurun seiring dengan semakin meningkatnya aktifitas penangkapan ikan oleh manusia. Dengan semakin menurunnya jumlah ikan hiu tersebut, maka permintaan

(*demand*) wisatawan untuk menikmati atau melihat kehidupan satwa hiu tidak dapat terpenuhi. Dengan kata lain, peluang pengembangan pariwisata bahari juga semakin menurun. Hal ini menjadi alasan bahwa pariwisata bahari memerlukan penanganan atau pengelolaan yang memerhatikan keberlanjutan makhluk hidup sebagai daya tarik dan potensi wisata bahari.

1.3 Pariwisata Bahari dan Istilah-Istilah Pariwisata

Dalam studi pariwisata, terdapat banyak istilah yang cenderung disamakan atau dibedakan dengan istilah *marine tourism*. Literatur pariwisata banyak menjelaskan istilah-istilah yang memiliki keterkaitan dengan *marine tourism* atau *maritime tourism*. Pada bagian ini, penulis menguraikan beberapa istilah yang sering digunakan dalam kaitannya dengan topik utama buku ini, yakni *marine tourism*. Uraian istilah-istilah tersebut merupakan kajian literatur pariwisata dimana setiap penulis karya ilmiah cenderung menggunakan istilah yang bervariasi untuk menjelaskan pariwisata bahari.

‘*Diving tourism*’, istilah yang digunakan untuk menjelaskan pemanfaatan laut oleh wisatawan untuk kegiatan penyelaman (*diving*). Dari pembahasan sebelumnya dikemukakan bahwa *diving* oleh wisatawan termasuk atau bagian dari *marine tourism*. Namun, Garrod dan Gossling (2008:7) memberikan defenisi khusus mengenai

diving tourism. “*Diving tourism involves individuals travelling from their usual place of residence, spending at least one night away, and actively participating in or more diving activities, such as scuba diving, snorkeling or the use of rebreathing apparatus*”.

Dari defenisi di atas, terdapat tiga aspek penting untuk memudahkan memahami *diving tourism*. Perjalanan seseorang ataupun *group* ke suatu destinasi dan meninggalkan tempat tinggal mereka untuk sementara waktu dalam rangka tujuan berwisata (*diving*). Perjalanan ini diperuntukkan untuk mengikuti atau mengalami aktifitas *diving* dan kegiatan yang berhubungan dengan kebaharian.

Organisasi yang berkesimpung dalam kegiatan penyelaman adalah *Profesional Association of Diving Instructors* (PADI). Organisasi ini telah ada dan dapat ditemukan di beberapa wilayah di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata bahari. Menurut Garrod dan Gossling (2008), organisasi PADI telah memberikan sertifikasi kepada sekitar lebih dari setengah juta penyelam baru di seluruh dunia pada tahun 2000. Hal ini memberikan gambaran bahwa tahun 2018 organisasi tersebut telah menghasilkan jumlah penyelam yang memiliki sertifikasi yang semakin bertambah jumlahnya di seluruh dunia. Artinya, pariwisata bahari akan semakin menjadi pilihan wisatawan seiring dengan meningkatnya minat penduduk dunia melakukan aktifitas rekreatif melalui *diving* dan *snorkeling*. Bahkan,

PADI memperkirakan bahwa terdapat lebih dari 10 juta penyelam aktif di seluruh dunia dan 60 persen dari seluruh penyelam di dunia disertifikasi oleh organisasi PADI.

Kedua, wisatawan tinggal atau menginap minimal satu malam di suatu destinasi sebagai bentuk perjalanan meninggalkan tempat tinggalnya untuk sementara waktu. Ketiga, wisatawan berpartisipasi secara aktif dalam berbagai kegiatan bahari khususnya aktifitas *diving*. Selain *diving*, wisatawan juga dapat melaksanakan berbagai aktifitas yang ditawarkan suatu destinasi wisata misalnya, *snorkeling* dan/atau aktifitas yang menggunakan peralatan dan/atau perlengkapan yang mendukung kegiatan tersebut.

Istilah pariwisata bahari juga berkaitan dengan pemanfaatan kawasan pantai dan sekitarnya sebagai daya tarik wisata. Karena itu, Hall dan Page (2006) menggunakan istilah lingkungan pesisir atau pantai (*coastal environment*) sebagai potensi yang banyak dimanfaatkan oleh wisatawan sebagai magnet untuk melakukan aktifitas wisata. Istilah pariwisata pesisir/pantai (*coastal tourism*) digunakan untuk menjelaskan kegiatan wisata yang mengambil lokasi di sekitar kawasan pantai atau pesisir.

Untuk memahami pariwisata pesisir (*coastal tourism*), Pearce dan Kirk (1986) membagi lingkungan atau kawasan pesisir menjadi tiga bagian yakni *hinterland*, *transit zone* dan *recreational activity zone*. *Hinterland* adalah istilah yang mengacu pada kawasan atau

wilayah dimana terdapat fasilitas akomodasi bagi wisatawan serta berbagai layanan (*services*) yang diperuntukkan untuk kepentingan pariwisata, misalnya terdapat pusat informasi pariwisata, penjualan souvenir, restoran atau rumah makan, dll. Pada wilayah ini, biasanya terdapat usaha akomodasi dengan berbagai bentuknya sehingga memungkinkan wisatawan memanfaatkan usaha tersebut untuk tinggal sementara di destinasi wisata.

Zona transit diartikan sebagai wilayah berpasir yang terdiri dari wilayah bukit-bukit berpasir ataupun kawasan yang dilalui wisatawan sebelum mereka berada dalam kawasan rekreasi. Selanjutnya, terdapat kawasan rekreasi untuk wisatawan (*recreational activity zone*) yang dimanfaatkan oleh wisatawan untuk aktifitas pariwisata. Kawasan ini dipahami sebagai kawasan pantai dan laut (*beach and sea*) yang menjadi lokasi dimana wisatawan melakukan aktifitas yang berkaitan dengan kebaharian.

Berbagai aktifitas dalam rangka pemanfaatan *coastal environment* sebagai kawasan wisata oleh wisatawan. Di beberapa kawasan wisata pantai, wisatawan memanfaatkan pantai untuk berjemur (*sunbathing*), kegiatan berseluncur (*surfing*), memancing (*fishing*), *windsurfing*, dan *yachting*). Kegiatan-kegiatan tersebut merupakan bagian dari *marine tourism* yang juga merupakan cakupan dari *coastal tourism*. Jadi, aktifitas wisatawan yang berhubungan dengan laut dan pantai merupakan bagian dari

pariwisata bahari dan *coastal tourism*. Secara khusus, Hall (2006) mengemukakan bahwa *coastal tourism* mencakup keseluruhan atau berbagai aktifitas yang berkaitan dengan pariwisata maupun rekreasi yang memanfaatkan wilayah pesisir termasuk laut sebagai lokasi aktifitas. Pembangunan wilayah pesisir (*coastal area*) untuk mendukung kegiatan pariwisata juga merupakan bentuk pengembangan *coastal tourism*. Hall menekankan bahwa pariwisata bahari (*marine tourism*) berkaitan dengan *coastal tourism*, namun *marine tourism* mencakup pemanfaatan wilayah samudera (*ocean-based tourism*).

Ekowisata bahari (*marine ecotourism*), istilah yang digunakan oleh banyak akademisi untuk menjelaskan *marine tourism*. *Marine ecotourism* merupakan bagian dari *marine tourism* meskipun dalam kenyataannya, kedua istilah tersebut memiliki kecenderungan yang sama jika memanfaatkan alam laut (*sea*) sebagai aktifitas utama. Salah satu ciri khas dari ekowisata adalah pemanfaatan alam sebagai daya tarik wisata termasuk *coastal environment*. Kedua, ekowisata memerhatikan aspek pembelajaran (*learning*) yang diperuntukkan untuk wisatawan.

Pembelajaran tersebut dilihat dari adanya proses pendidikan dan interpretasi makna (*interpretation*). Wilson dan Garrod (2003) menyebutkan tiga makna pembelajaran dalam ekowisata atau ekowisata bahari yakni keterlibatan dalam kegiatan wisata

(*experiencing*); tinggal sementara (*staying*) oleh wisatawan di destinasi dengan penawaran aktifitas ekowisata; dan terdapat perubahan (*change*) cara memandang alam ketika wisatawan kembali ke tempat asalnya.

Perubahan yang dimaksud adalah kesadaran akan pentingnya pelestarian alam sebagai hasil dari pengalaman mengikuti kegiatan ekowisata bahari. Untuk memahami ekowisata bahari, Wilson dan Garrod menyebutkan contoh-contoh kegiatan yang digolongkan dalam jenis wisata tersebut antara lain kegiatan melihat/mengamati/memerhatikan binatang laut seperti ikan, lumba-lumba, ikan paus; kegiatan *scuba diving*, aktifitas menyusuri atau berjalan di sekitar pesisir pantai, *snorkeling*, dan melihat pemandangan laut dan atau keindahan alam.

Dari contoh-contoh tersebut dapat dipahami bahwa konsep ekowisata bahari tidak terlepas dari definisi wisata bahari sebagaimana diuraikan sebelumnya. Perbedaannya adalah bahwa ekowisata bahari tidak hanya memanfaatkan alam/lingkungan laut tetapi juga lingkungan daratan (*land-based tourism*) sebagai basis untuk melaksanakan aktifitas pariwisata. Untuk tujuan penulisan buku ini, meskipun terdapat istilah ekowisata bahari, penulis memandang kesamaan cakupan dengan pariwisata bahari. Karena itu, prinsip-prinsip yang berkaitan dengan kedua istilah tersebut akan tetap mengacu pada pariwisata bahari. Ekowisata juga memandang

pentingnya usaha menjalankan kegiatan wisata dengan memerhatikan keberlanjutan (*sustainability*) lingkungan, sosial budaya dan ekonomi.

1.4 Prinsip-Prinsip Pariwisata Bahari

Salah satu prinsip penting dalam pariwisata bahari adalah pentingnya **memberikan pendidikan (edukasi/education)** kepada pengunjung/wisatawan dan masyarakat setempat (*host population*) mengenai pentingnya konservasi alam (*nature conservation*). Pengalaman wisatawan akan aktifitas bahari dapat ditingkatkan dengan memberikan aktifitas yang berkaitan dengan pelestarian alam. Pemberian edukasi dimaksudkan untuk semakin meningkatkan kesadaran akan pelestarian alam dan bagaimana seharusnya manusia atau pengunjung bertindak yang dapat memberikan dampak-dampak positif terhadap keberlanjutan kehidupan alam, misalnya keberlanjutan makhluk hidup yang ada di alam.

Terdapat tiga makna edukasi dalam konteks pariwisata bahari yakni pertama, edukasi dalam konteks pengelolaan pengunjung (*visitor management*); kedua, edukasi dalam konteks pemberian informasi kepada pengunjung atau wisatawan; ketiga, edukasi dalam bentuk interpretasi mengenai suatu daya tarik wisata. Edukasi yang pertama diartikan sebagai upaya mengarahkan dan/atau menuntun pengunjung agar mereka memiliki pengalaman secara langsung dan

terdapat perubahan dalam hal sikap mengenai destinasi wisata dan daya tarik wisata.

Edukasi kedua diartikan sebagai pemberian informasi kepada wisatawan/pengunjung mengenai potensi bahari. Pemberian informasi ini difokuskan pada peran pemandu wisata (*guide*) mengenai suatu destinasi termasuk hal-hal penting yang berkaitan dengan konservasi potensi alam bahari. Selain itu, berbagai bentuk pemberian informasi dengan memanfaatkan media, teknik dan metode adalah bentuk pemberian informasi kepada pengunjung.

Edukasi yang ketiga diartikan sebagai pemberian makna ataupun informasi mengenai lingkungan alam bahari termasuk berbagai hal yang berkaitan dengan isu-isu pariwisata bahari berkelanjutan. Dua edukasi yang terakhir cenderung memiliki kesamaan karena memanfaatkan berbagai bentuk atau cara menyajikan informasi kepada pengunjung.

Secara khusus, interpretasi dalam konteks buku ini lebih tepat digunakan dalam model edukasi pariwisata budaya atau *heritage*. Interpretasi dapat diartikan sebagai proses pendidikan dimana pengunjung atau wisatawan mengamati, memahami, mempelajari suatu objek (termasuk daya tarik wisata) dengan memanfaatkan berbagai media serta dengan melibatkan secara langsung tamu dalam aktifitas rekreatif (Mason, 2003). Dengan adanya interpretasi ini, penyajian informasi (interpretasi) mengenai makna dan berbagai

keterkaitan suatu objek, benda dan daya tarik wisata diharapkan dapat sampai kepada wisatawan. Jadi, interpretasi memungkinkan wisatawan mendapatkan pengalaman, termasuk informasi mengenai suatu potensi wisata, misalnya potensi kelautan/bahari.

Pemandu wisata (*guide*) berperan penting dalam pencapaian tujuan pelaksanaan pariwisata bahari. Peran *guide* dalam pariwisata bahari dapat berfungsi semaksimal mungkin jika ditunjang dengan peran ganda yang dijalankan, misalnya peran sebagai instruktur *diving* dan *snorkeling*. Jadi, *guide* diharapkan memiliki pengalaman, informasi dan keterampilan yang dapat menunjang tercapainya prinsip edukasi pariwisata bahari. Kemampuan *guide* dalam memberikan informasi, memberikan pelayanan melalui keterampilan dan pengalamannya dapat menjadi kekuatan untuk pariwisata bahari yang berkelanjutan.

Dengan meningkatnya pengetahuan (*knowledge*) wisatawan, diharapkan terdapat perubahan dalam berperilaku (*behavior*) mengenai pelestarian alam. Terdapat beberapa tujuan dari pemberian edukasi kepada pengunjung atau wisatawan. Berikut beberapa tujuan dari pemberian edukasi kepada pengunjung:

1. Prinsip edukasi dari pariwisata bahari akan memberikan kesempatan atau peluang kepada pengunjung/wisatawan untuk semakin meningkatkan keterlibatan dalam upaya menyelamatkan alam dan lingkungan melalui berbagai aktifitas. Ketika ada

aktifitas yang berkaitan dengan penyelamatan dan pelestarian lingkungan, maka kesempatan ini akan dimanfaatkan oleh wisatawan atau pengunjung untuk ikut terlibat dalam aktifitas tersebut.

2. Kegiatan pelestarian lingkungan membutuhkan dana yang tidak sedikit. Tidak sedikit kelompok pencinta lingkungan yang maju mundur dalam melestarikan lingkungan karena keterbatasan dana. Dengan adanya aktifitas edukasi bagi wisatawan, maka kemungkinan pemberian donasi oleh mereka yang sadar akan pelestarian lingkungan akan sangat terbuka. Tidak sedikit donatur berasal dari mereka yang melihat dan merasakan langsung lingkungan yang tercemar dan membutuhkan bantuan atau donasi untuk upaya pelestarian alam. Karena itu, prinsip edukasi dapat mendorong semakin meningkatnya jumlah donatur yang dapat membantu upaya pelestarian alam dan lingkungan.
3. Prinsip edukasi dapat memberikan kepuasan kepada wisatawan/pengunjung. Peningkatan pengetahuan mengenai pelestarian alam dapat berdampak pada kepuasan pengunjung selama melakukan kunjungan atau mengikuti aktifitas pariwisata bahari. Dengan kepuasan yang diperoleh oleh wisatawan, maka peluang keberlanjutan suatu usaha atau bisnis akan semakin luas. Usaha/bisnis di bidang pariwisata tidak terlepas dari kepuasan

wisatawan sehingga pengalaman wisatawan selama melakukan kunjungan perlu diperhatikan.

4. Kebijakan pemerintah tidak terlepas dari kondisi faktual yang terjadi di suatu wilayah termasuk jika suatu daerah memiliki potensi bahari namun sedikit sentuhan pelestarian. Dengan prinsip edukasi yang dijalankan oleh praktisi pariwisata bidang bahari dapat menjadi tekanan atau dorongan (*pressure*) bagi pemerintah bahwa dibutuhkan peran pemerintah melalui kebijakan konservasi atau pelestarian alam.
5. Perilaku wisatawan bahari adalah hal utama dalam mencapai prinsip keberlanjutan aset alam yang dimanfaatkan sebagai aset wisata. Dengan meningkatnya pengetahuan pengunjung mengenai alam, maka mereka dapat bertindak sesuai dengan prinsip pelestarian alam. Di Indonesia, terdapat daya tarik wisata bahari dimana masyarakat dan pengelolanya harus bekerja keras untuk membersihkan tumpukan sampah yang dibawa oleh pengunjung. Dengan edukasi, maka pengunjung dapat bertindak dengan memerhatikan prinsip meminimalkan dampak negatif yang ditimbulkan oleh aktifitas kepariwisataan.

Prinsip yang kedua dari pariwisata bahari adalah pelestarian sumber daya alam yang dimanfaatkan atau digunakan sebagai aset wisata. Dilihat dari upaya melestarikan sumber daya alam

(*preservation of natural resources*), berikut beberapa hal penting untuk diperhatikan dalam aktifitas pariwisata bahari:

1. Dibutuhkan penentuan standar lingkungan yang menerapkan prinsip keberlanjutan (*sustainability*). Perlu ada defenisi yang jelas mengenai bagaimana sutau lingkungan yang dijadikan daya tarik wisata bahari menerapkan usaha-usaha yang berkelanjutan (*sustainable practices*).
2. Dibutuhkan koordinasi dan kemitraan yang baik antar berbagai industri atau usaha pariwisata. Usaha pariwisata yang ada di suatu destinasi perlu menjalin mitra dengan berbagai usaha pariwisata untuk memastikan pengalaman wisatawan dengan kesan yang positif. Sebagai contoh, usaha transportasi dan informasi pariwisata menjalin mitra dengan operator *diving* (*dive operator*). Informasi yang diberikan kepada wisatawan seharusnya sejalan dengan apa yang akan mereka dapatkan ketika melakukan aktifitas wisata bahari.
3. Kepemimpinan (*leadership*) ditunjukkan oleh tidak hanya pemerintah daerah setempat, tetapi industri pariwisata yang bekerja berdasarkan prinsip kepemimpinan yang baik dan penerapan kode etik dan rambu-rambu yang telah ditetapkan. Industri pariwisata seharusnya menjadi contoh bagaimana seharusnya bertindak dalam melaksanakan aktifitas pariwisata bahari. Tenaga pemandu (*guide*) misalnya, adalah perwakilan

industri pariwisata yang secara langsung berhadapan dengan wisatawan dan memberikan contoh mengenai tata cara bertindak ketika mengunjungi daya tarik wisata bahari.

4. Pendanaan yang jelas serta dukungan dana yang baik dalam pengembangan pariwisata bahari.
5. Proses perencanaan yang proaktif dan pro masyarakat, transparan dan fleksibel.
6. Mengatur dan menentukan tujuan pengembangan pariwisata bahari yang realistis.

Prinsip ketiga dari pariwisata bahari adalah pentingnya menerapkan atau mengatur keseluruhan pihak yang terlibat dalam kegiatan pariwisata bahari melalui kode etik (*code of conducts/code of ethics*), regulasi dan/atau petunjuk/pedoman (*guidelines*). Kode etik bertujuan untuk mengatur para pelaku pariwisata bahari termasuk wisatawan. Mengatur dalam hal ini diartikan sebagai upaya untuk memengaruhi sikap (*behaviour*) dari pemangku kepentingan yang terlibat dan akan terlibat dalam kegiatan pariwisata bahari. Peningkatan kualitas lingkungan dan upaya menghindari dampak negatif yang mungkin timbul dari kegiatan pariwisata bahari dapat dilakukan dengan merancang dan mengimplementasikan kode etik/pedoman penyelenggaraan pariwisata bahari.

Kode etik diatur dalam tiga bentuk, pertama, kode etik untuk pengunjung. Wisatawan mancanegara dan domestik perlu diatur agar

mereka menjalankan rambu-rambu yang dimiliki suatu destinasi ketika wisatawan melaksanakan aktifitas pariwisata bahari. Berikut beberapa contoh pernyataan atau pesan yang perlu diperhatikan untuk kode etik wisatawan:

1. Ketika melakukan kunjungan, wisatawan meminimalkan kerusakan yang timbul terhadap sosial-budaya dan lingkungan.
2. Mengupayakan kemanfaatan ekonomis masyarakat setempat.
3. Wisatawan bertindak secara bertanggung jawab dan memerhatikan keberlanjutan lingkungan yang dikunjungi.
4. Hubungan yang baik dapat terjalin antara wisatawan dan masyarakat yang dikunjungi dengan tetap memerhatikan (tidak melanggar aturan) di destinasi yang mereka kunjungi.

Kode etik yang kedua diperuntukkan untuk industri, pengusaha atau para pihak yang bekerja sebagai pemberi layanan untuk wisatawan. Industri atau usaha pariwisata adalah pihak yang berhadapan langsung dengan wisatawan dan penyelenggara kegiatan pariwisata bahari. Berikut beberapa contoh pesan/informasi penting yang diketahui oleh industri pariwisata sebagai berikut:

1. Industri pariwisata memberikan pelatihan dan/atau pendidikan singkat kepada para staf yang dipekerjakan khususnya yang menyangkut pelayanan dalam kegiatan pariwisata bahari.

2. Industri pariwisata harus bekerja berdasarkan prinsip kejujuran dengan menjual atau mempromosikan produk pariwisata bahari dengan jujur dan bertanggung jawab.
3. Industri pariwisata mempromosikan dan menjalankan aktifitas 3R (*recycle, reuse* dan *reduce*). Tujuannya untuk memastikan para staf yang bekerja memiliki kesadaran yang meningkat mengenai lingkungan bahari.
4. Industri pariwisata memberikan kesempatan kepada para staf atau karyawan untuk meningkatkan kesadaran akan dampak-dampak yang mungkin timbul dari kegiatan pariwisata bahari.

Selanjutnya, kode etik yang ketiga diperuntukkan untuk masyarakat setempat (destinasi) dengan beberapa contoh pesan sebagai berikut:

1. Masyarakat perlu memahami mengenai tujuan kedatangan wisatawan dan siapa yang datang ke destinasi mereka.
2. Mereka diarahkan untuk meminimalkan dampak negatif baik dari segi sosial budaya maupun lingkungan.
3. Mereka perlu memahami pentingnya meningkatkan keterlibatan dalam kegiatan pariwisata.
4. Masyarakat perlu menghormati kedatangan wisatawan melalui sikap saling memahami antara wisatawan dan masyarakat setempat sebagai bentuk implementasi kesadaran akan pariwisata bahari yang berkelanjutan.

BAB II

PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI

2.1 Pendahuluan

Kegiatan pariwisata ditunjang oleh eksistensi produk yang dipromosikan dan dirasakan oleh wisatawan. Produk pariwisata tersebut berkaitan dengan apa yang dimiliki atau disediakan oleh destinasi wisata. Destinasi wisata itu sendiri dibangun oleh banyak elemen atau komponen misalnya sektor akomodasi, daya tarik wisata, transportasi, biro atau agen perjalanan dan sektor yang berkaitan dengan organisasi tata kelola destinasi. Pengalaman wisatawan sangat berkaitan dengan bagaimana elemen-elemen tersebut mampu memberikan pelayanan yang maksimal sehingga kesan yang timbul adalah pengalaman positif untuk menghasilkan *image* positif pula.

Pariwisata bahari juga dibangun dan ditunjang oleh kesiapan elemen-elemen destinasi pariwisata yang memungkinkan terjadinya kegiatan pariwisata bahari. Kebanyakan destinasi di dunia menawarkan pengalaman wisata yang beragam termasuk pariwisata bahari. Namun demikian, kesuksesan pariwisata bahari suatu destinasi wisata tergantung dari bagaimana destinasi tersebut mampu memenangkan persaingan menarik wisatawan untuk menentukan pilihan mereka. Kompetisi destinasi tersebut adalah salah satu alasan

mengapa para penyedia layanan pariwisata di destinasi wisata perlu mewujudkan pengalaman yang mengesankan bagi wisatawan. Ketika pariwisata bahari menjadi pilihan wisatawan, maka di saat itu pula sektor-sektor lain akan bekerja secara bersama untuk mewujudkan pengalaman yang positif tersebut.

Bab ini menguraikan pariwisata bahari dalam perspektif keterkaitan (*link*) dengan destinasi wisata. Destinasi wisata yang memiliki potensi pariwisata bahari dapat maju jika dikelola secara optimal dan dikembangkan dengan prinsip keberlanjutan (*sustainability*) dan komitmen yang tinggi dari para *stakeholder* pariwisata. Selain itu, potensi bahari perlu dikelola dengan memerhatikan dampak-dampak yang ditimbulkan dari aktifitas pariwisata bahari. Selain dampak positif, dampak negatif perlu dipahami oleh mereka yang mengelola destinasi wisata dan daya tarik wisata secara khusus.

2.2 Pariwisata Bahari dan Peluang Pengembangan Destinasi Pariwisata

Terdapat argumentasi bahwa dibutuhkan jenis wisata alternatif untuk mendorong wisatawan berkunjung ke destinasi wisata. Bagi biro perjalanan, *tour operator* atau perusahaan yang menyediakan layanan wisata, mereka membutuhkan upaya inovasi dan mengembangkan produk alternatif yang dapat mendorong wisatawan

untuk memutuskan memilih paket perjalanan ke suatu destinasi. Pemilihan paket wisata oleh wisatawan tentu dipengaruhi oleh gambaran apa yang ditawarkan destinasi secara menyeluruh, bukan semata-mata tergantung pada satu aspek pemenuhan kebutuhan saja. Wisatawan ingin memastikan bahwa perjalanan mereka ke destinasi wisata memberikan pengalaman yang mengesankan sesuai dengan informasi yang diberikan pada proses pemberian informasi.

Wisatawan melakukan aktifitas pariwisata bahari tidak terlepas dari tiga tujuan yang saling berkaitan yakni untuk melihat (*to see*), merasakan atau mengalami (*to experience*) dan untuk menikmati (*to enjoy*). Kegiatan *diving* misalnya, wisatawan mengharapkan dapat melihat secara langsung keunikan dan keindahan alam bawah laut yang dimiliki suatu destinasi dan/atau wilayah maritim. Hal yang sama juga terjadi ketika wisatawan melakukan kegiatan *snorkeling* dimana ada harapan dari wisatawan untuk mengalami secara langsung sensasi *snorkeling* selain berupaya untuk menikmati aktifitas tersebut.

Dari ketiga tujuan tersebut, dapat dipahami bahwa wisatawan ingin memperoleh dan merasakan pengalaman berwisata sebagaimana diuraikan atau dipromosikan oleh berbagai media promosi. Terdapat tiga hal penting untuk memenuhi ketiga harapan atau tujuan wisatawan tersebut di atas. Pertama, kegiatan wisata bahari yang dijalankan betul-betul sesuai dengan paket wisata yang

dijual. Dengan kata lain, kesesuaian antara informasi yang diberikan melalui promosi dengan realita yang dilihat, dirasakan dan dinikmati oleh wisatawan.

Kedua, pemenuhan ketiga perangkat tujuan tersebut merupakan gabungan dari keseluruhan pengalaman yang didapatkan mulai dari berangkat meninggalkan tempat asal menuju destinasi wisata hingga kembali ke daerah asal mereka. Ketiga, ketidaksesuaian antara harapan dan realita dapat menjadi alasan mengapa wisatawan memiliki *image* kurang baik mengenai destinasi.

Pengalaman adalah produk penting dari suatu destinasi pariwisata. Idealnya, destinasi (penyedia wisata) yang menawarkan pengalaman wisata bahari seharusnya memberikan pengalaman semaksimal mungkin kepada wisatawan. Menurut Cooper dan Hall (2008), para penyedia layanan pariwisata perlu memastikan bahwa pengalaman yang didapatkan merupakan pengalaman dengan memori yang panjang (*long memory*) atau lama diingat oleh wisatawan. Hal ini penting agar dapat mendorong wisatawan berkunjung kembali (*repeater*) ke destinasi wisata. Dengan memori dan kesan yang positif tersebut, dapat menjadi bahan rekomendasi wisatawan ke pihak lain yang potensial untuk mengunjungi destinasi wisata, salah satunya untuk pariwisata bahari.

Sebagai penyedia layanan wisata (*service providers*) di destinasi wisata, terdapat tiga kategori penyedia layanan dalam

rangka pemenuhan pengalaman wisatawan (O'Sullivan dan Spangler, 1998). Kategori pertama adalah *infusers* (pemasok), diartikan sebagai kelompok pengusaha atau perusahaan yang memasukkan produk layanan mereka dalam aktifitas pariwisata. Dalam konteks pariwisata bahari, *infusers* ini adalah mereka yang merencanakan, membuat dan menjalankan paket perjalanan wisata bahari.

Kategori kedua adalah *enhancers* atau pendorong yakni kelompok penyedia layanan yang mendorong atau menambah terwujudnya pengalaman wisatawan. Selama aktifitas pariwisata bahari, terdapat kelompok masyarakat yang berperan dalam memberikan pelayanan tambahan yang dapat mendorong pengalaman wisatawan yang memuaskan. Kategori ketiga adalah pembuat layanan (*makers*), yakni mereka yang menjadikan pengalaman sebagai inti utama pelayanan mereka. Pariwisata bahari berarti memberikan pelayanan yang baik kepada wisatawan sehingga kesan positif dapat terwujud. Terdapat kemungkinan mereka akan kembali berkunjung untuk kesekian kalinya.

Luck (2005) memberikan contoh kesuksesan pengelolaan pariwisata bahari (*marine tourism*) dan bagaimana *marine tourism* menjadi salah satu pendorong kemajuan destinasi wisata New Zealand. Kegiatan pengamatan dan/atau menyaksikan binatang laut lumba-lumba dan ikan paus (*whale*) terbukti menjadi penarik wisatawan ke New Zealand. Kegiatan ini difokuskan di wilayah

Kaikoura, New Zealand. Luck menjelaskan bagaimana kebijakan pengelolaan marine tourism mampu mendorong pengembangan pariwisata New Zealand.

Pada tahun 1989, Kaikoura merupakan wilayah dengan perekonomian yang membutuhkan perhatian dari berbagai pihak. Perekonomian masyarakatnya dapat dikatakan sangat tertekan bahkan tingkat pengangguran cukup tinggi. Ketika masyarakatnya sangat tergantung pada alam laut sebagai mata pencaharian, maka hal tersebut masih belum cukup untuk mendorong perekonomian masyarakatnya. Peraturan pemerintah setempat semakin mempersempit peluang penduduknya untuk peningkatan perekonomian seiring dengan pemberlakuan peraturan kegiatan pemancingan di wilayah laut. Hal ini berarti terdapat batasan-batasan bagi para nelayan dalam kegiatan pemancingan (*fishing*) dan kegiatan penangkapan ikan lainnya.

Penulis mendapatkan kesempatan untuk melakukan kegiatan pemancingan (*fishing*) di danau di wilayah Waikato. Namun, beberapa catatan penting dari aktifitas fishing tersebut. Pertama, petugas setempat (*ranger*) melakukan kegiatan pengawasan kepada para pemancing untuk memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan tidak melanggar peraturan pemerintah atau negara setempat. Sebagai contoh, para pemancing tidak diperbolehkan mengambil ikan hasil pancingan dengan ukuran-ukuran tertentu. Hal ini untuk menjamin

keberlanjutan kehidupan ikan (habitat) yang berkelanjutan. Kedua, pemerintah setempat konsisten menerapkan aturan untuk melindungi aset alam dan lingkungan yang terjaga, termasuk ketika wisatawan akan melakukan kegiatan *marine tourism*.

Salah satu konsekwensi dari peraturan pemerintah setempat untuk wilayah Kaikoura adalah semakin berkurangnya atau menurunnya lapangan pekerjaan sehingga masyarakatnya memerlukan alternatif pendapatan lain selain dari kegiatan pemancingan/penangkapan ikan. Meskipun wilayah ini telah dikunjungi oleh wisatawan dengan jumlah sekitar 10.000 pengunjung dalam satu tahun, masyarakatnya masih membutuhkan upaya memaksimalkan pariwisata sebagai alternatif pendapatan masyarakatnya. Bahkan, kebijakan pemerintah secara internal memberikan dampak pada semakin berkurangnya lapangan kerja bagi penduduknya.

Program pariwisata melalui proyek '*Whalewatch Kaikoura*' telah mampu mendorong destinasi New Zealand (Kaikoura) sebagai salah satu pusat aktifitas pengamatan/melihat binatang laut lumba-lumba dan ikan paus. Berikut penjelasan beberapa hasil positif (dan negatif) dari pengelolaan pariwisata bahari Kaikoura:

1. Pada tahun 1991, proyek/kegiatan tersebut telah mampu mendatangkan wisatawan sebesar 200.000 pengunjung pada tahun 1996 dan sekitar 873.000 pengunjung pada tahun 2000. Ini

berarti bahwa *marine tourism* telah mampu mempekerjakan masyarakatnya melalui lapangan kerja *full time* dan *part time*.

2. Dari *marine tourism* tersebut, berbagai usaha di bidang pariwisata telah dijalankan baik yang berhubungan dengan akomodasi, souvenir, transportasi, usaha makan dan minum, dll. Dengan dibukanya berbagai usaha tersebut, maka *marine tourism* memberikan kesempatan kepada masyarakatnya untuk bekerja di sektor pariwisata melalui keterlibatan sebagai staf/karyawan ataupun sebagai pengusaha.
3. *Marine tourism* mampu mendorong usaha pariwisata yang dikelola oleh masyarakat asli/pribumi (*indigenous people*), yakni suku Maori. Suku Maori adalah penduduk asli di New Zealand. Pariwisata bahari berkelanjutan selayaknya mendorong kepemilikan dan peluang usaha masyarakat pribumi agar manfaat pariwisata betul-betul berkontribusi kepada masyarakatnya.
4. Mengingat pariwisata bahari memberikan dampak positif bagi perekonomian Kaikoura, namun kedatangan wisatawan dalam jumlah yang banyak khususnya pada *high season*, berdampak pada ketergantungan masyarakatnya terhadap pariwisata. Perekonomian lebih tertuju pada kegiatan pariwisata, sementara alternatif lain untuk perekonomian masyarakatnya perlu

dipertimbangkan ketika pariwisata mengalami penurunan dalam hal jumlah wisatawan/pengunjung.

5. Jumlah kendaraan yang melintas yang semakin meningkat menjadi salah satu penyebab meningkatnya kemacetan di jalan raya khususnya pada *high season*. Dengan kata lain, kedatangan pengunjung ke wilayah tersebut untuk aktifitas pariwisata bahari memberikan dampak tidak hanya positif, tetapi juga negatif

2.3 Memahami Dampak-Dampak Pariwisata Bahari

Studi mengenai dampak- dampak pariwisata dapat dibagi ke dalam dampak positif dan negatif. Kedua kategori tersebut dapat dikategorikan ke dalam dampak ekonomi, sosial budaya dan lingkungan. Pemahaman akan dampak negatif yang ditimbulkan sebagai akibat dari kegiatan pariwisata bahari perlu dipahami oleh mereka yang berkecimpung dalam dunia pariwisata serta masyarakat secara umum. Pariwisata memanfaatkan alam sebagai aset pariwisata yang berarti dampak yang paling mungkin terjadi adalah pada sumber daya alam yang dimiliki suatu destinasi. Penulis membagi lima dampak negatif yang mungkin timbul dari aktifitas pariwisata bahari.

Pertama, pengembangan pariwisata bahari dengan berbagai aktifitas yang dilakukan oleh manusia atau wisatawan dapat mengancam kehidupan terumbu karang yang ada di bawah laut. Pada tahun 2017, pemerintah Indonesia melakukan protes kepada

perusahaan yang menjalankan kegiatan atau perjalanan *cruise ship* di wilayah Indonesia. Kapal pesiar MV Caledonian Sky yang memasuki wilayah Raja Ampat kas di terumbu karang. Hal ini mengakibatkan rusaknya sebagian terumbu karang yang ada di wilayah tersebut.

Masuknya kapal pesiar tersebut dapat dikata telah merusak beberapa terumbu karang. Hal ini menandakan bahwa kegiatan pariwisata bahari telah berdampak secara negatif terhadap kehidupan terumbu karang. Terumbu karang merupakan potensi bawah laut yang banyak menjadi perhatian penyelam dunia. Namun, dengan aktifitas pariwisata tersebut menjadikan pariwisata sebagai penyebab rusaknya terumbu karang. Kejadian seperti ini akan dapat berdampak pula pada kehidupan laut. Ini berarti bahwa ekspansi dari kegiatan pariwisata dapat mengganggu kehidupan laut dan potensi maritim suatu destinasi.

Dampak negatif lain yang dapat timbul dari aktifitas pariwisata bahari adalah persoalan sampah yang dibawa oleh wisatawan atau pengunjung ke daya tarik wisata. Idealnya, sampah harus dikelola dengan tepat berdasarkan prinsip pariwisata bahari yang berkelanjutan. Namun, terdapat kecenderungan bahwa sampah-sampah yang ada tidak diperlakukan secara tepat. Artinya, pengelolaan sampah (*waste management*) belum dijalankan secara optimal. Semakin banyak jumlah pengunjung yang datang ke daya tarik wisata bahari, maka penumpukan sampah kemungkinan dapat

terjadi. Jika keadaan seperti ini terjadi, maka sumber daya alam bahari dapat terancam. Akibatnya, keberlanjutan usaha pariwisata tidak dapat dipertahankan.

Secara ekonomis, pariwisata bahari memberikan keuntungan bagi penduduk yang mendiami destinasi wisata melalui keterlibatan mereka dalam memberikan layanan kepada wisatawan. Namun di sisi lain, dampak negatif secara ekonomi dapat terjadi. Misalnya, pariwisata telah memberikan kesempatan kepada penduduk untuk bekerja di sektor pariwisata. Namun, kesempatan kerja yang tidak merata (*inequalities in employment*) dapat terjadi jika pekerjaan yang ada hanya melibatkan kelompok masyarakat yang memiliki akses di setiap lowongan pekerjaan. Penduduk yang tidak memiliki keterampilan akan semakin tersingkirkan. Mereka yang tinggal di sekitar daya tarik wisata bahari akan tergantikan oleh masyarakat luar yang memiliki keterampilan.

Jika hal tersebut menjadi realita di destinasi wisata, maka dapat dikatakan bahwa distribusi manfaat pariwisata bahari yang tidak merata di kalangan masyarakat. Dominasi kelompok masyarakat tertentu dalam memberikan pelayanan wisata kepada wisatawan akan semakin menutup peluang bagi anggota masyarakat lain yang belum mendapatkan manfaat secara ekonomis.

Pariwisata bahari merupakan jenis wisata yang membutuhkan keterampilan khusus bagi mereka yang bersentuhan langsung dengan

tamu (misalnya *guide*, instruktur *diving*, dll). Namun, pariwisata bahari memerlukan kegiatan ekonomi yang kreatif yang dapat menghasilkan keuntungan ekonomi. Masyarakat dapat didorong untuk mendapatkan keuntungan ekonomis melalui kebijakan dan perencanaan yang melibatkan masyarakat setempat.

Pariwisata bahari memberikan dampak terhadap lingkungan dimana manusia tinggal. Lingkungan dimana manusia tinggal terdiri dari berbagai jenis daya tarik wisata yang dikunjungi oleh wisatawan termasuk pada kegiatan pariwisata bahari. Lingkungan alam adalah lingkungan fisik khususnya yang berkaitan dengan lingkungan alam laut atau bahari yang dapat terdiri dari lansekap (*landscape*), pantai, kehidupan flora dan fauna. Pariwisata bahari sangat tergantung dari keadaan lingkungan dimana kegiatan bahari dilaksanakan, bahkan lingkungan sendiri menjadi unsur utama adanya daya tarik wisata.

Menurut Mason (2003), terdapat hubungan saling ketergantungan antara lingkungan dan pariwisata bahari. Lingkungan akan mendapatkan manfaat dari aktifitas pariwisata yang bertanggung jawab. Terdapat keinginan atau upaya untuk melestarikan alam agar pariwisata dapat berkelanjutan. Artinya, pariwisata memberikan dampak positif terhadap lingkungan karena upaya pelestarian yang dilakukan oleh manusia karena pemanfaatan lingkungan tersebut sebagai daya tarik wisata. Sebaliknya,

lingkungan yang tertata dengan baik memberikan dampak positif terhadap pariwisata. Tanpa lingkungan dengan pengelolaan yang baik, pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik dan dapat terhenti. Jadi, pariwisata dan lingkungan saling mempengaruhi karena keduanya merupakan hubungan yang simbiosis.

Pariwisata bahari sebagai jenis wisata yang sedang mengalami perkembangan dapat memberikan dampak positif dan negative terhadap lingkungan. Dampak-dampak tersebut diuraikan sebagai berikut:

Dampak positif pariwisata bahari:

1. Kegiatan pariwisata bahari menjadi salah satu pendorong perlunya melestarikan sumber daya alam yang dimanfaatkan sebagai sumber daya pariwisata. Pariwisata bahari menawarkan kegiatan melihat dan memanfaatkan lingkungan untuk kepentingan rekreatif wisatawan. Untuk memenuhi kebutuhan rekreatif wisatawan secara berkelanjutan, maka pariwisata bahari mendorong perlunya memelihara lingkungan agar wisatawan akan menikmati lingkungan yang terawat tersebut.
2. Wilayah laut atau bahari dapat didorong untuk menjadi Taman Nasional Bahari atau Maritim. Wilayah maritim tersebut tidak hanya mencakup lingkungan fisik semata, tetapi kehidupan laut (*wildlife*) yang seharusnya dilindungi dalam kerangka Taman Nasional Bahari. Pariwisata bahari menjadi alat promosi untuk

menyampaikan kepada publik (dunia) mengenai eksistensi Taman Nasional tersebut serta upaya-upaya untuk melestarikan potensi alam yang dilindungi yang masuk dalam kategori kawasan konservasi alam bahari.

3. Usaha pelestarian sumber daya laut dapat dijalankan oleh kelompok masyarakat, organisasi, individu atau lembaga pemerintah. Dalam menjalankan tugas konservasi atau pelestarian tersebut, mereka membutuhkan pendanaan yang tidak sedikit dan mengharapkan bantuan (donor) dari berbagai organisasi, lembaga ataupun individu. Pariwisata bahari dapat menjadi jembatan bagi terwujudnya harapan pengelola konservasi mengingat mereka melakukan berbagai aktifitas konservasi lingkungan yang dapat menggugah minat dan keputusan masyarakat dunia untuk membantu upaya pelestarian tersebut. Pariwisata bahari bisa menjadi salah satu kegiatan yang mempertemukan *potential people* untuk membantu perluasan jaringan (*network*) dalam upaya mencari sukarelawan di seluruh dunia.

Terlepas dari dampak positif tersebut, pariwisata bahari dapat memberikan dampak negatif terhadap kehidupan lingkungan fisik suatu destinasi wisata. Berikut beberapa dampak yang mungkin dapat terjadi sebagai akibat dari kegiatan pariwisata bahari:

1. Pariwisata bahari dapat menyebabkan polusi di lautan serta kepada lingkungan pantai. Kegiatan lalu lintas laut yang berlangsung secara besar-besaran (*massive*) dan dalam waktu yang berlangsung lama dapat menjadi penyebab terjadinya polusi di lautan. Beberapa kasus dimana tumpahan minyak dari kapal-kapal menjadi penyebab lingkungan bahari yang terganggu. Sebaliknya, tidak sedikit lingkungan pantai yang kotor karena kegiatan pariwisata atau perilaku wisatawan yang tidak bertanggung jawab.
2. Pariwisata dapat menjadi kerusakan fisik lingkungan serta terganggunya kehidupan laut. Lingkungan fisik berupa dasar laut yang memiliki kehidupan karang laut (*coral*) dapat terganggu karena kegiatan pariwisata bahari yang memanfaatkan kapal-kapal transportasi bagi wisatawan. Kapal-kapal laut yang memasuki suatu wilayah laut yang dangkal tapi memiliki kehidupan laut dapat menjadi penyebab terganggunya kehidupan laut tersebut. Terdapat realita dimana dimana kapal-kapal pesiar yang masuk berlabuh mengganggu lingkungan laut. Hal ini dimaknai sebagai dampak negatif yang dapat terjadi di destinasi wisata yang mengandalkan potensi bahari sebagai penarik wisatawan. Tanpa regulasi yang baik, hal ini dapat terjadi. Selain itu, habitat atau kehidupan laut dapat terganggu dari kegiatan pariwisata yang tidak diorganisir dengan baik.

3. Aktifitas yang dijalankan oleh penduduk lokal dalam rangka memberikan pelayanan kepada wisatawan juga dapat berdampak negative kepada lingkungan alam. Bagi penduduk yang memberikan pelayanan kegiatan wisata bahari, semakin banyak wisatawan yang dilayani maka semakin meningkat pendapatan yang diperoleh. Sebagai contoh, ketika penduduk lokal akan mengantar wisatawan ke pulau-pulau dalam rangka kegiatan pariwisata, maka penduduk lokal akan bekerja sesuai kebiasaan sehari-hari tanpa mempertimbangkan keberlanjutan lingkungan. Penggunaan jangkar dengan melemparkan ke dasar laut dapat merusak karang-karang di dasar laut. Tanpa adanya aturan yang mengatur tata cara pelayanan dengan pelestarian alam sebagai tujuan, maka pariwisata bahari dapat menjadi penyebab dampak negative terhadap lingkungan.
4. Perencanaan pembangunan yang tidak memerhatikan analisis dampak lingkungan menjadikan lingkungan alam cenderung disulap untuk memenuhi kebutuhan ekonomi dibandingkan usaha untuk melestarikan keberlanjutan lingkungan. Reklamasi pantai yang tidak melalui proses analisis dampak lingkungan dapat berakibat negative terhadap lingkungan berupa perubahan struktur alam (fisik). Hal ini biasanya dilakukan karena penilaian dari dampak ekonomi pariwisata. Ekspansi

pembangunan fisik di wilayah-wilayah pantai dapat memberikan dampak negatif berupa perubahan struktur fisik lingkungan.

5. Kegiatan pariwisata bahari yang tidak memerhatikan aspek daya dukung lingkungan (*carrying capacity*) dapat memberikan dampak negatif terhadap lingkungan. Jumlah pengunjung (*visitors*) ke daya tarik wisata bahari dengan jumlah yang tidak berdasarkan pada *carrying capacity* dapat memberikan dampak negative terhadap lingkungan fisik daya tarik wisata apalagi jika pengunjung tidak menerapkan praktik-praktik yang berkelanjutan (*sustainable practices*) dan cenderung *unsustainable practices*.

2.4 Mengelola Daya Tarik Wisata Bahari

Pariwisata bahari membutuhkan pengelolaan yang berpihak pada keberlanjutan aktifitas pariwisata dan pelestarian alam sebagai aset pariwisata. Ketika alam dimanfaatkan sebagai daya tarik wisata, maka pendekatan pelestarian sumber-sumber pariwisata seharusnya menjadi prioritas pengelola.

Pendekatan pertama adalah **pengelolaan (manajemen) manusia** yang melakukan aktifitas di suatu wilayah atau daya tarik wisata. Kegiatan manusia dalam konteks pariwisata seharusnya diatur agar menghindari dampak negatif yang mungkin timbul sebagai akibat dari aktifitas tersebut. Pertama, dibutuhkan regulasi

atau peraturan yang berkaitan dengan kegiatan yang bertentangan dengan upaya pelestarian malam dan kehidupan makhluk hidup.

Kegiatan yang bertentangan dengan langkah pelestarian dapat ditunjukkan melalui sikap pengunjung yang bertindak sesuka hati tanpa memerhatikan rambu-rambu pelestarian serta etika selama melakukan aktifitas wisata. Sebagai contoh, ketika terdapat larangan untuk memancing, tidak sedikit masyarakat atau pengunjung tidak mematuhi peraturan yang ada.

Regulasi yang kedua adalah peraturan yang berkaitan dengan batas-batas yang dapat dilakukan oleh pengunjung ketika berkunjung ke daya tarik wisata. Sebagai contoh, ketika berenang di laut, maka ada batas-batas wilayah yang diizinkan untuk berenang. Ketika hal ini dilanggar, maka ada kemungkinan wisatawan atau pengunjung akan mendapatkan masalah ketika berenang. Karena itu, sangat penting bagi pengunjung mematuhi aturan yang telah ditetapkan oleh pengelola daya tarik wisata demi keselamatan mereka.

Pengelolaan daya tarik wisata bahari tidak terlepas dari keterlibatan organisasi-organisasi ataupun kelompok masyarakat yang berkecimpung dalam upaya pelestarian sumber daya alam. Keterlibatan mereka dapat membantu terwujudnya perencanaan pengembangan daya tarik wisata bahari yang memerhatikan prinsip pelestarian. Selain itu, pengembangan masyarakat (*community*

development) dapat terwujud dengan bantuan dan partisipasi organisasi-organisasi tersebut.

Secara formal, terdapat organisasi yang memiliki perangkat organisasi yang terstruktur dan bertujuan (*concern*) untuk melestarikan alam. Selain itu, terdapat kelompok-kelompok informal yang menyelenggarakan kegiatan pelestarian alam. Peran mereka akan optimal jika pengelola daya tarik wisata bahari menggandeng kelompok masyarakat ini untuk membantu masyarakat. Kehadiran mereka dapat membantu kegiatan pelestarian secara fisik, serta aktifitas praktis (*activities practices*) yang mendukung langkah-langkah pelestarian alam bahari. Potensi bahari/maritim suatu destinasi wisata membutuhkan peran orang-orang atau individu-individu yang memiliki ketertarikan untuk melestarikan lingkungan alam (*natural environment*).

Media menjadi alat atau media promosi yang sangat efektif dalam mempengaruhi keputusan wisatawan mengunjungi daya tarik wisata bahari. Terdapat dua cara dalam memanfaatkan media sebagai media promosi. Pertama, pemanfaatan media elektronik, misalnya televisi sebagai media menyampaikan informasi daya tarik wisata pantai ke publik. Pengelola daya tarik wisata dapat membuat film singkat atau *short movie* mengenai aktifitas bahari yang dilakukan oleh wisatawan. Keindahan alam bahari dapat menjadi perhatian atau

fokus film serta berbagai pengaturan (*setting*) film yang menunjukkan eksistensi potensi bahari suatu destinasi.

Menurut Garrod dan Gossling (2008), pembuatan film-film dunia terbukti mampu mempromosikan destinasi wisata dunia yang memiliki potensi pariwisata bahari. Film-film seperti *The Golden Fish* (1959), *The World Without Sun* (1965), *The Big Blue* (1989), Disney's *The Little Mermaid* (1989) dan lain-lain adalah contoh pemanfaatan media televisi melalui film. Di New Zealand, film '*The Lord of the Rings*' dengan mengambil lokasi di wilayah Waikato terbukti mampu mendorong meningkatnya kunjungan ke New Zealand. Pemanfaatan peninggalan lokasi pembuatan film tersebut sebagai daya tarik wisata telah menjadi bagian dari pariwisata berbasis alam di New Zealand. Ini berarti bahwa penggunaan media dengan berbagai bentuknya mampu membawa mendorong pariwisata suatu negara.

Pemanfaatan media *online* (internet) saat ini menjadi media yang paling ampuh untuk mempromosikan eksistensi potensi bahari suatu destinasi. Film singkat dan berbagai informasi dapat dipromosikan melalui internet. Strategi *go digital* berupa pemberian informasi melalui media internet khususnya media sosial perlu dioptimalkan oleh pengelola daya tarik wisata.

Penggunaan internet saat ini diyakini sangat efektif untuk meraih pelanggan (*customers*) ataupun *potential customers*. Dapat

dikatakan bahwa penggunaan teknologi informasi (IT) di tangan para pengguna memudahkan potential *customers* untuk memutuskan melakukan perjalanan, termasuk untuk tujuan pariwisata. Penggunaan *information technology* (IT) dapat mencakup berbagai jenis peralatan elektronik dengan beragam *software* yang memudahkan wisatawan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.

Salah satu media atau *software* yang banyak dimanfaatkan untuk kepentingan pengelolaan daya tarik wisata bahari adalah **sistem GIS** (*geographic information system*). Mason (2003) memberikan contoh penggunaan GIS di New Zealand dalam pengelolaan potensi pariwisata alam khususnya dalam pengelolaan lingkungan. Penggunaan GIS tersebut dimanfaatkan untuk memonitor lingkungan alam di suatu destinasi. Selain itu, penggunaan GIS membantu menilai efektifitas kebijakan regional suatu destinasi serta dalam merencanakan pemanfaatan sumber daya alam dalam kegiatan pariwisata. Penggunaan GIS dapat menjadi salah satu strategi bagi pengelola dalam mengembangkan potensi pariwisata. Selain itu, pengelolaan potensi bahari tidak terlepas dari penguatan jaringan (*networking*) melalui penyelenggaraan *event* berskala nasional dan internasional. *Event* atau kegiatan dapat menjadi alternative untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara mengunjungi destinasi wisata.

Pengelolaan potensi laut suatu destinasi wisata dapat dikelola berdasarkan **prinsip zonasi laut atau bahari (zoning)**. Holden (2008) memberikan contoh bagaimana pembagian zonasi wilayah laut di salah satu taman bahari terbesar di Australia (*The Great Barrier Reef Marine Park*, Australia). Zonasi ini diperlukan untuk memastikan bahwa wilayah laut yang menjadi tujuan kunjungan wisatawan sekaligus dimanfaatkan sebagai pusat atau lokasi kegiatan pariwisata bahari dijalankan sesuai dengan peruntukannya. Selain itu, zonasi memandu masyarakat dan wisatawan dalam melakukan kegiatan pariwisata. Zonasi yang dimaksud terdiri dari empat bagian sebagai berikut:

1. Zona pelestarian (*preservation zone*). Zona ini adalah wilayah dimana penggunaan karang laut untuk tujuan-tujuan lain (misalnya untuk tujuan komersial) dilarang. Tujuan pelarangan ini adalah karena wilayah tersebut adalah termasuk zona dilindungi dan dilestarikan.
2. Zone penelitian (*scientific research zones*). Zona ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan penelitian ilmiah namun tetap dalam pengontrolan otoritas setempat. Pengontrolan yang bersifat ketat ini diperlukan untuk memastikan bahwa wilayah tersebut bentuk-bentuk untuk tujuan penelitian semata, bukan untuk tujuan lain (misalnya rekreatif).

3. Zona taman nasional bahari (*marine national park zones*). Pada wilayah ini, pengunjung atau wisatawan dapat memanfaatkannya untuk tujuan rekreasi. Di wilayah ini pula pengunjung diberikan izin untuk melakukan kegiatan-kegiatan yang bersifat edukasi, kegiatan ilmiah serta rekreatif. Zona ini termasuk daerah dimana pengunjung dan masyarakat dapat memanfaatkan dan mempromosikan sebagai lokasi untuk tujuan pariwisata bahari.
4. Zona umum (*general use zones*). Pada zona ini, kegiatan pemancingan baik yang bersifat komersial maupun untuk rekreatif diperbolehkan. Wilayah ini banyak menjadi pilihan wisatawan yang akan menikmati kegiatan pemancingan (*fishing*) karena diperuntukkan untuk kepentingan rekreatif dan komersial.

Keempat zona tersebut memberikan edukasi kepada masyarakat dan wisatawan bahwa tidak semua wilayah laut yang ada di suatu destinasi dapat digunakan sesuka hati. Mengingat kawasan *The Great Barrier Reef* Australia memiliki panjang sekitar 2000 kilometer di sepanjang pantai di Queensland, Australia, maka kawasan ini semakin dijadikan sebagai tujuan dari banyak wisatawan yang berkunjung ke Australia. Baco memastikan bahwa *The Great Barrier Reef*, Australia telah memungkinkan meningkatnya aktifitas pariwisata sehingga perlu pengaturan yang baik bagi mereka atau kelompok yang menyediakan layanan *diving*, kelompok pemancing,

tour operators, dan mereka yang datang untuk kegiatan rekreatif. Dengan peningkatan aktifitas tersebut, maka pengelola membuat zonasi untuk menghindari dampak-dampak negatif yang mungkin timbul dari kegiatan pariwisata tersebut.