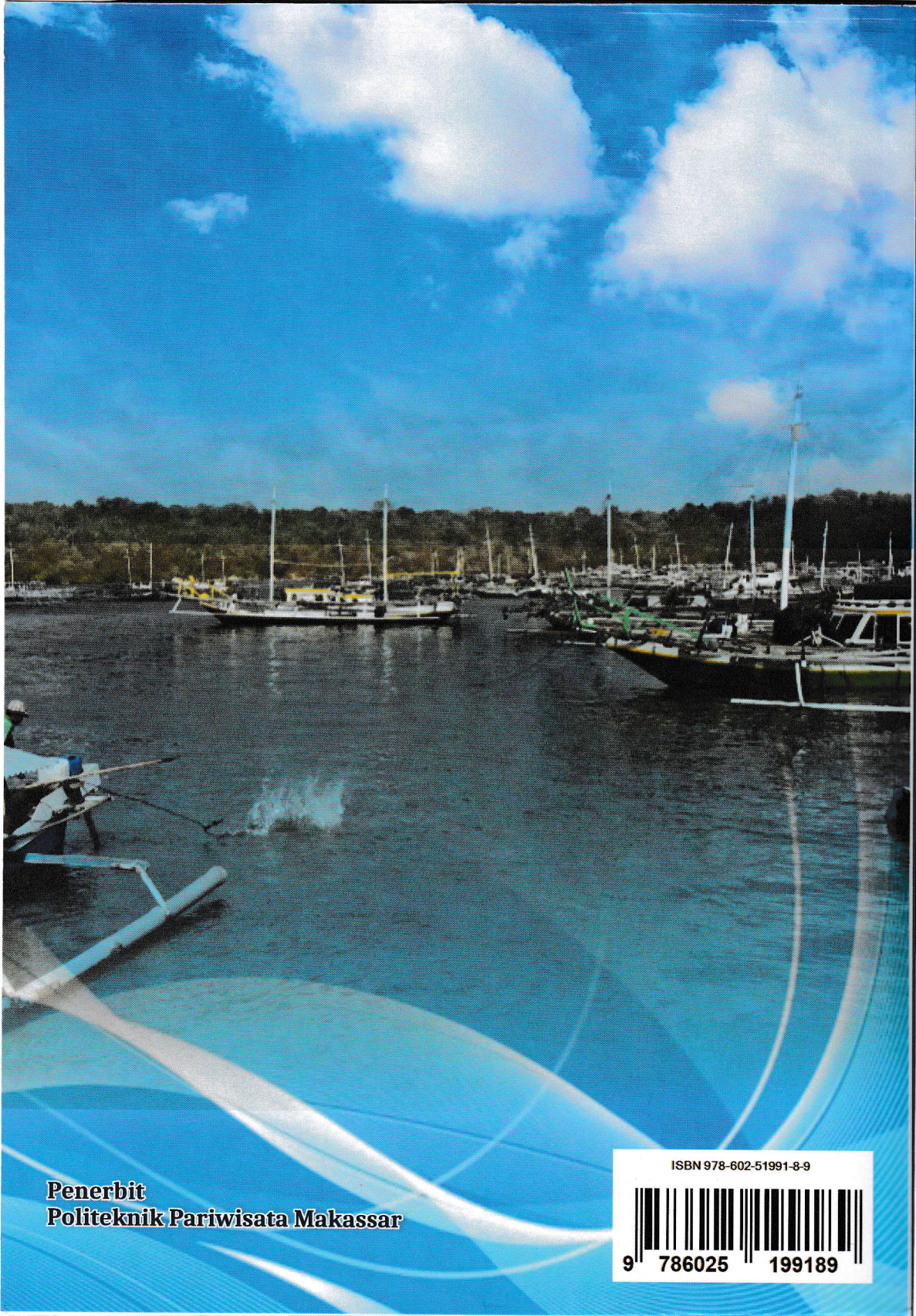


PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI USAHA MIKRO BIDANG PARIWISATA

# PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI USAHA MIKRO BIDANG PARIWISATA

**ILHAM JUNAID**  
**MUH. ARFIN M. SALIM**  
**NUR SALAM**





**Penerbit  
Politeknik Pariwisata Makassar**

ISBN 978-602-51991-8-9



9 786025 199189

**PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR  
MELALUI USAHA MIKRO  
BIDANG PARIWISATA**

**ILHAM JUNAID  
MUH. ARFIN M. SALIM  
NUR SALAM**

**Penerbit  
Politeknik Pariwisata Makassar**

# **PEMBERDAYAAN MASYARAKAT PESISIR MELALUI USAHA MIKRO BIDANG PARIWISATA**

Penulis:

**ILHAM JUNAID  
MUH. ARFIN M. SALIM  
NUR SALAM**

ISBN: 9786025199189

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, Januari 2020

Hak cipta dilindungi Undang-Undang

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



**SAMBUTAN**  
**DIREKTUR POLITEKNIK PARIWISATA**  
**MAKASSAR**

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan semesta alam atas rahmat dan karuniaNya khususnya kepada seluruh civitas akademika Politeknik Pariwisata Makassar. Salawat dan salam kepada Rasulullah, Muhammad SAW, panutan seluruh umat manusia dalam beraktifitas.

Pengembangan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing adalah komitmen Politeknik Pariwisata Makassar. Berbagai upaya dilakukan untuk mencapai tujuan pengembangan tersebut, salah satunya dengan mendorong para dosen dan staf untuk menghasilkan karya tulis. Politeknik Pariwisata Makassar diharapkan menjadi *center of excellence* untuk bidang pariwisata di Indonesia khususnya di Kawasan Timur Indonesia. Pemberdayaan masyarakat menjadi salah satu tugas utama Politeknik Pariwisata Makassar sebagai bagian dari upaya mendukung program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pariwisata dan ekonomi kreatif.

Penulisan buku ini adalah salah satu peran Politeknik Pariwisata Makassar dalam menghasilkan sumber daya manusia yang unggul dan berdaya saing. Informasi dalam buku ini diharapkan menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dan stakeholder pariwisata untuk memberdayakan masyarakat melalui usaha mikro bidang pariwisata. Politeknik Pariwisata Makassar menyampaikan penghargaan yang tinggi kepada civitas akademika yang senantiasa menghasilkan karya-karya ilmiah khususnya kepada tim penulis buku ini.

Semoga bermanfaat dan bernilai ibadah.

Salam Pesona Indonesia.

Makassar, Januari 2020

**Drs. Muhammad Arifin, M.Pd.**  
NIP. 196301071992031001

**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



Ungkapan syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang senantiasa memberikan hidayah, rahmat dan kesehatan sehingga buku ini dapat sampai ke tangan pembaca. Atas izin dan bimbingannya, penulisan buku ini dapat rampung dan diharapkan dapat menjadi nilai kebaikan dan referensi bagi para pembaca. Salawat dan Salam kepada Rasulullah, Muhammad SAW, nabi yang menjadi panutan seluruh umat manusia dalam beraktivitas sehari-hari.

Studi pariwisata dapat dikaji dalam berbagai perspektif, salah satunya adalah istilah usaha mikro (*micro business*) sebagaimana yang dibahas di dalam buku ini. Kegiatan pariwisata sudah menyentuh kehidupan masyarakat perkotaan dan pedesaan sehingga usaha pariwisata tidak hanya dipandang secara makro semata. Usaha mikro adalah salah satu penopang kegiatan pariwisata di perkotaan dan pedesaan. Karena itu, usaha mikro adalah salah satu cara untuk meningkatkan pelibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Penulisan buku ini salah satu upaya untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat mengenai pentingnya usaha mikro dalam menunjang pengembangan pariwisata.

Studi kasus di destinasi wisata Kabupaten Kepulauan Selayar dan Kabupaten Majene diharapkan dapat memberikan informasi mengenai usaha mikro bidang pariwisata. Destinasi ini memiliki potensi wisata bahari yang perlu dikelola dan dikembangkan dengan baik. Pada saat yang sama, masyarakat membutuhkan perhatian dalam mengelola potensi mereka untuk kepentingan masyarakat itu sendiri. Istilah pemberdayaan masyarakat adalah konsep penting dalam pariwisata. Pemberdayaan masyarakat dapat diwujudkan dalam bentuk pengelolaan dan pengembangan usaha mikro dalam berbagai bentuk, termasuk di bidang pariwisata. Buku ini membahas tentang model pemberdayaan masyarakat yang dapat diterapkan di

destinasi wisata berbasis bahari khususnya di Kawasan Timur Indonesia.

Tim penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada semua pihak yang memberikan dukungan dan motivasi dalam penulisan buku ini. Terima kasih kepada Politeknik Pariwisata Makassar atas dukungan pendanaan penelitian tahun anggaran 2019. Buku ini merupakan hasil dari penelitian tim yang dilaksanakan pada tahun 2019. Terima kasih kepada Direktur Politeknik Pariwisata Makassar, Drs. Muhammad Arifin, M.Pd. atas dukungan dalam pelaksanaan kegiatan akademik khususnya penulisan buku ini. Semoga buku ini memberikan ilmu pengetahuan bagi para pembaca khususnya mereka yang sedang mempelajari pariwisata ataupun tertarik dalam studi pariwisata. Semoga bernilai ibadah di sisi Allah SWT.

Salam Pesona Indonesia.

Makassar, Januari 2020

**Ilham Junaid, Ph.D.**

Ketua Tim Penelitian/Penulis  
Politeknik Pariwisata Makassar



## Daftar Isi

Halaman Judul	i
Kata Pengantar	ii
Sambutan Direktur Politeknik Pariwisata Makassar	iii
Daftar Isi	iv
Daftar Gambar	vi

### **BAB I: PENDAHULUAN**

1.1 Pengantar	1
1.2 Konsep Usaha Kecil (Mikro) Bidang Pariwisata	10
1.3 Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Usaha Kecil (Mikro) Bidang Pariwisata	16
1.4 Kedudukan dan Peran Pendidikan Tinggi dalam Pengelolaan Usaha Mikro Bidang Pariwisata	29

### **BAB II: PENGELOLAAN USAHA MIKRO BIDANG PARIWISATA DI DESTINASI PARIWISATA BAHARI**

2.1 Pengelolaan Usaha Mikro di Kabupaten Kepulauan Selayar	
2.1.1 Gambaran Umum Kabupaten Kepulauan Selayar	32
2.1.2 Potensi Pariwisata Kabupaten Kepulauan Selayar	34
2.1.3 Usaha Mikro di Kabupaten Kepulauan Selayar	42
2.2 Pengelolaan Usaha Mikro di Kabupaten Majene	
2.2.1 Gambaran Umum Kabupaten Majene	47
2.2.2 Potensi Pariwisata Kabupaten Majene	48
2.2.3 Usaha Kecil (Mikro) di Kabupaten Majene	56
2.3 Peluang dan Tantangan Pengelolaan Usaha Mikro	60

### **BAB III: MODEL PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN USAHA MIKRO BIDANG PARIWISATA**

3.1	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan EPSP	69
3.2	Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pendekatan Institusi dan Organisasi Kemasyarakatan	73
3.3	Pemberdayaan Masyarakat Berdasarkan Pendekatan Potensi Lokal	77
3.4	Pemberdayaan Masyarakat Berdasarkan Pendekatan Motivasi dan Pemasaran Digital	81

### **BAB IV STRATEGI PEMBERDAYAAN MASYARAKAT**

4.1	Strategi Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Usaha Mikro	86
4.2	Peran dan Langkah Strategis Pendidikan Tinggi dalam Pemberdayaan Masyarakat	95
4.3	Penutup	97
	DAFTAR PUSTAKA	99

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Pengantar**

Pariwisata adalah salah satu industri terbesar di dunia, terbukti dengan ketersediaan lapangan pekerjaan yang tersedia pada sektor tersebut. Ketersediaan industri pariwisata yang menyediakan lapangan pekerjaan memungkinkan masyarakat (penduduk) yang tinggal di suatu wilayah memperoleh pekerjaan, yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidupnya. Pariwisata (aktifitas pariwisata) juga menjadi kebutuhan penduduk dunia sebagai salah satu cara untuk melepaskan diri dari aktifitas selain rutinitas pekerjaan sehari-hari.

Daya tarik wisata yang dimiliki suatu destinasi memungkinkan adanya perjalanan oleh wisatawan dengan berbagai tujuan atau motivasi melakukan perjalanan. Ketersediaan fasilitas dan infrastruktur yang baik yang dimiliki destinasi pariwisata juga memberikan peluang bagi terwujudnya kegiatan pariwisata. Dengan demikian, pariwisata dapat menjadi industri yang dapat memberikan manfaat bagi pembangunan suatu Negara atau bangsa.

Idealnya, masyarakat di destinasi pariwisata adalah mereka yang secara langsung mengelola potensi wisata yang dimiliki destinasi pariwisata. Aset atau potensi pariwisata yang dimiliki setiap daerah di Indonesia adalah peluang yang seharusnya ditangkap oleh masyarakat yang selanjutnya akan memberikan kesejahteraan secara ekonomis bagi penduduknya. Ketika wisatawan mengunjungi destinasi pariwisata, maka wisatawan akan

memanfaatkan pelayanan yang diberikan oleh masyarakatnya. Selanjutnya, penyedia layanan tersebut akan mendapatkan keuntungan (*profit*) yang menjadi pendapatan (*income*) bagi masyarakatnya. Jadi, pariwisata memberikan kesempatan kepada masyarakat untuk mendapat manfaat secara langsung (*direct benefit*) maupun pendapatan secara tidak langsung (*indirect benefit*).

PORTOFOLIO PRODUK	Alam ( <i>Nature</i> ) (35 %)	1. WISATA BAHARI ( <i>MARINE TOURISM</i> ) (35%)
		2. EKOWISATA ( <i>ECO TOURISM</i> ) (45%)
		3. WISATA PETUALANGAN ( <i>ADVENTURE TOURISM</i> ) (20%)
	Budaya ( <i>Culture</i> ) (60 %)	1. WISATA WARISAN BUDAYA DAN SEJARAH ( <i>HERITAGE AND PILGRIM TOURISM</i> ) (20%)
		2. WISATA BELANJA DAN KULINER ( <i>CULINARY AND SHOPPING TOURISM</i> ) (45%)
		3. WISATA KOTA DAN DESA ( <i>CITY AND VILLAGE TOURISM</i> ) (35%)
	Buatan Manusia ( <i>Man Made</i> ) (5 %)	1. WISATA MICE ( <i>MICE &amp; EVENTS TOURISM</i> ) (25%)
		2. WISATA OLAHRAGA ( <i>SPORT TOURISM</i> ) (60%)
		3. OBJEK WISATA TERINEGRASI ( <i>INTEGRATED AREA TOURISM</i> ) (15%)

Gambar 1. Portofolio produk destinasi pariwisata  
 Sumber: *Screenshot* dari Dokumen Kebijakan pengembangan destinasi pariwisata Indonesia 2016-2019

Indonesia sebagai negara kepulauan memiliki potensi pariwisata bahari yang layak menjadi primadona bagi wisatawan untuk berkunjung ke Indonesia melalui kegiatan pariwisata bahari. Gambar 1 (satu) menunjukkan potensi alam (khususnya bahari)

Indonesia berjumlah tiga puluh lima persen. Wisata bahari menduduki peringkat tertinggi dalam hal jenis wisata dan potensi wisata. Jenis wisata budaya mendapatkan porsi yang lebih besar dibandingkan alam dan wisata buatan. Namun, wisata bahari cenderung mendapatkan kunjungan yang lebih besar dari wisatawan mancanegara dan domestik.

Untuk Kawasan Timur Indonesia, Pemerintah Republik Indonesia melalui Kementerian Pariwisata Republik Indonesia telah menetapkan tiga destinasi pariwisata prioritas khususnya dengan potensi bahari yang dimiliki yakni Kabupaten Wakatobi (Provinsi Sulawesi Tenggara), Raja Ampat di Papua dan Pulau atau Kabupaten Morotai di Provinsi Maluku Utara. Destinasi ini telah menjadi prioritas dalam hal pengembangan dan sedang dalam proses upaya menjadikan destinasi pariwisata Bali lainnya. Artinya, selain Bali sebagai destinasi unggulan Indonesia, daerah lain juga didorong menjadi destinasi pariwisata seperti Bali.

Kawasan Timur Indonesia khususnya wilayah Sulawesi memiliki destinasi pariwisata bahari yang patut dikembangkan dan potensial untuk diusulkan sebagai destinasi pariwisata bahari 'prioritas' ataupun berbagai bentuk penghargaan bidang pariwisata. Provinsi Sulawesi Utara, Provinsi Gorontalo, Provinsi Sulawesi Tengah, Provinsi Sulawesi Barat serta Provinsi Sulawesi Selatan memiliki wilayah maritim yang patut dikembangkan sebagai destinasi pariwisata bahari. Namun demikian, geliat pariwisata bahari di wilayah Sulawesi membutuhkan perhatian dari berbagai

pemangku kepentingan (*stakeholder*) khususnya yang berkaitan dengan penerapan pariwisata bahari yang berkelanjutan.

Menteri Pariwisata Republik Indonesia (Bapak Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc.) melalui rapat koordinasi dengan Perguruan Tinggi Pariwisata di bawah Kementerian Pariwisata Republik Indonesia menginstruksikan pendidikan tinggi pariwisata khususnya Politeknik Pariwisata Makassar untuk melakukan pengkajian atau studi mendalam mengenai pariwisata bahari di Kawasan Timur Indonesia. Wilayah Sulawesi Selatan, misalnya Kabupaten Kepulauan Selayar, telah mendapatkan perhatian khusus dari pemerintah pusat. Arahan Menteri Pariwisata Republik Indonesia mengisyaratkan bahwa wilayah Sulawesi (khususnya Kabupaten Kepulauan Selayar) dapat menjadi destinasi utama Indonesia untuk pariwisata bahari dengan penerapan pariwisata yang terbaik (*best practices*) khususnya dalam pemberdayaan masyarakat dalam berbagai bentuk usaha.

Wakatobi di Provinsi Sulawesi Tenggara dan Morotai di Provinsi Maluku Utara telah menjadi representasi dalam hal sepuluh destinasi prioritas. Namun demikian, dibutuhkan kajian mendalam mengenai pariwisata bahari untuk wilayah Kawasan Timur Indonesia khususnya Sulawesi Barat dan Sulawesi Selatan. Terdapat dua alasan mendasar pentingnya melakukan kajian atau studi pariwisata bahari di dua destinasi pariwisata bahari tersebut. Pertama, wilayah geografis Sulawesi Barat dan Sulawesi Selatan adalah destinasi yang memiliki karakteristik yang sama dengan tiga destinasi prioritas (Raja Ampat, Morotai dan Wakatobi) dalam hal

potensi wisata. Namun, destinasi tersebut masih membutuhkan dorongan melalui perhatian dan kebijakan khusus dari pemerintah (pusat dan daerah) dalam hal upaya pengembangan.

Kedua, wilayah Sulawesi telah dikenal secara global sebagai destinasi pariwisata bahari. Karena itu, Kawasan Timur Indonesia dengan representasi wilayahnya layak mendapatkan pengakuan sebagai destinasi pariwisata dunia dengan optimalisasi masyarakat sebagai pengelola utama daya tarik wisata dan yang mendapatkan manfaat dari kegiatan tersebut. Sulawesi Barat dan Sulawesi Selatan dapat menjadi contoh pemberdayaan masyarakat melalui usaha kecil (mikro) di destinasi pariwisata bahari.

Pelibatan masyarakat dalam pengelolaan usaha kecil (mikro) bidang pariwisata sangat dibutuhkan sebagai dasar dalam menyusun rencana pengembangan pariwisata bahari yang berkelanjutan. Meskipun secara fakta di lapangan bahwa masyarakat sudah mulai menunjukkan keterlibatan dalam kegiatan pariwisata khususnya pada sektor makro, namun dibutuhkan analisis secara komprehensif partisipasi masyarakat dalam pengelolaan usaha kecil berbasis pariwisata.

Pemerintah adalah pemangku kepentingan (*stakeholder*) utama dalam mendorong partisipasi masyarakat serta membantu masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Menurut Dowling dan Fennell (2003), peran pemerintah dalam penyelesaian dan penyempurnaan kebijakan pengaturan industri pariwisata cenderung belum terlaksana dan diselesaikan secara menyeluruh. Pemerintah

diharapkan mendorong pengembangan kebijakan dan menyempurnakan kebijakan yang cenderung masih membutuhkan optimalisasi peran dari pemerintah pusat dan daerah. Dalam hal ini, pemberdayaan masyarakat tidak terlepas dari upaya pemerintah daerah dalam mendorong masyarakat untuk aktif dalam mengelola dan mengembangkan usaha mikro bidang pariwisata.

Kebijakan pemerintah sangat dibutuhkan untuk memastikan bahwa kegiatan pariwisata di suatu wilayah berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip keberlanjutan. Relevansi kebijakan yang ditempuh seharusnya sejalan dengan kebutuhan masyarakat akan pengelolaan usaha kecil/mikro (*micro/small business*). Kebijakan bidang pariwisata cenderung hanya mengatur usaha makro karena usaha tersebut menunjukkan adanya lapangan pekerjaan yang secara langsung dapat dinikmati oleh masyarakat. Namun, usaha kecil (mikro) perlu sentuhan peran pemerintah daerah untuk mewujudkan pemberdayaan masyarakat. Selain itu, perlu optimalisasi pelibatan masyarakat dalam kegiatan usaha kecil (mikro).

Manfaat pariwisata bagi masyarakat hanya dipandang pada sudut makro, usaha kecil (mikro) belum menjadi perhatian kebanyakan *stakeholder*. Pariwisata bagi kebanyakan destinasi pariwisata hanya dilihat dari ketersediaan lapangan kerja pariwisata pada industri pariwisata, misalnya akomodasi, biro atau agen perjalanan wisata, transportasi, restoran ataupun *catering*. Dengan pemahaman seperti ini, destinasi dipandang sukses karena jumlah



kunjungan wisatawan serta lapangan kerja yang tersedia di industri pariwisata tersebut.

Usaha mikro adalah jenis usaha yang menyentuh kalangan masyarakat menengah ke bawah, tetapi memiliki dampak yang lebih besar bagi masyarakat secara ekonomis. Selain itu, tujuan pembangunan pariwisata yang sesungguhnya dapat terwujud karena masyarakat yang bukan dari sektor pariwisata dapat memahami dan merasakan manfaat pariwisata secara langsung.

Kenyataannya, meskipun Sulawesi Barat dan Sulawesi Selatan telah dipromosikan sebagai destinasi pariwisata dunia, namun usaha mikro oleh masyarakatnya perlu mendapat perhatian. Jika sektor makro telah mendapat manfaat secara nyata, maka usaha kecil (mikro) khususnya bidang pariwisata perlu didukung dan didorong agar masyarakat semakin menyadari bahwa potensi pariwisata perlu dikelola secara profesional untuk kepentingan masyarakat itu sendiri.

Kajian literatur atau penelitian bidang pariwisata yang berkaitan dengan usaha bidang pariwisata lebih terfokus pada aspek keilmuan, teoretis ataupun konsep untuk mendorong kesejahteraan masyarakat. Berikut diuraikan beberapa isu yang berkaitan dengan urgensi kajian usaha kecil (mikro) bidang pariwisata dalam konteks pemberdayaan masyarakat:

- Upaya lembaga atau institusi pendidikan dan pemerintah dalam mendorong terwujudnya optimalisasi pemberdayaan masyarakat perlu didukung dengan membantu mengusulkan langkah praktis

yang dapat dijalankan oleh pemerintah daerah dan institusi pendidikan. Buku ini dapat menjadi bahan atau acuan dalam memaksimalkan peran pemerintah dan lembaga pendidikan dalam mendorong program pemberdayaan masyarakat melalui usaha kecil (mikro) bidang pariwisata.

- Destinasi pariwisata bahari cenderung terfokus pada penyedia layanan *diving* dan *snorkeling* bagi wisatawan. Selanjutnya, wisatawan akan berhadapan dengan usaha makro lainnya seperti biro perjalanan, usaha transportasi dan usaha akomodasi. Karena itu, dibutuhkan langkah-langkah atau usaha yang lahir dari kajian atau analisis kebutuhan masyarakat akan pentingnya pemberdayaan masyarakat untuk mengelola usaha kecil (mikro) bidang pariwisata.
- Meskipun secara teoretis, pariwisata berkelanjutan telah diadopsi oleh berbagai tingkatan pemerintah, langkah implementatif dibutuhkan untuk memastikan bahwa masyarakat akan mengelola usaha kecil (mikro) bidang pariwisata dan mendapat manfaat dari pengelolaan usaha kecil tersebut.

Buku ini merupakan kajian atau studi bidang pariwisata (kepariwisataan) dengan fokus pada pengembangan atau pemberdayaan masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah pesisir (*coastal area*). Destinasi pariwisata di Indonesia banyak yang menawarkan potensi kelautan (bahari) sebagai daya tarik wisata. Namun, masyarakat perlu diberdayakan dalam mengelola potensi

bahari. Selain itu, masyarakat perlu dilibatkan dan diberdayakan dalam mengelola usaha pariwisata yang bersifat kecil (mikro) sehingga dampak pariwisata yang bersifat positif secara ekonomis dapat dirasakan oleh masyarakat. Gambar 2 (dua) menunjukkan bahwa pemerintah Republik Indonesia menjadikan pemberdayaan masyarakat sebagai bagian dari upaya atau strategi pengembangan pariwisata.

<b>STRATEGI PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA</b>	
<b>Perwilayahan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>50 DPN (Destinasi Pariwisata Nasional);</li> <li>88 KSPN (Kawasan Strategis Pariwisata Nasional);</li> <li>222 KPPN (Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional)</li> </ul>
<b>Pembangunan DTW</b>	Wisata Alam; Wisata Budaya; Wisata Buatan
<b>Aksesibilitas Pariwisata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana transportasi (moda transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut dan kereta api),</li> <li>Prasarana transportasi (pelabuhan laut, bandara, stasiun) dan</li> <li>Sistem Transportasi (informasi rute dan jadwal, ICT, kemudahan reservasi moda)</li> </ul>
<b>Prasarana Umum, Fasilitas Umum dan pariwisata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prasarana umum (Listrik, Air, Telekomunikasi, pengelolaan limbah)</li> <li>Fasilitas Umum (keamanan, keuangan perbankan, bisnis, kesehatan, sanitasi dan kebersihan, khusus bagi penderita cacat fisik, anak-anak dan lanjut usia, rekreasi, lahan parkir dan ibadah)</li> <li>Fasilitas Pariwisata (akomodasi, rumah makan/restoran, informasi dan pelayan pariwisata, keimigrasian, TIC dan e-tourism kios, polisi pariwisata dan satuan tugas wisata, toko cinderamata, penunjuk arah-papan informasi wisata-rambu lalu lintas wisata, bentuk bentang lahan)</li> </ul>
<b>Pemberdayaan Masyarakat</b>	Sadar Wisata; Pengembangan Kapasitas Masyarakat
<b>Investasi Pariwisata</b>	Profil Investasi; Promosi Investasi dan Forum Bisnis

Sumber: RENCANA INDIK PEMBANGUNAN KEPARIWISATAAN NASIONAL 2010 – 2025 (PP 50/2011) Pasal 7, ayat a

Gambar 2. Portofolio produk destinasi pariwisata  
 Sumber: *Screenshot* dari Dokumen Kebijakan pengembangan destinasi pariwisata Indonesia 2016-2019

## 1.2 Konsep Usaha Kecil (Mikro) Bidang Pariwisata

Usaha mikro (*micro business*) dan usaha kecil (*small business*) adalah dua istilah yang sering dibedakan dan bahkan cenderung disamakan dalam hal penerapan di lapangan atau dalam usaha di masyarakat. Gregory (2018) memandang *micro business* sebagai perusahaan dengan aset penjualan per tahun kurang dari 250.000 US dollar dan memiliki kurang dari lima karyawan termasuk pemiliknya. Dalam konteks Indonesia sebagai negara berkembang, nilai penjualan per tahun tidak dapat diprediksi bahkan dapat dikatakan sebagai *non-company* atau bukan merupakan perusahaan. Di Indonesia, **usaha kecil (mikro)** dapat dilihat secara langsung dimana masyarakat membuat atau mengelola usaha atau bisnis yang berskala kecil dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mereka.

Buku ini menggunakan **konsep usaha mikro** dan/atau **usaha kecil** sebagai dua jenis istilah yang sama, dan karena itu, usaha mikro ditujukan pada segala jenis bentuk usaha yang dapat dijalankan oleh masyarakat baik yang dikelola dengan memiliki izin ataupun usaha mikro yang dijalankan tanpa melalui proses perencanaan dan struktur yang teratur dan dijalankan secara profesional. Dalam realita di masyarakat, terdapat kelompok atau anggota masyarakat yang menjalankan usaha dari lingkup yang kecil hingga mengalami proses peningkatan usaha yang dibarengi dengan pelengkapan izin usaha.

Buku ini mengacu pada beberapa konsep dan atau definisi usaha kecil (mikro) dengan uraian sebagai berikut:

1. Usaha kecil (mikro) merupakan kegiatan perekonomian yang dijalankan oleh masyarakat sebagai upaya untuk mempertahankan hidupnya.
2. Usaha kecil (mikro) adalah jenis usaha (bisnis) kecil yang dikelola secara langsung dan dimiliki oleh masyarakat yang tinggal di destinasi pariwisata khususnya di sekitar daya tarik wisata bahari.
3. Setiap anggota masyarakat memiliki peluang untuk membuka usaha kecil (mikro) dengan tujuan untuk menambah penghasilan selain mata pencaharian sehari-hari.
4. Usaha kecil (mikro) setiap anggota masyarakat dapat berbeda-beda tergantung dari kemampuan modal usaha dan keterampilan yang dimiliki.
5. Usaha kecil (mikro) adalah segala jenis usaha khususnya yang berkaitan dengan pariwisata yang memungkinkan terwujudnya peningkatan kesejahteraan masyarakatnya.
6. Di Indonesia, istilah **usaha kecil menengah (UKM)** lebih banyak digunakan baik dalam implementasi kehidupan sehari-hari maupun dalam aktifitas akademik. **Buku ini lebih menekankan penggunaan istilah usaha mikro, meskipun tujuan pembahasan buku ini dan realita contoh-contoh usaha di masyarakat adalah usaha kecil menengah.**

Banyak masyarakat menjalankan usaha mikro didasarkan pada kekuatan modal yang dimiliki. Bahkan, kedatangan wisatawan ke suatu wilayah dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membuka berbagai usaha dengan tujuan mendapatkan keuntungan dari usaha mikro tersebut. Menurut Haahti dan Komppula (2006), usaha kecil (*small business*) yang dijalankan oleh masyarakat perlu memerhatikan aspek hubungan personal antara masyarakat itu sendiri dengan pelanggan (*customer*). Masyarakat diharapkan memahami bahwa membuka usaha mikro membutuhkan pemahaman akan kebutuhan *customer* agar usaha tersebut dapat berjalan secara berkelanjutan.

Potensi bahari suatu destinasi dapat menjadi peluang bagi masyarakatnya untuk mengembangkan usaha mikro berbasis pariwisata bahari. Swarbrooke dan Horner (2001) memberikan contoh bagaimana masyarakat yang tinggal di wilayah pesisir menjalankan program perjalanan wisata yang bersifat mandiri dengan memaksimalkan potensi bahari yang ada, misalnya kegiatan memancing dan proses mengelola ikan. Kegiatan seperti ini dapat dijalankan oleh masyarakat dengan melihat potensi atau peluang yang mungkin dapat dijalankan oleh masyarakat di daerah pesisir. Pengelolaan ikan juga menjadi alternatif bagi masyarakat dan dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang datang ke destinasi pariwisata bahari. Kegiatan memancing yang difasilitasi oleh masyarakat juga menjadi pilihan bagi masyarakat yang ingin terlibat dalam kegiatan pariwisata.

Konsep usaha mikro cenderung problematik karena batasan dari mikro maupun usaha makro sulit untuk dibedakan. Dalam konteks tertentu, suatu usaha dapat dikategorikan sebagai usaha makro, namun di sisi lain usaha tersebut dapat dikategorikan sebagai usaha mikro. Pengkajian mengenai kategorisasi usaha makro dan mikro dalam konteks pariwisata sangat dibutuhkan untuk memberikan gambaran mengenai batasan dari usaha mikro dan makro tersebut (Debbage dan Ioannides, 2004).

Usaha mikro yang dijalankan oleh masyarakat perlu memerhatikan aspek atau pendekatan pemasaran atau penjualan produk yang berkualitas agar menghasilkan target yang diharapkan. Adams (2018) mengusulkan pentingnya menjalankan pemasaran dengan 4P yang mencakup *product*, *price*, *promotion* dan *place*. Untuk menjalankan aspek pemasaran ini, masyarakat membutuhkan pendampingan yang dapat dijalankan oleh pendidikan tinggi dan pemerintah daerah. Pemerintah daerah mengatur kebijakan untuk memberdayakan masyarakat sedangkan pendidikan tinggi melakukan pendampingan dan atau pembantuan dalam mengelola usaha mikro berbasis pariwisata.

Pengelolaan usaha mikro oleh masyarakat tidak terlepas dari faktor sosial budaya masyarakat di suatu destinasi. Keinginan untuk berusaha atau menjadi pengusaha (*entrepreneur*) perlu didukung oleh kesediaan masyarakatnya menjalankan usaha atau bisnis di berbagai sektor usaha. Menurut Thornton, Ribeiro-Soriano dan Urban (2011), kegiatan usaha (*entrepreneurship*) dapat menjadi

solusi bagi munculnya persoalan-persoalan di masyarakat yang berkaitan dengan masalah ekonomi. Untuk mewujudkan kegiatan usaha mikro tersebut, **dibutuhkan penerapan pendekatan institusional (*institutional approach*)** yang dapat membantu masyarakat dalam mengatasi persoalan sosial budaya yang menjadi batas-batas atau tantangan untuk berusaha. Pendekatan institusional ini tidak terlepas dari pemerintah yang menjalankan program melalui kebijakan dan perencanaan yang diterapkan.

Mengacu Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, terdapat 13 usaha di bidang pariwisata yakni; 1) daya tarik wisata; 2) kawasan pariwisata; 3) jasa transportasi wisata; 4) jasa perjalanan wisata; 5) jasa makanan dan minuman; 6) penyediaan akomodasi; 7) penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; 8) penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; 9) jasa informasi pariwisata; 10) jasa konsultan pariwisata; 11) jasa pramuwisata; 12) wisata tirta; 13) SPA. Secara umum, usaha pariwisata sebagaimana yang tertuang dalam Undang-Undang Kepariwisataan ini dapat dikategorikan sebagai usaha makro dengan sistematika dan permodalan yang cukup besar.

Namun, jika dilihat dari sisi usaha kecil atau mikro, maka usaha bidang pariwisata tersebut dapat dijalankan dalam skala kecil atau mikro dengan memanfaatkan masyarakat sekitar daya tarik wisata bahari sebagai pengelola sekaligus sebagai pemilik usaha. Jadi, usaha mikro selain berpedoman pada Undang-Undang tentang



Kepariwisataan tersebut, dapat pula berupa usaha kreatif yang menunjang kegiatan kepariwisataan. Usaha mikro bidang pariwisata telah menjadi kajian dari berbagai peneliti dunia (Morrison, et al., 2010). Berikut ini diuraikan beberapa ahli yang mengkaji aspek usaha kecil bidang pariwisata dari sudut pandang yang beragam:

1. Usaha pariwisata skala kecil (mikro) memiliki nilai posisi yang beragam di masyarakat (*value positions*) yang mencakup penghargaan terhadap budaya masyarakat, pengorganisasian dari usaha atau bisnis, orientasi pasar dan pengorganisasi suatu industri atau usaha (Atlejevic dan Doorne, 2003; Dahles, 2002; Gtez et al, 2004; Mottiar, 2007).
2. Usaha pariwisata berbasis kecil (*small*) yang dapat mendorong langkah pengentasan kemiskinan di suatu daerah (Cohen, 1989; Dahles dan Bras, 1999; Dahles, 2002; Hampton, 2003; Rogerson, 2004; Sharpley, 2002; Wanhill, 2000).
3. Usaha kecil berbasis pariwisata bersifat membangun jaringan (*networks*) dari berbagai kalangan masyarakat. Artinya, terdapat hubungan yang tak terpisahkan antara masyarakat yang termajinalkan dengan terwujudnya peningkatan perekonomian oleh masyarakat itu sendiri (Cohen, 1989; Dahles dan Bras, 1989; Mottiar, 2007; Zhang dan Morrison, 2007).

### **1.3 Pemberdayaan Masyarakat dalam Pengelolaan Usaha Mikro**

Pemberdayaan masyarakat dalam pariwisata telah menjadi kajian dari para akademisi bidang pariwisata. Briedenhann dan Ramchander (2006) misalnya, meneliti pemberdayaan masyarakat bidang pariwisata dan partisipasi mereka dalam kegiatan pariwisata. Temuan dalam penelitian adalah bahwa meskipun pariwisata telah memberikan dampak positif bagi masyarakat Soweto (Afrika), namun belum terdapat mekanisme yang mengatur dalam menerapkan tiga aspek pariwisata yakni pelibatan masyarakat, partisipasi masyarakat dan pemberdayaan masyarakat.

Hal yang sama juga terjadi di beberapa destinasi di Indonesia bahwa pengelola destinasi (misalnya, pemerintah) belum memiliki acuan atau mekanisme yang mengatur bagaimana melibatkan masyarakat khususnya mereka yang tinggal di wilayah pesisir. Organisasi kemasyarakatan telah berupaya bekerja meskipun dibutuhkan payung hukum dalam bentuk kebijakan dan perencanaan berbasis kemasyarakatan.

Untuk menjadikan pariwisata sebagai bagian dari harapan dan aktifitas masyarakat, maka pemberdayaan merupakan aspek utama yang perlu diperhatikan dan dijalankan oleh pemerintah daerah. Menurut Cole (2006a), dibutuhkan tahap-tahap untuk memastikan pariwisata berkelanjutan tercapai di masyarakat. Fasilitasi pemberdayaan masyarakat adalah salah satu cara untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan tersebut.

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks pariwisata dilihat dari berbagai bentuk atau dimensi. Scheyven (2003) mengemukakan **empat dimensi atau kerangka kerja pemberdayaan masyarakat yakni pemberdayaan yang bersifat ekonomis, psikologis, sosial dan politik. Pemberdayaan secara ekonomis** dapat diartikan sebagai upaya mendorong masyarakat memanfaatkan potensi yang dimiliki untuk kepentingan keuntungan (*profit*) secara ekonomis. Setiap daerah atau wilayah memiliki peluang dan potensi untuk dipromosikan sebagai aset wisata. Untuk mewujudkan hal ini, maka aspek kemanfaatan secara ekonomis potensi tersebut perlu diperhatikan sehingga masyarakat akan merasa memiliki aset pariwisata tersebut.

**Pemberdayaan secara psikologis** dapat diartikan sebagai upaya meyakinkan masyarakat akan peluang dan kesempatan yang sama dalam berusaha di bidang pariwisata. Scheyven (2003) memandang bahwa pemberdayaan secara psikologis dapat diwujudkan dengan mendorong masyarakat agar bangga dengan tradisi, lingkungan dan berbagai potensi yang dimiliki. Dengan pemberdayaan seperti ini, maka semangat masyarakat semakin terdorong yang pada akhirnya akan berupaya untuk mengelola dan mengembangkan segala potensi yang dimiliki untuk kepentingan mereka dan masyarakatnya.

**Dari aspek sosial**, pemberdayaan masyarakat akan dapat terwujud jika masyarakatnya telah berusaha dan berinisiatif menciptakan produk yang memiliki nilai tambah (*added value*) yang

menunjang kegiatan kepariwisataan. Berbagai jenis produk pariwisata dapat diciptakan dengan peran serta masyarakat yang tinggal di sekitar wilayah daya tarik wisata atau kawasan wisata. Pemberdayaan sosial mengupayakan peran aktif masyarakat dalam usaha makro maupun mikro. Dalam konteks buku ini, produk usaha mikro yang diciptakan oleh masyarakat merupakan bukti dari pemberdayaan sosial.

Partisipasi masyarakat dalam kegiatan pariwisata tidak terlepas dari kemandirian masyarakat, terlepas dari belenggu keterbatasan karena faktor politik. **Pemberdayaan secara politik** dimaknai sebagai keseimbangan antara kesempatan masyarakat dalam aktifitas pariwisata dan peluang yang dapat dijalankan oleh masyarakatnya. Kestabilan politik dalam suatu destinasi menjadi keunggulan utama suatu destinasi untuk mewujudkan pemberdayaan secara politik. Artinya, bagi kelompok masyarakat yang tidak atau belum memiliki kemampuan atau kekuatan (*power*) untuk terlibat, akan semakin terdorong untuk berpartisipasi secara aktif sebagai hasil dari kestabilan politik di suatu destinasi.

Di wilayah pesisir, wisatawan tidak hanya datang untuk melakukan aktifitas pariwisata bahari. Peluang untuk melihat daya tarik wisata lain sangat terbuka, misalnya jenis wisata budaya. Dalam konteks pariwisata, melihat dan merasakan kebudayaan masyarakat daerah pesisir juga memberikan pengalaman yang mendukung pariwisata bahari. **Cara hidup masyarakat di wilayah pesisir dapat menjadi daya tarik wisata bagi wisatawan**

(Appleton, 2006; Cole, 2006; Greer, 2010; MacCannell, 1984). Jadi, **destinasi pariwisata bahari tidak semata-mata tergantung pada ketersediaan potensi kelautan dari destinasi tersebut.**

Untuk mendorong masyarakat terlibat dalam kegiatan pariwisata, Prideaux (2008) mengusulkan pentingnya tiga aspek penting dalam sebuah destinasi khususnya bagi destinasi yang menjual desa (termasuk area pesisir) untuk memerhatikan aspek ini yakni **partisipasi masyarakat, infrastruktur lokal dan keinginan sektor publik untuk membantu masyarakat dalam mengatasi persoalan dana.** Menurut Prideaux, ketiga aspek tersebut sangat berkaitan dengan peluang untuk menjalankan program pendidikan dan pelatihan bagi masyarakat dan dukungan dana untuk menjalankan usaha bidang pariwisata. Masyarakat di negara-negara berkembang cenderung mengalami masalah pendanaan sehingga potensi mereka tidak dapat dikembangkan. Pemerintah sebagai sektor utama (publik) memiliki tugas untuk mencarikan solusi terhadap masalah pendanaan tersebut serta penyediaan infrastruktur pendukung.

Pemberdayaan masyarakat dalam pengelolaan usaha mikro bidang pariwisata tidak dapat dipisahkan dari peran pemerintah. **Proses pemberdayaan melibatkan dua unsur penting yang tidak terpisahkan satu sama lain yakni masyarakat dan pemerintah** (Beeton, 2006; Sofield, 2001, 2003). Istilah pemberdayaan (*empowerment*) terkadang membingungkan dari segi defenisi dan konsep. Kata *empowerment* berarti terdapat dua

kelompok masyarakat yakni mereka yang memiliki kesanggupan atau kekuatan dan mereka yang tidak memiliki kekuatan, kekuasaan ataupun daya untuk melakukan sesuatu. Artinya, **pemberdayaan (*empowerment*) berarti melibatkan unsur atau pihak yang dapat membantu masyarakat untuk memberdayakan masyarakat yang tidak memiliki power (kekuatan) untuk menjalankan sesuatu.** Karena itu, istilah *empowerment* juga bagian dari upaya yang harus ditempuh oleh pemerintah dalam mewujudkan masyarakat yang berdaya guna (Beeton, 2006).

Istilah pemberdayaan masyarakat juga **sering dikaitkan dengan masyarakat yang termarginalkan (*marginalised*) yang cenderung tidak mendapatkan peluang untuk ikut terlibat.** Dalam kelompok masyarakat, terdapat anggota masyarakat yang tidak memiliki keterampilan (*skills*) untuk berbagai aktifitas khususnya pariwisata. Menurut Cole (2007), aktifitas usaha ataupun kewirausahaan (*business or entrepreneurship*) dapat membantu masyarakat yang termajinalkan tersebut untuk tidak menggantungkan perekonomian mereka pada satu sektor semata. Artinya, **pemberdayaan masyarakat yang tidak memiliki keterampilan ataupun termajinalkan dapat ditempuh dengan usaha berbagai bidang, salah satunya memanfaatkan pariwisata sebagai alat (*tool*) untuk membantu masyarakat yang tinggal di sekitar daya tarik wisata bahari.**

Pentingnya **pemberdayaan masyarakat juga didasarkan pada realita bahwa pola penyebaran usaha atau kewirausahaan**

**oleh masyarakat cenderung tidak merata** (Cole, 2007). Bagi mereka yang memiliki modal yang cukup untuk berusaha akan mendapatkan kesempatan untuk memulai usaha. Selain itu, keterampilan yang dimiliki oleh anggota masyarakat mampu memberikan peluang untuk berusaha. Namun, **dibutuhkan pemerataan pemberdayaan masyarakat sehingga tingkat kesadaran anggota masyarakat akan makna pariwisata juga dapat ditingkatkan**. Jadi, pemberdayaan masyarakat dibutuhkan mengingat wilayah bahari adalah potensi wisata yang dimiliki oleh masyarakat.

Pemberdayaan masyarakat dapat ditunjukkan dengan motivasi ke masyarakat melalui budaya berwirausaha (Shaw, 2004). Menurut Shaw, negara-negara berkembang memiliki kompleksitas dalam hal usaha pariwisata dengan skala kecil. Karena itu, Shaw memberikan contoh bahwa Indonesia sebagai negara berkembang memiliki karakteristik usaha sektor mikro yang variatif dengan keterlibatan berbagai kelompok masyarakat.

Destinasi pariwisata di dunia mencoba menarik wisatawan mancanegara dengan memperkenalkan potensi kelautan (bahari) yang dimiliki destinasi tersebut. Indonesia termasuk Negara yang menjual potensi alam bahari untuk menarik wisatawan mancanegara. Bahkan, banyak daerah pesisir atau pantai di Indonesia telah dimanfaatkan oleh masyarakat destinasi tersebut maupun wisatawan domestik sebagai lokasi untuk aktifitas santai dan pariwisata. Kegiatan berlibur oleh masyarakat juga banyak diisi

oleh masyarakat dengan mengunjungi pantai. Salah satu daya tarik yang pantai atau kelautan bagi kebanyakan wisatawan adalah tiga S yang mencakup **sun, sea dan sand** (Jones, 2018; Jones dan Phillips, 2011).

Destinasi pariwisata bahari memiliki karakteristik kondisi geografis yang terdiri dari wilayah laut dan pulau-pulau yang memungkinkan adanya aktifitas pariwisata bahari. **Berbagai jenis aktifitas dapat dijalankan pada pariwisata bahari misalnya, kegiatan berenang (*swimming*), menyelam (*diving*), dan *snorkeling*** (McLeod dan Croes, 2018). Dimensi fisik yang dimiliki suatu destinasi memungkinkan banyaknya aktifitas yang berkaitan dengan kelautan atau bahari sehingga berdampak pula pada peluang bagi masyarakat untuk mendapatkan lapangan pekerjaan atau menciptakan peluang kerja baik permanen maupun sementara.

Pariwisata bahari tidak hanya terbatas pada usaha pemberian layanan *diving, snorkeling* atau kegiatan yang berhubungan dengan kelautan. Terdapat banyak peluang yang dapat dilakukan oleh masyarakat di sekitar pulau atau wilayah pantai (pesisir). Penyiapan akomodasi, daya tarik wisata alternatif dan berbagai kegiatan yang mendukung aktifitas pariwisata dapat menjadi pilihan bagi masyarakat yang ingin terlibat dalam kegiatan pariwisata. **Pengelolaan pariwisata bahari terdiri dari kegiatan yang mencakup perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organising*), dan pengontrolan (*controlling*) produk pariwisata**



**yang disediakan oleh masyarakat dari berbagai kategori usaha pariwisata** (Ruhanen, 2004; Sharpley, 2008; Veal, 2002).

Idealnya, terdapat keseimbangan antara pemenuhan kebutuhan wisatawan selama melakukan kunjungan di destinasi pariwisata dan harapan masyarakat akan peningkatan perekonomian melalui kegiatan pariwisata. Keseimbangan ini adalah tujuan yang diharapkan oleh dua pihak yakni wisatawan dan masyarakat di destinasi pariwisata. Untuk mencapai tujuan tersebut, dibutuhkan usaha-usaha kreatif yang dijalankan oleh masyarakat destinasi pariwisata bahari. Harapan masyarakat dapat terwujud, salah satunya melalui penciptaan usaha mikro bidang pariwisata.

Destinasi pariwisata bahari umumnya menawarkan kegiatan *swimming*, *diving (scuba diving)* dan *snorkeling*. Namun, wilayah maritim dapat dimanfaatkan untuk berbagai jenis kegiatan wisata yang dapat memberikan nilai ekonomis bagi masyarakatnya tanpa meninggalkan nilai-nilai pelestarian sumber daya alam dan keberlanjutan ekosistem maritim. Aktifitas wisata bahari seperti surfing dan sport fishing dapat menjadi kegiatan variatif yang dapat ditawarkan kepada pengunjung atau wisatawan (Vocks dan Rahmatian, 2012).

Potensi wisata bahari suatu destinasi pariwisata dapat diklasifikasikan ke dalam **empat zona yakni zona pelestarian, zona penelitian, zona taman nasional bahari, dan zona umum**. Wilayah yang termasuk ke dalam zona pelestarian umumnya dilarang untuk melakukan aktifitas komersial mengingat wilyaha

tersebut dilindungi (Junaid, 2018). Zona penelitian diperuntukkan untuk kepentingan studi sehingga wilayah ini dapat dikatakan sebagai wilayah penelitian semata. Upaya komersialisasi juga dihindari untuk memastikan bahwa suatu wilayah hanya untuk kepentingan penelitian. Zona taman nasional umumnya dapat dimanfaatkan untuk kepentingan rekreatif selain pemanfaatan zona umum yang dapat diperuntukkan untuk kepentingan rekreatif pula.

**Untuk mewujudkan suatu wilayah menjadi destinasi pariwisata, dibutuhkan keterkaitan (*interdependancy*) satu sama lain.** Sektor pariwisata yang satu berkaitan erat dengan sektor wisata lainnya. Sebaliknya, pemangku kepentingan yang satu (*stakeholder*) dengan *stakeholder* yang lainnya juga saling berkaitan (Jere-Jakulin, 2017). Usaha pariwisata yang bergerak di bidang perjalanan, akomodasi, sistem transportasi, industri pertanian, dan berbagai jenis industri saling berhubungan yang membentuk sistem pariwisata yang memungkinkan adanya aktifitas pariwisata. Organisasi atau kelembagaan yang ada di suatu destinasi juga saling mendukung dalam mewujudkan adanya kegiatan pariwisata bahari di suatu destinasi. Artinya, **pariwisata tidak hanya menjadi tugas industri pariwisata dan masyarakat semata, tetapi seluruh sistem dan subsistem yang saling mendukung dan mempengaruhi satu sama lain.**

**Sistem pariwisata suatu destinasi mencakup tiga bagian utama yakni manusia, tiga jenis wilayah geografis dan elemen industri.** Manusia yang melakukan aktifitas secara langsung adalah

aktor utama dari terjadinya kegiatan. **Wilayah geografis terdiri dari wilayah asal wisatawan, wilayah transit ketika wisatawan melakukan perjalanan dan wilayah destinasi pariwisata atau tujuan wisata.** Elemen industri adalah mereka yang mereka menyediakan pelayanan ke wisatawan yang masuk dalam berbagai bentuk pelayanan, misalnya, jasa perjalanan wisata atau *travel agent*, akomodasi, transportasi, hiburan, dll.

Destinasi pariwisata bahari yang menawarkan potensi maritim perlu memerhatikan prinsip keberlanjutan (*sustainability*). ***Sustainability* yang dimaksud adalah keseimbangan empat pilar yakni lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya (Jenkins, 2018).** ***Sustainability* juga diartikan sebagai peluang atau kesempatan generasi saat ini dan yang akan datang untuk memanfaatkan potensi alam maritim untuk kepentingan masyarakat itu sendiri.** Jadi, aktifitas pariwisata yang dijalankan oleh masyarakat melihat aspek keberlanjutan usaha dibanding usaha yang bersifat sementara yang cenderung mengambil peluang yang bersifat sementara pula.

Industri pariwisata di seluruh dunia mengalami perkembangan, terbukti dengan meningkatnya perjalanan wisata baik perjalanan domestik maupun perjalanan internasional. Dengan semakin meningkatnya pertumbuhan industri dan pariwisata tersebut, menuntut pemerintah suatu wilayah (destinasi) bekerja dan mengatur kegiatan kepariwisataan agar terjadi pertumbuhan yang bersifat kompleks namun memerhatikan prinsip keberlanjutan

lingkungan, ekonomi dan sosial budaya (*sustainability*). Perencanaan diartikan sebagai rencana tindakan yang diterapkan, diadopsi ataupun dijalankan oleh pemerintah, sedangkan kebijakan dimaknai sebagai tahap-tahap atau langkah-langkah untuk mencapai kebijakan tersebut (Dowling dan Fennell, 2003). *Stakeholder* yang ada di destinasi pariwisata perlu diatur melalui suatu kebijakan yang direncanakan dan diimplementasikan berdasarkan ketetapan yang telah direncanakan tersebut.

Kebijakan di suatu wilayah dapat dibagi ke dalam tiga kategori atau tingkatan berdasarkan wilayah administratif suatu Negara yakni **kebijakan yang bersifat mikro (kebijakan di tingkat lokal), medium (meliputi kebijakan di tingkat provinsi) dan kebijakan yang bersifat makro (pada skala nasional)** (Dowling dan Fennell, 2003). Kebijakan yang ada di berbagai tingkatan tersebut dapat mempengaruhi berbagai kelompok masyarakat yang terdiri dari kelompok industri pariwisata, masyarakat, pemerintah (dan para pegawai pemerintah) dan mereka yang bekerja di sektor industri ataupun swasta serta para akademisi dan konsultan pariwisata.

Pembuatan kebijakan dalam sektor pariwisata diartikan sebagai proses pembentukan dan atau memformulasikan kebijakan yang akan menjadi panduan dalam pengembangan pariwisata suatu wilayah. Dalam proses pembuatan kebijakan tersebut, terdapat proses konsultasi, diskusi ataupun telaah kebijakan yang akan diambil dengan melibatkan pemangku kepentingan yang terkait

(*stakeholder*) yang selanjutnya disebut sebagai jaringan kebijakan (Dredge, 2006; Junaid, 2016; Pforr, 2006).

Suatu kebijakan bidang pariwisata dapat didefinisikan sebagai regulasi, *guidelines*, *directives* atau petunjuk, tujuan dan strategi yang menjadi acuan dalam pengembangan pariwisata (Ritchie dan Crouch, 2003). Dengan pelaksanaan proses konsultatif antara pemerintah dengan *stakeholder* yang terkait, maka suatu destinasi diatur oleh suatu kebijakan dengan pemerintah sebagai tokoh utama yang akan menjalankan dan melakukan sosialisasi kebijakan pariwisata tersebut.

Kebijakan yang dibuat oleh suatu pemerintah (termasuk pemerintah daerah) merupakan upaya yang terintegrasi dalam konteks kerangka kebijakan (*policy framework*). Menurut Jenkins (1991), ***policy framework* dapat dibagi ke dalam tiga bagian yakni kebijakan yang diperuntukkan untuk sektor publik maupun swasta (*public or private sector driven*); kebijakan yang mengacu pada pariwisata internasional dan domestik; dan atau pariwisata yang bersifat integratif atau *enclave tourism*.**

Kerangka kebijakan (*policy framework*) suatu destinasi pariwisata perlu memerhatikan aspek filosofis yang dimiliki suatu destinasi. Menurut Ritchie dan Crouch (2011), dua aspek filosofis yang banyak diadopsi oleh pembuat kebijakan bidang pariwisata yakni **filosofi masyarakat dan filosofi visi** dari destinasi itu sendiri. Filosofi masyarakat diyakini dapat mencakup segala isu atau

persoalan yang berkaitan dengan sosial, budaya, politik dan ekonomi. Pembuatan dan penerapan kebijakan pengembangan destinasi pariwisata akan mudah terwujud jika pendekatan atau filosofi masyarakat menjadi acuan. Selanjutnya, setiap destinasi pariwisata di dunia dengan sistem pemerintah yang dianut memiliki tujuan pengembangan yang hendak dicapai. Karena itu, formulasi kebijakan akan senantiasa difokuskan pada visi pembangunan pariwisata dari destinasi tersebut.

Pemerintah adalah salah satu pemangku kepentingan (*stakeholder*) utama dari suatu destinasi. Keterlibatan pemerintah daerah melalui pembuatan kebijakan karena berbagai alasan dan tujuan. Pertama, kebijakan dan perencanaan yang dijalankan oleh pemerintah daerah khususnya bidang pariwisata akan sangat mempengaruhi kualitas lingkungan dan pencapaian kesejahteraan masyarakat (Aronsson, 2000; Pena dan Jamilena, 2010).

Kedua, pemerintah daerah adalah representasi atau perwakilan masyarakat yang mengharapkan keterwakilan suara dalam hal penentuan kebijakan dan perencanaan program kerja yang akan dijalankan (Swarbrooke, 1998; Ruhanen, 2013). Ketiga, program kerja yang dijalankan oleh pemerintah perlu memastikan prinsip berkelanjutan dengan membuat kebijakan dan perencanaan yang berdampak secara berkelanjutan. Upaya pengontrolan program yang dijalankan oleh pemerintah perlu dilakukan agar memastikan bahwa kegiatan bidang pariwisata berjalan sesuai

dengan prinsip keberlanjutan khususnya yang menyangkut pemberdayaan masyarakat yang tinggal di sekitar daya tarik wisata.

#### **1.4 Kedudukan dan Peran Pendidikan Tinggi dalam Pengelolaan Usaha Kecil (Mikro) Bidang Pariwisata**

Salah satu peran pendidikan tinggi adalah menjalankan program karya masyarakat berdasarkan **prinsip sukarela (*volunteerism*)**. Prinsip ini juga seyaknya memerhatikan prinsip pariwisata berbasis ekowisata dengan mendorong masyarakat memahami makna dan tujuan dari ekowisata tersebut. Margaux, Couture dan Scott (2018) berpendapat bahwa program seperti ini dapat mendorong partisipasi masyarakat dalam upaya menyadarkan masyarakat akan pentingnya melestarikan potensi wilayah kelautan yang pada akhirnya tujuan pemberian penyadaran kepada masyarakat dapat sampai ke masyarakat. Pendidikan tinggi adalah pihak yang memahami aspek keilmuan dari kebaharian. Jika pariwisata bahari menjadi potensi destinasi, maka pendidikan tinggi dapat bekerja memaksimalkan peran publik (masyarakat) dalam upaya melakukan konservasi wilayah kelautan melakukan program *volunteer* tersebut.

Pendidikan tinggi bidang pariwisata juga diberikan amanah untuk menjalankan program yang menerapkan **pariwisata secara bertanggung jawab (*responsible tourism*)** (Sharpley, 2014). Idealnya, peran pendidikan tinggi dijalankan oleh staf akademik yang selanjutnya ditularkan ke civitas akademika dan mahasiswa

secara khusus. **Program pembantuan ke masyarakat akan pengelolaan usaha mikro bidang pariwisata** dapat menjadi salah satu bentuk peran dan kedudukan perguruan tinggi dalam menerapkan *responsible tourism*. Makna yang terkandung dari *responsible tourism* perlu ditularkan ke masyarakat agar pelestarian lingkungan tetap berjalan dan masyarakat memahami akan pentingnya mengelola usaha pariwisata secara bertanggung jawab.

**Kedudukan dan peran pendidikan tinggi pariwisata juga berkaitan dengan bagaimana koneksi atau jaringan yang terbangun dengan industri pariwisata.** Secara praktis, industri pariwisata adalah mereka yang bersentuhan langsung dengan wisatawan, sementara pendidikan tinggi menghasilkan lulusan yang akan bekerja di sektor industri tersebut. **Pendidikan tinggi perlu menerapkan kurikulum pendidikan yang sesuai dengan kebutuhan industri** (Botterill dan Maitland, 2014). Industri pariwisata akan sangat berperan dalam membantu masyarakat dalam pengelolaan usaha mikro. Kurikulum yang dijalankan pendidikan tinggi pariwisata akan berpengaruh terhadap upaya industri pariwisata melakukan pendampingan ke masyarakat dalam pengelolaan usaha mikro bidang pariwisata.

**Pengelolaan usaha mikro oleh masyarakat juga sangat bergantung pada kesediaan masyarakat kampus (dalam hal ini mahasiswa kepariwisataan) untuk membantu masyarakat.** Kurikulum dengan pembelajaran permasalahan nyata (***problem-based learning***) akan menjadi peluang bagi mahasiswa dan



pendidikan tinggi pariwisata untuk menghasilkan lulusan yang memahami persoalan kemasyarakatan. Carlos dan Rosell (2014) berpendapat bahwa metode *problem-based learning* akan menjadi kekuatan suatu pendidikan tinggi dalam mempromosikan eksistensi pendidikan tinggi. Program studi lapangan oleh mahasiswa dengan membantu masyarakat adalah salah satu cara efektif untuk mempromosikan eksistensi pendidikan tinggi pariwisata di suatu destinasi pariwisata.