



**JURNAL AKUBIS  
AKUNTANSI DAN BISNIS**



**PENGEMBANGAN STRATEGI PEMASARAN KAWASAN EKOWISATA DI  
INDONESIA YANG BERBASIS PADA PENINGKATAN EKONOMI LOKAL**

**Vendy Wijaya**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Ma Chung  
vendywijaya@rocketmail.com

**Informasi Artikel**

*Draft awal Juli 2016  
Revisi Agustus 2016  
Diterima Oktober 2016*

**Kata Kunci:**  
ecotourism, marketing  
strategies, lokal communities

Diterbitkan oleh  
Fakultas Ekonomi  
Universitas Katolik Widya Karya  
Malang

**ABSTRACT**

This study aims to determine the potential of ecotourism located in Indonesia, analyze the elements of ecotourism management and public participation to the economic and environmental aspects as well as formulating marketing strategies. The results showed that in the management of the tourism element of ecotourism there are still some deficiencies. Local communities haven't been intensively involved and yet derive optimal benefits from ecotourism. Due to ecotourism hasn't contributed much to stimulate the economy of local communities. In order to meet the criteria of the concept of ecotourism, the main efforts of local community involvement is needed. Viewed from the aspect of conservation, has been their natural and cultural preservation program, and of the economic aspects that benefit local communities.

**1. Pendahuluan**

Perkembangan ekowisata di Indonesia saat ini tidak sebanding dengan potensi wisata sumber daya alam yang ada, mengingat keanekaragaman hayati di Indonesia yang sangat kaya. Hal tersebut terjadi akibat belum adanya pemahaman akan fungsi dan potensi sumber daya alam yang dapat dikembangkan sebagai sumber pemasukan negara dari sektor ekowisata, mengingat ekowisata memang bukan wisata massal, melainkan wisata eksklusif. Seiring dengan perkembangan berwisata, ekowisata merupakan suatu konsep pariwisata yang mencerminkan wawasan lingkungan dan mengikuti kaidah-kaidah keseimbangan dan kelestarian lingkungan.

Secara umum pengembangan ekowisata harus dapat meningkatkan kualitas hubungan antar manusia, meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat, menjaga kualitas lingkungan, dan dilakukan dalam bentuk wisata independen atau diorganisir dalam bentuk kelompok kecil. Ekowisata tidak hanya sekedar untuk melakukan pengamatan lingkungan alam saja, tetapi terkait dengan konsep pelestarian alam dan melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaannya. Ekowisata merupakan bentuk pariwisata berbasis lingkungan yang memberikan dampak kecil terhadap kerusakan alam dan budaya lokal namun mampu menciptakan peluang kerja dan pendapatan serta membantu kegiatan konservasi alam/lingkungan.

Secara sederhana, konsep ekowisata menghubungkan antara perjalanan wisata alam yang memiliki visi dan misi konservasi dan kecintaan lingkungan. Hal ini dapat terjadi karena keuntungan finansial yang didapat dari biaya perjalanan wisata digunakan juga untuk kebutuhan konservasi alam serta perbaikan kesejahteraan penduduk lokal. Di

sisi lain, konsep ekowisata juga diarahkan untuk mempertahankan kebudayaan lokal serta tidak melanggar Hak Asasi Manusia (HAM) dan pergerakan demografi.

Pergeseran konsep kepariwisataan dunia ke model ekowisata, disebabkan karena kejenuhan wisatawan untuk mengunjungi obyek wisata buatan. Oleh karena itu peluang ini selayaknya dapat dimanfaatkan secara maksimal untuk menarik wisatawan asing mengunjungi objek berbasis alam dan budaya penduduk lokal.

Beberapa aspek kunci dalam ekowisata antara lain jumlah pengunjung terbatas atau diatur supaya sesuai dengan daya dukung lingkungan dan sosial-budaya masyarakat (vs mass tourism), pola wisata ramah lingkungan (nilai konservasi), pola wisata ramah budaya dan adat setempat (nilai edukasi dan wisata), membantu secara langsung perekonomian masyarakat lokal (nilai ekonomi), modal awal yang diperlukan untuk infrastruktur tidak besar (nilai partisipasi masyarakat dan ekonomi).

Kajian konseptual ekowisata ini mengambil lokasi di Kabupaten Bima yang merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Nusa Tenggara Barat yang termasuk dalam wilayah tujuan wisata D yang terdiri dari Jawa Timur, Bali, NTB, dan NTT. Kabupaten Bima merupakan salah satu tujuan wisata di Nusa Tenggara Barat. Letaknya yang dikelilingi oleh lautan dan dengan keberadaan dua gunung api yaitu Gunung Tambora dan Gunung Sangeangapi membuat Kabupaten Bima kaya akan ekowisata yang berupa pantai dan gunung. Ekowisata yang dimiliki Kabupaten Bima terbagi menjadi 2 yaitu, ekowisata yang sudah dikembangkan dan ekowisata potensial lainnya yang belum dikembangkan. Ekowisata yang sudah dikembangkan adalah: Bendungan Pela Parado, Desa Adat Maria, Gunung Tambora, Pulau Sangiang, Desa Adat Sambori, Desa Adat Mbawa, Bombo Ncera, Situs Wadu Pa,a, Pantai Kalaki, Pulau Ular, Pantai Labuan Kenanga, Pantai Toro Wamba, Pulau Gili Banta, Pantai Wane Rontu, Pantai Desa Sangiang. Ekowisata potensial lainnya yang belum dikembangkan diantaranya: Goa Alam Karombo, Pantai Oi Caba, Pantai Oi Tui, dan lain - lain.

Tidak hanya di Kabupaten Bima melainkan juga di kawasan wisata Capolaga yang terletak di Dusun Panaruban, Desa Cicadas, Kecamatan Sagalaherang, Subang. Keindahan alam dan keunikan air terjun menjadi daya tarik utama kawasan tersebut, disamping keberadaan habitat elang jawa (*Spizaetus Bartelis*) dan tanaman bunga bangkai (*Amarpholus Annurifer*) yang memberikan warna tersendiri dalam pengembangan kawasan wisata Capolaga.

Lalu dilanjutkan di wilayah Jawa Timur yaitu wilayah Kabupaten Malang yang ada di wilayah Sendang Biru, yaitu Pulau Sempu. Konsep pengembangan wisata yang ditawarkan di Pulau Sempu adalah konsep Ekowisata, dimana pengembangan wisata yang ada diselaraskan dengan isu-isu konservasi lingkungan dan pemberdayaan masyarakat lokal.

Dari beberapa tempat ekowisata yang telah disebutkan maka perumusan masalah yang dapat digunakan sebagai pedoman dalam kajian teoritis ini adalah sebagai berikut: Apa strategi pemasaran yang dapat digunakan dalam proses pemasaran ekowisata yang ada di Indonesia, apa dampak dari adanya strategi pemasaran bagi ekowisata di Indonesia dan bagi masyarakat lokal, dan bagaimana hasil dari penerapan strategi pemasaran bagi ekowisata di Indonesia dan bagi masyarakat lokal. Dari perumusan masalah tersebut maka didapat tujuan dari kajian teoritis ini adalah untuk mengkaji pengembangan strategi pemasaran ekowisata di Indonesia yang diberfungsi untuk meningkatkan perekonomian lokal.

## 2. Landasan Teori

### 2.1. Pengertian Ekowisata

Menurut Damanik dan Weber (2006) ekowisata merupakan salah satu bentuk kegiatan wisata khusus. Ekowisata merupakan kegiatan wisata yang menaruh perhatian besar terhadap kelestarian sumber daya pariwisata. Dalam kegiatan wisata yang bertanggungjawab terhadap kesejahteraan masyarakat lokal dan pelestarian lingkungan

sangat ditekankan dan merupakan ciri khas dari ekowisata. Ada tiga perspektif ekowisata menurut Damanik dan Weber, 2006 yaitu:

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

Berdasarkan Damanik dkk. (2006), prinsip-prinsip ekowisata antara lain:

1. Mengurangi dampak negatif berupa kerusakan atau pencemaran lingkungan dan budaya lokal akibat kegiatan wisata.
2. Membangun kesadaran dan penghargaan atas lingkungan dan budaya dengan tujuan wisata, baik pada diri wisatawan, masyarakat lokal, maupun pelaku wisata lainnya.
3. Menawarkan pengalaman-pengalaman positif bagi wisatawan maupun masyarakat lokal, melalui kontak budaya yang lebih intensif dan kerjasama dalam pemeliharaan atau konservasi daerah tujuan objek wisata.
4. Memberikan keuntungan finansial secara langsung bagi keperluan konservasi melalui kontribusi atau pengeluaran ekstra wisatawan.
5. Memberikan keuntungan finansial dan pemberdayaan bagi masyarakat lokal, dengan menciptakan produk wisata yang mengedepankan nilai-nilai lokal.
6. Memberikan kepekaan terhadap situasi sosial, lingkungan dan politik di daerah tujuan wisata.
7. Menghormati hak asasi manusia dan perjanjian kerja, dalam arti memberikan kebebasan kepada wisatawan dan masyarakat lokal untuk menikmati atraksi wisata sebagai wujud hak asasi, serta tunduk kepada aturan main yang adil dan disepakati bersama dalam pelaksanaan transaksi-transaksi wisata.

Sedangkan menurut Astriani (2008) ekowisata dapat dipahami sebagai perjalanan yang disengaja ke kawasan-kawasan alamiah untuk memahami budaya dan sejarah lingkungan tersebut sambil menjaga agar keutuhan kawasan tidak berubah dan menghasilkan peluang untuk pendapatan masyarakat sekitarnya sehingga mereka merasakan manfaat dari upaya pelestarian sumber daya alam. Lalu menurut Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Republik Indonesia (2009), ekowisata memiliki banyak definisi, yang seluruhnya berprinsip pada pariwisata yang kegiatannya mengacu pada 5 (lima) elemen penting, yaitu:

1. Memberikan pengalaman dan pendidikan kepada wisatawan, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dan apresiasi terhadap daerah tujuan wisata yang dikunjunginya. Pendidikan diberikan melalui pemahaman tentang pentingnya pelestarian lingkungan, sedangkan pengalaman diberikan melalui kegiatan-kegiatan wisata yang kreatif disertai dengan pelayanan yang prima.
2. Memperkecil dampak negatif yang bisa merusak karakteristik lingkungan dan kebudayaan pada daerah yang dikunjungi.
3. Mengikutsertakan masyarakat dalam pengelolaan dan pelaksanaannya.
4. Memberikan keuntungan ekonomi terutama kepada masyarakat lokal. Oleh karena itu, kegiatan ekowisata harus bersifat profit (menguntungkan).
5. Dapat terus bertahan dan berkelanjutan.

Dan menurut Tuwo, 2011 ekowisata pesisir dan laut adalah wisata yang berbasis pada sumberdaya pesisir dan laut dengan menyertakan aspek pendidikan dan interpretasi terhadap lingkungan alami dan budaya masyarakat dengan pengelolaan kelestarian ekosistem pesisir dan laut. Dengan demikian, ekowisata pesisir dan laut merupakan bentuk wisata yang dikelola dengan pendekatan berkelanjutan dimana pengelolaan bentang alam diarahkan pada kelestarian sumberdaya pesisir dan laut, pengelolaan budaya masyarakat diarahkan pada kesejahteraan masyarakat pesisir dan kegiatan konservasi diarahkan pada upaya menjaga kelangsungan pemanfaatan sumberdaya pesisir untuk waktu sekarang dan masa mendatang.

## 2.2. Strategi Pemasaran Ekowisata

Strategi pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi pengelola ekowisata dimana strategi pemasaran merupakan suatu cara mencapai tujuan dari sebuah perusahaan. Hal ini juga didukung oleh pendapat Swastha "Strategi adalah serangkaian rancangan besar yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan harus beroperasi untuk mencapai tujuannya." Sedangkan definisi Pemasaran menurut W. Y. Stanton "Pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga sampai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli aktual maupun potensial."

Berdasarkan definisi di atas, proses pemasaran dimulai dari menemukan apa yang diinginkan oleh konsumen. Yang akhirnya pemasaran memiliki tujuan yaitu:

1. Konsumen potensial mengetahui secara detail produk dan jasa yang kita hasilkan.
2. Pengelola ekowisata dapat menjelaskan secara detail semua kegiatan yang berhubungan dengan pemasaran. Kegiatan pemasaran ini meliputi: penjelasan mengenai produk/jasa, desain produk/jasa, promosi produk/jasa, pengiklanan produk/jasa, komunikasi kepada konsumen, sampai pengiriman produk/jasa agar sampai ke tangan konsumen secara cepat.
3. Pengelola ekowisata perlu mengenal dan memahami konsumen sedemikian rupa sehingga produk/jasanya cocok dengan selera konsumen.

Menurut Kotler (2005: 264-312), bauran promosi terdiri dari lima perangkat utama yaitu:

1. Advertising (iklan): Merupakan semua penyajian non personal, promosi ide-ide, promosi produk atau jasa yang dilakukan sponsor tertentu yang dibayar. Iklan ekowisata dapat dilakukan melalui media cetak (surat kabar, majalah dll) dan media elektronik (televisi, radio, internet, dll). Iklan merupakan promosi satu arah tanpa melibatkan konsumen didalamnya sehingga bentuknya hanya bersifat pemberian informasi saja.
2. Sales Promotion: Berbagai insentif jangka pendek untuk mendorong keinginan mencoba atau membeli suatu produk atau jasa.
3. Public Relations (Hubungan Masyarakat) dan Publisitas: Program untuk mempromosikan dan/ atau melindungi citra perusahaan atau produk individualnya. Promosi dengan cara ini dapat dilakukan dengan menulis press release dan features (berita khas) mengenai objek ekowisata ke media massa, menjalin hubungan baik dengan masyarakat sekitar objek ekowisata dan target potensial melalui kegiatan sosial dan lain sebagainya.
4. Personal Selling: Interaksi langsung dengan calon pembeli atau lebih untuk melakukan suatu presentasi, menjawab langsung dan menerima pesanan. Personal Selling merupakan bentuk promosi 2 arah seperti membuat acara-acara interaktif misalnya dengan metode visit Indonesia year dimana bisa dibuat promosi gencar ke luar dan dalam negeri dengan membuat beberapa event pendukung yang menarik atau memilih duta-duta wisata seperti ajang Abang None untuk tingkat DKI Jakarta dan acara sejenis lainnya untuk masing-masing daerah dengan tujuan mempromosikan pariwisata.
5. Direct Marketing: Penggunaan surat, telepon, faksimil, e-mail dan alat penghubung non personal lain untuk berkomunikasi guna mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan tertentu dan calon pelanggan.

Promosi ekowisata adalah hal terpenting dalam memasarkan ekowisata, khususnya objek ekowisata baru. Hal yang sebaiknya dilakukan oleh pemerintah adalah membuat promosinya seatraktif mungkin, sebagai langkah awal bisa melalui promosi langsung dan promosi 1 arah (melalui iklan saja). Namun tentu saja pemerintah bebas memilih cara promosi apa yang akan digunakan berdasarkan hasil riset dan observasi sebelumnya.

### 2.2.1 Ekowisata Berbasis Masyarakat (*Community Based Ecotourism*)

Pola ekowisata berbasis masyarakat adalah pola pengembangan ekowisata yang mendukung dan memungkinkan keterlibatan penuh oleh masyarakat setempat dalam perencanaan, pelaksanaan, dan pengelolaan usaha ekowisata dan segala keuntungan yang diperoleh.

Ekowisata berbasis masyarakat merupakan usaha ekowisata yang menitikberatkan peran aktif komunitas. Hal tersebut didasarkan kepada kenyataan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata, sehingga pelibatan masyarakat menjadi mutlak. Pola ekowisata berbasis masyarakat mengakui hak masyarakat lokal dalam mengelola kegiatan wisata di kawasan yang mereka miliki secara adat ataupun sebagai pengelola.

Ekowisata berbasis masyarakat dapat menciptakan kesempatan kerja bagi masyarakat setempat, dan mengurangi kemiskinan, di mana penghasilan ekowisata adalah dari jasa-jasa wisata untuk turis seperti fee pemandu, ongkos transportasi, homestay, menjual kerajinan, dll. Ekowisata membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga antar penduduk setempat yang tumbuh akibat peningkatan kegiatan ekowisata.

Dengan adanya pola ekowisata berbasis masyarakat bukan berarti bahwa masyarakat akan menjalankan usaha ekowisata sendiri. Tataran implementasi ekowisata perlu dipandang sebagai bagian dari perencanaan pembangunan terpadu yang dilakukan di suatu daerah. Untuk itu, pelibatan para pihak terkait mulai dari level komunitas, masyarakat, pemerintah, dunia usaha dan organisasi non pemerintah diharapkan membangun suatu jaringan dan menjalankan suatu kemitraan yang baik sesuai peran dan keahlian masing-masing.

## 4. Hasil dan Pembahasan

### 4.1. Kabupaten Bima

Potensi dan daya tarik ekowisata di Kabupaten Bima berdasarkan dari hasil kajian penelitian, Kabupaten Bima terdiri dari 18 kecamatan yang terdiri dari 2 bentuk lahan, yaitu bentuk asal vulkanik dan bentuk lahan asal marin. Ruang lingkup kajian ini berupa objek ekowisata yang ada di Kabupaten Bima berjumlah 19 objek ekowisata yang meliputi gunung api, goa alam, pulau, pantai, air terjun, bendungan, dan desa adat. Ekowisata tersebar di 2 bentuk lahan yaitu bentuk lahan asal vulkanik dan bentuklahan asal marin yang tersebar di 8 kecamatan di Kabupaten Bima.

### 4.2. Konsep Pengembangan Ekowisata Kabupaten Bima

Pengembangan ekowisata di Kabupaten Bima dengan konsep menjaga keseimbangan merupakan salah satu upaya pembangunan ekowisata berkelanjutan. Konsep ini didukung secara ekologis dalam jangka panjang, sekaligus layak secara ekonomis, adil secara etika dan sosial. Potensi Ekowisata Kabupaten Bima sekaligus potensi pasar wisatawan yang bisa saja tersebar tidak merata di Kabupaten Bima serta kondisi lingkungan fisik, sosial, budaya maupun ekonomi yang beragam menyebabkan pengembangan ekowisata yang sesuai dengan kerangka pembangunan berkelanjutan menjadi tidak bisa ditawar-tawar lagi. Pengembangan ekowisata harus disesuaikan dengan daya dukung spesifik untuk tiap-tiap kecamatan.

Strategi dan pengembangan sumber daya manusia (sdm) membahas tentang masalah perencanaan sumber daya manusia, apalagi dalam konteks perdagangan bebas, seharusnya lebih berkiblat ke pembenahan ditingkat perencana atau pengelola produk-produk ekowisata dan pembuat keputusan (*decision maker*). Salah satu titik lemah pembangunan ekowisata khususnya pariwisata terletak pada kemampuan birokrasi yang jauh dari memadai, baik untuk menyusun perencanaan pengembangan program kepariwisataan, regulasi, sampai koordinasi lintas-sektoral. Keterbatasan seperti ini jelas

tidak akan mampu menghasilkan produk ekowisata yang berdaya-saing tinggi di pasar baik lokal, regional, nasional apalagi pada pasar yang bertaraf internasional.

#### 4.3. Analisis Strategi Pengelolaan Dan Pengembangan Ekowisata Kabupaten Bima

Analisis strategi pengembangan dan pengelolaan ekowisata yang digunakan di Kabupaten Bima berdasarkan kajian penelitian adalah dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) yang tetap berpedoman dan mengacu pada visi dan misi pengembangan ekowisata Kabupaten Bima itu sendiri. Berdasarkan potensi dan peluang serta kendala yang ada, maka hasil dari kajian penelitian dapat digunakan untuk menentukan arah pengembangan atau kemungkinan pengembangan ekowisata melalui perencanaan dan analisis kebijakan yang ada.

Analisa SWOT (*Strength, Weaknes, Opportunity dan Threat*) merupakan cara mengenali ekowisata secara rinci dengan berbagai faktor tinjauan untuk landasan berbagai rencana-rencana pengembangan program yang sesuai dengan kondisi wilayah. Strategi yang perlu diterapkan pada pengelolaan lingkungan harus didasari pemikiran bahwa pembangunan pariwisata selalu melibatkan perubahan lingkungan pada kawasan *on-site* dan perubahan lingkungan pada kawasan *off-site*. Sebagai suatu kesatuan dalam lingkungan hidup, perubahan pada satu kawasan dari kedua kawasan ini akan berdampak pada perubahan di kawasan lainnya. Belum lagi bila dihubungkan dengan dampak pembangunan dari sektor-sektor lain yang menempati kawasan yang sama, akan lebih kompleks lagi permasalahan yang akan timbul, demikian pula tindakan pemecahannya. Strategi promosi dan pemasaran dalam pengembangan pemasaran ekowisata di Kabupaten Bima harus memperhatikan sasaran dan jenis market yang dituju. Sehingga didapatkan hasil pemasaran yang maksimal.

#### 4.4. Kawasan Ekowisata Capolaga

##### Konsep Pengembangan Ekowisata Kawasan Wisata Capolaga

Kawasan Wisata Capolaga merupakan salah satu objek wisata di Kabupaten Subang yang pengembangannya harus sejalan atau sinergis dengan fungsinya sebagai kawasan lindung. Berdasarkan hasil kajian penelitian, diketahui bahwa pada prinsipnya pengelolaan Kawasan Wisata Capolaga diarahkan untuk menjadi kawasan ekowisata. Berbagai upaya penataan kawasan termasuk promosi dan aktivitas yang dilakukan wisatawan diarahkan sebagai bentuk kepedulian terhadap kelestarian lingkungan agar mampu meningkatkan daya dukung lingkungan bagi kehidupan manusia dan keanekaragaman hayati.

Masalah utama yang menghambat pengembangan kawasan wisata tersebut adalah terbatasnya anggaran yang dimiliki oleh pemilik, kurangnya perhatian dari pihak Pemerintah Daerah, sikap proteksi yang dilakukan pemilik terhadap aset yang dimilikinya, dan kurangnya pemahaman masyarakat terhadap konsep yang diterapkan oleh pemilik Capolaga. Permasalahan tersebut mempengaruhi perkembangan Kawasan Wisata Capolaga sehingga menjadi sedikit terhambat dan terkesan lamban.

##### Strategi Pengembangan Ekowisata Kawasan Wisata Capolaga

Berdasarkan dari hasil kajian penelitian diatas maka arahan yang dapat digunakan untuk pengembangan objek dan daya tarik Kawasan Wisata Capolaga adalah dengan membangun fasilitas wisata yang belum tersedia secara ramah lingkungan dengan menggunakan bahan alam seperti kayu atau bambu serta tidak melakukan banyak perubahan terhadap topografi lahan dengan melibatkan masyarakat lokal dalam proses pembangunan dan penyediaan bahan bangunannya. Membuat paket perjalanan wisata yang ada kaitannya dengan upaya penataan lahan agrowisata dan pelestarian lingkungan. Pengembangan kawasan agrowisata sebagai bagian dari daya tarik Kawasan Wisata Capolaga. Peningkatan kualitas dan kapasitas pemanfaatan air sungai sebagai pembangkit tenaga listrik dan panas. Memperbaiki fasilitas serta menambah jumlah tempat pembuangan sampah yang lebih layak, tidak hanya memanfaatkan tempat pembuangan

sampah alami seperti yang dilakukan selama ini. Mengadakan kegiatan tertentu yang secara khusus menampilkan atraksi seni dan budaya khas masyarakat Subang, melibatkan seniman dan penduduk lokal. Pemanfaatan kelompok-kelompok masyarakat yang ada seperti kelompok pengajian sebagai media penyampaian informasi atau musyawarah mengenai rencana pengembangan Kawasan Wisata Capolaga dengan masyarakat. Membentuk kelompok penggerak pariwisata (Kompepar) agar keberadaan masyarakat yang menjadi pengusaha jasa akomodasi dan jasa wisata lainnya dapat dikelola secara lebih baik serta sinergis dengan pengembangan Kawasan Wisata Capolaga.

Dengan menjalin kerjasama dengan semua pihak antara lain masyarakat, pemilik usaha kerajinan, swasta, lembaga pendidikan, pemilik kelompok seni dan budaya, serta pengusaha objek wisata guna menunjang pengembangan Kawasan Wisata Capolaga. Bentuk kerjasama yang dilakukan antara lain menjalin kerjasama dengan pihak jasa penyedia makanan untuk melatih masyarakat lokal agar mampu menyediakan kebutuhan wisatawan secara lebih baik, melakukan kerjasama dengan pemilik seni dan budaya yang berada di Desa Cicadas, untuk secara berkala menampilkan atraksi seni dan budaya tersebut di Capolaga, melakukan kerjasama dengan pemilik penangkaran kupu-kupu untuk menjual hasil kerajinannya dan menjadi tempat pembelajaran wisatawan terhadap upaya konservasi lingkungan, menjalin kerjasama dengan masyarakat setempat dalam memanfaatkan lahan kosong di sepanjang jalan menuju kawasan wisata melalui pengembangan budidaya tanaman hias, menjalin kerjasama dengan pihak swasta yang secara konsisten memberikan perhatian dalam konservasi lingkungan dan keanekaragaman hayati. Kerjasama yang dikembangkan berorientasi pada model "bapak asuh" sehingga tidak memberatkan kedua belah pihak, dan menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan atau pihak swasta untuk meningkatkan kualitas pegawai dan masyarakat di sekitar kawasan agar bisa ikut secara aktif mengelola kawasan wisata termasuk kawasan agrowisata.

#### Upaya Keterlibatan Masyarakat Lokal Dalam Peningkatan Ekonomi

Upaya pelibatan masyarakat lokal dalam proses perencanaan dan pengembangan kawasan wisata diharapkan sekaligus membantu peningkatan kesejahteraan. Dari hasil kajian penelitian menunjukkan bahwa masyarakat lokal belum pernah dilibatkan dalam proses perencanaan dan pengembangan Kawasan Wisata Capolaga. Masih rendahnya tingkat kunjungan wisatawan serta kontribusi yang diberikan terhadap peningkatan taraf perekonomian masyarakat di sekitar kawasan, seringkali menjadi alasan utama yang dikemukakan oleh pemilik Kawasan Wisata Capolaga untuk tidak melibatkan masyarakat secara penuh dalam pengembangan kawasan wisata saat ini.

Kondisi tersebut membawa dampak terhadap hubungan antara pihak pengelola dengan masyarakat setempat. Banyak kebijakan atau aturan yang ditetapkan pengelola tidak terkomunikasikan dengan baik kepada masyarakat, sehingga menyebabkan hubungan diantara mereka terkesan kurang harmonis. Masyarakat berharap bahwa aturan yang diterapkan dalam pengembangan dan pengelolaan Kawasan Wisata Capolaga merupakan aturan yang disepakati secara musyawarah antara pengelola dengan mereka sehingga masing-masing pihak memiliki kepentingan secara moral untuk melaksanakannya.

Upaya lain yang dilakukan oleh pemilik adalah memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk bekerja sebagai karyawan, walaupun dalam jumlah yang terbatas. Sampai saat ini masyarakat yang bekerja di Kawasan Wisata Capolaga berjumlah 14 orang. Satu orang dipercaya sebagai pemandu wisata, sedangkan sisanya bekerja sebagai pemelihara dan perawat bangunan berikut tanaman yang berada di kawasan. Selain itu pemilik juga memberikan izin kepada 3 orang masyarakat lokal untuk berjualan makanan dan minuman di dalam kawasan. Pembatasan jumlah pedagang tersebut ditujukan untuk menjaga kelestarian lingkungan di sekitar kawasan. Mengingat masih terbatasnya jumlah kunjungan wisatawan maka pihak pengelola belum berani memberikan peluang lebih banyak kepada masyarakat lokal untuk berjualan di dalam kawasan. Harapan yang

dikemukakan oleh pemerintah dan masyarakat adalah adanya kesempatan bagi masyarakat untuk bekerja sebagai karyawan maupun pedagang, dan secara eksplisit pemerintah desa menginginkan adanya pemasukan dana bagi kas desa untuk menunjang keberlangsungan pembangunan di daerah tersebut.

Pelibatan masyarakat sebagai pengusaha atau pengelola jasa akomodasi, atraksi, transportasi dan jasa penunjang lainnya secara khusus belum diarahkan keberadaannya oleh pihak pemilik. Dalam hal penyediaan akomodasi, pihak pemilik masih mengandalkan kemampuannya sendiri tanpa melibatkan masyarakat. Namun untuk beberapa fasilitas penunjang lainnya seperti angkutan, telekomunikasi, toko klontongan, secara tidak langsung sudah mulai dimainkan perannya oleh masyarakat di sekitar kawasan.

Indikator lain yang digunakan untuk mengetahui keterlibatan masyarakat dalam pengembangan kawasan ekowisata adalah adanya upaya pemilik kawasan wisata untuk memberikan peluang kepada masyarakat untuk mengikuti pendidikan dan pelatihan di bidang kepariwisataan. Hasil dari kajian penelitian ini menunjukkan bahwa upaya tersebut belum dilakukan oleh pemilik Kawasan Wisata Capolaga. Hal ini terjadi karena masih terbatasnya anggaran yang dimiliki oleh pengelola, dimana pada saat ini pemilik kawasan wisata Capolaga masih memfokuskan pada penataan daya tarik dan fasilitas wisata.

#### 4.5. Kabupaten Malang

Pulau sempu adalah suatu tempat wisata alam yang juga merupakan kawasan cagar alam berdasarkan SK. GB No. 46 Stbl. 1928 No. 69 tahun 1928 dengan luas 877 Ha. Dengan panorama alam indah serta flora dan fauna yang beraneka ragam, pulau sempu sudah seharusnya dijadikan cagar alam agar dapat dilestarikan. Pulau sempu merupakan sebuah pulau kecil yang langsung menghadap Samudra Hindia di satu sisi dan menghadap ke pulau Jawa di sisi lainnya membuat pulau sempu terletak pada posisi yang unik, di satu sisi kita bisa melihat ganasnya ombak Samudra Hindia, di sisi lain kita bisa melihat Pulau Jawa yang dipisahkan oleh air laut yang tenang. Selain letaknya yang unik dan strategis dan unik, Pulau Sempu juga menyimpan kekayaan alam yang beragam. Mulai dari kawasan pantai sampai danau air tawar semua terdapat di dalam Pulau yang hanya luas 877 Ha.

#### Konsep Pengembangan Ekowisata Pulau Sempu

Secara umum Pulau Sempu menyimpan kekayaan alam yang sangat menarik untuk dikembangkan sebagai wilayah Ekowisata. Ada banyak faktor yang memperkuat mengapa wilayah ini relatif lebih terjaga dari masalah kerusakan alam, antara lain masyarakat sekitar masih resisten untuk menjadikan kawasan ini sebagai kawasan wisata konvensional seperti pembangunan hotel, resort, dan pembangunan lainnya. Hal ini menjadikan wilayah Pulau Sempu tetap terjaga keasliannya, akses masuk untuk menikmati keindahan Pulau Sempu di "Segoroanakan" tidaklah mudah untuk dilalui, dimana wisatawan harus melintasi wilayah hutan dengan berjalan kaki selama kurang lebih 2 jam, wilayah Pulau Sempu masih menjadi program konservasi dan cagar alam pemerintah sehingga kekayaan alam didalamnya juga dilindungi oleh Pemerintah.

Dengan kekuatan ini maka pengembangan wilayah Pulau Sempu sebagai tempat wisata sudah selayaknya dilakukan oleh pemerintah, dengan tetap mempertahankan aspek kemasyarakatan, lingkungan dan ekonomi. Dalam konteks ini kekuatan atau kelebihan yang dimiliki oleh Pulau Sempu, antara lain: Kekayaan alam yang masih alami dan natural. Dalam hal ini wisatawan dapat menikmati berbagai macam pengalaman petualangan yang menarik mulai dari penyeberangan, pelintasan hutan hingga sampai di "Segoroanakan". Di mulai dari penyeberangan menggunakan perahu nelayan tradisional, wisatawan dapat menikmati pemandangan laut dan aktivitas nelayan. Perjalanan ini ditempuh selama kurang lebih 15 menit. Selanjutnya perjalanan dilanjutkan dengan berjalan kaki melintasi hutan selama 2 jam. Wilayah yang masih tanah, berbatuan dan karang mewarnai perjalanan wisata hutan yang sangat menarik. Dalam perjalanan terakhir sebelum sampai di "Segoroanakan", wisatawan harus merayap di karang-karang

selama 15 menit. Sebuah perjalanan *adventure* yang menarik dan sedikit berbahaya karena melewati tebing-tebing yang cukup curam. Terakhir, perjalanan sampai di “Segoroanakan” sebuah tempat yang eksotis dimana wisatawan dapat menikmati sebuah pantai yang indah yang bersebalahan dengan lautan lepas, dan dibatasi oleh karang yang besar.

Selain kekayaan alami yang ditawarkan di Pulau Sempu, wisatawan juga dapat menikmati kehidupan nelayan yang sangat unik dan tradisional. Di tempat ini wisatawan dapat melihat bagaimana aktivitas nelayan, mulai dari pencarian ikan, pelelangan ikan hingga wisata kuliner hasil tangkapan nelayan. Hal inilah yang dapat menjadi daya tarik wisatawan untuk dapat menikmati wisata bahari yang lengkap di Pulau Sempu.

Namun terlepas dari kekuatan yang ada di wilayah Pulau Sempu sebagai tempat Ekowisata, terdapat juga kelemahan-kelemahan yang menjadi hambatan wilayah ini untuk maju. Permasalahan-permasalahan yang ada antara lain jarak lokasi Pulau Sempu dari Kota Malang menjadikan wilayah ini masih belum menjadi pilihan utama wisatawan regional di wilayah Malang Raya. Selain itu jalan yang berliku dan jauh menjadikan wisata ke Pulau Sempu membutuhkan usaha yang cukup besar.

Peran pemerintah dan masyarakat untuk mengembangkan wilayah Pulau Sempu sebagai lokasi Ekowisata belum sepenuhnya berhasil. Hal ini dilihat dari belum adanya program khusus untuk mengembangkan wilayah kawasan ini menjadi lebih bernilai dan berbobot. Bahkan promosi gencar atas wilayah ini hanya dilakukan oleh perusahaan-perusahaan travel domestic dan mancanegara, tanpa melibatkan pemerintah sebagai pihak terbesar. Selain itu masyarakat di wilayah Sendang Biru hanya dominan berpartisipasi dalam pengantaran wisatawan dengan perahu ke lokasi Pulau Sempu, dan belum terbentuk untuk menjadi masyarakat wisata yang aktif.

Dari kelemahan dan kekuatan yang ada, pihak pemerintah lokal dan masyarakat selayaknya dapat mengembangkan wilayah ini untuk dapat mengambil peluang dan mengantisipasi ancaman yang mungkin muncul. Peluang wilayah ekowisata sebagai pilihan wisata yang menarik dapat dilihat dari besarnya animo masyarakat Jawa Timur untuk menikmati pilihan wisata yang berbeda dari biasanya, baik untuk kebutuhan *outbond*, *training* hingga edukasi. Selanjutnya wilayah Kota Malang yang populer dengan *icon* Kota pendidikan seharusnya dapat menjadikan Pulau Sempu sebagai peluang wisata bagi siswa maupun mahasiswa, karena jenis wisata ini sangat digemari oleh kaum muda. Meski begitu, ancaman yang ada pun juga harus dapat diantisipasi dengan baik oleh pemerintah lokal dan masyarakat, karena dengan semakin berkembangnya wilayah ini sebagai wilayah wisata akan menimbulkan kerusakan alam yang serius jika tidak ditangani dan diawasi dengan ketat.

#### Strategi Pengembangan Ekowisata Pulau Sempu

Berdasarkan dari hasil kajian penelitian, melihat segala potensi yang ada di kabupaten Malang, terutama kondisi di daerah Pulau Sempu, ada beberapa hal yang harus dilakukan oleh pengambil kebijakan, untuk pengembangan ekowisata di kawasan Pulau Sempu:

1. Penguatan konsep ekowisata bagi Pulau Sempu. Pulau Sempu yang memiliki potensi wisata alam yang sangat menarik perlu dikembangkan secara lebih serius oleh Pemerintah. Hal ini dilakukan demi meningkatkan nilai ekonomis wilayah ini bagi penguatan ekonomi masyarakat sekitar. Namun untuk mengurangi dampak yang negatif terhadap kerusakan lingkungan maka diperlukan sebuah upaya khusus untuk menanggulangnya. Salah satu konsep yang tepat untuk mengatasi masalah ini adalah dengan mengembangkan konsep ekowisata di Pulau Sempu. Dalam konteks ini maka wisata Pulau Sempu akan diarahkan sedemikian rupa agar pengembangannya tidak mengganggu atau selaras dengan upaya konservasi lingkungan serta berdampak positif bagi pengembangan ekonomi lokal.
2. Pengembangan ekonomi lokal dilakukan selain untuk menopang keberlanjutan konservasi juga diperlukan untuk mendorong kesejahteraan masyarakat sekitar.

Namun dalam mengembangkan dan menguatkan konsep ekowisata untuk mengembangkan ekonomi lokal diperlukan sebuah pemahaman yang tepat pada masyarakat dan pemerintah lokal. Hal ini dilakukan agar pemerintah lokal dan masyarakat bisa berperan aktif dan menjadi yang berkepentingan terhadap pengembangan wilayah ini. Salah satunya adalah dengan mengembangkan sebuah unit-unit ekonomi (BUMDES-Badan Usaha Milik Desa) dan Koperasi untuk mendukung aktivitas dan kebutuhan para wisatawan, mulai dari unit usaha makanan, *Souvenir*, MCK, penyebrangan (Kapal Nelayan), Penginapan, Parkir hingga Pemandu wisata.

3. Mendorong jaringan kerja dengan agen perjalanan. Pengembangan suatu kawasan wisata tidak bisa dilepaskan dari keberadaan para pemandu wisata dan agen perjalanan. Karena pemandu wisata dan agen wisata merupakan ujung tombak terdepan yang langsung berhubungan dengan para wisatawan, sehingga untuk lebih mudah dalam mengembangkan suatu kawasan ekowisata maka diperlukan partisipasi mereka secara lebih jauh. Selain itu, keinginan dari para wisatawan dapat lebih mudah ditangkap, sehingga pengembangan ekowisata lebih terarah dan sesuai dengan keinginan.
4. Namun dalam pengembangan hubungan dengan agen perjalanan diperlukan sebuah kesepakatan tentang konsep ekowisata yang dikembangkan di wilayah ini. Hal ini dimaksudkan agar tawaran paket wisata yang diberikan tidak mengganggu upaya konservasi alam yang juga dilakukan di wilayah ini. Selain itu pihak pemandu perjalanan juga diharapkan tidak memisahkan diri untuk kepentingan pemberdayaan masyarakat lokal dalam mendukung ekowisata.
5. Mendorong partisipasi dan pemberdayaan masyarakat. Masyarakat lokal sebenarnya bukanlah hambatan bagi pengembangan ekowisata, karena peran mereka seharusnya tidak terpisahkan dalam program-program wisata. Pengelolaan berbasis masyarakat ini merupakan salah satu pendekatan pengelolaan alam yang meletakkan pengetahuan dan kesadaran lingkungan masyarakat lokal sebagai dasar pengelolaannya. Ditambah adanya transfer diantara generasi yang menjadikan pengelolaan menjadi berkesinambungan menjadikan cara inilah yang paling efektif, dibanding cara yang lainnya.
6. Mendorong unit-unit usaha yang strategis. Dengan semakin berkembangnya wilayah Pulau Sempu sebagai tempat ekowisata, maka kebutuhan akan unit-unit usaha penyokong juga diperlukan seperti tempat penginapan, tempat parkir, usaha *souvenir*, toko serba ada (perancangan), tempat MCK, restaurant hingga jasa penyebrangan dengan kapal nelayan. Semua unit-unit usaha ini diharapkan dapat berada di wilayah sedang biru dan tidak beroperasi di Pulau Sempu, karena diperlukan untuk mempertahankan kemurnian alam hayati dan sisi naturalisme yang tinggi.
7. Melakukan promosi yang gencar. Berkembangnya Kawasan Wisata Pulau Sempu akan semakin baik jika promosi yang dilakukan juga gencar, hal ini dilakukan guna menanamkan *image* wisata yang kuat di wilayah Pulau Sempu. Promosi yang gencar selain dapat dikaitkan dengan program-program yang ada dalam agen perjalanan juga dapat dilakukan dengan mempromosikannya melalui *website*.
8. Mendorong partisipasi unit aktivitas mahasiswa Pecinta Alam untuk melakukan program konservasi secara berkala. Peningkatan upaya konservasi di wilayah Pulau Sempu selain dapat dilakukan oleh pemerintah lokal juga dapat dikoordinasikan dengan unit-unit aktivitas mahasiswa Pecinta Alam dari berbagai perguruan tinggi di Jawa Timur. Hal ini dapat dilakukan dengan terus melakukan aktivitas-aktivitas yang ramah dengan lingkungan, seperti menjaga cagar alam dan kebersihan serta melakukan pengawasan atau pemanduan terhadap wisatawan-wisatawan yang datang.
9. Melakukan Investasi MCK, Kebersihan dan Air Bersih di wilayah "Segoroanakan". Infrastruktur dasar yang belum ada di wilayah Pulau Sempu (Segoroanakan) adalah MCK dan air bersih. Hal ini menjadi masalah utama bagi wisatawan yang sedang

melakukan perkemahan disekitar wilayah "Segoroanakan". Jika tidak ditangani dengan serius hal ini dapat mengganggu kebersihan, keindahan serta mengancam kerusakan alam yang ada di wilayah "Segoroanakan".

## 5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil kajian penelitian di atas maka dapat ditarik kesimpulan dan saran bagi masing-masing tempat ekowisata tersebut. Ekowisata di Kabupaten Bima masuk dalam kategori rendah. Hal ini disebabkan karena rendahnya kesadaran wisatawan dan masyarakat tentang pentingnya kebersihan lingkungan lokasi ekowisata. Selain itu fasilitas tempat sampah tidak tersedia secara representatif, masih terdapat perusakan lingkungan oleh oknum-oknum masyarakat lokal yang tidak bertanggungjawab dan tidak kalah penting adalah bangunan fasilitas lokasi ekowisata tidak tertata dengan baik. Sebagian masyarakat memanfaatkan peluang usaha dari aktivitas wisata sehingga mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan keluarga. Namun hasil penelitian menunjukkan bahwa peranserta masyarakat dalam pengembangan pariwisata termasuk rendah, disebabkan rendahnya tingkat pendidikan dan pengetahuan tentang pariwisata. Kajian penelitian tentang pengembangan potensi ekowisata di Kabupaten Bima dapat dilakukan dengan menitik beratkan pada lingkup yang lebih spesifik untuk memperoleh gambaran dan penilaian yang lebih lengkap.

Pengembangan sektor pariwisata di Kawasan Wisata Capolaga harus memperhatikan fungsinya sebagai kawasan lindung. Oleh karena itu perlu dirumuskan strategi pengembangan wisata terpadu yang sinergis dengan fungsi lindungnya melalui penerapan konsep ekowisata. Penerapan konsep tersebut secara makro diharapkan mampu mendorong upaya untuk memperbaiki kualitas lingkungan di wilayah Selatan Subang, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, serta mendorong upaya pelestarian seni dan budaya serta proses pembelajaran tentang konservasi lingkungan terhadap semua pelaku pariwisata. Kawasan Wisata Capolaga telah diarahkan menjadi kawasan ekowisata. Berbagai upaya telah dilakukan oleh pemilik Kawasan Wisata Capolaga terutama untuk tujuan konservasi lingkungan namun belum semua kriteria ekowisata diterapkan atau dilaksanakan.

Pulau Sempu merupakan wilayah wisata yang dapat dikembangkan menjadi ekowisata yang menarik bagi wisatawan domestik dan internasional yang ingin menikmati konsep ekowisata. Pengembangan ekowisata di wilayah Pulau Sempu hendaknya diselaraskan dengan kondisi sosial dan ekonomi masyarakat, serta tidak berbenturan dengan upaya konservasi yang telah dilakukan pemerintah daerah di wilayah ini. Pengembangan ekowisata di Pulau Sempu semaksimal mungkin harus dapat melibatkan masyarakat dan pemerintah daerah secara optimal dalam setiap proses-proses didalamnya. Hal ini dilakukan guna memberikan ruang yang luas bagi masyarakat setempat untuk menikmati keuntungan secara ekonomi dari pengembangan ekowisata di wilayah ini. Peningkatan kerjasama perlu untuk ditingkatkan dengan institusi atau lembaga terkait, seperti agen perjalanan dan unit aktivitas mahasiswa pecinta alam, guna melahirkan ide-ide yang kreatif guna pengembangan wilayah ekowisata. Selain itu keterlibatan mereka juga diharapkan untuk memperkuat konsep ekowisata di wilayah Pulau Sempu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2009. Undang-Undang No 10 Tentang Kepariwisataaan. Jakarta: Novindo Pustaka.  
Basu Swastha, D. d. 2003. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.  
Bima, B. P. 2010. Bima dalam Angka. Bima: Badan Perencanaan Daerah.  
Damanik, J. d. 2006. Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi. Yogyakarta: PUSPAR

---

UGM dan Penerbit Andi.

Fandeli, C. 1997. Dasar-dasar Manajemen Kepariwisata Alam. Yogyakarta: Liberty.

Ihsan, H. S. 2015. Pengembangan Potensi Ekowisata Di Kabupaten Bima. Jurnal GeoEco .

Kotler, P. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi Kesebelas Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

N, A. 2008. Penerapan Konsep Ekowisata Pada Taman Nasional Gede-Pangrango. Jakarta.

NTB, B. P. 2005. Badan Perencanaan Daerah Propinsi NTB, RTRW NTB. Mataram: Badan Perencanaan Daerah Propinsi NTB.

Satria, D. n.d.. Strategi Pengembangan Ekowisata Berbasis Ekonomi Lokal Dalam Rangka Program Pengentasan Kemiskinan Di Wilayah Kabupaten Malang.

Stanton, W. J. 2001. Prinsip Pemasaran. Jakarta: Erlangga.

Tuwo, A. 2011. Pengelolaan Ekowisata Pesisir dan Laut. Surabaya: Brilian Internasional.

Yanuarti Kania Dewi, A. R. 2008. Kajian Pengembangan Kawasan Capolaga Sebagai Daya Tarik Ekowisata. Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota.

