

Pengembangan Pariwisata Di Balikpapan Berbasis Masyarakat Adat

¹ Endah Lestari, ² Haritsa Burhan

¹ Universitas Mulia

¹ enndahlestari2@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan industri kepariwisataan saat ini diidentifikasi terdapat pergeseran orientasi, dari *mass tourism* menuju ke *alternative tourism* tujuan penelitian ini adalah untuk Mengetahui pengaruh Masyarakat adat, pemerintah dan investor terhadap perkembangan pariwisata di Balikpapan, Penelitian ini berlokasi di Balikpapan. Penelitian ini dilakukan selama 1 tahun terhitung dari bulan September 2019 sampai dengan September 2020 menggunakan metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh Masyarakat adat, pemerintah dan investor terhadap perkembangan pariwisata di Balikpapan dengan strategi kompetensi yang dimiliki Masyarakat adat, pemerintah dan investor

Kata Kunci: Pariwisata, Masyarakat Adat, Kompetensi, Strategi

PENDAHULUAN

Perkembangan industri kepariwisataan saat ini diidentifikasi terdapat pergeseran orientasi, dari *mass tourism* menuju ke *alternative tourism*. Hal tersebut terjadi karena adanya perubahan orientasi pasar yang lebih menekankan kepada penghayatan dan penghargaan terhadap aspek kelestarian alam, lingkungan dan budaya (*environmentally and cultural sensitives*), dengan penerapan pariwisata alternatif (*alternative tourism*). Ukuran keberhasilan pembangunan pariwisata yang menggunakan konsep berkelanjutan tidak hanya dari aspek ekonomi (meningkatnya devisa) yang ditentukan dengan lama kunjungan (*length of stay*) serta eksploitasi lingkungan untuk kegiatan kepariwisataan, namun dari kelestarian dan pemberdayaan sebagai landasan, yang mengarah pada kelestarian lingkungan dan sumber daya alam serta nilai kultur social yang tinggi. (Nandi 2016) Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor andalan pemerintah Indonesia untuk menghasilkan devisa negara, oleh karena itu pemanfaatan, pengembangan, pengelolaan dan pembiayaan kawasan wisata harus mendapat perhatian yang serius dari pemerintah dengan melibatkan peran lembaga-lembaga pemerintah, *stakeholder* yang terkait serta partisipasi seluruh lapisan masyarakat dalam berbagai kebijakan dan program yang akan diambil.

(Dogra and Gupta 2012) menyebutkan bahwa masyarakat memiliki posisi strategis dalam suatu destinasi pariwisata. Oleh karena itu, keberlanjutan destinasi pariwisata sangat tergantung dari tingkat keterlibatan masyarakatnya dalam pembangunan destinasi pariwisata (Salim and Purbani 2015) dalam pengembangan pariwisata perlu diperhatikan yaitu informatif, koordinasi antar instansi, dan sumberdaya alam. Koordinasi yang harmonis diharapkan dapat mensinergikan antar perencanaan, pengembangan dan pengelolaan. sumberdaya alam yang ada berkesinambungan tanpa mengurangi dan merusak kualitasnya. Kemampuan sumber daya manusia yang terbatas di bidang pengelolaan pariwisata menjadi isu utama dalam pengembangan pariwisata. Hal tersebut terlihat dari penataan pantai dan fasilitas penunjang yang tidak tertata rapi.

TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Pengembangan

Kata strategi berasal dari Bahasa Yunani, yaitu kata 'strategos' artinya komandan militer (di zaman demokrasi Athena). demokrasi Athena setiap pasukan yang dipimpin oleh *strategos* memenangi peperangan setiap terjadi perang sehingga teknik dan tata cara penyusunan strateginya dipelajari oleh banyak negara lainnya dan disebut dengan istilah strategi (taktik *strategos*).

Strategi merupakan tindakan yang memiliki sifat incremental (senantiasa meningkat) dilakukan dengan berdasarkan sudut pandang mengenai tujuan yang diharapkan., Strategi perusahaan terdiri dari seperangkat pergerakan daya saing dan pendekatan bisnis dari manajemen dalam menjalankan perusahaan. Strategi perusahaan merupakan rencana tindakan manajemen untuk bersaing, dengan sukses dan menguntungkan berdasarkan integrasi dari pilihan-pilihan yang telah dipertimbangkan oleh manajemen

Strategi yang jelas dan beralasan yang berupa keputusan manajemen untuk melakukan bisnis merupakan roadmap untuk mencapai keunggulan kompetitif. Strategi adalah “game plan” (rencana tujuan) manajemen untuk:

- a. Menarik dan menyenangkan pelanggan
- b. Menjaga posisi pasar
- c. Melakukan operasional
- d. Bersaing dengan sukses
- e. Mencapai tujuan organisasi

Dorongan utama dari strategi perusahaan adalah melakukan gerakan untuk membangun dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan dan kinerja keuangan dalam waktu jangka panjang, dan memperoleh keunggulan kompetitif atas pesaing dalam menghasilkan profitabilitas.

Manajemen strategik dapat didefinisikan sebagai ilmu tentang perumusan, pelaksanaan, dan evaluasi keputusan-keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuannya. Sebagaimana tersirat dalam definisi tersebut, manajemen strategis terfokus pada upaya memadukan manajemen, pemasaran, keuangan (akuntansi), produksi (operasi), penelitian dan pengembangan, serta sistem informasi komputer untuk mencapai keberhasilan organisasi.

David (2011: 6) Proses Manajemen Strategi Proses manajemen strategi terdiri dari 3 tahapan, yaitu:

1. Perumusan Strategi

Perumusan strategi adalah tahap awal pada manajemen strategi, yang mencakup mengembangkan visi dan misi, mengidentifikasi peluang eksternal organisasi dan ancaman, menentukan kekuatan dan kelemahan internal, menetapkan tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi tertentu untuk mencapai tujuan.

2. Implementasi Strategi

Implementasi strategi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang ditetapkan. Penerapan strategi ini memerlukan suatu keputusan dari pihak yang berwenang dalam Pengantar Manajemen Strategik mengambil keputusan untuk menetapkan tujuan tahunan, menyusun kebijakan, memotivasi karyawan, dan mengalokasikan sumber daya sehingga strategi yang dirumuskan dapat dilaksanakan. Pada tahap ini dilakukan pengembangan strategi pendukung budaya, merencanakan struktur organisasi yang efektif, mengatur ulang usaha pemasaran yang dilakukan, mempersiapkan budget, mengembangkan dan utilisasi sistem informasi serta menghubungkan kompensasi karyawan terhadap kinerja organisasi.

3. Evaluasi Strategi

Evaluasi strategi adalah tahap akhir dalam manajemen strategi. Manajer sangat membutuhkan untuk tahu strategi tertentu tidak bekerja dengan baik. Evaluasi strategi merupakan alat utama untuk memperoleh informasi ini. Hal tersebut dapat dilakukan dengan penilaian atau melakukan proses evaluasi strategi.

(Narsa 2014) Strategi hanyalah “istilah” yang sangat generik, konsep sintetik, penyelesaian masalah, dan alat yang proaktif bagi manajemen. Dalam penggunaannya, strategy tidak dapat didefinisikan hanya dengan satu definisi saja, atau hanya dari satu perspektif saja, melainkan multidimensi, tergantung pada konteks, dan harus selalu beradaptasi dengan perubahan lingkungan.

(Syafi and Suwandono 2015) Community Based Tourism merupakan konsep pengembangan desa wisata dengan melibatkan dan menempatkan masyarakat lokal yang memiliki kewenangan untuk mengelola dan mengembangkan daerahnya sendiri untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal dan keberlanjutan kebudayaan lokal dan sumber daya alam

(Trianto and Kusmarianto 2016) strategi yang direncanakan dan dilakukan oleh dinas kebudayaan dan pariwisata yaitu strategi dasar yang bersifat multiplier effect, strategi terkait

dengan pengelolaan interset pariwisata, strategi keterkaitan dan pengembangan produk, strategi pemantapan pemasaran, strategi pengembangan sdm, strategi spasial pengembangan wisata, strategi pengembangan pariwisata bidang distribusi.

Masyarakat Adat

(Sebele 2010) Dampak Pengelolaan Sumber Daya Alam Berbasis Masyarakat (CBNRM) dilihat oleh banyak orang sebagai situasi 'win-win' dengan mengacu pada konservasi sumber daya alam dan peningkatan mata pencaharian masyarakat lokal. Namun, keterlibatan masyarakat dalam CBNRM dan pariwisata telah menimbulkan banyak pandangan sejauh menyangkut pemanfaatan sumber daya alam.

(Salim and Purbani 2015) terdapat tiga variabel utama yang harus dititikberatkan dalam pengembangan wisata bahari yaitu informatif, koordinasi antar instansi, dan sumberdaya alam

Desa Wisata Berbasis Adat

Menurut Prasiasa (2011) komponen desa wisata terdiri dari partisipasi masyarakat lokal, sistem norma setempat, sistem adat setempat, dan budaya setempat.

Berdasarkan latar belakang dan tinjauan pustaka maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1. Mengidentifikasi bentuk produk wisata berbasis adat di Kalimantan Timur

H2. Mendeskripsikan analisis faktor internal dan eksternal dari pariwisata di Kalimantan Timur.

H3. Merumuskan strategi pengembangan produk wisata berbasis budaya di Kalimantan Timur

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi sasaran penelitian ini adalah pelanggan/pengunjung sejumlah 100 orang yang datang ke tempat wisata di Balikpapan

2. Sampel

Dari seratus populasi ada 75 orang berhasil ditarik sampling dengan cara acak sederhana/simple random sampling (cara tersebut digunakan karena anggota populasi dianggap homogeny atau setiap unsur populasi memberikan peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel), jadi sampel yang ditarik yaitu sebanyak 75 orang.

Teknik Model Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis kualitatif deskriptif

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan pariwisata di Balikpapan berbasis masyarakat adat dapat menjadi pendekatan yang berkelanjutan dan memperkaya pengalaman wisatawan serta memberikan manfaat ekonomi kepada masyarakat setempat. Berikut adalah beberapa langkah yang dapat diambil untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat adat di Balikpapan:

1. Keterlibatan Masyarakat Adat: Melibatkan masyarakat adat secara langsung dalam perencanaan, pengelolaan, dan pengambilan keputusan terkait pariwisata. Masyarakat adat harus didorong untuk berpartisipasi aktif dalam pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata, termasuk penggunaan tanah adat mereka untuk kegiatan wisata.
2. Penghargaan terhadap Budaya dan Tradisi Lokal: Mempromosikan dan melindungi budaya dan tradisi lokal sebagai daya tarik pariwisata. Ini dapat mencakup pelaksanaan festival budaya, pameran seni, pertunjukan tradisional, dan kegiatan lain yang memperkenalkan wisatawan dengan kekayaan budaya masyarakat adat.
3. Pendidikan dan Pelatihan: Memberikan pendidikan dan pelatihan kepada masyarakat adat dalam hal pelayanan pariwisata, manajemen destinasi, kebersihan, dan keramahan. Ini akan membantu mereka dalam berinteraksi dengan wisatawan, memberikan pengalaman yang positif, dan meningkatkan kualitas layanan pariwisata.
4. Infrastruktur Pariwisata: Meningkatkan infrastruktur pariwisata seperti akses jalan, sarana

transportasi, akomodasi, dan fasilitas umum di daerah yang dikunjungi oleh wisatawan. Ini akan membantu meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan yang ingin mengunjungi tempat-tempat yang terkait dengan masyarakat adat.

5. **Konservasi Alam dan Lingkungan:** Memperhatikan aspek konservasi alam dan lingkungan dalam pengembangan pariwisata. Masyarakat adat seringkali memiliki pengetahuan tradisional tentang alam dan ekosistem setempat. Mengintegrasikan pengetahuan ini dalam pengelolaan pariwisata dapat membantu melindungi sumber daya alam dan menjaga keberlanjutan lingkungan.
6. **Promosi Pariwisata yang Berkelanjutan:** Melakukan promosi pariwisata yang berkelanjutan dengan memperkenalkan keunikan dan kekhasan masyarakat adat kepada wisatawan. Menggunakan media sosial, pemasaran online, dan kerjasama dengan agen perjalanan lokal dapat membantu meningkatkan visibilitas destinasi pariwisata berbasis masyarakat adat di Balikpapan.
7. **Keuntungan bagi Masyarakat Lokal:** Memastikan bahwa pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat memberikan manfaat ekonomi langsung kepada masyarakat lokal. Hal ini dapat dilakukan melalui partisipasi dalam industri pariwisata, pendapatan dari penjualan kerajinan tangan dan produk lokal, serta pengembangan usaha mikro dan kecil yang terkait dengan pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat di Balikpapan, penting untuk menghormati, melibatkan, dan membangun kemitraan dengan masyarakat adat. Pendekatan ini akan membantu menjaga kelestarian budaya lokal, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan menyediakan pengalaman wisata yang berbeda dan berharga bagi pengunjung.

Dengan melibatkan masyarakat adat secara aktif dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata, kita dapat mencapai beberapa tujuan yang diinginkan:

1. **Pelestarian Budaya dan Tradisi:** Dengan mempromosikan dan melindungi budaya dan tradisi lokal, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat membantu melestarikan warisan budaya yang berharga. Ini memberikan kesempatan bagi masyarakat adat untuk mempertahankan dan meneruskan pengetahuan, seni, dan praktik tradisional mereka kepada generasi mendatang.
2. **Kesejahteraan Masyarakat Lokal:** Dalam pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat, masyarakat lokal mendapatkan manfaat ekonomi langsung melalui peluang kerja, usaha mikro dan kecil, serta penjualan produk dan kerajinan tradisional. Ini membantu meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat, serta mengurangi ketimpangan ekonomi di wilayah tersebut.
3. **Keberlanjutan Lingkungan:** Dengan memperhatikan aspek konservasi alam dan lingkungan, pengembangan pariwisata berbasis masyarakat adat di Balikpapan dapat berkontribusi pada pelestarian sumber daya alam dan keberlanjutan lingkungan. Masyarakat adat memiliki pengetahuan lokal yang berharga tentang alam dan ekosistem setempat, yang dapat digunakan untuk mengelola destinasi pariwisata secara bertanggung jawab.
4. **Pengalaman Wisata yang Autentik:** Pariwisata berbasis masyarakat adat memberikan pengalaman wisata yang unik dan otentik bagi pengunjung. Wisatawan memiliki kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan masyarakat adat, mempelajari tradisi, dan mengalami kehidupan sehari-hari mereka. Ini memberikan dimensi budaya yang dalam dan memperkaya pengalaman wisatawan.

KESIMPULAN

Pengembangan pariwisata di Balikpapan berbasis masyarakat adat merupakan pendekatan yang dapat menciptakan keseimbangan antara pelestarian budaya, kesejahteraan masyarakat, keberlanjutan lingkungan, dan kepuasan wisatawan. Dengan melibatkan masyarakat adat secara aktif, kita dapat membangun pariwisata yang berkelanjutan dan bermanfaat bagi semua pihak yang terlibat.

REFERENSI

- Dogra, Ravinder, and Anil Gupta. 2012. "Barriers to Community Participation in Tourism Development : Empirical Evidence from a Rural Destination." *Sajth*.
- Nandi, 2016. "PARIWISATA DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA." *Jurnal Geografi Gea*.
- Narsa, I Made. 2014. "WHAT IS STRATEGY?" *Jurnal Pendidikan Akuntansi Indonesia*.
- Salim, Hadiwijaya Lesmana, and Dini Purbani. 2015. "PENGEMBANGAN PARIWISATA BAHARI BERBASIS MASYARAKAT DI PULAU KALADUPA, KABUPATEN WAKATOBI, PROVINSI SULAWESI TENGGARA (Community Based Marine Tourism Development in Kaledupa Island, Wakatobi Regency, South East Sulawesi Province)." *Jurnal Manusia dan Lingkungan*.
- Sebele, Lesego S. 2010. "Community-Based Tourism Ventures, Benefits and Challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana." *Tourism Management*.
- Syafi, Muhammad, and Djoko Suwandono. 2015. "Perencanaan Desa Wisata Dengan Pendekatan Konsep Community Based Tourism (CBT) Di Desa Bedono .," *Ruang*.
- Trianto, Mulyandaru, and Cicuk Kusmarianto. 2016. "Strategi Pengembangan Pariwisata Pantai Samas Di Kabupaten Bantul." *Jurnal Ilmu Administrasi*.