

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

Kabupaten Bulukumba merupakan salah satu kabupaten yang terletak di Propinsi Sulawesi Selatan. Di sebelah Utara daerah ini berbatasan dengan Kabupaten Sinjai, di Timur berbatasan dengan Teluk Bone, di Selatan dengan Laut Flores, dan di Barat berbatasan dengan Kabupaten Bantaeng.

Luas wilayah Kabupaten Bulukumba sekitar 1.154,7 Km² atau sekitar 2,5% dari luas wilayah Provinsi Sulawesi Selatan dan secara administratif, terbagi dalam 10 kecamatan, dan terbagi kedalam 27 kelurahan dan 99 Desa. pertanian adalah merupakan salah satu potensi unggulan yang memberikan kontribusi paling besar terhadap perekonomian Kabupaten Bulukumba. Tanaman pangan yang potensial adalah tanaman padi dan merupakan bahan pangan utama masyarakat.

Selain itu, kabupaten yang terkenal dengan julukan *Butta Panrita Lopi* ini, juga menyimpan banyak potensi wisata yang sangat eksotik dan menarik seperti wisata pantai, alam, dan lain sebagainya. Wisata pantai yang terkenal di daerah ini adalah Tanjung Bira, wisata alam meliputi Panorama alam

Kahayya di Kecamatan Kindang, dan Bulu Padido di Palangisang Kecamatan Ujung, sedangkan Objek wisata lainnya adalah wisata Agro di perkebunan Karet LONSUM (London Sumatra) di Desa Balong Palangisang Kecamatan Ujung Loe dan beberapa kawasan lainnya.

Pengembangan pembangunan dan menumbuhkan Pariwisata sebagai fenomena sosial dan sebagai usaha ekonomi telah berkembang secara dramatis selama setengah abad terakhir di abad dua puluhan. Memasuki millenium ketiga ini ditandai berkembangnya isu 4 T (*Transportation, Telecommunication, Tourism and Tecnologi*) dalam hal ini pariwisata akan berkembang menjadi sala satu industri yang tumbuh dengan dominan berbagai belahan dunia.

Dengan berlakunya Undang - undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah, maka tanggung jawab jauh lebih besar kepada Pemerintah Daerah Kabupaten / Kota dan Propinsi dalam mengatur keuangan dan pemanfaatan sumber daya alam sangat berpengaruh terhadap pemerintah Kabupaten / Kota.

Oleh karena itu Pemerintah Kabupaten Bulukumba menyambut baik kebijakan tersebut karena merupakan peluang yang dapat dimanfaatkan untuk mengatur Pengelolaan Potensi Sumber Daya Alam Kabupaten Bulukumba, didukung oleh kondisi geografis dengan panorama alam yang indah dan alamiah serta adat istiadat yang unik semuanya itu merupakan nilai

tambah dari Daerah Tujuan Wisata (DTW). Potensi tersebut berpeluang untuk dapat meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang berguna untuk pembangunan di Kabupaten Bulukumba. Sehingga pembangunan yang akan dilaksanakan dapat dinikmati oleh seluruh warga masyarakat kabupaten Bulukumba, pada umumnya, dengan harapan peningkatan kesejahteraan masyarakat dapat terwujud.

B. Defenisi Konsep

1. Konsep Pembangunan

Menurut Tikson (2005:1) " Pembangunan nasional dapat diartikan sebagai transformasi ekonomi, sosial dan budaya secara sengaja melalui kebijakan dan strategi menuju kearah yang diinginkan ". Transformasi dalam stuktur ekonomi, misalnya dapat dilihat melalui peningkatan atau pertumbuhan produksi yang cepat disektor industry dan jasa, sehingga kontribusinya terhadap pendapatan nasional semakin besar. Sebaliknya kontribusi sektor pertanian akan semakin kecil dan berbanding terbalik dengan pertumbuhan industrialisasi dan modernisasi ekonomi. Transformasi sosial dapat dilihat melalui pendistribusian kemakmuran melalui pemerataan memperoleh akses terhadap sumber daya sosial ekonomi, seperti pendidikan, kesehatan, perumahan, air bersih, fasilitas rekreasi dan partisipasi dalam proses pembuatan. Sedangkan transformasi budaya yang

sering dikaitkan antara lain dengan bangkitnya semangat kebangsaan dan nasionalisme, disamping adanya perubahan nilai dan norma yang dianut masyarakat, seperti perubahan dan spritualisme/sekularisme. Pergeseran dari penilaian yang tinggi kepada penguasaan materi dari kelembagaan tradisional menjadi organisasi modern dan rasional.

Defenisi pembangunan menurut Saswinadi (2004:1) bahwa :

Pembangunan adalah suatu proses (atau suatu fenomena) perubahan, yaitu :

Proses-proses perubahan yang ditempuh dan dilakukan atas dasar keinginan masyarakat suatu bangsa. Hal ini mengandung pemahaman bahwa dalam pembangunan akan ditemukan serangkaian aktifitas yang diupayakan untuk mencapai suatu perubahan tertentu. Pada dasarnya, suatu prosesperubahan akan selalu terjadi setiap saat baik yang merujuk pada arah yang telah ditetapkan dan diinginkan maupun perubahan yang terjadi denagn sendirinya.

Untuk perubahan yang ditetapkan dan diinginkan cenderung lebih dapat dikendalikan karena pada saat suatu perubahan yang diinginkan biasanya akan dilengkapi dengan strategi pencapaian, model pelaksanaan, dan system kendali yang telah dipikirkan sebelumnya, akan tetapi suatu perubahan yang terjadi dengan sendirinya, biasanya hasil yang dicapai akan cendrung lebih menekankan pada untung-untungan dan tak terprediksi.

Sedangkan menurut Katz (1965:2) menyatakan bahwaPembangunan adalah suatu proses perubahan sosial yang pada pokoknya merupakan suatu perubahan dari suatu keadaan dan kondisi kemasyarakatan yang dianggap

lebih baik atau lebih diinginkan”. Indonesia sebagai negara berkembang defenisi ini sangat cocok karena di dalamnya terkandung tentang perubahan sosial.

Budiharsono (2001:15) menyatakan bahwa :

Salah satu pentingnya ilmu pembangunan wilayah dalam konteks pembangunan di Indonesia masih bersifat sektoral sehingga egoisme sektoral kuat sekali. Akibatnya hasil pembangunan yang dicapai tidak optimal. Pembangunan kewilayahan kemudian dilakukan untuk memperbaiki kesalahan masa lalu dan salah satu pengembangan kewilayahan yang dikembangkan sekarang adalah pengembangan wilayah terpadu (*integrated regional development*).

Dalam pembangunan masyarakat suatu bangsa dengan merujuk kepada keinginan-keinginan yang disepakati masyarakat bangsa tertentu, dilakukan intervensi keberbagai bidang dengan tujuan agar keinginan yang disepakati dapat terwujud, Kebijakan pemerintah sebagai sebuah arah dalam pencapaoian tujuan pembangunan juga merupakan factor dalam mewujudkan keinginan masyarakat dan juga menjadi kontrol pada setiap tahapan pencapaian pembangunan itu sendiri.

Dalam Ilmu Administrasi Pembangunan dijelaskan bahwa pembangunan adalah serangkaian usaha mewujudkan pertumbuhan dan perubahan secara terencana dan sadar yang ditempuh oleh suatu negara bangsa menuju modernitas dalam rangka pembinaan bangsa (*nation building*). Apabila di simak secara seksama definisi yang sederhana ini akan

muncul ke permukaan paling sedikit tujuh ide pokok mengenai pembangunan yaitu :

1. Pembangunan merupakan suatu proses. Yang berarti bahwa pembangunan merupakan rangkaian kegiatan yang berlangsung secara berkelanjutan dan terdiri dari tahap-tahap yang di satu pihak bersifat independen akan tetapi di pihak lain merupakan “bagian” dari sesuatu yang bersifat tanpa akhir (*Never ending*). Banyak cara yang dapat digunakan dan dilakukan untuk pentahapan tersebut, seperti berdasarkan jangka waktu, biaya atau hasil tertentu yang diharapkan akan diperoleh.
2. Pembangunan merupakan upaya yang secara sadar ditetapkan sebagai sesuatu untuk dilaksanakan. Dengan perkataan lain, jika dalam rangka kehidupan bermasyarakat, berbangsa dan bernegara terdapat kegiatan yang kelihatannya seperti pembangunan, akan tetapi sebenarnya tidak ditetapkan secara sadar dan hanya terjadi secara sporadis atau insidental, kegiatan tersebut tidak dapat di kategorikan sebagai pembangunan.
3. Pembangunan dilakukan secara terencana, baik dalam arti jangka panjang, jangka sedang, ataupun jangka pendek. Dan seperti dimaklumi merencanakan berarti mengambil keputusan sekarang tentang hal-hal yang akan dilakukan pada jangka waktu tertentu di masa depan.
4. Rencana pembangunan mengandung makna pertumbuhan dan perubahan. Pertumbuhan dimaksudkan sebagai peningkatan kemampuan

suatu negara bangsa untuk berkembang dan sekedar mampu mempertahankan kemerdekaan, kedaulatan, dan eksistensinya. Perubahan mengandung makna bahwa suatu negara bangsa harus bersikap antisipatif dan proaktif dalam menghadapi tuntutan situasi yang berbeda dari satu jangka waktu ke jangka waktu yang lain, terlepas apakah situasi yang berbeda itu dapat diprediksikan sebelumnya atau tidak. Dengan perkataan lain, suatu negara bangsa yang sedang membangun tidak akan puas jika hanya mampu mempertahankan *status quo* yang ada.

5. Pembangunan mengarah kepada modernitas. Modernitas disini diartikan antara lain sebagai cara hidup yang baru dan lebih naik daripada sebelumnya, cara berpikir yang rasional dan sistem budaya yang kuat tetapi fleksibel. Walaupun demikian, perlu diingatkan bahwa konsep modernitas tidak identik dengan “gaya hidup Barat”. Setiap negara bangsa yang modern harus tetap mempertahankan jati dirinya yang bersumber dari nilai-nilai yang dipandang luhur oleh negara bangsa yang bersangkutan. Bahwa ada aspek-aspek nilai tersebut yang memerlukan penyesuaian karena tuntutan zaman, itu pun harus diakui dan dijadikan masukan dalam merumuskan strategi pembangunan yang akan ditempuh.
6. Modernitas yang ingin dicapai melalui berbagai kegiatan pembangunan *per definisi* bersifat multidimensional. Artinya, modernitas tersebut

mencakup seluruh segi kehidupan berbangsa dan bernegara, yang dapat mengejawantah dalam bidang politik, ekonomi, sosial budaya, serta pertahanan dan keamanan.

7. Semua hal yang telah disinggung diatas ditujukan kepada usaha pembinaan bangsa sehingga negara bangsa yang bersangkutan semakin kukuh fondasinya dan semakin mantap keberadaannya sehingga menjadi negara bangsa yang sejajar dengan bangsa-bangsa lain di dunia karena mampu menciptakan situasi yang membuatnya berdiri sama tinggi dan duduk sama rendah dengan negara bangsa lain tersebut. (Siagian. 1999:4-5)

Dari sekian pembahasan yang disampaikan di atas kita sampai pada suatu batasan pengertian atau definisi kerja dari Pembangunan (Administrasi Pembangunan) yaitu : *“ Seluruh usaha yang dilakukan oleh suatu negara untuk bertumbuh, berkembang, dan berubah secara sadar dan terencana dalam semua segi kehidupan dan penghidupan negara bangsa yang bersangkutan dalam rangka pencapaian tujuan akhirnya”*.

Olehnya itu dari definisi tersebut secara implisit menunjukkan bahwa upaya dan kegiatan pembangunan merupakan “upaya nasional”. Artinya, menyelenggarakan kegiatan pembangunan bukan hanya tugas dan tanggung jawab pemerintah dengan segala aparat dan seluruh jajarannya meskipun harus diakui bahwa peranan pemerintah cukup dominan.

2. Manajemen Pembangunan

Untuk melaksanakan pembangunan yang maksimal maka diperlukan menerapkan prinsip-prinsip manajemen. Definisi manajemen yang dikemukakan oleh Martoyo (2003:3) Sebagai berikut :

Manajemen adalah bekerja dengan orang-orang untuk menentukan menginterpretasikan dan mencapai tujuan-tujuan organisasi dengan pelaksanaan fungsi-fungsi perencanaan (*Planning*) pengorganisasian (*organizing*) penyusunan personalia atau kepegawaian, motivasi dan pengawasan(*controlling*).

Dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses perencanaan sampai dengan pengawasan suatu organisasi dengan memanfaatkan suatu sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan. Dalam pembangunan perlunya manajemen yang handal sehingga pembangunan pariwisata dapat berjalan dengan baik.

Menurut Koontz dan O Donnel (Handayaniingrat, 1996:22) fungsi manager (*The function of manage*) yaitu :

- a. Perencanaan (*Planning*)
- b. Pengorganisasian (*Organizing*)
- c. Penyusunan pegawai (*Staffing*)
- d. Pembinaan dan kepemimpinan (*Directing and Leading*)
- e. Pengawasan (*Controlling*)

Pendapat Koontz dan O Donnel tentang kelima fungsi manager dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Perencanaan (*Planning*)

Perencanaan berhubungan dengan pemeliharaan sasaran/tujuan (*Obyective*) strategi, kebijaksanaan, program, dan prosedur pencapaian. Perencanaan adalah suatu proses pengambilan keputusan, mana kala perencanaan ini menyangkut pemilihan diantara beberapa alternative. Tanggung jawab tidak dapat dipisahkan sama sekali dari pada penyelenggaraan manajemen (*ManagemenPerformance*) tingkat menengah (*midle manager plan*) maupun pada perencanaan tingkat bawah (*botton manager palan*)

b. Pengorganisasian (*Organizing*)

penentuan kegiatan untuk mencapai dari pada suatu badan usaha secara keseluruhan atau setiap bagiannya. Pengelompokan kegiatan-kegiatannya, penugasan, pelimpahan, wewenang untuk melaksanakan pekerjaan, menentukan koordinasi. Kewenangan dan berhubungan informasi baik horizontal maupun vertical dalam struktur organisasi.

c. Penyusunan pegawai (*Staffing*)

Penyusunan pegawai ini berhubybungan dengan penempatan orang-orang, yaitu penempatan orang-orang sesuai dengan jabatan yang telah ditetapkan dalam struktur organisasi . Untuk keperluan ini dengan sendirinya memerlukan persyaratan penentuan tenaga kerja bagi suatu pekerjaan/jabatan yang harus disesuaikan dan pekerjaan

ini termasuk juga mengadakan inventarisasi, penilaian, dan pemilihan calon untuk pengisian jabatan tersebut.

d. Pembinaan dan Kepemimpinan (*directing and leading*)

Pimpinan atas harus memperhitungkan pekerjaan terhadap nilai-nilai kebiasaan, sasaran/tujuan dan kebijaksanaan/badan usaha. Pihak bawahan diusahakan agar banyak mengetahui terhadap struktur organisasi, hubungan yang saling ketergantungan dari pada kegiatan peribadinya. Tugas-tugasnya dan wewenangnya. Apabila bawahan telah cukup jelas orientasinya terhadap pekerjaan, atasan harus melimpahkan wewenangnya dan bertanggungjawab untuk kejelasan dari pada tugasnya, yaitu memberikan agar pelaksanaan bertambah baik, memberikan dorongan terhadap mereka bekerja dengan semangat dan penuh pengabdian.

e. Pengawasan (*controlling*)

Pengawasan adalah tindakan penilaian/perbaikan terhadap bawahan untuk menjamin agar pelaksanaan sesuai dengan rencana. Jadi penilaian apakah hasil pelaksanaan tidak bertentangan dengan sasaran (*goals*) dan rencananya (*Plan*) bila terlihat adanya penyimpangan-penyimpangan tersebut akan dapat membantu dan menjamin penyelesaian dari pada rencana.

Sedangkan menurut Newman (Handayani,1996:20) menyebutkan the work of instrator/manager (*Pekerjaan seorangke administrator/manager*) dalam 5 proses yaitu perencanaan (*Planning*), Pengorganisasian (*Organizing*) pengumpulan sumber (*assembling resource*), pengendalian kerja (*supervising*) dan pengawasan (*controlling*).

Dari beberapa pendapat tentang fungsi manajemen diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi managemen dan pembangunan maka perlu memperhatikan unsure-unsur manajemen itu sendiri. Menurut Hasibuan (1996:20-21) Unsur-unsur manajemen terdiri atas :

1. Manajemen sumber daya manusia (*Unsure man*)
2. Manajemen permodalan/pembelanjaan (*Unsure money*)
3. Manajemen akuntansi biaya (*Unsure money*)
4. Manajemen produksi (*Unsure machines*)
5. Manajemen pemasaran (*unsure market*)
6. Manajemen peningkatan daya guna (*Unsure methods*)

Unsur-unsur manajemen (*tools of management*) terdiri dari *man, money, methods, material, machines, and market* disingkat dengan 6 M. Dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. *Man* yakni tenaga kerja manusia, baik tenaga kerja pimpinan maupun kerja operasional/pelaksana.

2. *Money* yaitu uang yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.
3. *Method* yaitu cara-cara dipergunakan dalam usaha mencapai tujuan.
4. *Material* yaitu bahan-bahan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.
5. *Machines* yaitu mesin-mesin/alat-alat yang dipergunakan untuk mencapai tujuan
6. *Market* yaitu pasar untuk menjual barang-barang atau jasa yang dihasilkan.

Dari pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen merupakan suatu proses perencanaan sampai dengan pengawasan suatu organisasi dengan memanfaatkan segala sumber daya yang ada dalam mencapai tujuan.

Sedangkan Pembangunan dapat diartikan perubahan tingkat kesejahteraan secara terukur dan alami. Perubahan tersebut meliputi perubahan tingkat kesejahteraan dan paradigma yang terjadi dan ditentukan oleh beberapa dimensi yaitu ekonomi, sosial, politik atau hukum.

Dalam kaitannya dengan pembangunan dapat diartikan bahwa Manajemen Pembangunan adalah cara pembangunan dikelola. Manajemen dalam bentuk sebuah paradigma melihat segala sesuatunya sebagai sebuah upaya untuk mengoptimalkan setting asset yang ada, termasuk aset yang diberikan (dihasilkan) oleh manajemen sebelumnya. Pembangunan

diselenggarakan dalam sebuah kontinum, sekalipun terjadi pergantian kekuasaan dan pergantian aliran politik penguasa Nehruddin;(2007). (www.wikipedia.manejemenpembangunan)

3. Konsep Obyek dan Daya Tarik Wisata

Obyek dan daya tarik wisata dapat berupa karuniah Tuhan Yang Maha Esa, berupa keindahan dan keunikan alam, maupun merupakan bentukan manusia melalui aktivitas kebudayaan adat atau kesenian, bersosialisasi dan beraktifitas serta penciptaan-penciptaan arsitektur lainnya, yang dapat menarik minat seseorang atas kelompok orang untuk mencari tahu, mengunjungi dan sekaligus menikmatinya.

Daya Tarik Wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “ Daya Tarik Wisata” maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai DayaTarik Wisata menurut beberapa ahli :

- a. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman

kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

- b. A. Yoeti dalam bukunya "*Pengantar Ilmu Pariwisata*" tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau "*tourist attraction*", istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu
- c. Nyoman S. Pendit dalam bukunya "*Ilmu Pariwisata*" tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.
- d. Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Menurut undang – undang Republik Indonesia Nomor 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan , ada dua jenis objek dan daya tarik wisata , yaitu (1) objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna; dan(2) objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta, wisata buru,wisata petualangan alam, taman rekreasi dan tempat hiburan.

Menurut Spillane (2002), Daya tarik pariwisata adalah hal – hal yang menarik perhatian wisatawan yang dimiliki oleh suatu daerah tujuan wisata. Sedangkan Menurut Karyono (1997) suatu daerah tujuan wisata mempunyai daya tarik di samping harus ada objek dan atraksi wisata, juga harus memiliki tiga syarat daya tarik, yaitu: (1) ada sesuatu yang yang bisa dilihat (*something to see*); (2) ada sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*); (3) ada sesuatu yang bisa dikerjakan (*something to do*); (3) ada sesuatu sesuatu yang bisa dibeli (*something to buy*)

Menurut Spillane (2002) ada lima unsur penting dalam suatu objek wisata yaitu: (1) *attraction* atau hal – hal yang menarik perhatian wisatawan; (2) *facilities* atau fasilitas - fasilitas yang diperlukan; (3) *infrastructure* atau infrastruktur dari objek wisata, (4) *transportation* atau jasa – jasa pengangkutan; (5) *Hospitality* atau keramahtamahan, kesediaan untuk menerima tamu. (Wikipedia.Pembangunan Pariwisata)

Terkait dengan lingkungan kepariwisataan, menurut Dwyer dan Forsyth (1996) dalam Mudana (2002:24) terdapat tiga jenis sumber daya, yaitu (1) *natural resources* (sumber daya alamiah seperti gunung, pantai, wilayah liar, gurun, lautan, danau, flora dan fauna, iklim, sinar matahari, iklim dan sebagainya); (2) *Man Made Resources* (sumber daya buatan manusia seperti kota historis dan modern , desa, hiburan, campuran antara rekreasi

dan olah raga, monumen, situs, bangunan dan relief, museum dan sebagainya); (3) *human Resources* (sumber daya manusia seperti populasi penduduk suatu destinasi). Dalam buku *Panduan Sadar Wisata* (1996:7) dapat kita peroleh pengertian obyek dan daya tarik wisata adalah sesuatu yang menjadi sasaran perjalanan wisata. Hal itu meliputi :

1. Ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam serta flora dan fauna seperti pemandangan alam, panorama indah, hutan rimba dengan tumbuhan hutan tropis serta binatang-binatang langka.
2. Karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata agro, wisata tirta bahari, wisata petualangan, taman rekreasi dan tempat hiburan.
3. Sasaran pariwisata minat khusus seperti berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras,
4. Tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain. (Wikipedia. Pariwisata)

4. Konsep Pembangunan Bidang Kepariwisataan

The World Commission on Environment and Development yang didirikan tahun 1983 dan diketuai oleh Harlem Brundtland - seringkali disebut juga sebagai Komisi Brundtland - sebagai respon atas resolusi Majelis/Sidang

Umum Perserikatan Bangsa-Bangsa, menyampaikan laporannya yang berjudul *“Our Common Future”* pada tahun 1987.

Di dalam laporan tersebut untuk pertama kali dinyatakan pentingnya Pembangunan Berkelanjutan yang didefinisikan sebagai : “Pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan saat ini tanpa mengorbankan generasi masa depan untuk memenuhi kebutuhan mereka” (*Development which meets the needs of present without compromising the ability of future generations to meet their own needs*).

Pendekatan pembangunan berkelanjutan hanyalah sebuah gagasan bila tidak dijabarkan ke dalam tindakan yang dapat mengurangi persoalan-persoalan yang ditimbulkan oleh model pembangunan yang selama ini dilaksanakan. Pada tahun 1992, dalam *United Nation Conference on Environment and Development-the Earth Summit*- di Rio de Janeiro, dirumuskan program tindak yang menyeluruh hingga abad ke-21 yang disebut Agenda 21, yang kemudian diadopsi oleh 182 negara peserta konferensi termasuk Indonesia.

Agenda 21 merupakan cetak biru untuk menjamin masa depan yang berkelanjutan dari planet bumi dan merupakan dokumen semacam itu yang pertama mendapatkan kesepakatan internasional yang sangat luas, menyiratkan konsensus dunia dan komiment politik di tingkat yang paling tinggi.

Dalam tataran kepariwisataan internasional, pertemuan Rio ditindaklanjuti dengan Konferensi Dunia tentang Pariwisata Berkelanjutan pada tahun 1995 yang merekomendasikan pemerintah negara dan daerah untuk segera menyusun rencana tindak pembangunan berkelanjutan untuk pariwisata serta merumuskan dan mempromosikan serta mengusulkan Piagam Pariwisata Berkelanjutan.

Prinsip-prinsip dan sasaran-sasaran dari piagam tersebut adalah bahwa:

1. Pembangunan pariwisata harus berdasarkan kriteria keberlanjutan dapat didukung secara ekologis dalam waktu yang lama, layak secara ekonomi, adil secara etika dan sosial bagi masyarakat setempat.
2. Pariwisata harus berkontribusi kepada pembangunan berkelanjutan dan diintegrasikan dengan lingkungan alam, budaya dan manusia.
3. Pemerintah dan otoritas yang kompeten, dengan partisipasi lembaga swadaya masyarakat dan masyarakat setempat harus mengambil tindakan untuk mengintegrasikan perencanaan pariwisata sebagai kontribusi kepada pembangunan berkelanjutan.
4. Pemerintah dan organisasi multilateral harus memprioritaskan dan memperkuat bantuan, langsung atau tidak langsung, kepada proyek-proyek pariwisata yang berkontribusi kepada perbaikan kualitas lingkungan.

5. Ruang-ruang dengan lingkungan dan budaya yang rentan saat ini maupun di masa depan harus diberi prioritas khusus dalam hal kerja sama teknis dan bantuan keuangan untuk pembangunan pariwisata berkelanjutan.
6. Promosi/dukungan terhadap berbagai bentuk alternatif pariwisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan
7. Pemerintah harus mendukung dan berpartisipasi dalam penciptaan jaringan untuk penelitian, diseminasi informasi dan transfer pengetahuan tentang pariwisata dan teknologi pariwisata berkelanjutan.
8. Penetapan kebijakan pariwisata berkelanjutan memerlukan dukungan dan sistem pengelolaan pariwisata yang ramah lingkungan, studi kelayakan untuk transformasi sektor, dan pelaksanaan berbagai proyek percontohan dan pengembangan program kerjasama internasional.

Sebagai industri terbesar di dunia, pariwisata memiliki potensi yang sangat besar untuk mempengaruhi -negatif maupun positif- lingkungan, keadaan sosial dan ekonomi dunia. Agar pariwisata dapat secara efektif memberikan kontribusi yang positif, program tindak global Agenda 21 dan prinsip-prinsip pariwisata berkelanjutan dalam Piagam Pariwisata Berkelanjutan perlu diterjemahkan ke dalam langkah-langkah nyata yang

relevan bagi pariwisata. *World Tourism and Travel Council (WTTC)* bersama-sama dengan *World Tourism Organization* dan *Earth Council* kemudian menerjemahkannya ke dalam program tindak bagi industri perjalanan dan pariwisata yang disebut Agenda 21 untuk Industri Perjalanan dan Pariwisata.

Dalam dokumen tersebut dinyatakan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah: “Pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan dan wilayah yang didatangi wisatawan (destinasi wisata) pada saat ini, sekaligus melindungi dan meningkatkan kesempatan di masa depan. Pengertian tersebut mengarah pada pengelolaan seluruh sumber daya sedemikian sehingga kebutuhan ekonomi, sosial dan estetika dapat terpenuhi sekaligus memelihara integritas kultural, berbagai proses ekologi yang esensial, keanekaragaman hayati dan berbagai sistem pendukung kehidupan.”

Produk-produk pariwisata berkelanjutan adalah produk-produk yang dioperasikan secara harmonis dengan lingkungan, masyarakat dan budaya setempat sehingga mereka terus menerus menjadi penerima manfaat bukannya korban pembangunan pariwisata. Selain itu, dokumen tersebut menyiratkan bahwa membuat perubahan ke arah pariwisata yang berkelanjutan memerlukan perubahan orientasi cara kerja yang fundamental dari dua pihak yaitu: *Pertama*, Pemerintah dalam mengarahkan pembangunan pariwisata serta; *Kedua*, usaha perjalanan dan pariwisata dalam menjalankan usahanya. Oleh karenanya, Dokumen Agenda 21 untuk

Industri Perjalanan dan Pariwisata menyarankan berbagai program tindak yang perlu dilakukan oleh kedua institusi tersebut. Agenda 21 sektor pariwisata dirumuskan ketika bangsa Indonesia menghadapi isu-isu *good governance* (tata pemerintahan yang baik), hak azasi manusia dan pengembangan manusia yang berkelanjutan sehingga isu-isu tersebut begitu mewarnai program tindak di dalam agenda pembangunannya.

Agenda 21 Sektor Pariwisata Indonesia tidak hanya menganggap pariwisata berkelanjutan sebagai tanggung jawab dua pelaku utama dalam pariwisata: pemerintah dan usaha pariwisata. Tetapi melihat seluruh pihak - pemerintah, usaha pariwisata, LSM dan masyarakat, wisatawan- yang terlibat dalam kepariwisataan mempunyai tanggung jawab dalam mewujudkan pariwisata yang berkelanjutan sehingga program tindak disusun untuk seluruh pelaku.

Dalam kaitannya dengan tanggung jawab pemerintah, terjadi pergeseran wewenang yang cukup signifikan dari pemerintah pusat ke pemerintah daerah sehingga porsi yang cukup besar diberikan untuk program tindak bagi pemerintah daerah. Guna tercapainya pembangunan pariwisata berkelanjutan, setidaknya-tidaknya perlu dijalankan lima program sebagai berikut:

1. Kesadaran tentang tanggung jawab terhadap pelestarian lingkungan dari semua *stakeholder* kepariwisataan, karenanya

program tindak untuk mengembangkan landasan dan kerangka hukum yang tangguh, penegakan hukum, peningkatan kesadaran masyarakat melalui pendidikan publik, pengembangan dan peningkatan peran lembaga swadaya masyarakat, pengembangan sistem informasi pendukung pariwisata berkelanjutan menjadi program-program yang diprioritaskan.

2. Pergeseran peranan pemerintah pusat dalam pembangunan pariwisata yang berisi tentang berbagai tindakan yang perlu dilakukan pemerintah pusat dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan pengendalian pembangunan pariwisata dalam era otonomi daerah.
3. Peningkatan peranan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata nasional yang berisi tindakan-tindakan yang perlu dilakukan pemerintah daerah dalam perencanaan, pelaksanaan, pemantauan dan penendalian pembangunan pariwisata agar berkelanjutan dalam era otonomi daerah.
4. Kemantapan industri pariwisata yang berisi tindakan-tindakan yang perlu dilakukan usaha pariwisata dalam meningkatkan daya saingnya melalui peningkatan kehandalan dan kredibilitas, pengelolaan usaha secara berkelanjutan, penjalinan kerjasama diagonal, promosi nilai-nilai lokal dalam usaha pariwisata.

5. Kemitraan dan partisipasi masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang berisi program tindak untuk menumbuhkan kepemimpinan lokal, pengembangan skema bantuan, pelembagaan partisipasi masyarakat, penciptaan kaitan ke depan dan ke belakang dengan usaha pariwisata, peningkatan kesempatan berwisata dan peningkatan kesadaran terhadap resiko pengembangan pariwisata.

Perkembangan konsep pembangunan berkelanjutan tidak sesederhana dan selinier yang disampaikan di atas. Gagasan pembangunan berkelanjutan secara simultan dan sporadik telah ditanggapi sejak dini oleh berbagai pihak yang terkait dengan pariwisata di berbagai belahan dunia.

Kesadaran terhadap persoalan-persoalan lingkungan, sosial, budaya dan ekonomi yang ditimbulkan oleh model pembangunan dan praktek kegiatan wisata yang biasa/massal mendorong beberapa pelaku pariwisata untuk membuat produk-produk yang lebih ramah lingkungan, sosial dan budaya, sehingga muncullah berbagai produk pariwisata bentuk baru seperti - *ecotourism, alternative tourism, appropriate tourism, culture tourism, adventure tourism, green tourism, soft tourism, wildlife tourism, community-based tourism*, dan lain sebagainya- sebagai jawaban atas praktek pariwisata massal.

Untuk menjamin bahwa produk-produk yang ditawarkan usaha dan destinasi pariwisata betul-betul ramah lingkungan dan berkelanjutan dan mudah dikenali pasar yang menginginkan produk tersebut, beberapa negara telah mengembangkan berbagai skema penilaian dan sertifikasi terhadap komponen produk wisata mulai dari daya tarik nasional:

1. *Blue Flag* untuk pantai,
2. *Green Leaf*, - untuk akomodasi,
3. *Green Suitcase*- untuk biro perjalanan,
4. *Green Globe*- untuk kawasan wisata dan destinasi.

Sementara itu *WTO* mengembangkan indikator untuk pembangunan/ pengembangan pariwisata berkelanjutan (*Indicators of Sustainable development for Tourism Destinations*), yang merupakan bukti komitmennya untuk mendukung Agenda 21, sebagai kelanjutan dari disusunnya Agenda 21 Sektor Pariwisata bersama *WTTC* dan *EC* pada tahun 1995. Indikator yang dapat dipakai untuk mengukur tingkat keberlanjutan suatu destinasi wisata adalah :

1. Kesejahteraan (*well being*) masyarakat tuan rumah
2. Terlindunginya aset-aset budaya
3. Partisipasi masyarakat
4. Kepuasan wisatawan
5. Jaminan kesehatan dan keselamatan

6. Manfaat ekonomik
7. Perlindungan terhadap aset alami
8. Pengelolaan sumber daya alam yang langka,
9. Pembatasan dampak dan
10. Perencanaan dan pengendalian pembangunan

Indikator ini dapat diartikan sebagai arah kemana program pembangunan pariwisata harus dilakukan atau ukuran keberhasilan yang harus dicapai, jadi bukan banyaknya jumlah pengunjung. Untuk itu perlu penjabaran ke dalam program tindak (*action plan*) yang lebih rinci. Hal ini telah dilakukan di beberapa provinsi di tanah air, walaupun secara keseluruhan (*comprehensive*), diperlukan penelitian yang lebih seksama.

Setelah berbicara tentang pembangunan pariwisata kurang lengkap rasanya jika tidak membahas tentang pengembangan pariwisata. Pengembangan pariwisata tidak terlepas dari kreatifitas dari semua pihak yang bertanggung jawab dalam pembangunan pariwisata.

Pariwisata didefinisikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan tujuan lainnya (UNESCO, 2009).

Untuk mengembangkan kegiatan wisata, daerah tujuan wisata setidaknya harus memiliki komponen-komponen sebagai berikut (UNESCO, 2009) :

1. Obyek/atraksi dan daya tarik wisata
2. Transportasi dan infrastruktur
3. Akomodasi (tempat menginap)
4. Usaha makanan dan minuman
5. Jasa pendukung lainnya (hal-hal yang mendukung kelancaran berwisata misalnya biro perjalanan yang mengatur perjalanan wisatawan, penjualan cinderamata, informasi, jasa pemandu, kantor pos, bank, sarana penukaran uang, internet, wartel, tempat penjualan pulsa, salon, dll)

Departemen Kebudayaan dan Pariwisata Indonesia sebelumnya telah menetapkan program yang disebut dengan Sapta Pesona. Sapta Pesona mencakup 7 aspek yang harus diterapkan untuk memberikan pelayanan yang baik serta menjaga keindahan dan kelestarian alam dan budaya di daerah kita. Program Sapta Pesona ini mendapat dukungan dari UNESCO (2009) yang menyatakan bahwa setidaknya 6 (enam) aspek dari tujuh Sapta Pesona harus dimiliki oleh sebuah daerah tujuan wisata untuk membuat wisatawan betah dan ingin terus kembali ke tempat wisata, yaitu:

A. Aman; Tertib; Bersih; Indah; Ramah; dan Kenangan

Ekonomi kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi, 2006). Konsep kegiatan wisata dapat didefinisikan dengan tiga faktor, yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti, 1985). *Something to see* terkait dengan atraksi di daerah tujuan wisata, *something to do* terkait dengan aktivitas wisatawan di daerah wisata, sementara *something to buy* terkait dengan souvenir khas yang dibeli di daerah wisata sebagai memorabilia pribadi\ wisatawan. Dalam tiga komponen tersebut, ekonomi kreatif dapat masuk melalui *something to buy* dengan menciptakan produk-produk inovatif khas daerah.

Pada era tradisional, souvenir yang berupa memorabilia hanya terbatas pada foto polaroid yang menampilkan foto sang wisatawan di suatu obyek wisata tertentu. Seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan paradigma wisata dari sekedar “melihat” menjadi “merasakan pengalaman baru”, maka produk-produk kreatif melalui sektor wisata mempunyai potensi yang lebih besar untuk dikembangkan. Ekonomi kreatif tidak hanya masuk melalui *something to buy* tetapi juga mulai merambah *something to do* dan *something to see* melalui paket-paket wisata yang menawarkan pengalaman langsung dan interaksi dengan kebudayaan lokal.

Dalam pengembangan ekonomi kreatif melalui sektor wisata yang dijelaskan lebih lanjut oleh Yozcu dan İçöz (2010), kreativitas akan merangsang daerah tujuan wisata untuk menciptakan produk-produk inovatif yang akan memberi nilai tambah dan daya saing yang lebih tinggi dibanding dengan daerah tujuan wisata lainnya. Dari sisi wisatawan, mereka akan merasa lebih tertarik untuk berkunjung ke daerah wisata yang memiliki produk khas untuk kemudian dibawa pulang sebagai souvenir. Di sisi lain, produk-produk kreatif tersebut secara tidak langsung akan melibatkan individual dan pengusaha *enterprise* bersentuhan dengan sektor budaya. Persentuhan tersebut akan membawa dampak positif pada upaya pelestarian budaya dan sekaligus peningkatan ekonomi serta estetika lokasi wisata. Contoh bentuk pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1
Bentuk Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Sektor Wisata

Wisata	Ekonomi Kreatif
1. <i>Something to see</i>	<ul style="list-style-type: none"> ○ Festival (contoh : Jember Fashion Carnival) ○ Proses kebudayaan (contoh : pembuatan kerajinan batik)
2. <i>Something to do</i>	Wisatawan berlaku sebagai konsumen aktif, tidak hanya melihat atraksi dan membeli souvenir tapi ikut serta dalam atraksi
3. <i>Something to buy</i>	Souvenir (handicraft atau memorabilia)

Sumber: Yoeti, 1985 dan diolah

Potensi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata di Indonesia masih belum dapat diimplementasikan secara optimal.

Salahsatu yang dikembangkan di Indonesia adalah mengadopsi bentuk paket wisata tersebut ke dalam desa wisata. Hingga saat ini, tercatat banyak desa wisata yang bermunculan namun hanya sebagian kecil yang berhasil (dalam arti sanggup mendatangkan wisatawan secara berkala dan meningkatkan ekonomi warganya). Fenomena banyaknya desa wisata di Indonesia seringkali terjadi bukan sebagai bentuk kreatifitas, tetapi lebih pada *prestige*. Sangat sering ditemui desa wisata yang infrastrukturnya tidak siap untuk dikunjungi wisatawan. Kelemahan terbesar dari konsep desa wisata selanjutnya adalah minimnya upaya promosi dan tidak adanya *link* dengan industri kreatif untuk produksi souvenir. Wisatawan hanya sekedar datang dan pulang tanpa membawa sesuatu untuk dikenang (*memorabilia*) atau untuk dipromosikan pada calon wisatawan lainnya.

Dengan kata lain, dapat dikatakan bahwa ekonomi kreatif dan sektor wisata pada sebagian besar kota-kota di Indonesia berjalan secara terpisah. Masih kurangnya *linkage* antara ekonomi kreatif dan sektor wisata dapat terlihat dari tiadanya tempat penjualan souvenir khas daerah. Kalaupun ada, tempat penjualan souvenir dan souvenir yang dijual terkesan “biasa” saja, dan dapat dengan mudah ditemukan di daerah lain. Atau, pada beberapa kasus, tempat penjualan souvenir berlokasi terlalu jauh sehingga menjadi sebuah proyek yang gagal mendatangkan lebih banyak wisatawan.

Pada hakikatnya, hampir sebagian besar kota/kabupaten di Indonesia memiliki potensi untuk mengembangkan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata. Kota/kabupaten di Indonesia memiliki daya tarik wisata yang berbeda untuk dapat diolah menjadi ekonomi kreatif.

Potensi wisata yang ada dapat dikembangkan melalui ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif di sini tidak hanya melibatkan masyarakat atau komunitas sebagai sumber daya yang berkualitas, tetapi juga melibatkan unsur birokrasi dengan pola *entrepreneurship* (kewirausahaan). Konsep pelibatan birokrasi dalam ekonomi kreatif adalah bahwa birokrasi tidak hanya membelanjakan tetapi juga menghasilkan (*income generating*) dalam arti positif (Osborne dan Gaebler, 1992). Strategi pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dirumuskan sebagai berikut (Barringer) :

1. Meningkatkan peran seni dan budaya pariwisata
2. Memperkuat keberadaan kluster-kluster industri kreatif
3. Mempersiapkan sumber daya manusia yang kreatif
4. Melakukan pemetaan aset yang dapat mendukung munculnya ekonomi kreatif.
5. Mengembangkan pendekatan regional, yaitu membangun jaringan antar kluster-kluster industri kreatif.

6. Mengidentifikasi kepemimpinan (*leadership*) untuk menjaga keberlangsungan dari ekonomi kreatif, termasuk dengan melibatkan unsur birokrasi sebagai bagian dari *leadership* dan *facilitator*.
7. Membangun dan memperluas jaringan di seluruh sektor
8. Mengembangkan dan mengimplementasikan strategi, termasuk mensosialisasikan kebijakan terkait dengan pengembangan ekonomi kreatif dan pengembangan wisata kepada pengrajin. Pengrajin harus mengetahui apakah ada insentif bagi pengembangan ekonomi kreatif, ataupun pajak ekspor jika diperlukan.

B. Model Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Sektor Wisata

Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata memerlukan sinergi antar stakeholder yang terlibat di dalamnya, yaitu pemerintah, cendekiawan, dan sektor swasta (bisnis).

Sedangkan model pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata dapat diadaptasi dari model-model kota kreatif. Kota kreatif bertumpu pada kualitas sumber daya manusia untuk membentuk (bisa dalam bentuk *design* atau *redesign*) ruang-ruang kreatif (UNDP, 2008). Pembentukan ruang kreatif diperlukan untuk dapat merangsang munculnya ide-ide kreatif, karena manusia yang ditempatkan dalam lingkungan yang kondusif akan mampu menghasilkan produk-produk kreatif bernilai ekonomi.

Festival budaya, merupakan salah satu bentuk penciptaan ruang kreatif yang sukses mendatangkan wisatawan.

Dalam konteks kepariwisataan, diperlukan ruang-ruang kreatif bagi para pengrajin untuk dapat menghasilkan produk khas daerah wisata yang tidak dapat ditemui di daerah lain. Salah satu tempat yang paling penting bagi seorang pengrajin untuk bisa menghasilkan karya adalah bengkel kerja atau studio. Bengkel kerja atau studio sebagai ruang kreatif harus dihubungkan dengan daerah wisata sehingga tercipta *linkage* atau konektivitas. Konektivitas tersebut diperlukan untuk mempermudah rantai produksi (Evans, 2009). Dari segi ekonomi kreatif, produk kerajinan dalam bentuk souvenir dapat terjual sementara dari sektor wisata, wisatawan memperoleh suatu memorabilia mengenai daerah wisata tersebut. Konektivitas atau *linkage* antara ekonomi kreatif dan wisata dapat berbentuk *outlet* penjualan yang terletak di daerah wisata. Dengan kata lain, wisata menjadi *venue* bagi ekonomi kreatif untuk proses produksi, didistribusi, sekaligus pemasaran.

C. Tantangan Pengembangan Ekonomi Kreatif sebagai Penggerak Sektor Wisata

Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penggerak sektor wisata walau terdengar sangat menjanjikan, namun tetap memiliki sejumlah tantangan. Tantangan tersebut terkait dengan keberlanjutan industri kreatif itu

sendiri untuk menggerakkan sektor wisata. Trend wisata cenderung cepat berubah sehingga pengrajin dituntut untuk bisa menciptakan produk-produk kreatif dan inovatif. Di sisi lain, pengrajin juga tidak boleh terjebak pada selera pasar karena dapat menghilangkan orisinalitas dan keunikan produk (Syahram 2000). Ooi (2006), mengidentifikasi sejumlah tantangan pengembangan sebagai berikut :

(1) Kualitas produk.

Dengan bertumpu pada pengembangan wisata, maka produk ekonomi kreatif akan lebih berorientasi pada selera wisatawan dan diproduksi dalam jumlah yang cukup banyak sebagai souvenir. Hal ini dapat mengakibatkan hilangnya keunikan ataupun nilai khas dari produk hasil ekonomi kreatif tersebut.

(2) Konflik sosial terkait dengan isu komersialisasi dan komodifikasi.

Pengembangan ekonomi kreatif melalui wisata seringkali "mengkomersialisasikan" ruang-ruang sosial dan kehidupan sosial untuk dipertontonkan pada wisatawan sebagai atraksi wisata. Bila tidak dikelola dengan melibatkan komunitas lokal, hal ini dapat berkembang menjadi konflik sosial, karena di beberapa komunitas terdapat ruang-ruang sosial yang bersifat suci dan tidak untuk dipertontonkan pada wisatawan.

(3) Manajemen ekonomi kreatif.

Dibutuhkan manajemen ekonomi kreatif yang baik, dengan salah satu fungsinya menentukan "*guideline*" ekonomi kreatif mana yang harus dikembangkan dan mana yang sebaiknya tidak dikembangkan

Pengembangan pariwisata tidak lepas dari perkembangan politik, ekonomi, sosial dan pembangunan disektor lainnya. Maka didalam pengembangan pariwisata dibutuhkan perencanaan terlebih dahulu.

Dari pemikiran diatas dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah suatu proses yang terjadi secara terus menerus, untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya terhadap ancaman yang ada untuk dapat berkembang dalam mencapai tujuan individu dalam organisasi dan tujuan organisasi secara keseluruhan.

Oka A. Yoeti (1997: 13-14) mengungkapkan beberapa prinsip perencanaan pariwisata yaitu :

- 1) Perencanaan pengembangan kepariwisataan haruslah merupakan satu kesatuan dengan pembangunan regional atau nasional dari pembangunan perekonomian negara. Karena itu perencanaan pembangunan kepariwisataan hendaknya termasuk dalam kerangka kerja dari pembangunan.
- 2) Seperti halnya perencanaan sektor perekonomian lainnya, perencanaan pengembangan kepariwisataan menghendaki pendekatan terpadu dengan sektor-sektor lainnya yang banyak berkaitan dengan bidang kepariwisataan.
- 3) Perencanaan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah haruslah dibawa koordinasi perencanaan fisik daerah tersebut secara keseluruhan.
- 4) Perencanaan suatu daerah untuk tujuan pariwisata harus pula berdasarkan suatu studi yang khusus dibuat untuk itu dengan memperhatikan perlindungan terhadap lingkungan alam dan budaya di daerah sekitar.

- 5) Perencanaan fisik suatu daerah untuk tujuan pariwisata harus didasarkan atas penelitian yang sesuai dengan lingkungan alam sekitar dengan memperhatikan faktor geografis yang lebih luas dan tidak meninjau dari segi administrasi saja.
- 6) Rencana dan penelitian yang berhubungan dengan pengembangan kepariwisataan pada suatu daerah harus memperhatikan faktor ekologi daerah yang bersangkutan.
- 7) Perencanaan pengembangan kepariwisataan tidak hanya memperhatikan masalah dari segi ekonomi saja, tetapi tidak kalah pentingnya memperhatikan masalah sosial yang mungkin ditimbulkan.
- 8) Pada masa-masa yang akan datang jam kerja para buruh dan karyawan akan semakin singkat dan waktu senggangnya akan semakin panjang, karena itu dalam perencanaan pariwisata khususnya di daerah yang dekat dengan industri perlu diperhatikan pengadaan fasilitas rekreasi dan hiburan disekitar daerah yang disebut sebagai pre-urban.
- 9) Pariwisata walau bagaimana bentuknya, tujuan pembangunan tidak lain untuk meningkatkan kesejahteraan orang banyak tanpa membedakan ras, agama, dan bahasa, karena itu pengembangan pariwisata perlu pula memperhatikan kemungkinan peningkatan kerjasama bangsa-bangsa lain yang saling menguntungkan.

Untuk pengembangan ini dilakukan pendekatan-pendekatan dengan organisasi pariwisata yang ada (pemerintah dan swasta) dan pihak-pihak terkait yang diharapkan dapat mendukung kelangsungan pembangunan pariwisata di daerah itu.

Dalam hal ini kiranya dibutuhkan perumusan yang cermat dan diambil kata sepakat, apa yang menjadi kewajiban pihak pemerintah mana yang merupakan tanggung jawab pihak swasta, sehingga dalam pengembangan selanjutnya tidak terjadi penanggungan yang tumpang tindih yang bisa menimbulkan perbedaan antara yang satu dengan yang lainnya.

Pengembangan pariwisata ini mempunyai dampak positif maupun dampak negatif, maka diperlukan perencanaan untuk menekan sekecil

mungkin dampak negatif yang ditimbulkan. James J. Spillane (1994: 51-62) menjelaskan mengenai dampak positif dan negatif dari pengembangan pariwisata.

Dampak positif, yang diambil dari pengembangan pariwisata meliputi:

1) Penciptaan lapangan kerja, dimana pada umumnya pariwisata merupakan industri padat karya dimana tenaga kerja tidak dapat digantikan dengan modal atau peralatan. 2) Sebagai sumber devisa asing 3) Pariwisata dan distribusi pembangunan spiritual, disini pariwisata secara wajar cenderung mendistribusikan pembangunan dari pusat industri kearah wilayah desa yang belum berkembang, bahkan pariwisata disadari dapat menjadi dasar pembangunan regional. Struktur perekonomian regional sangat penting untuk menyesuaikan dan menentukan dampak ekonomis dari pariwisata.

Berdasarkan pengertian pengembangan dan obyek wisata diatas, pengembangan obyek wisata dapat diartikan usaha atau cara untuk membuat jadi lebih baik segala sesuatu yang dapat dilihat dan dinikmati oleh manusia sehingga semakin menimbulkan perasaan senang dengan demikian akan menarik wisatawan untuk berkunjung. Gamal Suwanto (1997: 57) menulis mengenai pola kebijakan pengembangan obyek wisata yang meliputi :

1. Prioritas pengembangan obyek
2. Pengembangan pusat-pusat penyebaran kegiatan wisatawan
3. Memungkinkan kegiatan penunjang pengembangan obyek wisata

Dalam pengembangan obyek wisata ini, perlu diperhatikan tentang prasarana pariwisata, sarana wisata, infrastruktur pariwisata dan masyarakat sekitar obyek wisata tersebut.

Jadi, dari berbagai uraian dan pemaparan di atas dapat dikatakan bahwa pembangunan bidang kepariwisataan adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh semua stakeholder bidang pariwisata secara menyeluruh, dan menyatu serta dilaksanakan secara kontinyu, dengan meningkatkan kreatifitas dari pihak-pihak yang terlibat, sehingga tercipta suatu tatanan kepariwisataan yang dapat dijadikan sebagai potensi andalan, yang mengarah kepada kesejahteraan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan, serta diharapkan mampu bermuara pada peningkatan perekonomian masyarakat.

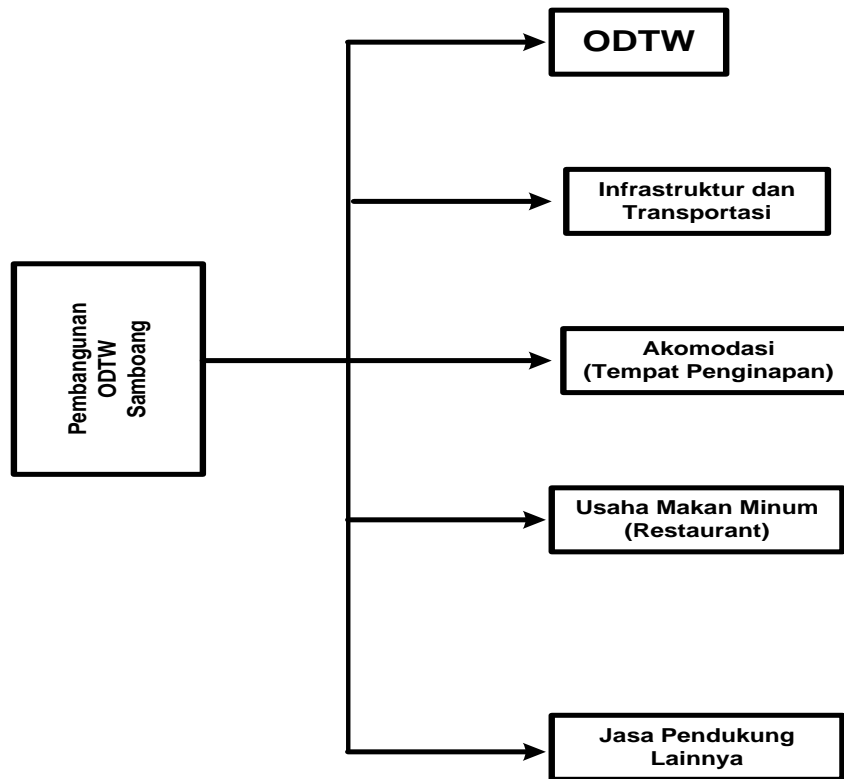
C. Kerangka Pikir

Kebijakan otonomi yang diatur dalam Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004, pada dasarnya merupakan kewenangan daerah otonom untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pembangunan daerah di era otonomi daerah memberikan sebuah nuansa yang baru bagi pemerintahan daerah di Indonesia, pembangunan daerah yang dilakukan beberapa daerah di

Indonesia di lakukan dengan penuh kreatifitas dari pelaksana pemerintahan Daerah.

Pengembangan pembangunan yang dilakukan juga dilakukan dengan membuka kawasan-kawasan pembangunan baru dalam berbagai sektor yang dianggap mempunyai nilai besar dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Pembangunan sarana dan prasarana transportasi, pendidikan, dan kesehatan serta pengembangan pembangunan pariwisata.

Seperti yang telah dipaparkan dalam uraian sebelumnya, bahwa di Kabupaten Bulukumba, terdapat beberapa objek wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bulukumba selaku SKPD yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan kegiatan Kebudayaan dan Pariwisata beserta semua kegiatan-kegiatan penunjangnya dalam perencanaan dan pengembangan objek dan tarik wisata di kabupaten Bulukumba, maka sesuai dengan apa yang akan dibahas dalam tulisan ini maka akan disajikan mengenai pengembangan Objek Daya dan Tarik Wisata Samboang Kabupaten Bulukumba diperlihatkan seperti kerangka berfikir berikut ini :



Gambar 1 : Kerangka Pikir Penelitian (UNESCO, 2009)

D. Pertanyaan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menemukan beberapa pertanyaan sebagai indikator yang akan dipergunakan dalam penelitian nantinya.

Pertanyaan penelitian yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah pembangunan ODTW pantai Samboang Kabupaten Bulukumba dari aspek ODTW?
2. Bagaimanakah pembangunan ODTW pantai Samboang Kabupaten Bulukumba, ditinjau dari aspek Transportasi dan Infrastruktur?

3. Bagaimanakah Pembangunan ODTW pantai Samboang Kabupaten Bulukumba, ditinjau dari aspek Akomodasi Penginapan?
4. Bagaimanakah Pembangunan ODTW pantai Samboang Kabupaten Bulukumba, ditinjau dari aspek Akomodasi makan minum (Restaurant)?
5. Bagaimanakah Pembangunan ODTW pantai Samboang Kabupaten Bulukumba, dari tinjauan jasa pendukung lainnya ?