



PENGEMBANGAN WISATA BAHARI DI INDONESIA

Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata
Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif



PENGEMBANGAN WISATA BAHARI DI INDONESIA



Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataan
Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

2012

PENGEMBANGAN WISATA BAHARI DI INDONESIA

Disarikan dari:

Laporan Penelitian Pengembangan Produk Pariwisata Minat Khusus

Oleh: Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataaan
Badan Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

Editor: Dewa Putu Oka Prasiasa, Heri Hermawan

Desain isi dan cover: Bayu Isworo - KPB Cakra Daya

Cetakan pertama:

Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataaan,
November 2012.

Diterbitkan oleh:

Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisataaan

ISBN 978-979-1440-72-1

Sanksi pelanggaran pasal 72

Undang-undang Nomor 19/Tahun 2002 tentang Hak Cipta

1. Barangsiapa dengan sengaja dan tanpa hal melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 ayat (1) atau pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/denda paling sedikit Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah).
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengeluarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp. 500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Daftar Isi

SAMBUTAN	5
PENGANTAR	7
BAB 1	
KONSEPSI DASAR PENGEMBANGAN WISATA MINAT KHUSUS	11
KONSEPSI DASAR WISATA MINAT KHUSUS	11
KEBIJAKAN PENGEMBANGAN WISATA BAHARI	18
LANDASAN HUKUM PENGEMBANGAN WISATA BAHARI	24
BAB 2	
PROFIL PASAR WISATA BAHARI	34
PROFIL UMUM	34
POTENSI PASAR	38
ISU STRATEGIS PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BAHARI	43
BAB 3	
MEDIA SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BAHARI	43
MEDIA SOSIAL DALAM PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BAHARI	50
ASPEK SOSIAL BUDAYA DALAM PENGELOLAAN DESTINASI WISATA BAHARI	59
PEMBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PENGELOLAAN SUMBER DAYA DI DESTINASI WISATA BAHARI	60

BAB 4

PROFIL DESTINASI WISATA BAHARI DI INDONESIA	67
SELAYAR DAN TAKABONERATE	67
DERAWAN DAN SANGALAKI	74
GAPANG DAN RUBIAH	81
WAKATOBI	84

BAB 5

PENILAIAN PENGEMBANGAN WISATA BAHARI	90
KRITERIA PENILAIAN DESTINASI WISATA BAHARI	90
KOMPARASI PENILAIAN BEBERAPA DESTINASI WISATA BAHARI.....	93
ANALISIS KOMPARASI DESTINASI WISATA BAHARI	101

BAB 6

PENUTUP	103
DAFTAR PUSTAKA	106

SAMBUTAN

PARIWISATA senantiasa berkembang dengan dinamis seiring dengan perubahan lingkungan strategis, baik yang bersifat lokal maupun global. Berbagai perubahan penting yang terjadi di dunia saat ini mau tak mau ikut pula memengaruhi pariwisata dan segala aktivitasnya.

Salah satu isu besar dunia di abad ini adalah adanya perubahan iklim yang mendorong pariwisata kepada jenis pariwisata yang mempedulikan lingkungan. Wisatawan semakin sadar terhadap isu-isu lingkungan sehingga mereka lebih memilih aktivitas berwisata yang tidak merusak lingkungan, namun justru memilih wisata yang ikut berperan mendorong lestarnya lingkungan.

Terkait dengan isu tersebut, Wisata bahari diharapkan merupakan salah satu jawaban, yang memadukan aspek pelestarian lingkungan dengan pariwisata. Sebagai negara bahari dan kepulauan terbesar di dunia, Indonesia dikaruniai Tuhan Yang Maha Esa dengan berbagai macam ekosistem pesisir dan laut seperti pantai berpasir, goa, laguna, estuaria, hutan mangrove, padang lamun, rumput laut, dan terumbu karang yang paling indah dan relatif masih *pristine*. Bahkan menurut kriteria yang dikembangkan oleh UNWTO, diantara sepuluh ekosistem terumbu karang terindah dan terbaik di dunia, enam berada di tanah air, yaitu Raja Ampat, Wakatobi, Takabonerate, Bunaken, Karimun Jawa, dan Pulau Weh.

Kawasan pesisir dan laut Indonesia merupakan tempat ideal bagi berbagai jenis aktivitas pariwisata bahari, yang meliputi: (1) *sun bathing at the beach or pool*; (2) *ocean or freshwater swimming*; (3) *beachside and*

freshwater sports seperti water scooter, sausage boat, water tricycle, wind surfing, surfboarding, paddle board, parasailing, kayacking, dan catamarans; (4) pleasure boating; (5) ocean yachting; (6) cruising; (7) fishing; (8) diving, snorkeling, glass boat viewing dan underwater photography; (9) marine parks; (10) canoeing; dan (11) coastal parks, wild life reserves, rain forest, gardens and trails, fishing villages.

Dalam konsep pembangunan pariwisata, dikenal beberapa terminologi pembangunan pariwisata yang berbasiskan kepada masyarakat dan lingkungan seperti *Community based Tourism* dan *sustainable tourism*. Dalam Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, juga dinyatakan secara jelas bahwa salah satu tujuan pembangunan pariwisata adalah untuk memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup serta memberdayakan masyarakat setempat. Wisata bahari juga bisa, dan harus dikembangkan sejalan dengan tujuan pariwisata dimaksud.

Untuk itu saya menyambut gembira terbitnya buku ini, yang merupakan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata. Ditengah-tengah kurangnya literatur yang membahas tentang Wisata bahari, buku ini setidaknya bisa menjadi bacaan bagi siapapun yang ingin mendalami wisata bahari di Indonesia.

Terimakasih.

Jakarta, Oktober 2012

Kepala Badan Pengembangan Sumber Daya
Pariwisata dan Ekonomi Kreatif,
Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif



I Gde Pitana

PENGANTAR

UNWTO (2008) melaporkan bahwa telah terjadi pergeseran minat wisatawan dari bersifat *buying product* menjadi *buying experience*, menyebabkan tuntutan atas ketersediaan produk-produk khusus – yang bersifat alam, budaya, kesehatan, kecantikan bahkan gaya hidup – juga mengalami pertumbuhan *potential demand* yang signifikan. Kendati belum terdapat kesepakatan tentang definisi pariwisata minat khusus, Novelli (2005) dalam tulisannya *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trend and Cases*, mencoba merumuskan definisi pariwisata minat khusus sebagai suatu bentuk kepariwisataan yang melibatkan (calon) wisatawan yang mana didalam pemilihan tujuannya terinspirasi oleh motivasi tertentu (khusus) dan tingkat kepuasannya ditentukan oleh pengalaman yang diperolehnya.

Dalam perspektif tersebut di atas, ke-khusus-an pada definisi pariwisata minat khusus ini, lebih ditekankan kepada kekhususan minat dan pengalaman yang diperoleh oleh wisatawan. Keberadaan ini memposisikan peluang pengembangan pariwisata minat khusus menjadi semakin tidak terbatas. Dapat dikatakan bahwa segala sesuatu yang berhubungan dengan kehidupan manusia dan fenomena alamnya dapat dikemas dan disuguhkan sebagai pemicu motivasi yang dapat mendorong minat seseorang untuk melakukan perjalanan, dan secara langsung menjadi bagian dari rangkaian aktivitas kepariwisataan.

Keberadaan Indonesia yang kaya akan aneka ragam potensi pemandangan alam, flora, fauna, adat, tradisi dan budaya (*ultimate in diversity*) adalah sumber daya yang tiada habis-habisnya untuk dikelola, dipublikasikan dan dipromosikan kepada pasar yang sesuai (*niche market*). Berbagai potensi sumberdaya tersebut di atas dapat dikemas menjadi berbagai jenis produk pariwisata minat khusus.

Hal ini sejalan dengan berkembangnya minat wisatawan pada jenis wisata *adventure*, khususnya terjadi pada kelompok segmen wisata pada usia yang lebih muda. Kegiatan wisata *adventure* yang potensial dikembangkan di Indonesia adalah wisata berbasis bahari (wisata bahari), seperti *diving*, *snorkeling*, *surfing*, *fishing*, dan beragam jenis *water sports*.

Indonesia sebagai negara bahari baik dari jumlah pulau (lebih dari 17.000 pulau), kekayaan alam bahari (ikan dan terumbu karang), maupun budaya masyarakat setempat, memiliki keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif pada pariwisata minat khusus bahari. Pengembangan pariwisata minat khusus bahari akan mampu mengembangkan daerah-daerah yang selama ini belum tersentuh oleh pengembangan kepariwisataan nasional, khususnya di kawasan Indonesia Bagian Timur. Pengembangan pariwisata minat khusus bahari berarti pula pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*), karena akan dapat memberdayakan masyarakat setempat, sekaligus dalam rangka pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*) karena wisatawan pecinta wisata bahari umumnya memiliki kepedulian atas pelestarian lingkungan. Untuk itu diperlukan berbagai langkah strategis guna meningkatkan daya saing produk pariwisata minat khusus bahari, agar dapat memosisikan keunggulan Indonesia dalam hal keunikan produk wisatanya, paling tidak dalam skala regional (Asia Tenggara).

Langkah-langkah strategis yang dapat dilakukan antara lain (a) pengenalan dan penetapan segmen potensial untuk produk pariwisata minat khusus bahari, tidak saja berbasis negara, namun sampai pada kelompok-kelompok khusus lainnya, baik untuk wisatawan mancanegara maupun

wisatawan nusantara; (b) penilaian atas produk-produk pariwisata minat khusus bahari yang ada sesuai dengan keinginan dan persepsi pasar (*market driven*), baik untuk wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara. Penilaian dilakukan terhadap berbagai potensi pariwisata minat khusus bahari yang dapat dikembangkan untuk mempengaruhi minat pasar (*market driving*); (c) melakukan penilaian atas produk pariwisata minat khusus yang dalam hal ini difokuskan pada produk wisata bahari yang memiliki daya saing tinggi di tingkat regional Asia Tenggara (Singapura, Malaysia dan Thailand); (d) menemukan/kenali segmen pasar pariwisata minat khusus bahari (wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara) dan persepsi mereka atas produk-produk pariwisata minat khusus bahari yang ada di Indonesia; dan (e) menetapkan lokasi dan jenis produk pariwisata minat khusus bahari yang direkomendasikan untuk dikembangkan.

Dari langkah-langkah strategis yang dilakukan tersebut diharapkan (a) dapat menemukan/kenali profil dan sumber pasar pariwisata minat khusus bahari, baik untuk wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara termasuk kemampuan sosial-ekonomi pasar tersebut; (b) dapat ditetapkan jenis dan destinasi pariwisata minat khusus bahari sesuai dengan tema pengembangannya secara lebih spesifik sesuai pasar utama yang telah ditetapkannya; dan (c) menemukan/kenali kekuatan produk pariwisata minat khusus bahari yang ada dalam skala persaingan regional (Asia Tenggara).

Mengingat begitu pentingnya pengembangan pariwisata minat khusus bahari tersebut dilakukan serta sangat terbatasnya literatur yang secara khusus membahas pariwisata minat khusus bahari, maka kehadiran buku ini dirasakan sangat tepat. Hal ini disamping untuk memenuhi kebutuhan yang bersifat praktis terkait pengembangan pariwisata minat khusus bahari juga dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat akademis. Harapannya, buku ini dapat dijadikan referensi oleh masyarakat umum, pelaku usaha, akademisi, kalangan pemerintah, serta semua pihak yang terkait dengan pengembangan pariwisata khususnya pariwisata minat khusus bahari.

Buku ini terdiri atas tujuh bab, dengan pembabakan sebagai berikut.

Bab I yang merupakan **Kerangka Pengembangan Pariwisata Minat Khusus** berisi Kerangka Hipotetis dan Mekanisme Penyusunan Kerangka Hipotetis. Bab II menguraikan **Profil Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari di Indonesia Timur**, akan menguraikan potensi wisata bahari di Selayar, Takabonerate, Derawan, Sangalaki, Gapang, Rubiah dan Wakatobi. **Konsep dan Kebijakan Pengembangan Pariwisata Minat Khusus Bahari** akan dibahas pada Bab III, yang juga akan didukung oleh uraian-uraian antara lain Konsep Pariwisata Minat Khusus, Kebijakan Pengembangan Pariwisata Minat Khusus Bahari, dan Landasan Yuridis Pengembangan Pariwisata Minat Khusus Bahari. Selanjutnya Bab IV akan menguraikan **Profil Pasar Pariwisata Minat Khusus Bahari**, yang didalamnya akan membahas Profil Umum Wisatawan Minat Khusus Bahari dan Potensi Pasar Pariwisata Minat Khusus Bahari. Dalam kaitan dengan pengelolaan destinasi, maka Bab V dari buku ini akan menguraikan dari sisi **Sosial Media Dalam Pengelolaan Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari**, dengan beberapa uraian yang mendukung antara lain Isu-isu Strategis Pengelolaan Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari, Sosial Media Dalam Pengelolaan Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari, dan Aspek Sosial Budaya Dalam Pengelolaan Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari. Bab VI dari buku ini membahas **Analisis Pengembangan Pariwisata Minat Khusus Bahari**, merupakan *best practice*, karena menguraikan hasil-hasil penelitian yang terkait pariwisata minat khusus bahari. Adapun uraian-uraian yang disajikan adalah Analisis Kriteria Penilaian Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari dan Komparasi Penilaian Beberapa Destinasi Pariwisata Minat Khusus Bahari. Bab VII yang merupakan kristalisasi dari uraian-uraian pada bab-bab sebelumnya akan disajikan **Simpulan dan Rekomendasi**.

Buku ini masih sangat jauh dari kata sempurna, baik dari isi maupun teknik penyajian. Untuk itu segala tegur sapa sangat diharapkan demi penyempurnaan penerbitannya di masa yang akan datang.

Jakarta, Oktober 2012

Tim Penyusun

BAB 1

KONSEPSI DASAR PENGEMBANGAN WISATA MINAT KHUSUS

KONSEPSI DASAR WISATA MINAT KHUSUS

Sebuah laporan yang dirilis oleh United Nation World Tourism Organization UNWTO (2008) menyebutkan bahwa dewasa ini ada pergeseran minat wisatawan pada aktivitas berwisata dari *buying product* menjadi *buying experience*. Hal ini menyebabkan tuntutan atas ketersediaan produk-produk wisata khusus seperti wisata alam, budaya, kesehatan, kecantikan bahkan gaya hidup juga mengalami pertumbuhan yang signifikan.

Indonesia yang kaya akan aneka ragam flora, fauna, budaya dan tradisi adalah sumber daya yang tiada habisnya untuk dikelola sebagai atraksi wisata minat khusus. Hal inilah yang mendorong kita untuk mengembangkan wisata minat khusus sebagai andalan pariwisata Indonesia.

Kendatipun hingga saat ini definisi pariwisata minat khusus masih belum tersedia secara formal, namun paling tidak buku ini dapat dijadikan acuan di dalam memahami konsepsi pariwisata minat khusus dan utamanya wisata bahari.

Read (1980) dan Walle (1997) mengemukakan bahwa kegiatan pariwisata minat khusus merupakan bentuk kegiatan berwisata yang aktif, dimana wisatawan terlibat secara fisik dan emosional dalam suatu kegiatan tertentu, bukan sekedar kegiatan berwisata pasif. Dengan demikian

pariwisata minat khusus tidak semata-mata pada kegiatan berwisata yang mengandung aktivitas secara fisik, namun juga memberikan tambahan wawasan pengetahuan (*gaining insight*) bagi wisatawan. Disamping itu, Novelli (2005) juga memberikan batasan pariwisata minat khusus sebagai berikut

“Special interest tourism may be defined as a form of tourism which involves consumers whose holiday choice is inspired by specific motivations and whose level of satisfaction is determined by the experience they pursue.”

Batasan tersebut di atas memperlihatkan bahwa pariwisata minat khusus merupakan suatu aktivitas yang bersifat spesial dari seorang wisatawan, karena didasari oleh pemilihan aktivitas berlibur yang sangat spesial dan spesifik dalam motivasi untuk mendapatkan kepuasan dari pengalaman baru yang mereka dapatkan selama berwisata.

Selain memiliki aktivitas, motivasi, serta pilihan yang bersifat spesial, dalam pelaksanaannya pariwisata minat khusus memiliki beberapa prinsip dasar yang perlu dipahami oleh seluruh pelaku pariwisata terkait untuk memberikan kepuasan kepada wisatawan. Prinsip dasar tersebut antara lain (1) motivasi wisatawan mencari sesuatu yang baru, otentik, dan perjalanan wisata yang berkualitas; (2) motivasi dan keputusan untuk melakukan perjalanan ditentukan oleh minat tertentu dari wisatawan dan bukan dari pihak-pihak lain; (3) wisatawan melakukan perjalanan wisata untuk mencari pengalaman baru yang diperoleh dari objek sejarah, makanan lokal, olahraga, adat istiadat, dan petualangan alam. Berdasarkan prinsip dasar tersebut terlihat bahwa para pelaku pariwisata dalam kaitan memberikan pelayanan kepada wisatawan minat khusus akan dihadapkan pada persoalan pariwisata berkualitas (*quality tourism*), yang didalamnya mencakup aktivitas menyiapkan berbagai pilihan objek serta produk wisata yang berkualitas. Apalagi pilihan berlibur pada wisata minat khusus didasarkan pada pilihan

sendiri dari seorang wisatawan, maka penyediaan produk wisata minat khusus yang berkualitas merupakan suatu keharusan. Hal ini cukup beralasan, karena hanya dengan produk wisata yang berkualitaslah mereka para wisatawan akan mau datang dan membeli produk di suatu destinasi wisata.

Disamping itu, pariwisata minat khusus mengandung unsur-unsur (1) penghargaan terhadap objek dan daya tarik wisata yang dikunjungi (*rewarding*). (2) pengayaan pengetahuan dan kemampuan wisatawan mengenai kegiatan yang telah diikutinya (*enriching*), (3) Melibatkan wisatawan dalam kegiatan petualangan (*adventure*), (4) merupakan proses belajar terhadap sesuatu kegiatan edukatif tertentu (*learning*). (<http://architecturetourism.wordpress.com/2007/08/03/pariwisata-industri-strategis-abad-21/>). Dari unsur-unsur wisata minat khusus tersebut, maka pengalaman yang akan disuguhkan kepada wisatawan minat khusus mengandung makna bahwa akan terjadi proses pembelajaran pada diri seorang wisatawan terutama terkait dengan pengalaman yang mereka peroleh selama berpetualang, atau selama berinteraksi dengan masyarakat di sekitar objek yang mereka kunjungi. Dari interaksi yang dihasilkan dan bersifat positif itulah wisatawan pada akhirnya akan memberikan apresiasi terhadap apa yang mereka terima, termasuk objek yang disuguhkan oleh destinasi yang menawarkan wisata minat khusus.

Wisatawan sebagai penikmat pariwisata minat khusus juga memiliki karakteristik tertentu, oleh Douglas and Derrett (2001) antara lain disebutkan bahwa wisatawan minat khusus adalah (1) wisatawan yang telah memiliki pengalaman perjalanan wisata yang mumpuni (*sophisticated experienced travellers, not tourists*), (2) wisatawan yang menginginkan pengalaman langsung dari sumber atau lokasi setempat (*want hands-on experience*), (3) wisatawan yang menginginkan adanya tantangan intelektual dalam kegiatan berwisatanya (*intellectual challenge*), (4) wisatawan yang menginginkan adanya peluang untuk pengembangan keahlian khusus (*chance to develop special skills*); dan (5) wisatawan yang ingin berpartisipasi dalam kegiatan

budaya lokal setempat (*participation in local culture*). Berdasarkan karakteristik wisatawan minat khusus di atas jelas memperlihatkan bahwa wisatawan minat khusus adalah mereka yang sudah sangat memahami pengalaman dalam melakukan perjalanan wisata, ingin terlibat langsung pada aktivitas wisata di tempat yang dikunjungi (yang menawarkan wisata minat khusus), dan umumnya mereka ingin belajar atau mengembangkan keahlian yang mereka miliki. Dengan demikian secara umum mereka juga termasuk dalam kelompok wisata pendidikan (*education tourism*). Dengan demikian tidaklah berlebihan jika wisatawan minat khusus membutuhkan pariwisata yang berkualitas (*quality tourism*).

Pengembangan pariwisata minat khusus juga dimaksudkan untuk mengantisipasi adanya perkembangan pariwisata dan wisatawan saat ini dan di masa mendatang. Poon (1993) mengatakan bahwa wisatawan semakin berpengalaman dalam melakukan perjalanan wisata dan memiliki pengetahuan yang luas tentang berbagai pilihan destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan dan minatnya. Dengan demikian, wisatawan mengharapkan mendapat produk wisata dan pengalaman yang berkualitas, sehingga pariwisata minat khusus menjadi alternatif pilihannya.

Menurut Douglas and Derrett (2001), pengembangan pariwisata minat khusus juga untuk mengantisipasi adanya *trend* minat wisatawan saat ini, yang ditandai dengan (1) meningkatnya minat wisatawan terhadap karya seni dan kerajinan buatan masyarakat setempat (*indigenous arts & handicrafts*), (2) meningkatnya minat wisatawan untuk berpartisipasi dan mendapatkan pengalaman aktif dalam berwisata (*participation & experiencing activity rather than passive entertainment*); dan (3) keinginan untuk menikmati aktivitas ritual dan pertunjukan di tempat asalnya yang asli (*authentic, original rituals and performances*). Apa yang dikemukakan oleh Douglas dan Derrett (2001) sejalan dengan Novelli (2005), yang mana pariwisata minat khusus dikembangkan guna mengantisipasi adanya motivasi wisatawan untuk menikmati hal-hal baru yang bersifat lokal (unik) dan berbagai produk wisata yang asli setempat di destinasi wisata tujuan.

Hal ini tentunya akan semakin memberikan peluang bagi sebuah masyarakat dari suatu tempat tertentu untuk beraktivitas terkait produk wisata minat khusus di rumah atau di wilayah mereka sendiri tanpa perlu meninggalkan wilayahnya.

Depbudpar (2008) menekankan pengembangan wisata minat khusus dimaksudkan untuk mengantisipasi penurunan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara akibat dampak krisis finansial global saat ini, meskipun wisatawan mancanegara yang melakukan pariwisata minat khusus umumnya tidak terlalu terpengaruh oleh situasi finansial dunia karena mereka telah memiliki perencanaan pendanaan yang relatif baik. Disamping itu, wisatawan penikmat pariwisata minat khusus mengeluarkan uang yang lebih tinggi, bisa dua kali atau tiga kali lipat dibandingkan wisatawan mancanegara pada umumnya. Jika terjadi penurunan penerimaan akibat penurunan jumlah wisatawan mancanegara, salah satu yang dapat menutupi penurunan penerimaan itu adalah dari wisatawan minat khusus.

Berbagai bentuk kegiatan pariwisata minat khusus, antara lain *marine tourism, golf, ecotourism, adventure tourism, dan wellness tourism* (spa). Nasikun (2004) mengemukakan bentuk-bentuk pariwisata minat khusus antara lain *academic tourism, adventure tourism, agrotourism, rural tourism, culture tourism, ecotourism, archaeo tourism, scientific tourism, urban tourism, dan pilgrim tourism* (<http://architecturetourism.wordpress.com/2007/08/03/pariwisata-industri-strategis-abad-21/>). Ada ahli yang mengklasifikasikan pariwisata minat khusus terdiri atas *regional tourism, cultural tourism, heritage tourism, rural tourism, educational tourism, cycle tourism, aboriginal cultures and indigenous tourism, travelling for health, environmental tourism, wine and food tourism, the cruise experience, festivals and events, dan seniors tourism*. Namun, perlu diingat bahwa klasifikasi tersebut di atas mungkin akan saling tumpang tindih antara satu kategori dengan kategori lainnya, misalnya *cycle tourism* mungkin juga melibatkan *environmental tourism, rural tourism, travelling for health, dan wine and food tourism*.

Pembahasan mengenai pariwisata dalam arti luas tentu akan juga membicarakan pariwisata dari sisi industri/jasa. Sebagaimana layaknya sebuah industri/jasa, persaingan merupakan sebuah keharusan yang secara alami akan menjadi katalisator, sekaligus pemantik pengembangan serta penyempurnaan atas setiap simpul-simpul kepariwisataan (transportasi, dokumen perjalanan, destinasi, akomodasi, daya tarik wisata, dan lainnya) termasuk pemantik munculnya berbagai kreativitas diversifikasi produk wisata. Di sisi lain, proses kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi komunikasi serta kemajuan teknologi transportasi semakin menyediakan kemudahan bagi manusia untuk memenuhi rasa ingin tahu terhadap hal hal baru, memenuhi kebutuhan akan informasi baru dan juga memenuhi keinginan serta naluri menjelajahi bagian lain dunia ini. Dengan kata lain, *consumer profile* dan *demand* terhadap pariwisata menjadi sedemikian beragam, dari teori *Drifter or Explore* (Cohens, 1972), *Old-mass and New-Alternative tourist* (Poons, 1993) hingga *Niche Tourist* (Novelli, 2005) yang mengungkapkan evolusi motivasi serta tingkah laku pengembara, penjelajah, wisata berkelompok hingga para wisatawan yang berpengalaman yang memiliki pengetahuan dan motivasi khusus. Saat ini jumlah wisatawan yang berpengalaman ini semakin bertambah banyak. Keinginan untuk mengunjungi lokasi serta produk wisata asli setempat menjadi motivasi utama para wisatawan yang berpengalaman ini untuk berwisata ke suatu destinasi agar mereka memperoleh *unique experience* yang diharapkan.

Perlu dicermati bahwa penggunaan istilah pariwisata minat khusus dapat berpotensi rancu, karena istilah ini sering dipergunakan dalam konteks wisatawan yang memiliki minat khusus sebagai alasan mereka berwisata mengunjungi sebuah destinasi, dan juga dipergunakan dalam konteks destinasi atau daya tarik wisata. Dalam konteks destinasi atau daya tarik wisata, pariwisata minat khusus pengembangannya difokuskan pada faktor keunikannya, dan kemudian dipasarkan dengan harapan dapat memenangkan persaingan dan meraup jumlah kunjungan yang besar. Ketika jumlah kunjungan menjadi sedemikian banyak (dari *individual tourism*

menjadi *mass tourism*), makna 'khusus' menjadi 'tidak khusus' lagi, namun sudah menjadi *major interest*. Pada pariwisata budaya (*culture tourism*), ketertarikan atas keberadaan sebuah budaya (tradisi) yang unik di suatu lokasi tertentu akan mampu memotivasi kunjungan wisatawan dalam jumlah besar. Konsekuensi dari besarnya jumlah kunjungan tersebut secara tidak langsung melemahkan makna 'minat khusus' yang terkandung di dalamnya, dan tuntutan wisatawan akan semakin bertambah. Seiring dengan bertambahnya tuntutan wisatawan, maka destinasi harus menggali lagi dan mengemas berbagai dimensi kebudayaannya untuk dapat disajikan kepada wisatawan sehingga yang disajikan tersebut tidak merupakan sesuatu yang unik lagi.

Guna mengurangi potensi kerancuan penggunaan istilah pariwisata minat khusus ini, perlu dipahami bahwa pariwisata minat khusus memiliki sedikitnya dua sisi pandang, yaitu: destinasi atau daya tarik wisata minat khusus, dan wisatawan minat khusus. Kedua dimensi ini saling terkait sehingga apabila ingin mendapatkan manfaat dari pariwisata minat khusus, maka sedikitnya kedua sudut pandang tersebut secara simultan harus dikembangkan.

Wisata bahari dapat digolongkan ke dalam pariwisata minat khusus, sehingga dalam pengembangan pasarnya membutuhkan strategi tertentu untuk dapat meningkatkan minat pasar. Selanjutnya seiring dengan perjalanan waktu, wisata bahari menjadi populer dikalangan pecinta bahari dan saat ini teridentifikasi beberapa asosiasi yang menghimpun para peminat wisata bahari. Pada garis besarnya wisata bahari berdasarkan karakteristiknya dapat digolongkan menjadi tiga kategori yaitu *leisure*, *sport*, dan *cruise*, walaupun kemudian ketiga kategori ini saling *overlapping*. Beberapa contoh kegiatan wisata bahari menurut karakteristiknya adalah sebagai berikut (1) wisata minat khusus bahari dengan karakteristk *leisure* antara lain berupa *snorkeling*, *jetski*, *fishing*, *sea rafting*, *body board*, *sea walker*, *parasailing*, *diving*, *banana boat*, *coral gardening*, *pontoon slide*; (2) wisata minat khusus bahari dengan karakteristik *sport* antara lain *skiing*, *scuba diving*, *surfing*,

Pengembangan
wisata bahari
WB

wind surfing (biasanya dilombakan); dan (3) wisata minat khusus bahari dengan karakteristik *cruise* antara lain *boating*, *day cruise*, *yacht*, *floating hotel*, dan *excursion*.

Terkait dengan perlakuan wisata bahari sebagai suatu industri/jasa, maka kombinasi dari ketiga karakteristik kegiatan wisata bahari di atas perlu dikemas sedemikian rupa untuk memenuhi kebutuhan pasar. Sebagai contoh, kegiatan *leisure fishing* dikemas dalam paket *cruise (excursion)*, atau bahkan *fishing* dikemas dalam bentuk lomba olah raga (*sport*). Dengan demikian pemahaman terhadap wisata bahari di atas perlu dicermati terutama dalam pengembangan destinasi pariwisata wisata bahari sehingga tidak perlu terjebak dalam bingkai karakteristik tersebut di atas, karena setiap karakteristik wisata bahari bersifat *solitaire* (berdiri sendiri) dan akan menjadi harmoni serta tidak kehilangan esensinya apabila dirangkai dengan karakteristik wisata bahari lainnya.

KEBIJAKAN PENGEMBANGAN WISATA BAHARI

Dalam Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2012 – 2014, pembangunan kepariwisataan diwujudkan melalui pengembangan destinasi pariwisata, pengembangan pemasaran pariwisata dan pengembangan sumber daya pariwisata.

Pengembangan kepariwisataan akan difokuskan kepada 7 wisata minat khusus, yaitu (1) wisata budaya dan sejarah; (2) wisata alam dan ekowisata; (3) wisata olah raga rekreasi meliputi: menyelam, selancar, kapal layar, treking dan mendaki, golf, bersepeda, dan maraton; (4) wisata kapal pesiar; (5) wisata kuliner dan belanja; (6) wisata kesehatan dan kebugaran; dan (7) wisata konvensi, insentif, pameran dan even.

Dengan demikian, maka pemerintah akan fokus pada upaya mendorong wisata bahari sebagai salah satu dari 7 wisata minat khusus yang diprioritaskan pengembangannya sebagai implementasi dari tujuan menjadikan pariwisata Indonesia berkelas dunia, berdaya saing, dan

berkelanjutan serta mampu mendorong pembangunan daerah.

Dalam mengembangkan kepariwisataan Indonesia, pemerintah melakukan pembangunan dengan mempertimbangkan 9 aspek pembangunan pariwisata, yaitu; (1) pengembangan fasilitas pariwisata; (2) pengembangan prasarana umum kepariwisataan; (3) pengembangan aksesibilitas ke destinasi pariwisata; (4) pengembangan daya tarik wisata; (5) pengembangan investasi pariwisata; (6) pengembangan industri pariwisata; (7) pemberdayaan masyarakat; (8) pencitraan dan promosi pariwisata; dan (9) harmonisasi kebijakan dan regulasi yang akan mendasari kerangka kerja direktorat jenderal yang mengurus kepariwisataan.

✓
Aspek
Pemb
par-

Dari 17.508 pulau yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, terdapat 36 kawasan pusat pertumbuhan yang telah teridentifikasi dengan jumlah pulau yang dapat dikembangkan sebanyak 4.557 pulau. Dari jumlah tersebut telah teridentifikasi 146 pulau yang diprioritaskan untuk dikembangkan.

Pengembangan wisata bahari tidak dapat dipisahkan dari pembangunan bidang kelautan, mengingat wisata bahari merupakan salah satu sub-bidang pembangunan kelautan.

Strategi pembangunan bidang kelautan dan perikanan mencakup pengembangan investasi untuk sarana, prasarana, dan fasilitas pendukung lainnya yang berwawasan lingkungan serta melibatkan masyarakat lokal dalam pengelolaannya. Untuk menyiapkan perannya yang semakin penting, arah kebijakan makro pembangunan kelautan dan perikanan ditekankan pada:

1. menyatukan komitmen politik dari para penentu kebijakan, mengkaji dan menyusun Undang-Undang Kelautan Nasional yang sinergi dan terintegrasi sebagai payung hukum pembangunan kelautan dan perikanan Indonesia;
2. menentukan dan menetapkan batas-batas wilayah perairan pedalaman, zona tambahan, dan landas kontinen;
3. meningkatkan pemahaman geopolitik dan geostrategis kepada seluruh komponen;

4. mengembangkan armada laut baik secara kualitas maupun kuantitasnya dalam konteks menjaga keutuhan NKRI dan kekayaan sumber daya alam;
5. meningkatkan penanganan kerusakan lingkungan dan rehabilitasi wilayah pesisir yang terdegradasi, mengembangkan daerah perlindungan, dan menindak tegas para perusak lingkungan.

Sebagai bagian dari pariwisata minat khusus, wisata bahari tidak memerlukan pembangunan sarana dan prasarana tertentu secara khusus karena ketertarikan serta motivasi wisatawan yang datang memang menginginkan keaslian atau originalitas destinasi dan daya tarik wisatanya. *Diving* misalnya, para wisatawan termotivasi dan mengharapkan daya tarik wisata tersebut lestari dan asli. Untuk mempertahankan kelestarian dan keaslian tersebut diperlukan perencanaan tata ruang yang komprehensif, antara lain lingkungan pantainya harus ditata, regulasi kelayakan *boat/* perahu, *anchoring area* beserta tambatannya harus ditentukan, kualitas *underwater guide* harus dipersiapkan.

Untuk pengembangan wisata bahari, ada beberapa parameter yang harus dipenuhi. Parameter tersebut yaitu keaslian, keunikan (alami ataupun buatan), langkah konservasi yang tertata baik, ketersediaan informasi yang memadai sebelum perjalanan dimulai, aksesibilitas dan sarana komunikasi yang baik, dan kesiapan sumber daya manusia. Selain parameter tersebut di atas, faktor penting yang perlu mendapat perhatian dari pengembang wisata bahari adalah identifikasi segmen pasar dan pengemasan paket program dengan memanfaatkan daya tarik wisata yang ada di destinasi wisata bahari tersebut.

Untuk dapat memberikan iklim yang kondusif bagi berkembangnya wisata bahari, selain memperhatikan kondisi internal dari objek wisata minat khusus, kondisi eksternal seperti percaturan pariwisata dunia juga mutlak mendapat perhatian karena akan dapat berpengaruh pada pengembangan wisata minat khusus bahari. Beberapa hal yang dapat digolongkan pada percaturan pariwisata dunia yang dapat mempengaruhi pariwisata minat khusus bahari antara lain perubahan peradaban; akses yang mudah, murah,

cepat dan aman; ketersediaan akomodasi dan sarana komunikasi yang memadai; meningkatnya tingkat pendidikan dan pendapatan masyarakat; dan bertambahnya waktu luang (*leisure time*).

Dalam pengembangan wisata bahari, mungkin saja berbagai dampak negatif sebagai eksek dari pengembangan yang dilakukan tidak dapat kita hindari. Namun yang terpenting adalah bagaimana para pelaku pariwisata dapat mengendalikan dampak tersebut sehingga tidak mengakibatkan kerugian baik bagi lingkungan, sosial budaya maupun bagi masyarakat yang ada di sekitar lokasi pengembangan pariwisata. Pengembangan wisata bahari juga berpotensi menghasilkan dampak terhadap ekologi, sosial dan budaya setempat. Berbagai kegiatan terkait pengembangan wisata bahari yang berpotensi menimbulkan dampak negatif, antara lain:

1. pembangunan pariwisata pesisir (pertambahan penduduk dan aktivitas konstruksi);
2. infrastruktur pariwisata di daratan (pembangunan marina, pembuangan limbah cair, konstruksi);
3. infrastruktur pariwisata di laut (*pontoons, moorings*);
4. aktivitas wisata bahari (*diving, snorkelling, reef walking, fishing*);
5. interaksi dengan hewan/binatang liar (*seabirds, turtle-watching, whale-watching*).

Untuk mereduksi dan meniadakan dampak negatif yang akan timbul sebagai akibat pengembangan wisata bahari, maka kebijakan pengembangannya perlu memperhatikan hal-hal berikut ini: (1) pengembangan wisata bahari harus mengikuti kaidah-kaidah pembangunan berkelanjutan yang berwawasan lingkungan, (2) pengembangan wisata bahari diarahkan pada pola pengembangan ekowisata/wisata ramah lingkungan yang mengupayakan pemanfaatan lingkungan alam bahari sekaligus juga menyelamatkan lingkungan alam bahari tersebut; dan (3) pengembangan wisata bahari harus ditujukan pada upaya meningkatkan pemerataan kesempatan, pendapatan, peranserta dan tanggungjawab masyarakat setempat yang terpadu dengan pemerintah dan dunia usaha.

Indonesia sebagai sebuah negara kepulauan dengan dua pertiga wilayahnya merupakan perairan laut, dalam kaitan pengembangan wisata bahari menghadapi berbagai permasalahan dan tantangan yang perlu mendapat perhatian serius serta harus dicarikan pemecahannya. Permasalahan dan tantangan dalam pengembangan wisata bahari yang teridentifikasi antara lain pengembangan yang tak layak, perusakan daya tarik wisata oleh wisatawan, daya dukung (*carrying capacity*) terlewati, pemanfaatan sumber daya alam untuk sektor lain (selain wisata bahari) yang tak berkelanjutan, adanya polusi dari wilayah daratan; dan kebutuhan berekreasi semakin meningkat dalam bentuk *mass tourism*. Untuk memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan dan tantangan di atas, arah dari kebijakan pengembangan wisata bahari perlu dipedomani oleh seluruh *stakeholders* wisata bahari. Harapannya adalah seluruh *stakeholders* dapat menerima manfaat dari pengembangan wisata bahari tersebut serta objek wisata bahari dapat berkembang secara optimal.

Untuk dapat mengoptimalkan pengembangan wisata bahari namun dengan tetap meminimumkan dampak negatifnya, pengembangan wisata bahari harus mengacu pada strategi pengembangan sebagai berikut:

1. menjadikan prinsip-prinsip *ecotourism* sebagai payung pembangunan wisata bahari;
2. membangun kemitraan antarpelaku, yang lebih bersifat tidak struktural, namun lebih mengarah ke fungsional;
3. pengembangan diversifikasi kegiatan dan daya tarik wisata maupun produk seni budaya etnis yang dapat dijadikan daya tarik wisata;
4. mengembangkan keterkaitan dan komplementaritas antar wilayah dalam suatu sistem tata ruang pengembangan pariwisata yang terkait dengan sektor-sektor lain;
5. mendorong kerjasama bilateral dan multilateral antar negara luar dengan Pemerintah Daerah (Pemda) setempat dan antar daerah terutama dalam pengembangan wisata bahari dan kegiatan lain termasuk keamanan dan keselamatan kegiatan wisata bahari lintas negara dan daerah.

Dengan mengacu pada strategi pengembangan wisata bahari tersebut di atas, terlihat bahwa pengembangan wisata bahari juga mengacu pada prinsip-prinsip *ecotourism*. Hal ini dapat dipahami karena pengembangan wisata bahari juga pada dasarnya merupakan bagian dari pariwisata berbasis lingkungan atau *ecotourism*.

Sehubungan dengan itu, dalam rangka pengembangan wisata bahari, prinsip-prinsip *ecotourism* perlu diacu dalam pengembangannya. Adapun prinsip-prinsip *ecotourism* yang perlu diacu oleh wisata bahari adalah:

1. memiliki fokus 'natural area' (*natural area focus*) yang memungkinkan wisatawan memiliki peluang untuk menikmati alam secara personal serta langsung;
2. menyediakan fasilitas interpretasi (*interpretation*) yang berupa jasa pendidikan sehingga dapat memberikan peluang kepada wisatawan untuk menikmati alam, yang pada akhirnya mereka menjadi mengerti, lebih mampu berapresiasi serta lebih menikmati;
3. dapat melakukan kegiatan terbaik dalam rangka keberlanjutan secara ekologis (*ecological sustainability practices/environmental sustainability practice*);
4. memberikan kontribusi terhadap konservasi (*contribute to conservation*) alam dan warisan budaya;
5. memberikan kontribusi secara kontinyu terhadap masyarakat lokal (*contributions to the local community/benefiting local communities*);
6. respek serta peka terhadap nilai-nilai budaya (*respect and be sensitive to the culture/s*);
7. secara konsisten memenuhi harapan konsumen (*meet consumer expectations/consumer satisfaction*); dan
8. dipasarkan serta dipromosikan dengan jujur serta akurat sehingga kenyataannya sesuai dengan harapan (*responsible marketing*).

LANDASAN HUKUM PENGEMBANGAN WISATA BAHARI

Dalam rangka memberikan arah yang jelas dan terukur bagi pengembangan wisata bahari, disamping memerlukan sarana dan prasarana serta kesiapan dari seluruh *stakeholders* terkait, yang tidak kalah pentingnya adalah ketersediaan berbagai peraturan perundang-undangan dan kebijakan pemerintah yang dapat dijadikan landasan yuridis dalam pengembangan wisata bahari. Undang-Undang serta Peraturan Pemerintah tersebut antara lain:

1. Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
2. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya.
3. Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.
4. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1994 tentang Pengesahan *United Nations Convention on Biological Diversity* (Konvensi PBB Mengenai Keanekaragaman Hayati).
5. Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup.
6. Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan.
7. Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1994 tentang Pengusahaan Pariwisata Alam di Zona Pemanfaatan Taman Nasional, Taman Hutan Raya dan Taman Wisata Alam.
8. Peraturan Pemerintah Nomor 68 Tahun 1998 tentang Kawasan Suaka Alam dan Kawasan Pelestarian Alam.
9. Keputusan Presiden Nomor 32 Tahun 1990 tentang Kawasan Lindung.
10. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2005 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional.

Dari sepuluh produk hukum yang berupa Undang-Undang serta Peraturan Pemerintah tersebut di atas, beberapa diantaranya baik berupa Undang-Undang maupun kebijakan pemerintah yang terkait dengan wisata bahari diuraikan sebagai berikut.

Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata merupakan landasan yuridis dan menjadi payung hukum bagi seluruh kegiatan pariwisata di Indonesia. Undang-Undang ini mensyaratkan penyelenggaraan kepariwisataan di Indonesia mengikuti beberapa prinsip seperti tercantum dalam Bab III Pasal 5, yaitu:

- a. menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
- b. menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
- c. memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
- d. memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
- e. memberdayakan masyarakat setempat;
- f. menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
- g. mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
- h. memperkuat keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Selain mengacu pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tersebut, setiap kegiatan pembangunan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan mengacu kepada Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional, Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Provinsi, dan Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten/Kota, seperti yang tercantum dalam Bab IV tentang Pembangunan Kepariwisata khususnya Pasal 8 ayat 1. Hal ini penting untuk diperhatikan oleh pemerintah daerah, pengusaha dan masyarakat yang ingin berpartisipasi dalam pembangunan kepariwisataan di seluruh wilayah Indonesia.

Wisata bahari merupakan salah satu bentuk wisata tirta, seperti disebutkan dalam Penjelasan atas Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Pada Pasal 14 ayat 1 disebutkan bahwa "Usaha Wisata Tirta merupakan usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk". Beberapa jenis usaha wisata yang disebutkan dalam Pasal 14 ayat 1, adalah usaha daya tarik wisata; usaha kawasan pariwisata; usaha jasa transportasi wisata; usaha jasa perjalanan wisata; usaha jasa makanan dan minuman; usaha penyediaan akomodasi; usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; usaha penyelenggara pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran; usaha jasa informasi pariwisata; usaha jasa konsultan pariwisata; usaha jasa pramuwisata; usaha wisata tirta; usaha spa.

Dalam rangka menjaga keberlanjutan kepariwisataan Indonesia, maka setiap orang berkewajiban menjaga dan melestarikan daya tarik wisata; dan membantu terciptanya suasana aman, tertib, bersih, berperilaku santun, dan menjaga kelestarian lingkungan destinasi pariwisata seperti yang diamanatkan oleh Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Bab VII Pasal 24 huruf a dan b. Sedangkan setiap wisatawan berkewajiban menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat; memelihara dan melestarikan lingkungan; turut serta menjaga ketertiban dan keamanan lingkungan; dan turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum seperti yang diamanatkan oleh Bab VII Pasal 25 huruf a, sampai dengan d.

Para pengusaha juga diharapkan ikut berpartisipasi dalam menjaga keberlanjutan kepariwisataan Indonesia dengan kewajiban seperti tercantum dalam Bab VII Pasal 26 huruf a sampai dengan n sebagai berikut: menjaga dan menghormati norma agama, adat istiadat, budaya, dan nilai-nilai yang hidup dalam masyarakat setempat; memberikan informasi yang akurat dan bertanggung jawab; memberikan pelayanan yang tidak diskriminatif;

memberikan kenyamanan, keramahan, perlindungan keamanan, dan keselamatan wisatawan; memberikan perlindungan asuransi pada usaha pariwisata dengan kegiatan yang berisiko tinggi; membangun kemitraan dengan usaha mikro, kecil, dan koperasi setempat yang saling memerlukan, memperkuat, dan menguntungkan; mengutamakan penggunaan produk masyarakat setempat, produk dalam negeri, dan memberikan kesempatan kepada tenaga kerja lokal; meningkatkan kompetensi tenaga kerja melalui pelatihan dan pendidikan; berperan aktif dalam upaya pengembangan prasarana dan program pemberdayaan masyarakat; turut serta mencegah segala bentuk perbuatan yang melanggar kesusilaan dan kegiatan yang melanggar hukum di lingkungan tempat usahanya; memelihara lingkungan yang sehat, bersih, dan asri; memelihara kelestarian lingkungan alam dan budaya; menjaga citra negara dan bangsa Indonesia melalui kegiatan usaha kepariwisataan secara bertanggung jawab; dan menerapkan standar usaha dan standar kompetensi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dari uraian di atas terlihat bahwa harapan yang sangat besar ditujukan kepada para pelaku pariwisata dalam pengembangan pariwisata guna menjaga keberlanjutan kepariwisataan Indonesia. Untuk itu baik pengusaha, masyarakat dan pemerintah serta seluruh *stakeholders* terkait perlu melakukan koordinasi dan langkah nyata dalam kaitan mewujudkan pembangunan kepariwisataan Indonesia yang berkelanjutan seperti yang tersirat pada Pasal 33 Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Terkait dengan wisata bahari yang sering terjadi tumpang tindih dalam hal pemanfaatan sumber daya laut yang sama untuk berbagai kepentingan, maka perlu dilakukan koordinasi strategis lintas sektor pada tataran kebijakan, program, dan kegiatan kepariwisataan seperti diamanatkan Bab IX Pasal 33 angka (1). Koordinasi strategis lintas sektor ini meliputi berbagai bidang seperti tercantum dalam Pasal 33 angka (2) huruf a sampai dengan e sebagai berikut: bidang pelayanan kepabeanan, keimigrasian, dan karantina; bidang keamanan dan ketertiban; bidang

prasarana umum yang mencakupi jalan, air bersih, listrik, telekomunikasi, dan kesehatan lingkungan; bidang transportasi darat, laut, dan udara; dan bidang promosi pariwisata dan kerja sama luar negeri.

Sangat disadari bahwa koordinasi lintas sektoral penting dilakukan untuk menunjang pengembangan wisata bahari di Indonesia. Hal ini karena banyak aktivitas wisata bahari dilaksanakan di wilayah konservasi atau wilayah pemanfaatan perikanan, sehingga perlu koordinasi antara Pemerintah Daerah dengan kementerian terkait (seperti Kementerian Pertanian serta Kementerian Kelautan dan Perikanan). Demikian juga dengan lokasi wisata bahari, sering berada sangat jauh dari pusat kota sehingga prasarana umum dan transportasi amat sangat terbatas. Untuk itu perlu dilakukan koordinasi lintas sektoral antara Pemerintah Daerah dengan Kementerian Pekerjaan Umum, Kementerian Perhubungan, dan Kementerian Kesehatan sehingga prasarana umum dan transportasi dapat ditingkatkan kuantitas maupun kualitasnya.

Undang-undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Hayati dan Ekosistemnya

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya mengatur mengenai usaha konservasi sumberdaya alam hayati dan ekosistemnya secara serasi dan seimbang sehingga dapat lebih mendukung upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat dan mutu kehidupan manusia. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 ini lebih spesifik mengatur tentang kawasan suaka alam, yaitu kawasan dengan ciri khas tertentu, baik di darat maupun di perairan yang mempunyai fungsi pokok sebagai kawasan pengawetan keanekaragaman tumbuhan dan satwa serta ekosistemnya yang juga berfungsi sebagai wilayah sistem penyangga kehidupan (Pasal 8 ayat 1). Kawasan suaka alam terdiri dari cagar alam dan suaka margasatwa (Pasal 15). Pada Pasal 17 ayat 2 dijelaskan bahwa di dalam suaka margasatwa dapat dilakukan beberapa kegiatan termasuk kegiatan wisata terbatas.

Pemanfaatan kawasan suaka alam untuk kegiatan wisata terbatas harus memperhatikan berbagai larangan. Pada Pasal 21 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 disebutkan bahwa setiap orang dilarang untuk mengambil, menebang, memiliki, merusak, memusnahkan, memelihara, mengangkut, dan memperniagakan tumbuhan yang dilindungi atau bagian-bagiannya dalam keadaan hidup atau mati; dan mengeluarkan tumbuhan yang dilindungi atau bagian-bagiannya dalam keadaan hidup atau mati dari suatu tempat di Indonesia ke tempat lain di dalam atau di luar Indonesia. Sedangkan pada Pasal 21 ayat 2 disebutkan bahwa setiap orang dilarang untuk menangkap, melukai, membunuh, menyimpan, memiliki, memelihara, mengangkut, dan memperniagakan satwa yang dilindungi dalam keadaan hidup; menyimpan, memiliki, memelihara, mengangkut, dan memperniagakan satwa yang dilindungi dalam keadaan mati; mengeluarkan satwa yang dilindungi dari suatu tempat di Indonesia ke tempat lain di dalam atau di luar Indonesia; memperniagakan, menyimpan atau memiliki kulit, tubuh atau bagian-bagian lain satwa yang dilindungi atau barang-barang yang dibuat dari bagian-bagian satwa tersebut atau mengeluarkannya dari suatu tempat di Indonesia ke tempat lain di dalam atau di luar Indonesia; mengambil, merusak, memusnahkan, memperniagakan, menyimpan atau memiliki telur dan/atau sarang satwa yang dilindungi.

Selanjutnya pada Pasal 29 Undang-Undang Konservasi Sumberdaya Hayati dan Ekosistemnya menyebutkan bahwa kawasan pelestarian alam terdiri dari taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam. Terkait dengan kawasan pelestarian alam, pada Pasal 30 menyebutkan bahwa kawasan pelestarian alam mempunyai fungsi perlindungan sistem penyangga kehidupan, pengawetan keanekaragaman jenis tumbuhan dan satwa, serta pemanfaatan secara lestari sumber daya alam hayati dan ekosistemnya. Lebih lanjut lagi, Pasal 31 menyebutkan bahwa kegiatan wisata alam dapat dilaksanakan di dalam taman nasional, taman hutan raya, maupun taman wisata alam. Lebih lanjut pada Pasal 34 ayat 1 dinyatakan bahwa di dalam zona pemanfaatan taman nasional, taman hutan raya, dan

taman wisata alam dapat dibangun sarana kepariwisataan berdasarkan rencana pengelolaan. Sedangkan ayat 2 menyatakan bahwa pemerintah dapat memberikan hak pengusahaan atas zona pemanfaatan taman nasional, taman hutan raya, dan taman wisata alam dengan mengikutsertakan rakyat untuk kegiatan kepariwisataan dan rekreasi.

Dari beberapa pasal tersebut diatas memperlihatkan bahwa kegiatan wisata (termasuk wisata bahari) dapat dilakukan di wilayah kawasan pelestarian alam (taman nasional, taman hutan raya dan taman wisata alam), maupun di wilayah kawasan suaka alam. Terkait dengan pengembangan wisata bahari yang umumnya berlokasi pada taman nasional dan taman wisata alam, maka dalam operasionalisasinya perlu memperhatikan rambu-rambu seperti yang sudah diatur oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Hayati dan Ekosistemnya.

Undang-undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang

Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang dalam kaitan pengembangan pariwisata memberikan pengaturan dalam hal investasi pariwisata terutama masalah lokasi dan fungsi ruang. Pasal 23 ayat 2, menyebutkan bahwa "Rencana tata ruang wilayah provinsi menjadi pedoman untuk penetapan lokasi dan fungsi ruang untuk investasi". Selanjutnya Pasal 26 ayat 2 menyebutkan bahwa "Rencana tata ruang wilayah kabupaten menjadi pedoman untuk penetapan lokasi dan fungsi ruang untuk investasi." Untuk itu setiap investasi termasuk investasi di sektor pariwisata harus memperhatikan tata ruang wilayah provinsi dan kabupaten, termasuk juga kabupaten/kota.

Keberadaan kegiatan pariwisata diakomodasi dalam kawasan budidaya seperti diuraikan dalam Penjelasan Pasal 5 Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang, disebutkan bahwa kawasan budidaya adalah kawasan peruntukan hutan produksi, kawasan peruntukan hutan rakyat, kawasan peruntukan pertanian, kawasan peruntukan perikanan, kawasan peruntukan pertambangan, kawasan peruntukan permukiman, kawasan

peruntukan industri, kawasan peruntukan pariwisata, kawasan tempat beribadah, kawasan pendidikan, dan kawasan pertahanan keamanan.” Terkait dengan kawasan peruntukan pariwisata, dalam penjelasan tersebut diuraikan bahwa kawasan pariwisata termasuk kedalam kawasan budidaya yang memiliki nilai strategis provinsi. Selengkapnya Penjelasan Pasal 23 berbunyi sebagai berikut: “Kawasan budi daya yang memiliki nilai strategis provinsi dapat berupa kawasan permukiman, kawasan kehutanan, kawasan pertanian, kawasan pertambangan, kawasan perindustrian, dan kawasan pariwisata.”

Dari uraian di atas dapat dikemukakan bahwa kawasan pariwisata yang didalamnya dapat mencakup pengembangan wisata bahari, dalam rangka pengembangannya (baik yang dilakukan oleh masyarakat maupun masyarakat bersama-sama dengan dunia usaha), harus mematuhi rambu-rambu sebagaimana yang diatur oleh Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang. Selain itu dalam konteks pengembangan wisata bahari, karena objek wisata bahari umumnya berada dalam kawasan budidaya yang memiliki nilai strategis bagi kabupaten dan provinsi, maka koordinasi juga perlu dilakukan dengan baik serta melibatkan sebanyak mungkin masyarakat lokal sebagai implementasi dari pariwisata berbasis masyarakat (*community based tourism*). Selain itu karena berada dalam lokasi yang strategis bagi kabupaten dan provinsi, maka dalam pengembangannya perlu memperhatikan prinsip kehati-hatian sehingga dampak negatif yang akan ditimbulkan dapat ditekan dan bila mungkin dapat dihindarkan.

Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan

Jika dikaitkan dengan pengembangan wisata bahari, Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan dalam konteks wisata bahari lebih terkait pada pengaturan serta perlindungan jenis-jenis ikan tertentu sebagai daya tarik wisata bahari. Jenis-jenis ikan tertentu yang tergolong langka akan mendapat perlindungan. Lebih lanjut tentang perlindungan tersebut diatur pada Pasal 7 ayat 5 Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 yang menyebutkan

bahwa “menteri menetapkan jenis ikan dan kawasan perairan yang masing-masing dilindungi, termasuk taman nasional laut, untuk kepentingan ilmu pengetahuan, kebudayaan, pariwisata, dan/atau kelestarian sumber daya ikan dan/atau lingkungannya.” Pada Penjelasan Pasal 7 ayat 5 menyebutkan bahwa yang dimaksud dengan “jenis ikan” adalah pisces (ikan bersirip), crustacea (udang, rajungan, kepiting, dan sebangsanya), mollusca (kerang, tiram, cumi-cumi, gurita, siput, dan sebangsanya), coelenterata (ubur-ubur dan sebangsanya), echinodermata (tripang, bulu babi, dan sebangsanya), amphibia (kodok dan sebangsanya), reptilia (buaya, penyu, kura-kura, biawak, ular air, dan sebangsanya), mammalia (paus, lumba-lumba, pesut, duyung, dan sebangsanya), algae (rumput laut dan tumbuh-tumbuhan lain yang hidupnya di dalam air), dan biota perairan lainnya yang ada kaitannya dengan jenis-jenis tersebut di atas, semuanya termasuk bagian-bagiannya dan ikan yang dilindungi.

Untuk melindungi keanekaragaman hayati di wilayah perairan laut, sesuai Pasal 8 ayat 1 telah diatur bahwa setiap orang dilarang melakukan penangkapan ikan dan/atau pembudidayaan ikan dengan menggunakan bahan kimia, bahan biologis, bahan peledak, alat dan/atau cara, dan/atau bangunan yang dapat merugikan dan/atau membahayakan. Kelestarian sumber daya ikan dan/atau lingkungannya di wilayah pengelolaan perikanan Republik Indonesia. Lebih lanjut dalam Penjelasan Pasal 8 ayat 1 ini diuraikan bahwa dilarang menggunakan bahan kimia, bahan biologis, bahan peledak, alat dan/atau cara, dan/atau bangunan yang dapat merugikan dan/atau membahayakan kelestarian sumber daya ikan dan lingkungannya tidak saja mematikan ikan secara langsung, tetapi dapat pula membahayakan kesehatan manusia dan merugikan nelayan serta pembudidayaan ikan. Apabila terjadi kerusakan sebagai akibat penggunaan bahan dan alat dimaksud, pengembalian ke dalam keadaan semula akan membutuhkan waktu yang lama, bahkan mungkin mengakibatkan kepunahan.

Dari Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan baik pada Pasal 7 ayat 5 maupun Pasal 8 ayat 1 menyiratkan bahwa pentingnya

melindungi berbagai satwa serta potensi yang ada di atas maupun bawah perairan baik untuk kepentingan pelestarian, ilmu pengetahuan serta pariwisata. Dalam kaitan dengan pariwisata yaitu wisata bahari, apa yang disiratkan oleh kedua pasal tersebut di atas menggambarkan perlunya dilaksanakan pengembangan wisata bahari yang menerapkan kaidah-kaidah pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*).

PENUTUP

Indonesia yang memiliki lebih dari 17.100 pulau dengan luas daratan 1,9 juta km² dan 3,1 juta km² berupa lautan dan wilayahnya merupakan bagian dari segitiga terumbu karang (*coral triangle*) yang memiliki 30% dari seluruh jenis terumbu karang yang ada di dunia, 86% dari spesies penyu laut yang ada di dunia, 2.228 spesies ikan, dan lebih dari 500 spesies terumbu karang. Memiliki keanekaragaman hayati terbesar di duniadan seringkali disebut sebagai “Pusat dari Keanekaragaman hayati dunia” oleh beberapa peneliti di seluruh dunia merupakan potensi yang luar biasa untuk dikembangkan sebagai daya tarik pariwisata minat khusus utamanya wisata bahari.

Pengembangan wisata bahari sejalan dengan Rencana Strategis Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif 2012 – 2014, yang memfokuskan pengembangan kepariwisataan kepada 7 jenis wisata minat khusus, yaitu: (1) wisata budaya dan sejarah; (2) wisata alam dan ekowisata; (3) wisata olah raga rekreasi meliputi: menyelam, selancar, kapal layar, treking dan mendaki, golf, bersepeda, dan maraton; (4) wisata kapal pesiar; (5) wisata kuliner dan belanja; (6) wisata kesehatan dan kebugaran; dan (7) wisata konvensi, insentif, pameran, dan even.

Pengembangan wisata bahari di Indonesia didasarkan kepada konsep pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (*community based*

tourism), dan pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*), karena wisatawan yang tertarik akan jenis wisata bahari ini umumnya memiliki kepedulian pelestarian dan konservasi lingkungan.

Dalam rangka meningkatkan daya saing pariwisata Indonesia khususnya pada produk wisata bahari, maka perlu dilakukan ; (1) pengenalan atas profil dan sumber pasar wisata bahari, baik untuk wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara termasuk kemampuan sosial-ekonomi pasar tersebut; (2) penetapan jenis dan destinasi pariwisata wisata bahari sesuai dengan tema pengembangannya secara lebih spesifik sesuai pasar utama yang telah ditetapkan; (3) pengenalan kekuatan produk wisata bahari yang ada dalam skala persaingan global.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata wisata bahari, ada dua kriteria yang harus dipenuhi, yaitu (1) Kriteria Utama terdiri atas daya tarik alam laut, keamanan, kualitas lingkungan, ketersediaan *dive operator*, keramahtamahan penduduk; dan (2) Kriteria Tambahan yang terdiri atas ketrampilan SDM pendukung wisata bahari, daya tarik alam pesisir, ketersediaan akomodasi & restoran, sarana perbankan termasuk *currency exchange*, kepemilikan akomodasi & restoran oleh masyarakat lokal, aksesibilitas, ketersediaan transportasi darat, media komunikasi (telepon, internet, pos) dan informasi, daya tarik sosial-budaya masyarakat pesisir, ketersediaan transportasi udara, iklim, dan kualitas akomodasi & restoran.

Berdasarkan hasil kajian dalam buku ini terdapat beberapa destinasi wisata bahari di Indonesia, maka dapat direkomendasikan hal-hal berikut yang kiranya dapat ditindaklanjuti baik bagi pemerintah, industri dan masyarakat dalam pengembangan wisata bahari sebagai berikut,

- a. Dengan memperhatikan karakteristik dan daya dukung alam yang ada, maka perlu perlindungan terhadap daya tarik alam laut pada suatu destinasi wisata bahari dengan membatasi diversitas kegiatan wisata bahari pada jenis aktivitas tertentu seperti *diving* dan *snorkeling* saja.
- b. Pemerintah daerah bersama dengan industri dan masyarakat disekitar destinasi wisata bahari dapat senantiasa berupaya menjaga keamanan

- dan kenyamanan wisatawan.
- c. Sistem pengelolaan sampah dan air limbah perlu ditingkatkan guna menjaga kualitas lingkungan.
 - d. Peningkatan kuantitas dan kualitas layanan *dive operator* seperti *tour guide* yang kompeten, penyediaan oksigen yang memenuhi standar baku mutu dan sebagainya.
 - e. Keramahtamahan penduduk dalam menerima kehadiran wisatawan masih perlu ditingkatkan dalam kaitan pelaksanaan Sadar Wisata dan Sapta Pesona.
 - f. Peningkatan ketersediaan dan kualitas layanan akomodasi dan restoran.
 - g. Pengembangan sarana dan prasarana komunikasi khususnya untuk sarana komunikasi dan promosi melalui jaringan internet.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardika, I Wayan. 2002. *Komponen Budaya Bali Sebagai Daya Tarik Wisata*. Denpasar: Universitas Udayana. Makalah pada Seminar Pariwisata Budaya Berkelanjutan.
- Ascherson, Neal. 2000. *Public Archaeology*, Vol. 1(1), p. 1-4.
- Baiquni, M. 1999. *Participatory Rural Appraisal, Metode dan Teknik Partisipasi dalam Pengembangan Perdesaan*. Jogjakarta: UGM Press.
- Baudrillard, Jean. 1983. *Seduction*. St Martin Press.
- Cernea, Michael M. 1988. Unit-unit Alternatif Organisasi Sosial untuk Mendukung Strategi Penghutan Kembali, dalam Michael M. Cernea (ed.): *Menguatkan Manusia dalam Pembangunan*. Basulio Bengo Teko (Penerjemah). Jakarta: Universitas Indonesia.
- Cooper, Christopher, John Fletcher, Stephen Wanhill, David Gilbert dan Rebecca Shepherd. 1995. *Tourism: Principles and Practice*. New York: Addison Wesley Longman Publishing (second edition).
- Chambers, Robert. 1987. *Pembangunan Desa Mulai dari Belakang*. (Pepep Sudradjat penerjemah). Jakarta: LP3ES.
- Daldjoeni, N. dan A. Soeyitno. 1978. *Pedesaan, Lingkungan, dan Pembangunan*. Bandung: Alumni.
- David, F. R. 2002. *Manajemen Strategis: Konsep*. (Terjemahan oleh Sindoro A.). Jakarta: PT. Ikrar Mandiri.
- Departemen Pariwisata, Seni dan Budaya. 1998. *Indonesia Khazanah Pariwisata Nusantara*. Jakarta: Direktorat Jenderal Pariwisata.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2005. *Informasi Pariwisata Nusantara*.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata. 2008. *Kode Etik Kepariwisata Dunia*.

- Ernes. 2004. *Wisata Alam Indonesia*. Jakarta: Penerbit Restu Agung.
- Foulker, Neal, 2000. "Archaeologi from Below" dalam *Public Archaeology*, Volume 1, No.1, halaman: 21 – 23.
- Indecon dan UNWTO, 2008. "Quarterly Report Tourism Development Supporting Biodiversity Conservation in Pangandaran, Indonesia June 2008."
- Korten, David C. (ed.). 1986. *Community Management: Asian Experience and Perspectives*. Connecticut: Kumarian Press.
- Korten, David C. dan Syahrir. 1988. *Pembangunan Berdimensi Kerakyatan*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Piliang, Yasraf Amir. 2005. *Cultural Studies dan Posmodernisme: Isyu, Teori dan Metode*. Makalah Seminar Cultural Studies Program Magister dan Doktor Kajian Budaya Universitas Udayana. Denpasar 12 Juli.
- Prasiasa, D.P.O., 2010. "Pengembangan Pariwisata dan Keterlibatan Masyarakat di Desa Wisata Jatiluwih Kabupaten Tabanan". (disertasi). Denpasar: Program Pascasarjana Universitas Udayana.
- Pretty, J. 1995. "The Many Interpretations of Participation". *In Focus* 16:4-5.
- Rangkuti, F. 2000. *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ryan, C. John. 1990. Melestarikan Keanekaragaman Hayati, dalam (Lester R. Brown, ed.): *Jangan Biarkan Bumi Merana*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia. Laporan World Watch Institute.
- Sigar, Edi dan Ernawati. 2003. *Buku Pintar Pariwisata Nusantara*. Jakarta: Penerbit Delapratasa.
- Soemarwoto, Otto. 1994. *Ekologi, Lingkungan Hidup, dan Pembangunan*. Jakarta: Djambatan.
- Suharto, Edi. 1997. *Pembangunan, Kebijakan Sosial dan Pekerja Sosial Spektrum Pemikiran*. Bandung: Lembaga Studi Pembangunan STKS.
- Suryadana, Liga. 2010. *Kelembagaan, Regulasi dan Kemitraan*. Makalah pada Konferensi Nasional Destination Management Organization. Jakarta 5-8 Agustus.

- Spillane, James. 1994. *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Sumodiningrat, Gunawan. 1999. *Pemberdayaan Masyarakat dan Jaringan Pengaman Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1990 tentang Konservasi Sumberdaya Alam Hayati dan Ekosistemnya.
- Undang-Undang Nomor 26 Tahun 2007 tentang Penataan Ruang.
- Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2004 tentang Perikanan.
- Vanhove, Norbert. 2005. *The Economics of Tourism Destinations*. Holland: Elsevier.
- Woodley, Alison. 1992. "Tourism and Sustainable Development: The Community Perspective". Dalam: J.G. Nelson, R. Butler, G. Wall, editors. *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. University of Waterloo, Department of Geography Publication.
- World Tourism Organization. 1994. *Aviation and Tourism Policies, Balancing the Benefit*. London: Routledge.
- World Tourism Organization. 1997. *Sustainable Tourism Development, Guide for Local Planners*. Madrid: WTO Publication.

Sebagai negara kepulauan terbesar di dunia, Indonesia tentu berpotensi untuk mengembangkan wisata bahari. Pengembangan wisata bahari dinilai juga akan mampu mengembangkan daerah-daerah yang selama ini belum sepenuhnya tersentuh oleh pengembangan kepariwisataan nasional. Namun pengembangan pariwisata di suatu daerah mensyaratkan adanya keterlibatan masyarakat lokal. Untuk itu pengembangan wisata bahari dengan konsep minat khusus menjadi pilihan bagi daerah-daerah.

Hal ini karena salah satu ciri wisata minat khusus (bahari) adalah berbasis masyarakat (*community based tourism*), sehingga dapat membawa implikasi pada pemberdayaan masyarakat lokal. Situasi itu tentu selaras dengan semangat pembangunan pariwisata berkelanjutan (*sustainable tourism development*), karena umumnya peminat produk wisata ini memiliki kepedulian atas pelestarian lingkungan.

Buku ini mencoba mencermati upaya-upaya pengembangan wisata bahari yang sebagian dilakukan melalui format 'minat khusus'. Sebagai hasil penelitian, buku ini diharapkan dapat menghadirkan gambaran tentang potensi dan sebagian masalah dalam upaya pengembangan wisata bahari di sebagian wilayah Indonesia.

ISBN 978-979-1440-72-1



9 789791 440721