

Tinjauan Kepustakaan

MODEL EKOSISTEM BISNIS PARIWISATA TERPADU BERBASIS STRATEGI 5 JALUR

(INTEGRATED TOURISM BUSINESS ECOSYSTEM MODEL BASED ON 5-TRACK STRATEGY)

*Edhie Baskoro Yudhoyono**, *Hermanto Siregar**, *Noer Azam Achsani**, *Tony Irawan***

*Sekolah Bisnis IPB University
Jl. Raya Pajajaran, Bogor
Jawa Barat - Indonesia
Email: ebydmb12ipb@gmail.com

**Fakultas Ekonomi dan Manajemen IPB University
Jl. Kamper Gedung FEM, Kampus IPB Darmaga, Bogor

Diterima: 16 September 2020; Direvisi: 10 Oktober 2020; Disetujui: 25 Oktober 2020

ABSTRAK

Kegiatan pariwisata merupakan sektor strategis yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Negara. Tujuan dari studi ini adalah menggambarkan pembangunan ekosistem bisnis pariwisata terpadu dengan melakukan inovasi pengembangan strategi berbasis strategi 5 jalur. Penulisan ini merupakan hasil pemikiran yang didasarkan pada studi literatur dari berbagai sumber, termasuk didalamnya hasil kajian empirik dari beberapa penelitian sebelumnya. Strategi 5 (lima) jalur merupakan pengembangan dari strategi 4 (empat) jalur yang terdiri dari *pro growth*, *pro job*, *pro poor*, dan *pro-environment* yang merupakan pemikiran dan kebijakan presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam periode kepemimpinannya. Seiring dengan perkembangan teknologi informasi yang cepat, maka strategi ini ditambahkan strategi jalur yang ke-5 yaitu *pro technology*. Strategi ini diterapkan dalam model ekosistem pariwisata terpadu agar meningkatkan permintaan barang dan jasa pada sektor pariwisata dan sektor-sektor lainnya yang berdampak pada peningkatan pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja serta mengurangi kemiskinan daerah lokasi pariwisata dengan pemanfaatan TIK dalam peningkatan kinerja pariwisata serta mendorong pembangunan yang lebih ramah lingkungan. Ekosistem bisnis pariwisata harus dapat dipahami dengan baik agar dapat mengalokasikan sumber daya tepat sasaran dengan memilih prioritas yang dikembangkan terlebih dahulu didalam pariwisata. Pariwisata akan berkontribusi maksimal pada perekonomian negara, bila dikembangkan secara berencana dan terpadu, serta diperlukan kolaborasi antara semua pemangku kepentingan. Pariwisata terpadu harus mengoptimalkan sumber daya lokal, kegiatan, produk, industri produksi dan jasa, dan masyarakat lokal yang partisipatif sebagai upaya untuk memadukan pembangunan dan pengelolaan daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan fasilitas ekonomi lainnya di dalam satu kawasan sebagai sebuah destinasi pariwisata.

Kata kunci: ekosistem, binis, pariwisata, strategi 5 jalur

ABSTRACT

*Tourism activity is a strategic sector which is expected to contribute significantly to the country's economy. The purpose of this study is to describe the development of an integrated tourism business ecosystem by innovating a strategy development based on a 5 track strategy. This writing is the result of thinking based on literature studies from various sources, including the results of empirical studies from several previous studies. The 5 (five) track strategy is the development of a 4 (four) track strategy consisting of *pro growth*, *pro job*, *pro poor*, and *pro-environment* which are the thoughts and policies of President Susilo Bambang Yudhoyono during his leadership period. Along with the rapid development of information technology, this strategy is added to the 5th track strategy, namely *pro technology*. This strategy is applied in the model of an integrated tourism ecosystem in order to increase demand for goods and services in the tourism sector and other sectors that have an impact on increasing economic growth, absorption of labor and reducing*

poverty in tourism locations by utilizing ICT in improving tourism performance and encouraging more development. environmentally friendly. The tourism business ecosystem must be well understood in order to allocate resources right on target by selecting priorities to be developed first in tourism. Tourism will contribute maximally to the country's economy, if it is developed in a planned and integrated manner, and collaboration between all stakeholders is required. Integrated tourism must optimize local resources, activities, products, production and service industries, and participatory local communities as an effort to integrate the development and management of tourist attractions, tourism facilities and other economic facilities in one area as a tourism destination.

Keywords: ecosystem, business, tourism, 5 track strategy

PENDAHULUAN

Sektor pariwisata memiliki peranan penting sebagai salah satu sumber bagi penerimaan devisa, serta dapat mendorong pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya dalam mengurangi jumlah pengangguran dan meningkatkan produktivitas suatu negara. Sektor pariwisata mendorong sektor lain berkontribusi sebagai penyokong kegiatan pariwisata yang ada seperti transportasi, jasa travel, kuliner, perhotelan, dan industri rumah kerajinan tangan daerah yang akan melibatkan banyak masyarakat.

Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional, meningkatkan pendapatan pajak dan menciptakan lapangan kerja tambahan (Gökovali & Bahar, 2006; Jayathilake, 2013; Kadir & Karim, 2012). Data rangking devisa pariwisata terhadap 11 komoditas ekspor terbesar menunjukkan peningkatan menjadi ranking 4 setelah minyak dan gas bumi, batubara serta kepala sawit pada tahun 2011 s.d 2015 (Kementerian Pariwisata, 2016). Hal ini menunjukkan pentingnya sektor pariwisata sebagai salah satu sumber

penerimaan devisa. Adapun data tersebut disajikan pada Tabel 1.

Pada tahun 2017 berdasarkan laporan Survei Angkatan Kerja Nasional Indonesia 2018, jumlah tenaga kerja pada industri pariwisata mencapai 12,74 juta orang atau 10,53 persen terhadap total tenaga kerja nasional yang berjumlah 121,02 juta orang (Badan Pusat Statistik, 2018). Pemerintah, Bank Indonesia (BI), dan otoritas terkait lainnya sepakat untuk mendorong pengembangan sektor pariwisata.

Ada tiga alasan utama yang yang membuat BI memandang pariwisata perlu didorong. *Pertama*, pariwisata adalah penyumbang devisa ketiga terbesar setelah CPO dan batubara sehingga potensinya ke depan sangat besar untuk devisa. Karena itu, secara langsung bisa mengurangi defisit transaksi berjalan.

Kedua, sektor pariwisata bisa pula untuk menopang ekonomi Indonesia ke depan. Ini mengingat pariwisata memiliki karakteristik *quick yielding* yang dapat menghasilkan devisa lebih cepat dibandingkan dengan kegiatan ekspor yang dilakukan secara konvensional. Alasan *ketiga* adalah sektor pariwisata juga bisa mendorong kesempatan kerja dan mengatasi kemiskinan.

Tabel 1. Rangking Devisa Pariwisata terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar Tahun 2011-2105

Jenis Komoditas	Tahun 2011		Tahun 2012		Tahun 2013		Tahun 2014		Tahun 2015	
	Rank	Nilai (juta USD)	Rank	Nilai (juta USD)	Rank	Nilai (juta USD)	Rank	Nilai (juta USD)	Rank	Nilai (juta USD)
Minyak & Gas Bumi	1	41277.10	1	36977.00	1	32633.20	1	30318.80	1	18552.10
Batu bara	2	27221.80	2	26166.30	2	24501.40	2	20819.30	2	15943.00
Minyak kelapa sawit	3	17261.30	3	18845.00	3	15839.10	3	17464.90	3	15385.20
Karet olahan	4	14258.20	4	10394.50	5	9316.60	6	7021.70	7	5842.00
Pariwisata	5	8554.39	5	9120.85	4	10054.15	4	11166.13	4	12225.89
Pakaian jadi	6	7801.50	6	7304.70	6	7501.00	5	74500.90	5	7371.90
Alat listrik	7	7364.30	7	6481.90	7	6418.60	8	6259.10	8	5644.80
Tekstil	8	5.563,30	8	5278.10	9	5293.60	9	5379.70	9	4996.00
MaknanOlahan	9	4802.10	9	5135.60	8	5434.80	7	6486.80	6	6456.30
Bahan Kimia	10	4630.00	11	3636.30	12	3501.60	11	3853.70	12	2807.60
Kertas dan barang dr kertas	11	4214.40	10	3972.00	10	3802.20	12	3780.00	11	3605.50
Kayu Olahan	12	3288.90	12	3337.70	11	3514.50	10	3914.10	10	3815.80

Sumber: Kemenparekraf (2016)

PRO-GROWTH WITH EQUITY	PRO-JOBS	PRO-POOR	PRO-ENVIRONMENT
<ul style="list-style-type: none"> - Pertumbuhan Ekonomi ~5,6% - Income/Kapita Rp. 41,9 Juta (Naik 4X) - APBN ~Rp. 1800 Triliun (Naik 4X) - Rasio Hutang Terjaga (24% PDB) 	<ul style="list-style-type: none"> Pengangguran Turun (5,7% / 7,2 Juta Jiwa) 	<ul style="list-style-type: none"> - Kemiskinan Turun (10,96% / 27,7 Juta Jiwa) - Program Pro-Rakyat : PKH, Raskin, KUR, PNPM, BLT, Beasiswa, Jamkesmas. Dll 	<ul style="list-style-type: none"> - Penanaman 1 Milyar Pohon/Tahun - Rumah Pangan Lestari



**PENINGKATAN KESEJAHTERAAN RAKYAT
 "SUSTAINABLE GROWTH WITH EQUITY"
 MEMBUTUHKAN ADOPSI TEKNOLOGI DALAM
 MENGHADAPI TANTANGAN
 "INDUSTRY 4.0" DAN "SUPER-SMART SOCIETY 5.0"**

Gambar 1. Rangkuman Keberhasilan Strategi 4 Jalur Pada Kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono Sebagai Presiden RI pada Periode Tahun 2004-2014

Sumber: Ahmad & Zainal (2011)

Pariwisata memiliki pengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berapa jalur (Brida et al., 2010). Pertama, sektor pariwisata sebagai penghasil devisa untuk memperoleh barang modal yang digunakan dalam proses produksi (McKinnon, 1964). Kedua, pengembangan pariwisata menstimulus investasi dibidang infrastruktur (Sakai, 2006). Ketiga, pengembangan sektor pariwisata mendorong pengembangan sektor-sektor ekonomi yang lainnya melalui *direct*, *indirect*, dan *induced effect* (Dwyer et al., 2016). Keempat, pariwisata ikut berkontribusi dalam peningkatan kesempatan kerja dan peningkatan pendapatan (Lee & Chang, 2008). Kelima, pariwisata menyebabkan *positive economies of scale* (Weng & Wang, 2006).

Pariwisata juga merupakan faktor penting dalam penyebaran *technical knowledge*, mendorong *research and development*, dan akumulasi modal manusia (Blake et al., 2006) Strategi 5 jalur yang digunakan didalam penelitian ini direfleksikan pengalaman Indonesia di masa yang lalu. Salah satunya adalah strategi besar pembangunan yang diterapkan di era Presiden Susilo Bambang Yudhoyono, dan selanjutnya dikenal sebagai strategi 4 jalur atau *Four Track Strategy*. Strategi 4 Jalur terdiri dari: *Pro Growth*, *Pro Job*, *Pro Poor*, dan *Pro Environment*, telah memberikan kontribusi positif dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat, baik dari sisi permintaan (demand) maupun penawaran (supply).

Rangkuman keberhasilan 4 jalur strategi ini dalam Era kepemimpinan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dapat dilihat pada gambar 1. Gambar 1 menunjukkan keberhasilan 4 strategi jalur, yang bisa dipelajari serta diimplementasikan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat khususnya dalam studi ini digunakan di sektor pariwisata. Studi ini dilakukan untuk melihat kajian dari *Four-Track Strategy* pada sektor pariwisata untuk meningkatkan perekonomian maupun kesejahteraan rakyat di Indonesia.

Studi ini menambahkan 1 jalur baru bersamaan dengan hadirnya tantangan baru seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, yaitu Revolusi Industri 4.0 dan *Super Smart Society 5.0*. Selain itu, penerapan *Four-Track Strategy* ke depan membutuhkan keterpaduan dalam ekosistem bisnis, terutama diantara stakeholders (Kolaborasi Pentahelix-Pemerintah, Masyarakat, Akademisi, Pelaku Usaha, dan Media). Sehingga dalam studi ini 4 strategi jalur diatas ditambahkan 1 strategi jalur yaitu pro technology. Sehingga strategi 5 jalur akan diterapkan dalam pengembangan ekosistem bisnis pariwisata terpadu untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Ekosistem bisnis merupakan komunitas ekonomi yang didasari oleh interaksi antara organisasi dan individu (organisme dalam dunia bisnis). Ekosistem tidak hanya mencakup bisnis utama (*core business*) dan pengembangan perusahaan, namun juga mencakup pemangku kepentingan (*stakeholders*) seperti asosiasi

industri, pemerintah, dan investor (Tang & Lyons, 2016). Dalam perspektif ekosistem bisnis, pariwisata merupakan suatu komunitas ekonomi yang didasari oleh interaksi antara organisasi dan individu (organisme dalam dunia bisnis). Ekosistem bisnis pariwisata ini tidak hanya mencakup bisnis utama (core business) dan pengembangan perusahaan atau unit usaha pariwisata lainnya, namun juga mencakup pemangku kepentingan (stakeholders) seperti asosiasi industri, pemerintah, dan investor. Dalam konteks inilah, keterpaduan menjadi hal yang sangat penting untuk dapat memandu pergerakan elemen-elemen dalam ekosistem pariwisata menuju pertumbuhan yang berdampak positif pada kesejahteraan masyarakat. Dalam struktur Indeks Daya Saing Pariwisata (IDSP) secara umum keterpaduan ekosistem bisnis pariwisata ini dapat dilihat dari faktor-faktor lingkungan yang mendukung (enabling environment), kebijakan dan kondisi yang mendukung pariwisata, infrastruktur, serta sumber daya alam dan budaya.

Saat ini kita sedang berada pada kondisi pandemi covid 2019, di Indonesia Pembatasan sosial berskala besar Indonesia mulai diterapkan sejak 4 Mei 2020. Hal ini berdampak penurunan semua sektor ekonomi baik perdagangan, perindustrian termasuk pariwisata. Ada konsensus umum di kalangan ekonom bahwa pandemi virus corona akan menjerumuskan dunia ke dalam resesi global (Financial Times, 2020). Dana Moneter Internasional (IMF) pada bulan Maret menyatakan bahwa mereka memperkirakan resesi global yang akan sama buruknya dengan krisis keuangan global 2007-2008 diikuti oleh pemulihan pada tahun 2021 (Georgieva, 2020).

Berdasarkan data Bank Indonesia yang menyatakan sektor pariwisata memiliki karakteristik quick yielding dibandingkan kegiatan lainnya, maka penting dikembangkan ekosistem bisnis pariwisata terpadu berbasis strategi yang dapat membantu pemulihan ekonomi pasca dampak pandemi. Ekosistem Bisnis pariwisata terpadu membahas faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi, sistem adaptif yang kompleks, kemandirian organisasi, serta perkembangan terkini dari destinasi pariwisata berdasarkan infrastruktur teknologi yang mutakhir, Ekosistem bisnis tidak hanya mencakup perantara (intermediaries) dan partner, tetapi juga para pemangku kepentingan seperti pemerintah, pengunjung, dan lingkungan (Baggio & Chiappa, 2013; Lisi & Esposito, 2015; Nugroho et al., 2019; Selen & Ogulin, 2015).

Penelitian terdahulu hanya membahas ekosistem bisnis pariwisata secara parsial, sedangkan dalam studi ini akan membahas

secara menyeluruh. Penelitian terkait dengan pengembangan pariwisata juga diteliti oleh (Fairuza, 2017; Hermawan, 2017; Prasetya & Rani, 2014; Rusyidi & Ferdiansah, 2018), tetapi mereka hanya melihat pengaruh dari beberapa aktor atau *stakeholder* saja. Mereka hanya melihat peran dari pemerintah, masyarakat dan juga swasta. Penelitian yang mereka lakukan lebih kepada *collaborative governance* karena berkenaan dengan tiga aktor besar tersebut. Hasil penelitian mereka juga rata-rata menemukan *stakeholder* yang mempunyai peran besar dan sangat berpengaruh dalam pengembangan pariwisata di wilayah penelitian mereka.

Berdasarkan data rencana strategis tahun 2015-2019 Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, disebutkan dalam pengembangan destinasi wisata, terdapat beberapa masalah utama yang harus dihadapi, yaitu: perubahan iklim dan bencana alam; ketidaksiapan masyarakat pada daerah yang menjadi destinasi wisata/Pemberdayaan masyarakat di daerah destinasi Indonesia belum optimal; ketidaksiapan sarana, prasarana, dan infrastruktur destinasi/Ketersediaan dan konektivitas infrastruktur destinasi Indonesia; dan, rendahnya nilai, jumlah dan pertumbuhan investasi, serta iklim usaha yang tidak kondusif.

Masalah tersebut merupakan suatu fakta yang menunjukkan bahwa ekosistem pariwisata di Indonesia belum terpadu dan masih parsial. Oleh karena itu, Studi ini bertujuan untuk memahami keberadaan sektor pariwisata sebagai sektor yang strategis dan pilar pembangunan perekonomian nasional yang dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat. Menggunakan strategi 5 jalur dapat memandu pengembangan ekosistem bisnis pariwisata untuk mendorong peningkatan output pariwisata secara berimbang dengan aspek-aspek kebutuhan penyerapan tenaga kerja, pengurangan kemiskinan, dan pemeliharaan lingkungan hidup, melalui cara-cara yang inovatif dengan memanfaatkan teknologi secara terpadu. Pariwisata perlu merespon secara tepat dua hal utama, yaitu: ekosistem bisnis pariwisata yang belum terpadu; dan, penggunaan teknologi di pariwisata yang belum optimal. Guna memastikan keterpaduan dalam ekosistem bisnis pariwisata, dilakukan melalui upaya sinergi antara para pemangku kepentingan serta dengan memadukan juga antara keragaman jenis wisata, dan kebijakan, sehingga menghasilkan ekosistem bisnis pariwisata yang terpadu. Hal di atas dijalankan dalam kerangka strategi besar five-track strategy/ strategi 5 jalur yang memadukan konsep *four-track strategy* (pro-growth, pro-poor, pro-job, dan pro-environment) dengan

tambahan track ke-5, yaitu *pro-technology*. Pada akhirnya, strategi besar 5 jalur yang dijalankan dalam suatu ekosistem bisnis pariwisata yang terpadu dapat membawa pariwisata untuk mendorong peningkatan kesejahteraan masyarakat Indonesia secara lebih optimal .

METODE

Tulisan ini merupakan hasil pemikiran yang didasarkan pada studi literatur dari berbagai sumber, termasuk didalamnya hasil kajian empirik dari beberapa penelitian sebelumnya dan berdasarkan pengalaman penulis dalam pekerjaannya di komisi 10 Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia (DPR RI) dimana kondisi pariwisata di Indonesia belumlah optimal padahal memiliki potensi pariwisata yang besar, hal sesuai dengan data dari kementerian terkait dan penelitian terdahulu (Kementerian Pariwisata, 2016; Rahayu et al., 2015).

Sehingga diperlukan suatu pemahaman yang jelas mengenai model ekosistem pariwisata di Indonesia secara terpadu, dengan memahami ekosistem maka semua pemangku kepentingan dapat membangun suatu strategi yang tepat khususnya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui sektor pariwisata. Pemikiran strategi dalam studi ini mengambil strategi 4 jalur yang pernah dilakukan Presiden Susilo Bambang Yudhoyono dalam kepemimpinannya dengan menambahkan satu jalur yaitu pro teknologi.

Metode penelusuran literatur (*literature study*) dilakukan secara tradisional yaitu dokumentasi yang digunakan berupa hasil penelitian terdahulu, artikel jurnal, dokumen laporan, dan berbagai referensi yang memiliki relevansi dengan pokok bahasan yang dipilih sendiri oleh para peneliti pada satu topik penelitian, dan dipilih berdasarkan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh seorang peneliti (Dijkers, 2009). Data yang digunakan adalah data sekunder berupa informasi, data, dan dokumentasi yang diperoleh dari institusi (kementerian/Lembaga pemerintah non kementerian) yang berwenang dalam penerbitan informasi, data, dan dokumentasi, seperti Badan Pusat Statistik (BPS).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ekosistem Bisnis Pariwisata Terpadu.

Ekosistem bisnis diadopsi dari konsep biologis oleh Ahli strategi bisnis James Moore dalam artikelnya di *Harvard Business Review* 1993 "Predators and Prey: A New Ecology of Competition," di mana perusahaan yang beroperasi di dunia perdagangan semakin saling berhubungan dengan komunitas organisme yang beradaptasi dan berkembang untuk bertahan

hidup. Moore menyarankan agar perusahaan dilihat bukan sebagai perusahaan tunggal dalam suatu industri, tetapi sebagai anggota ekosistem bisnis dengan peserta yang tersebar di berbagai industri. Kemajuan teknologi dan meningkatnya globalisasi telah mengubah gagasan tentang cara terbaik untuk berbisnis, dan gagasan tentang ekosistem bisnis dianggap membantu perusahaan memahami cara berkembang dalam lingkungan yang berubah dengan cepat ini.

Moore mendefinisikan ekosistem bisnis sebagai berikut: Komunitas ekonomi yang didukung oleh fondasi organisasi dan individu yang saling berinteraksi (organisme dalam dunia bisnis). Komunitas ekonomi menghasilkan barang dan jasa yang bernilai bagi pelanggan, yang merupakan anggota ekosistem itu sendiri. Organisme anggota juga termasuk pemasok, produsen utama, pesaing, dan pemangku kepentingan lainnya. Seiring waktu, mereka mengembangkan kemampuan dan peran mereka bersama-sama dan cenderung menyesuaikan diri dengan arahan yang ditetapkan oleh satu atau lebih perusahaan pusat.

Perusahaan yang memegang peran kepemimpinan dapat berubah seiring waktu, tetapi fungsi pemimpin ekosistem dihargai oleh komunitas karena memungkinkan anggota untuk bergerak menuju visi bersama untuk menyelaraskan investasi mereka dan menemukan peran yang saling mendukung. Akibatnya, ekosistem bisnis terdiri dari jaringan perusahaan yang saling terkait yang secara dinamis berinteraksi satu sama lain melalui persaingan dan kerja sama untuk menumbuhkan penjualan dan bertahan. Ekosistem mencakup pemasok, distributor, konsumen, pemerintah, proses, produk, dan pesaing. Ketika ekosistem tumbuh subur, berarti peserta telah mengembangkan pola perilaku yang merampingkan aliran ide, bakat, dan modal di seluruh sistem.

Berdasarkan literatur terbaru (Jarvi & Kortelainen, 2017) muncul gagasan mengenai ekosistem dibandingkan berbagai sumber literatur mengenai ekosistem (Adner, 2006; Basole, 2009; Moore, 1993). Gagasan mengenai ekosistem yang mempersatu gagasan ekosistem lainnya mencakup Ekosistem Bisnis digital (Selander et al., 2013; Tsatsou et al., 2010), Ekosistem Teknologi (Wareham et al., 2013) dan Ekosistem Inovasi (Adner, Ron & Rahul, 2010; Adner, 2006; Still et al., 2014).

Menurut Moore (1993), Ekosistem Bisnis melintasi berbagai industri dan perusahaan, dan ikut berkembang kapabilitas seputar inovasi baru. Ciri-ciri ekosistem adalah logika nilai, simbiosis partisipan dan stabilitas kelembagaan. Lebih jauh, nilai dapat ditemukan dalam manfaat

inovasi. Simbiosis peserta menjadi eksplisit dalam spesialisasi bersama, saling melengkapi, dan evolusi bersama dalam ekosistem. Bersama-sama ini menyediakan mekanisme yang mendorong penciptaan nilai (Thomas & Autio, 2012). Dalam suatu destinasi pariwisata, hidup dan beroperasi banyak entitas otonom yang menyelenggarakan berbagai pariwisata terkait kegiatan. Meskipun entitas ini bisa heterogen dalam hal lingkungan operasi, budaya, dan tujuan, semuanya bertujuan untuk mencapai tujuan bersama dari pengembangan pariwisata lokal dan untuk meningkatkan daya saing umum di dengan wilayah geografis lain dan persaingan global (Akoumianakis, 2014).

Sementara itu, konsep ekosistem pariwisata diinspirasi pertama kali dikemukakan oleh The Global Sustainable Tourism Council (GTSC) (2017) yang mengemukakan konsep ekosistem dalam rangka untuk mendapatkan pemahaman umum tentang pariwisata berkelanjutan, dan merupakan standar minimum yang harus dicapai oleh setiap usaha pariwisata. GTSC diciptakan dalam upaya untuk mendapatkan pemahaman umum tentang pariwisata berkelanjutan, dan merupakan standar minimum yang harus dicapai oleh setiap usaha pariwisata. Kriteria ini disusun dalam 4 (empat) tema utama, yaitu: 1) perencanaan keberlanjutan yang efektif; 2) memaksimalkan manfaat sosial dan ekonomi bagi masyarakat setempat; 3) meningkatkan warisan budaya; dan 4) mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan.

Pariwisata terpadu mengacu pada kawasan tertentu yang menjadikan pariwisata sebagai industri dominan melalui promosi sumber daya ekonomi dan sosial yang komprehensif dan sistematis, terutama sumber daya pariwisata. Secara praktis, pariwisata terpadu memiliki hubungan yang jelas dengan sumber daya lokal, kegiatan, produk, industri produksi dan jasa, dan masyarakat lokal yang partisipatif (Lisi & Esposito, 2015). Kebijakan pengembangan pariwisata terpadu dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memadukan pembangunan dan pengelolaan daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan fasilitas ekonomi lainnya di dalam satu kawasan sebagai sebuah destinasi pariwisata.

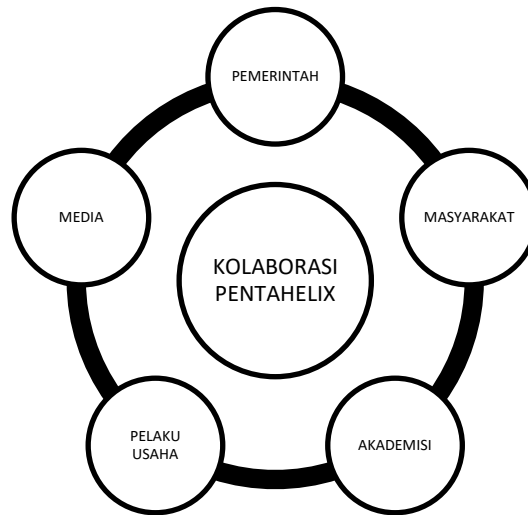
Pariwisata secara internal merupakan suatu sistem yang kompleks. Dengan kompleksitas yang dimilikinya, maka integrasi (keterpaduan) menjadi sangat penting. Pariwisata terpadu merupakan konsep yang dikembangkan dengan memperhatikan integrasi antara para pemangku kepentingan dan antara berbagai sub sektor

(Cornelis et al., 2018). Menurut Suharso (2009) serta Rajak dan Suprihardjo (2013), salah satu prinsip penting dalam pengembangan pariwisata terpadu adalah adanya *the value of time*, artinya waktu wisatawan dapat digunakan secara optimal untuk menikmati objek pariwisata yang ada. Oleh karena itu, dalam suatu Kawasan pariwisata dikembangkan konsep 'jalur wisata'.

Pelupessy et al. (2011) menyebutkan bahwa pengembangan kawasan wisata terpadu artinya harus ada peran-peran jenis kegiatan wisata yang saling mendukung satu dengan lainnya dengan memperhitungkan pusat-pusat kegiatan wisata, serta pendukungnya dan didukung dengan adanya sebuah jalur wisata untuk mengaitkan objek dan daya tarik wisata yang ada. Dalam hal ini konsep terpadu yang dikemukakan memiliki kata kunci yaitu adanya kaitan atau integrasi antar objek dan daya tarik wisata yang ada.

Pariwisata dikembangkan bukan untuk menggantikan sektor manapun, namun untuk menjadi salah satu sektor yang tumbuh bersama sektor lainnya. Pariwisata juga perlu memperhatikan kepentingan berbagai tingkat, baik nasional, provinsi maupun kabupaten/kota dan juga untuk kepentingan masyarakat luas. Keterpaduan dalam pariwisata tersebut perlu mencakup aspek-aspek: 1) Pelaku (usaha besar, UMKM, pelaku di "darat", pelaku di "udara"); 2) Keragaman jenis wisata (massal, spesifik); 3) Pemangku kepentingan (Dalam bentuk Kolaborasi Pentahelix (gambar 2): Pemerintah, Masyarakat, Akademisi, Pelaku Usaha, dan Media); dan, 4) Kebijakan (kebijakan antara pusat dan daerah).

Menurut Soemaryani (2016), Model pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal mungkin dalam rangka mencapai tujuan. Kolaborasi pentahelix mempunyai peran penting untuk bermain di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan pentahelix berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah. Model Pentahelix berupaya mendorong sektor pariwisata dan sistem kepariwisataan dengan meningkatkan peran pelaku usaha, pemerintah, masyarakat, akademisi, dan media untuk menciptakan nilai manfaat kepariwisataan serta keuntungan dan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan. Pertama kali Model Pentahelix ini, dicanangkan oleh Menteri Pariwisata Arif Yahya, dan selanjutnya dirumuskan menjadi Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan.



Gambar 2. Kolaborasi pentahelix para pemangku kepentingan
Sumber: Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia
Nomor 14 Tahun 2016

Strategi Empat Jalur. Presiden Susilo Bambang Yudhoyono menyampaikan konsep strategi 4 jalur (Four-Track Strategy) dalam kebijakan pembangunan melalui pidato di *Regional Meeting and Stakeholder Consultation on the Post-2015 Development Agenda* di Nusa Dua Bali pada tanggal 16 Agustus 2013. Tujuan kebijakan *Four Track Strategy* (FTS) adalah strategi kebijakan pemerintah Indonesia dalam bidang ekonomi yang diarahkan untuk mendorong pertumbuhan ekonomi guna mengurangi pengangguran, kemiskinan dan ketimpangan distribusi pendapatan yang secara keseluruhan dinyatakan dengan *'sustainable growth with equity'*.

Secara umum, konsep ini dapat dirumuskan sebagai berikut: *Pertama, Pro Growth* (Pertumbuhan Berkelanjutan Berkeadilan). Pro-growth merupakan paradigma yang mendukung dan memihak kepada pertumbuhan ekonomi. Hal ini berarti, kebijakan yang dikeluarkan pemerintah, baik kebijakan mikro ekonomi maupun makro ekonomi mampu mendukung peningkatan laju pertumbuhan ekonomi Indonesia. Menurut Adam Smith (2010) pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu jumlah penduduk, jumlah barang modal, luas tanah dan kekayaan alam serta teknologi yang digunakan.

Kedua, Pro Job (Penyerapan Tenaga Kerja). Pro-job adalah upaya-upaya yang dilakukan untuk menciptakan lapangan pekerjaan yang berguna untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dengan semakin meningkatnya peluang kerja, maka akan semakin baik pula kualitas hidup masyarakat. *Ketiga, Pro Poor* (Pengurangan Kemiskinan dan Program Pro Rakyat). *Pro-poor* merupakan paradigma yang berpihak kepada masyarakat kecil atau orang

misin. Batasan kemiskinan disini bukan hanya pada ketidakmampuan ekonomi, namun juga mencakup kegagalan dalam memenuhi hak-hak dasar serta perbedaan perlakuan bagi seseorang atau sekelompok orang dalam menjalani kehidupan secara bermartabat. *Keempat, Pro Environment* (Pelestarian Lingkungan), yaitu sikap atau tindakan mendukung menjaga dan melestarikan lingkungan.

Perkembangan teknologi berbasis dunia (platform) digital telah mendorong perluasan dan intensitas interaksi antar pelaku (institusi). Perluasan dan intensitas tersebut terjadi dengan modus-modus yang semakin "terbebas" dari batasan-batasan ruang dan waktu. Hal ini dimungkinkan karena adanya perkembangan pada komponen-komponen atau sistem-sistem pendukung, baik dari aspek perangkat keras (hardware) maupun perangkat lunak (software). Perkembangan jaringan internet dan komputasi awan telah membuka khazanah baru dalam melihat data dan informasi. Sumbangan teknologi berbasis digital tersebut tampak nyata pada peningkatan tingkat konektivitas seiring dengan perkembangan pada dunia informasi dan komunikasi (Rouse 2019). Sehingga didalam studi ini dirasakan perlu untuk menambahkan 1 strategi jalur yaitu pro technology.

Penerapan Strategi 5 Jalur dalam Pengembangan Ekosistem Bisnis Pariwisata Terpadu. Pertama, Pro Growth (Pertumbuhan Berkelanjutan Berkeadilan). Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang harus dimanfaatkan untuk pembangunan kepariwisataan sebagai bagian dari pembangunan Nasional. Pembangunan kepariwisataan mempunyai tujuan akhir untuk meningkatkan pendapatan masyarakat yang

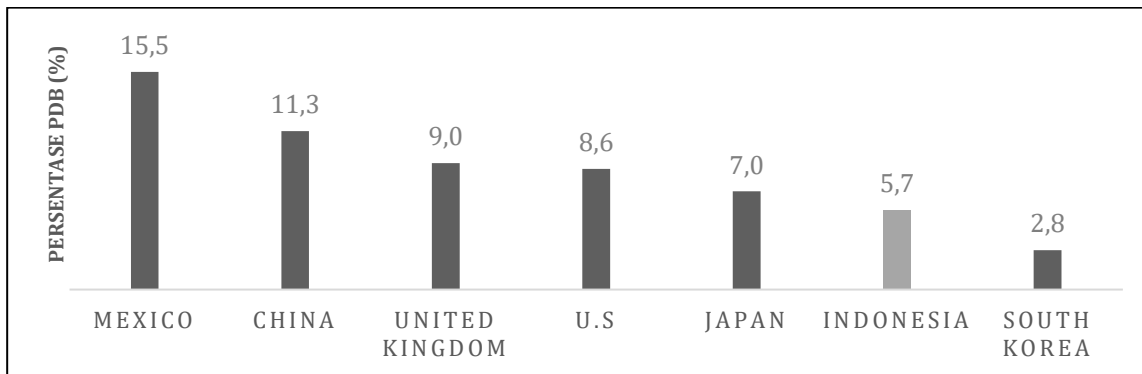
pada akhirnya dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional, meningkatkan pendapatan pajak dan menciptakan lapangan kerja tambahan (Aktaş Şenkardeşler, 2020; Jayathilake, 2013; Kadir & Karim, 2012; Peña-Sánchez et al., 2020; Yazdi, 2019).

Pariwisata Indonesia masih memiliki ruang yang relatif besar untuk tumbuh baik dari sisi output, jumlah kunjungan wisatawan, penerimaan negara (devisa), dan lain-lain. Dalam hal output, tingkat kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sebesar 4,8% pada tahun 2019. Angka ini masih relatif jauh dibawah negara-negara G20 lain yang lebih maju sektor pariwisatanya, seperti Meksiko (15,5%), dan Tiongkok (11,3%) (Gambar 3).

Selain itu, Indonesia menduduki peringkat ke 18 (di antara negara-negara G20 lainnya) dalam daftar ketergantungan PDB terhadap sektor pariwisata. Pada tahun 2019, Meksiko merupakan negara dengan ketergantungan terhadap pariwisata terbesar dengan kontribusi

pariwisata sebesar 15,5%, disusul Spanyol (14,3%), dan Italia (13,0%) (WTTC dan WEF 2019). Dari sisi kedatangan wisatawan mancanegara (wisman) dunia dan penerimaan devisa sektor pariwisata, kinerja sektor pariwisata Indonesia dapat terlihat dari data yang tercantum pada tabel 2 yang menunjukkan daftar peringkat negara dengan kedatangan wisman yang dibandingkan dengan penerimaan dari sektor pariwisata pada tahun 2019.

Jumlah wisman yang datang ke Indonesia pada tahun 2019 cukup besar, yaitu 15,9 juta orang, menduduki peringkat 24 dunia, namun jika dibandingkan dengan negara-negara lain, kemampuan sektor pariwisata Indonesia dalam menyumbang devisa negara dapat dikatakan masih belum optimal. Hal ini terindikasi dari jumlah kedatangan wisman ke Indonesia pada tahun 2019 yang menduduki posisi 24 dunia, namun penerimaan dari sektor pariwisata Indonesia hanya menduduki peringkat 27 dunia. Fakta ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata Indonesia masih memiliki peluang tumbuh mengingat Indonesia memiliki potensi wisata alam dan budaya yang masih sangat besar.



Gambar 3. Kontribusi langsung pariwisata terhadap PDB Indonesia dan beberapa negara Lainnya
Sumber: World Travel & Tourism Council (2019) diolah

Tabel 2. Perbandingan data pariwisata Indonesia dibandingkan dengan negara top 10 dunia

Kedatangan Wisman 2019 (juta orang)			Penerimaan Pariwisata 2019 (Miliar USD)		
Peringkat	Negara	Penerimaan	Peringkat	Negara	Penerimaan
1	Perancis	89.4	1	Amerika Serikat	264.6
2	Spanyol	84.9	2	Spainol	81.4
3	Amerika Serikat	81.2	3	Perancis	72.9
4	China	63.6	4	Thailand	66.2
5	Italia	61.9	5	Jerman	60.3
6	Turki	44.7	6	Italia	50.9
7	Meksiko	42.2	7	Inggris Raya	49.6
8	Jerman	39.7	8	Australia	48.1
9	Thailand	39.3	9	Jepang	45.6
10	Inggris Raya	37.5	10	China	40.7
14	Malaysia	26.6	19	Malaysia	21.8
24	Indonesia	15.9	21	Singapura	21
27	Singapura	14.9	27	Indonesia	15.9

Sumber: Nation Master (2020)

Kekayaan potensi pariwisata di Indonesia saat ini belum menunjukkan kinerja yang optimal dalam mendatangkan devisa negara. Dari segi penerimaan, Indonesia mendapatkan devisa negara dari sektor pariwisata sebesar USD 15,9 miliar pada tahun 2019, dan menduduki posisi ke 27 dunia. Sebagai pembanding di kawasan Asia Tenggara, pada tahun 2019 Thailand menduduki posisi ke 9 dalam jumlah kunjungan wisatawan (39,3 juta orang). Meskipun demikian, dari segi penerimaan devisa Thailand menduduki posisi ke 4 dengan mendapatkan devisa dari sektor pariwisata sebesar USD 66,2 miliar.

Jika dianalisis lebih dalam, pengeluaran (spending) wisman yang datang ke Indonesia lebih kecil dari pengeluaran wisman yang datang ke Thailand. Hal serupa juga dapat diamati dalam beberapa negara lainnya, seperti Singapura yang menduduki posisi 27 (14,9 juta orang) dalam hal kunjungan, namun menduduki posisi ke 21 (USD 21 miliar) dunia dalam hal penerimaan devisa pariwisata. Termasuk Amerika Serikat (USA) yang menduduki peringkat ke 3 (81,2 juta orang) dalam kunjungan, namun menduduki peringkat pertama (USD 264,6 miliar) dalam pendapatan devisa pariwisata (Nation Master 2020). Hal ini berarti, pengeluaran wisman yang datang ke Indonesia masih belum optimal.

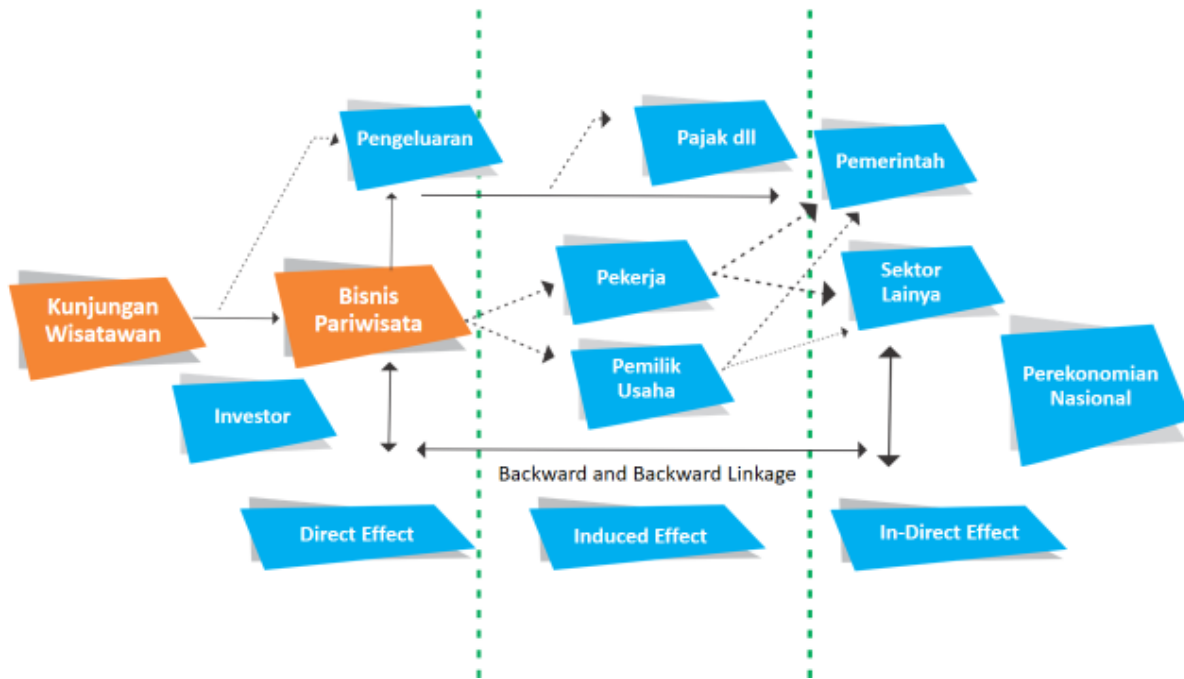
Strategi jalur *Pro growth* akan mengembangkan ekosistem pariwisata terpadu yang memiliki efek multiplier terhadap ekonomi. Aktifitas wisatawan yang datang menghabiskan sejumlah besar uang mulai dari pengeluaran transportasi hingga untuk membeli produk/jasa di daerah tujuan wisata, seperti akomodasi, makanan dan minuman, cenderamata, kegiatan rekreasi dan sebagainya. Hal ini menghasilkan efek langsung pada bisnis dan ekonomi yang dapat diukur dari pendapatan upah tenaga kerja sektor pariwisata dan pajak yang dibayar oleh perusahaan pariwisata ke negara.

Pada waktu bersamaan, bisnis pariwisata harus membeli barang dan jasa dari sektor lainnya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Pengeluaran bisnis pariwisata itu merupakan efek tidak langsung pariwisata melalui pembelian input dari sektor lain yang kemudian berdampak juga pada penciptaan lapangan pekerjaan dan upah. Strategi jalur ini diimplementasikan agar kasus yang terjadi Praktik Turis Murah dari Tiongkok di Bali yang merupakan penipuan-penipuan dan usaha-usaha ilegal yang terjadi terkait pariwisata.

Modusnya ialah warga Tiongkok yang hendak ke Bali ditawarkan paket wisata dengan harga murah (seakan disubsidi) oleh biro perjalanan Tiongkok. Untuk menutupi murahannya harga itu, biro perjalanan Tiongkok bekerja sama dengan toko-toko souvenir di Bali yang juga dimiliki oleh warga Tiongkok. Setiba para turis Tiongkok itu di Bali, selain berwisata, mereka dikondisikan untuk juga mengunjungi toko-toko souvenir, yang dimiliki oleh warga Tiongkok itu. Tentu saja, belanja para turis Tiongkok itu akhirnya lebih banyak mengalir ke toko-toko tersebut ketimbang ke toko-toko souvenir milik warga lokal Bali. Toko-toko souvenir itu kemudian memberi imbalan kepada para biro perjalanan Tiongkok yang bekerjasama dengannya, sehingga biro perjalanan Tiongkok itu tidak rugi meski menjual murah paket wisatanya ke Bali. Yang terkena dampaknya adalah biro perjalanan lokal Bali dan toko-toko souvenir lokal (Dinata, 2028).

Permintaan pada produk dan jasa pariwisata yang meningkat akibat meningkatnya wisatawan yang datang akan menarik investor untuk menanam modal di sektor pariwisata seperti investasi pembangunan hotel/penginapan, restoran, pembelian peralatan dan lain sebagainya. Investasi tersebut akan berpengaruh juga pada sektor lainnya seperti sektor bangunan, listrik dan lain sebagainya. Dari sisi pemerintah, berbagai kegiatan pemerintah dalam sektor pariwisata juga dapat memberikan kontribusi pada perekonomian. Kegiatan promosi yang dilakukan pemerintah pusat dan daerah, serta kegiatan investasi pemerintah yang mendukung sektor pariwisata dapat dimasukkan dalam faktor yang mampu mendorong penciptaan nilai barang dan jasa di sektor pariwisata.

Aktivitas lintas sektor dan lintas pelaku ekonomi yang menghasilkan dampak langsung dan tidak langsung, pada tahap selanjutnya akan menyebabkan tingkat pendapatan rumah tangga di seluruh perekonomian akan meningkat sebagai akibat dari meningkatnya lapangan pekerjaan. Sebagian dari peningkatan pendapatan rumah tangga ini akan meningkatkan kembali permintaan barang dan jasa pada sektor pariwisata dan sektor-sektor lainnya (efek induksi). Alur Dampak sektor pariwisata terhadap ekonomi dalam kajian laporan Lembaga Penyelidikan Ekonomi dan Masyarakat - Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Indonesia (2018) dapat dilihat pada Gambar 4.



Gambar 4. Dampak sektor pariwisata terhadap perekonomian
 Sumber: LPEM-FEB UI (2018)

Kedua, Pro Job (Penyerapan Tenaga Kerja). Pariwisata suatu negara dapat menciptakan lapangan kerja baru, membantu menarik surplus tenaga kerja dari sektor lain sambil membantu mengurangi pengangguran. Surplus dari angkatan kerja tidak hanya menentukan pertumbuhan dan peremajaan penawaran di pasar tenaga kerja, tetapi juga meningkatkan konsumsi yang menghasilkan pertumbuhan PDB dan tentu saja meningkatkan taraf hidup, kualitas hidup dan kesejahteraan sosial (Morozova et al., 2015; Oneti & Predonu, 2013).

Jika dibandingkan dengan sektor lainnya, sektor pariwisata menyumbang tenaga kerja dua kali lebih banyak dibandingkan dengan sektor finansial. World Travel Tourism Council (WTTC) dalam laporan Benchmarking Report 2017 menyatakan bahwa 1 dari 10 tenaga kerja adalah tenaga kerja bidang pariwisata. Jumlah tenaga kerja langsung (direct), tidak langsung (indirect), dan ikutan (induced) di sektor pariwisata dihitung dari total tenaga kerja yang terserap di sektor-sektor perekonomian akibat adanya aktivitas pariwisata, baik langsung (direct), tidak langsung (indirect), maupun ikutan (induced).

Tenaga kerja langsung sektor pariwisata mencakup antara lain tenaga kerja di bidang akomodasi, biro perjalanan, maskapai penerbangan dan pelayanan penumpang lainnya. Termasuk juga tenaga kerja di sektor usaha restoran dan tempat-tempat rekreasi yang langsung melayani wisatawan. Tenaga kerja tidak langsung mencakup antara lain tenaga

kerja di sektor promosi pariwisata, *furnishing/equipment*, persewaan kendaraan, manufaktur transportasi. Tenaga kerja ikutan mencakup antara lain tenaga kerja di sektor pemasok makanan dan minuman, grosir, utilitas computer, dan jasa personal. Berdasarkan Neraca Satelit Pariwisata Tahun 2017, industri pariwisata yang menyerap tenaga kerja paling besar adalah usaha penyedia makan minum dan perdagangan yang masing-masing mempunyai share mencapai 45,87 persen dan 40,79 persen.

Usaha lain yang cukup besar kontribusinya dalam penyerapan tenaga kerja adalah usaha penyediaan akomodasi dan kegiatan olah raga dan rekreasi lainnya yang masing-masing menyumbang 5,03 persen dan 1,69 persen. Sementara kegiatan hiburan, kesenian dan kreativitas menyumbang 0,88 persen. Usaha angkutan dan jasa agen perjalanan wisata mempunyai kontribusi masing-masing sebesar 0,40 persen dan 0,63 persen. Pengembangan ekosistem pariwisata terpadu dengan strategi jalur pro Job adalah dengan mendorong peningkatan jumlah kedatangan serta pengeluaran wisatawan pada usaha industri pariwisata yang menyerap tenaga kerja paling besar.

Ketiga, Pro Poor (Pengurangan Kemiskinan dan Program Pro Rakyat). Penelitian Njoya & Seetaram (2018) yang mengidentifikasi dampak pariwisata terhadap pengurangan kemiskinan di Kenya, menunjukkan hasil empiris bahwa pariwisata berdampak positif terhadap pengurangan

kemiskinan baik di perkotaan maupun pedesaan. Garza-Rodriguez (2019) menyatakan bahwa ada hubungan jangka panjang antara pariwisata dan pengurangan kemiskinan di Meksiko. Dimana, pariwisata membantu meningkatkan PDB per kapita dan dengan demikian mengurangi kemiskinan dalam perekonomian ini.

Hasil empiris penelitian Tung & Cuong (2020) dengan kuat menunjukkan bahwa pariwisata memiliki dampak negatif dan signifikan terhadap kemiskinan di semua model yang diperkirakan. Artinya, semakin tinggi pendapatan pariwisata dapat menurunkan angka kemiskinan di 61 provinsi di Vietnam selama periode 2010-2018. Pengembangan ekosistem pariwisata terpadu dengan strategi jalur pro poor dengan menghadirkan program yang dapat dinikmati sebagai pendapatan bagi penduduk lokal sehingga angka kemiskinan semakin berkurang dengan sektor pariwisata.

Keempat, Pro Environment (Pelestarian Lingkungan). Pariwisata dinilai merupakan industri yang tak berasap dan tidak memiliki produk, namun tak dapat dihindari fakta dimana pembangunan hotel, marina, mall dan pengoperasian fasilitas wisata secara mendasar merubah lingkungan dan komunitasnya. Semenjak awal tahun 1970-an pembangunan berkelanjutan telah menjadi kesatuan konsep untuk perencanaan lingkungan. Walaupun demikian, dalam pelaksanaannya masih kurang dipahami. Konsep tersebut menjembatani hubungan antara konservasi lingkungan dan kualitas hidup sosial-ekonomi tetapi tetap meninggalkan isu perdebatan mengenai bagaimana keseimbangan pemanfaatan yang berkelanjutan atau bagaimana nilai suatu lingkungan.

Berbagai organisasi dunia menyangkut pariwisata dan lingkungan menyepakati bahwa pariwisata hendaknya merangkul prinsip-prinsip berkelanjutan dengan menghargai daya dukung lingkungan (carrying capacity), tanggungjawab sosial dan kesatuan aktifitas pariwisata dengan keinginan penduduk lokal. Tourism Concern (TC) dan Worlwide Fund for Nature (WWF) mendefinisikan pariwisata berkelanjutan adalah sebagai pariwisata dan infrastrukturnya yang: a) Beroperasi dengan kapasitas alami untuk regenerasi dan masa depan produktifitas alam, sosial dan budaya; b) Mengakui kontribusi dimana masyarakat dan komunitas, kebiasaan dan gaya hidup sekarang dan yang akan datang menjadi pengalaman bagi pariwisata; c) Menerima bahwa masyarakat memiliki pembagian yang adil dan wajar dari keuntungan pariwisata; dan, d) Diarahkan dari yang 'berkepentingan' kepada masyarakat dan komunitas di sekitar wilayah wisata khususnya.

Prakarsa bersama antara Program Lingkungan Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) (United Nations Environment Programme /UNEP), Organisasi Buruh Internasional (International Labour Organization/ILO), Organisasi Pemberi Kerja Internasional (International Organization of Employers/IOE) dan Konfederasi Serikat Dagang Internasional (International Trade Union Confederation /ITUC) telah diluncurkan pada tahun 2001, untuk menilai, menganalisis, dan mendorong terciptanya pekerjaan yang layak sebagai konsekuensi dari kebijakan lingkungan yang diperlukan. Maka, untuk memastikan dampak positif dan menanggapi perubahan iklim, transisi ekonomi dan pertumbuhan pekerjaan ramah lingkungan, Prakarsa Pekerjaan Ramah Lingkungan telah diperkenalkan sebagai suatu proyek nasional Indonesia oleh ILO bersama dengan Pemerintah Indonesia pada tahun 2009 di bawah naungan the Green Jobs in Asia Initiative.

Pada tahun 2011 disiapkan rencana strategis diprakarsai oleh Organisasi Buruh Internasional (ILO) bersama dengan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif serta Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi dan ditempatkan dibawah payung Proyek Pekerjaan Ramah Lingkungan ILO (ILO's Green Jobs) untuk Asia khususnya Indonesia untuk menetapkan suatu kerangka kebijakan pembangunan pariwisata berkelanjutan dan Pekerjaan Ramah Lingkungan dalam sektor pariwisata di Indonesia.

Destinasi pariwisata Indonesia yang dikenal secara internasional yaitu Bali, sudah mempunyai pengalaman yang panjang dalam melaksanakan praktek-praktek pariwisata berkelanjutan yang didasarkan pada kearifan budaya setempat, yaitu Tri Hita Karana – keharmonisan hubungan antara Alam, Manusia, dan Sang Pencipta. Konsep ini bahkan sudah dibawa ke tingkat internasional dan pada tahun 2002 serta telah mendapat pengakuan UNWTO dan organisasi industri regional terkemuka seperti Pacific Asia Travel Association (PATA).

Saat ini banyak komponen industri pariwisata (hotel, rumah makan, resor) yang telah mendapat penghargaan Tri Hita Karana, sebagai wujud kepeduliannya terhadap lingkungan, budaya dan kesejahteraan masyarakat. Tri Hita Karana merupakan model yang yang dapat dimodifikasi dan diadaptasi dalam industri pariwisata di daerah lain di Indonesia. Hal itu juga merupakan suatu contoh kerangka praktek pariwisata berkelanjutan dan pengembangan kebijakan untuk dipelajari oleh pemerintah lokal dan provinsi yang mengeluarkan ijin-ijin.

Usaha yang berkelanjutan diharapkan menjadikan aktifitas pariwisata sebagai alat informasi pengetahuan, mendukung kesatuan ekosistem, memberi keuntungan bagi penduduk, memelihara lingkungan dan menghormati budaya serta tradisi lokal. Prinsip dari pengembangan pariwisata berkelanjutan dinyatakan dengan penggunaan secara optimal sumberdaya alam dan budaya dalam kerangka keseimbangan dan menyokong pengembangan perekonomian nasional secara keseluruhan.

Menyediakan kesan khusus bagi turis di satu sisi, dan disisi lain meningkatkan kualitas kehidupan penduduk lokal. Ini bisa dicapai hanya dengan kerjasama permanen antara pemerintah, sektor swasta dan penduduk lokal. Pariwisata berkelanjutan adalah industri yang diusahakan menekan dampak negatif pada lingkungan dan budaya lokal, dengan membantu meningkatkan pendapatan, pekerjaan, dan konservasi ekosistem setempat. Hal ini merupakan pariwisata bertanggungjawab yang sensitif terhadap nilai-nilai ekologi dan budaya seperti ekowisata (ecotourism). Ekowisata sebagai sarana untuk mempromosikan pelestarian lingkungan dan peningkatan pendapatan (Nag, 2018; Teeroovengadum, 2019). Pengembangan ekosistem pariwisata terpadu pada strategi jalur pro environment harus mengoptimalkan lingkungan sebagai sumber daya pariwisata dengan tetap menjaga kelestariannya.

Kelima, Pro Technology (Penggunaan Teknologi). Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap pertumbuhan dan perkembangan pariwisata (Ilić & Nikolić, 2018; TFAILY, 2018; Tsurai & Chimbo, 2019). Perkembangan TIK telah terbukti mendukung peningkatan kualitas sektor pariwisata di Indonesia, di antaranya melalui *platform E-Commerce* yang turut membantu pelaku usaha dan pemerintah untuk meningkatkan kinerja sektor pariwisata di Indonesia baik dari sisi teknologi maupun melalui edukasi bagi para pemangku kepentingan.

Perkembangan ini direspon dari sisi permintaan (konsumen), dimana mayoritas wisatawan (70%) melakukan 'Search & Share' secara online (Kemenpar RI 2019), dan mayoritas wisatawan (50-70%) menggunakan 'Online Travel Agent (OTA)' (Dailysocial.id 2018). Hal lain sebagai salah satu akibat dari penggunaan TIK pada sektor pariwisata adalah munculnya fenomena *viral destinations* atau destinasi wisata berbasis viral sebagai akibat dari penggunaan media sosial melalui platform seperti Facebook, Youtube, Instagram & Twitter.

Fenomena ini mampu menghadirkan destinasi wisata baru yang sebelumnya belum

tersentuh oleh kebijakan pemerintah maupun usaha swasta. Fenomena *viral destinations* ini menjadi semakin populer sebagai bagian dari strategi pemasaran beberapa obyek wisata baru tersebut. Perkembangan pariwisata berkorelasi dengan sarana komunikasi baru, dan informasi yang mencapai tujuan manapun di seluruh dunia secara instan. Oleh karena itu, aplikasi smartphone harus dikembangkan agar lebih menarik dan bermanfaat bagi calon wisatawan yang harus mengetahui destinasi secara *real time* (Sava & Mateia, 2016).

Berbagai metode baru penggunaan sosial media dan mesin pencari (search engine) yang telah disebut di atas merupakan contoh kecil dari penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam mempromosikan dan mengembangkan sektor pariwisata dalam negeri. Seiring dengan peningkatan penetrasi internet dalam masyarakat dan munculnya metode penggunaan media sosial ini, urgensi penerapan teknologi dalam meningkatkan kinerja sektor pariwisata Indonesia merupakan hal yang tidak dapat disangkal lagi. Perkembangan teknologi juga memiliki keterkaitan dengan masalah lingkungan hidup.

Pada satu tahapan pertumbuhan ekonomi perkembangan teknologi yang disertai dengan peningkatan kesadaran masyarakat dapat ikut mendorong terciptanya pembangunan yang lebih ramah lingkungan. Pada fase-fase awal, pertumbuhan ekonomi yang disertai dengan tingkat adopsi teknologi dan kesadaran masyarakat yang masih relatif rendah, memberikan tekanan yang tinggi pada lingkungan (polusi).

Pada fase selanjutnya, tekanan pertumbuhan ekonomi pada kualitas lingkungan lebih rendah dibandingkan dengan fase sebelumnya. Pada tahapan ini proses adopsi teknologi dan pengetahuan, serta environment consiousness juga semakin meningkat. Kondisi ini akan mengantarkan pada fase berikutnya yaitu periode *recovery* atas kondisi lingkungan seiring dengan peningkatan aktivitas perekonomian. Pengembangan ekosistem pariwisata terpadu pada strategi jalur pro technology harus mengoptimalkan pemanfaatan TIK dalam peningkatan kinerja pariwisata serta mendorong pembangunan yang lebih ramah lingkungan.

Strategi pro teknologi juga akan mendorong terjadinya inovasi pada sektor pariwisata. Dokumen administrasi Pemerintahan dan regulasi baru secara resmi menyebutkan terminology Inovasi pada UU No. 23 Tahun 2014 yang ditandatangani oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono. Konteks inovasi pun sudah mulai didengungkan sejak ditetapkannya

Peraturan Bersama Menristek dan Mendagri No. 03 Tahun 2012 dan No. 36 Tahun 2012 tentang Penguatan Sistem Inovasi Daerah (SIDa) dan saat ini lebih diperkuat dengan hadirnya Peraturan Pemerintah (PP) No. 38 Tahun 2017 tentang Inovasi Daerah. Kemenparekraf pun turut mengedepankan INOVASI sebagai terobosan dalam meningkatkan kepariwisataan di masa Pandemi Covid-19.

KESIMPULAN

Pembangunan bidang pariwisata diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, karena sektor pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan di bidang ekonomi. Kegiatan pariwisata merupakan salah satu sektor non-migas yang diharapkan dapat memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian Negara. Pariwisata akan berkontribusi maksimal pada perekonomian negara, bila dikembangkan secara berencana dan terpadu, serta diperlukan kolaborasi antara semua pemangku kepentingan. Dengan begitu sektor pariwisata akan berfungsi sebagai penggerak kinerja perekonomian, sehingga diharapkan dapat mengurangi kemiskinan dan pengangguran. Ukuran suksesnya pariwisata bukan hanya jumlah pengunjung belaka (kuantitas) tetapi oleh lamanya tinggal, uang yang dipakai selama kunjungan dan kualitas pengalaman. Pada akhirnya dicapai kepuasan, memberi gairah kepada turis dengan membawa pengetahuan baru di tempat asalnya dan membagi cerita kepada teman-temannya apa yang diperolehnya. Hal ini tentunya akan menarik pengunjung baru dan akan tetap memberi peluang bagi kelanjutan bisnis pariwisata terus menerus. Pengembangan ekosistem pariwisata terpadu dilakukan untuk memadukan pembangunan dan pengelolaan daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan fasilitas ekonomi lainnya di dalam satu kawasan sebagai sebuah destinasi pariwisata dengan memperhatikan integrasi antara para pemangku kepentingan dan antara berbagai sub sektor berdasarkan strategi 5 jalur. Strategi 5 jalur yang digunakan dalam pengembangan ekosistem pariwisata terpadu adalah *pro growth*, *pro job*, *pro poor*, *pro environment* dan *pro technology*. Strategi 4 jalur diadopsi dari pemikiran dan kebijakan presiden Susilo Bambang Yudhoyono dan pembangunan ekonomi di masa kepemimpinannya. Sedangkan strategi jalur *Pro technology* berdasarkan kebutuhan pariwisata di era sekarang yang tidak terlepas dari perkembangan teknologi khususnya teknologi komunikasi dan informasi.

REKOMENDASI

Studi ini memberikan rekomendasi atas model ekosistem bisnis pariwisata terpadu berdasarkan strategi 5 jalur, adapun rekomendasi penelitian yang ditujukan kepada pemerintah serta pelaku bisnis pariwisata adalah:

1. Ekosistem bisnis merupakan komunitas ekonomi yang didukung oleh fondasi organisasi dan individu yang saling berinteraksi (organisme dalam dunia bisnis) menghasilkan barang dan jasa yang bernilai bagi pelanggan, yang merupakan anggota ekosistem itu sendiri. Sehingga perlu pemahaman mengenai ekosistem bisnis khususnya di sektor pariwisata agar kita bisa lebih bijak dan dapat mengalokasikan sumber daya tepat sasaran dengan memilih prioritas yang akan dikembangkan terlebih dahulu didalam pariwisata.
2. Pariwisata dikembangkan bukan untuk menggantikan sektor manapun, namun untuk menjadi salah satu sektor yang tumbuh bersama sektor lainnya. Pariwisata juga perlu memperhatikan kepentingan berbagai tingkat, baik nasional, provinsi maupun kabupaten/kota dan juga untuk kepentingan masyarakat luas. Sehingga diperlukan kolaborasi diantara pemangku kepentingan yaitu pelaku usaha, pemerintah, masyarakat, akademisi, dan media untuk menciptakan nilai manfaat kepariwisataan serta keuntungan dan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan.
3. Pariwisata terpadu mengacu pada kawasan tertentu yang menjadikan pariwisata sebagai industri dominan melalui promosi sumber daya ekonomi dan sosial yang komprehensif dan sistematis, terutama sumber daya pariwisata. Pariwisata terpadu harus mengotimalkan sumber daya lokal, kegiatan, produk, industri produksi dan jasa, dan masyarakat lokal yang partisipatif sebagai upaya untuk memadukan pembangunan dan pengelolaan daya tarik wisata, fasilitas pariwisata dan fasilitas ekonomi lainnya di dalam satu kawasan sebagai sebuah destinasi pariwisata.
4. Strategi jalur pertumbuhan berkelanjutan berkeadilan (Pro Growth), Penyerapan Tenaga Kerja (Pro Job), Pengurangan Kemiskinan dan Program Pro Rakyat (Pro Poor), pelestarian lingkungan (pro Environment), Penggunaan Teknologi (Pro Technology) dilakukan dalam pengembangan ekosistem pariwisata terpadu agar meningkatkan permintaan barang dan jasa pada sektor pariwisata dan sektor-sektor lainnya yang berdampak pada

peningkatan pertumbuhan ekonomi, penyerapan tenaga kerja serta mengurangi kemiskinan daerah lokasi pariwisata dengan pemanfaatan TIK dalam peningkatan kinerja pariwisata serta mendorong pembangunan yang lebih ramah lingkungan.

UCAPAN TERIMAKASIH

Terimakasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dalam penulisan karya tulis ini. Terkhusus kepada Mitra Bestari Jurnal Inovasi yang telah banyak memberikan masukan, tanggapan dan kritik dalam penyempurnaan karya tulis ini. Semoga karya tulis ini memberi manfaat bagi kita semua, baik dalam kepentingan akademis maupun kepentingan praktis.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Yani Basuki, Zaenal A. Budiono. 2011. Four Track Strategy dan Pembangunan Ekonomi H. Susilo Bambang Yudhoyono. Jakarta: Fajar Ilmu.
- Adner, Ron, K., & Rahul. 2010. Value Creation In Innovation Ecosystems: How The Structure of Technological Interdependence Affects Firm Performance In New Technology Generations. *Strategic Management Journal*, 31. hal 306-333.
- Adner, R. 2006. Match Your Innovation Strategy to Your Innovation Ecosystem. *Harvard Business Review* hal 2-11.
- Akoumianakis, D. 2014. Ambient affiliates in virtual cross-organizational tourism alliances: A case study of collaborative new product development. *Computers in Human Behavior*, 30 (January 2014), hal 773-786.
- Aktaş Şenkardeşler, R. 2020. Long-Run Nexus Between Tourism Receipts And Economic Growth: Empirical Evidence from Turkey. *Journal of Accounting Finance and Auditing Studies (JAFAS)*, 6(3), hal 135-147.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Survei Angkatan Kerja Nasional Indonesia 2018.
- Baggio, R., & Chiappa, G. Del. 2013. Information and Communication Technologies in Tourism 2013. Information and Communication Technologies in Tourism 2013, October.
- Basole, R. C. 2009. Visualization of interfirm relations in a converging mobile ecosystem. *Journal of Information Technology*, 24(2), hal 144-159.
- Blake, A., Sinclair, M. T., & Soria, J. A. C. 2006. Tourism productivity. Evidence from the United Kingdom. *Annals of Tourism Research*, 33(4), hal 1099-1120.
- Brida, J. G., Barquet, A., & Risso, W. A. 2010. Causality between economic growth and tourism expansion: Empirical evidence from Trentino-Alto adige. *Tourismos*. 5(2), hal 87-98.
- Cornelis, S., Faisal, B., Gunawan, M. P., Herman, Monballyu, M., Ermaula, F. A., Roosmalen, P., Agreholm, J., Sugeng, P., Setiawati, P., & Rostiana, E. 2018. Rencana induk pariwisata terpadu. [Online] Dari: http://bpiw.pu.go.id/uploads/itmp/Laporan_Pendahuluan_ITMP_Danau_Toba.pdf
- Dinata Wema Satya. 2018. "Terbongkar! Praktik Turis Murah dari Tiongkok di Bali Bakal Diberantas Pemerintah hingga ke Akar" *Tribun Mando*, 20 Oktober 2018 [Online] Dari: <https://manado.tribunnews.com/2018/10/20/terbongkar-praktik-turis-murah-dari-tiongkok-di-bali-bakal-diberantas-pemerintah-hingga-ke-akar?page=2> [Diakses: 11 September 2020]
- Dwyer, L., Forsyth, P., & Spurr, R. 2016. Tourism economics and policy analysis: Contributions and legacy of the Sustainable Tourism Cooperative Research Centre. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 26 (February), hal 91-99.
- Fairuza, M. 2017. Kolaborasi antar Stakeholder dalam Pembangunan Inklusif pada Sektor Pariwisata (Studi Kasus Wisata Pulau Merah di Kabupaten Banyuwangi). *Kebijakan Dan Manajemen Publik*, 5(3), 1-13.
- Garza-Rodriguez, J. 2019. Tourism and poverty reduction in Mexico: An ARDL cointegration approach. *Sustainability (Switzerland)*, 11(3).
- Gökovali, U., & Bahar, O. 2006. Contribution of tourism to economic growth: A panel data approach. *Anatolia*, 17(2), hal 155-167.
- Hermawan, H. 2016. Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglangeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal. *Pariwisata*. III(2) hal 105-127.
- Ilić, I., & Nikolić, A. 2018. Implications of modern technology development for the tourism sector of the Republic of Serbia. *Ekonomika*, 64(1), hal 37-52.
- Jarvi, K., & Kortelainen, S. 2017. Taking stock of empirical research on business ecosystems: A literature review. *International Journal of Business and Systems Research (IJBSR)*. 11(3) hal 215-228.
- Jayathilake, P. M. B. 2013. Tourism and economic growth in Sri Lanka: evidence from cointegration and causality analysis. *International Journal of Business, Economics and Law*. 2(2), hal 22-27.
- Kadir, N., & Karim, M. Z. A. 2012. Turizam i ekonomski rast u maleziji: Dokazi iz turističkih dolazaka iz ASEAN-5 zemalja. *Ekonomika Istrazivanja*, 25(4), hal 1089-1100.
- Kementerian Pariwisata. 2016. Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor barang Terbesar, Tahun 2011 - 2015. Ranking Devisa Pariwisata Terhadap 11 Ekspor Barang Terbesar, Tahun 2011 - 2015 [Online] Dari: <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/devisa2011-2015.pdf>

- Lee, C. C., & Chang, C. P. 2008. Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism Management*. 29(1), hal 180–192.
- Lisi, F. A., & Esposito, F. 2015. An AI application to integrated tourism planning. Congress of The Italian Association for Artificial Intelligence 2015. Hal 246–259.
- Moore, J. F. 1993. A New Ecology of Competition Harvard Business Review. *Harvard Business Review*. 71(3) hal 75–86.
- Morozova, L. S., Ananjev, A. N., Morozov, V. Y., Havanova, N. V., & Litvinova, E. V. 2015. Influence of tourism industry development on the regional labour market (On the example of the Yaroslavl region). *Review of European Studies*. 7(3) hal 51–65.
- Nag, A. 2018. A Study of Tourism Industry of Himachal Pradesh with Special Reference to Ecotourism. *Sumedha Journal of Management*. 7(1) hal 85–106.
- Njoya, E. T., & Seetaram, N. 2018. Tourism Contribution to Poverty Alleviation in Kenya: A Dynamic Computable General Equilibrium Analysis. *Journal of Travel Research*. 57(4) hal 513–524.
- Nugroho, L., Utami, W., & Doktoralina, C. M. 2019. Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah (Halal Tourism Business Ecosystem in the Maqasid Syariah Perspective). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*. 3(2) hal 84–92.
- Oneti, A. N., & Predonu, A.-M. 2013. Effects of Tourism on Labour Market. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*. 92(Lumen) hal 652–655.
- Peña-Sánchez, A. R., Ruiz-Chico, J., Jiménez-García, M., & López-Sánchez, J. A. 2020. Tourism and the SDGs: An analysis of economic growth, decent employment, and gender equality in the European Union (2009-2018). *Sustainability*. 12(13): 5480.
- Prasetya, D., & Rani, M. 2014. PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lombang). *Jurnal Politik Muda*. 3(3) hal: 412–421.
- Rusyidi, B., & Ferdiansah, M. 2018. Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 5(1), 144. <https://doi.org/10.24843/jdepar.2017.v05.i01.p26>
- Sava, C., & Mateia, A. N. (2016). An Analysis of the Impact of the Internet. *QUAESTUS MULTIDISCIPLINARY RESEARCH JOURNAL*, 347–352.
- Selander, L., Henfridsson, O., & Svahn, F. (2013). Capability search and redeem across digital ecosystems. *Journal of Information Technology*, 28, 183–197. https://doi.org/10.1007/978-3-662-59807-8_4
- Selen, W., & Ogulin, R. 2015. Strategic Alignment across a Tourism Business Ecosystem. *Athens Journal of Tourism*. 2(3) hal 167–178.
- Still, K., Huhtamäki, J., Russell, M. G., & Rubens, N. 2014. Insights for orchestrating innovation ecosystems : the case of EIT ICT Labs and data-driven network visualisations Kaisa Still * Jukka Huhtamäki Neil Rubens. *International Journal Technology Management*. 66(2/3) hal 243–265.
- Tang, D., & Lyons, R. 2016. An ecosystem lens: Putting China's digital music industry into focus. *Global Media and China*, 1(4) hal 350–371.
- Teeroovengadam, V. 2019. Environmental identity and ecotourism behaviours: examination of the direct and indirect effects. *Tourism Review*. 74(2) hal 257–269.
- TFAILY, R. 2018. E-Tourism and the Competitiveness of Tourism Products in the Context of the Global Tourism and Travel Industry Market. *Review of International Comparative Management*. 19(2) hal 187–195.
- Thomas, L. D. W., & Autio, E. 2012. Modeling the ecosystem: A meta-synthesis of ecosystem and related literatures. The DRUID Society Conference on Innovation and Competitiveness - Dynamics of Organizations, Industries, Systems and Regions, June, 0–27.
- Tsatsou, P., Elaluf-Calderwood, S., & Liebenau, J. 2010. Towards a taxonomy for regulatory issues in a digital business ecosystem in the EU. *Journal of Information Technology*. 25(3) hal 288–307.
- Tsaurai, K., & Chimbo, B. 2019. Information and communication technology (ICT) led tourism growth nexus in transitional markets. *Acta Universitatis Danubius. Oeconomica*. 15(5) hal 38–56.
- Tung, L. T., & Cuong, L. K. 2020. Impact of tourism on poverty reduction: Evidence from an emerging tourism market. *Montenegrin Journal of Economics*. 16(3), hal 45–55.
- Wareham, J. D., Fox, P. B., & Cano Giner, J. L. 2013. Technology Ecosystem Governance. *ESADE Business School Research Paper*. 225-2 .
- Weng, C. C., & Wang, K. L. 2006. Scale and scope economies of international tourist hotels in Taiwan. *Tourism Management*. 27(1), hal 25–33.
- Yazdi, S. K. 2019. Structural breaks, international tourism development and economic growth. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*. 32(1) hal 1765–1776.