

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan pariwisata yang ditandai dengan meningkatnya jumlah orang yang bepergian ke luar negeri dan di dalam negeri setiap tahunnya menjadi faktor pendorong utama terjadinya aktivitas pariwisata massal. Fenomena tersebut disertai dengan dampak negatif seperti emisi gas rumah kaca, kebocoran ekonomi, hilangnya sumber daya alam, serta dampak negatif lainnya pada masyarakat lokal dan aset budaya (UNWTO, 2017). Aktivitas pariwisata massal sendiri memberikan dampak negatif terbesar pada industri pariwisata, sehingga pariwisata secara umum tidak dapat memenuhi persyaratan keberlanjutan atau *sustainability* (Mason, 2003). Pertumbuhan pariwisata di Indonesia yang meningkat hingga 14% sejak tahun 2009 juga memperkuat bahwa pariwisata di Indonesia juga harus menerapkan keberlanjutan atau *sustainability* (Darmawan, 2019).

Sustainability atau keberlanjutan yang kini sangat krusial dalam penerapannya di segala aspek, telah menjadi sebuah trend yang juga dapat menjawab tantangan pariwisata global. Dengan memperhatikan dampak negatif yang ada akibat adanya pertumbuhan pariwisata menimbulkan konsensus luas bahwa pariwisata saat ini harus berkelanjutan (Peeters *et al*, 2004). Hal tersebut juga didukung dengan gerakan organisasi-organisasi pengembangan wisata yang sekarang juga mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan untuk mengurangi efek negatif yang disebabkan oleh dampak pariwisata yang semakin meningkat, terutama dampak

terhadap lingkungan (Fennell *et al*, 2020). Istilah pariwisata berkelanjutan sendiri mengacu pada perjalanan yang secara keseluruhannya mempertimbangkan dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan di masa lalu, sekarang, dan yang akan diproyeksikan di masa mendatang dimana pelaksanaannya mempertimbangkan kebutuhan para pengunjung dan masyarakat setempat sebagai tuan rumah. (UNEP & UNWTO, 2005).

Dalam hal ini, Indonesia mewujudkan pariwisata berkelanjutan dengan turut menjaga kearifan lokal, budaya dan adat istiadat yang dapat saling menguntungkan para pemangku kepentingan baik dari aspek sosialekonomi maupun lingkungan. Melalui program-program dalam pariwisata berkelanjutan yang berorientasi pada 3P (*People, Planet dan Prosperity*), keberadaan pemerintah akan membantu menjaga dampak ekologi, sosial/budaya, ekonomi lokal dengan mencermati *carrying capacity* atau daya dukung lingkungan (Maspul, 2021). Selain itu dengan melihat ekosistem pariwisata di Indonesia yang banyak bergantung pada kekayaan alam, prinsip konservasi telah menjadi dasar utama dalam menjaga agar pariwisata di Indonesia dapat tetap berkelanjutan dan terjaga kualitasnya. Dalam mewujudkan keberlanjutan, beberapa destinasi di Indonesia juga telah mewujudkan keberlanjutan dengan memperhatikan pengelolaan sampah di destinasi serta menerapkan kebijakan *visitor management*.

Tour operator turut bertanggung jawab atas dampak positif maupun negatif yang dirasakan akibat adanya pariwisata (UNEP, 2003) *Tour operator* memiliki peran sentral dalam industri pariwisata, salah satunya adalah berperan sebagai perantara antara wisatawan dan produk jasa

pariwisata. *Tour operator* juga mempresentasikan peran penting dalam mengubah perilaku dan sikap kearah pariwisata yang lebih bertanggung jawab atau *responsible* (Sigala, 2008). Peran penting yang diambil *tour operator* untuk memajukan tujuan pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat mempengaruhi keputusan konsumen, praktik *suppliers*, serta pola pengembangan destinasi (Gopal, 2014). Selain itu mengintegrasikan prinsip-prinsip berkelanjutan ke dalam praktik bisnis juga dapat memperkuat nilai merek dan reputasi di mata konsumen, menciptakan hubungan yang lebih baik dengan supplier, staf, dan masyarakat setempat serta meningkatkan rasa hormat mereka sebagai mitra di destinasi dan membatasi resiko masalah atau konflik (Fekrat et al, 1996). Apabila penerapan prinsip berkelanjutan dapat berjalan dengan baik maka praktik berkelanjutan juga dapat meningkatkan pendapatan dan nilai pemegang saham, khususnya melalui penciptaan bisnis yang lebih berulang, akuisisi pelanggan, penghematan biaya dan peningkatan efisiensi operasional.

Menurut (Khairatp & Maher, 2012) saat ini sejumlah besar *tour operator* telah mengambil sikap yang lebih proaktif dengan mengembangkan kebijakan lingkungan. Beberapa *tour operator*, terutama yang terspesialisasi mengadopsi perspektif yang lebih komprehensif tentang pariwisata berkelanjutan, menciptakan produk yang meminimalkan dampak sosial dari pariwisata dan meningkatkan keuntungan finansial bagi masyarakat setempat. Salah satu bentuk proaktif tersebut adalah pembentukan *Tour Operator Initiatives* (TOI) yang merupakan sebuah jaringan yang menyatukan operator tour *inbound* dan *outbound* dari semua spesialisasi dan dari semua wilayah di dunia yang telah mengakui urgensi

serta telah menggabungkan prinsip-prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam operasi perusahaan mereka. TOI sendiri dikembangkan dan didukung oleh organisasi dunia seperti *United Nations Environment Programme* (UNEP), *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* (UNESCO), dan *World Tourism Organization* (UNWTO). Menurut Carbone (2004) & (TOI, 2007), komitmen utama para anggota TOI dalam mewujudkan praktik pembangunan berkelanjutan dalam bisnisnya adalah dengan memperhatikan dan menerapkan prinsip-prinsip *sustainable tourism* ke dalam area operasi utama yang dimiliki *tour operator* yaitu manajemen internal (*internal management*), pengembangan produk (*product development*), manajemen rantai pasok (*supply chain management*), hubungan pelanggan (*customer relations*), kerja sama dengan destinasi (*cooperation with destination*).

Beberapa pelaku usaha tour di Indonesia telah menyadari bahwa keberlanjutan bisnisnya tidak dapat terpisahkan dengan keberlanjutan pariwisata itu sendiri. Persepsi bahwa bisnis *tour* hanya memperhatikan keuntungan pada bisnis itu sendiri sekarang telah banyak berubah juga di Indonesia. Dari beberapa *tour operator* yang ada di kota Malang, Jawa Timur, salah satu *tour operator* yang memiliki inisiatif dan berfokus dalam merealisasikan pariwisata berkelanjutan adalah Malang Travelista. Menurut hasil wawancara awal pra-penelitian dengan CEO dan Pendiri Malang Travelista, Putra Sulihanto, Malang Travelista merupakan *tour operator* di Jawa Timur yang berdiri pada tahun 2011 dengan nama Malang Travel. Malang Travelista didirikan dengan fokus utama untuk mewujudkan pariwisata berkelanjutan dengan memberikan perhatian

kepada isu-isu lingkungan terkini dan juga keterlibatan masyarakat atau komunitas lokal. Sejak berdiri, target pasar utama dari Malang Travelista adalah *family tour* dan *small group* baik itu wisatawan mancanegara maupun domestik. Sesuai dengan *company profile* Malang Travelista, penerapan *sustainable* yang ada mengikuti praktik beberapa *tour operator* internasional yang telah berhasil mewujudkan pariwisata berkelanjutan salah satunya seperti G Adventure yang juga merupakan anggota *Tour Operators' Initiative* (TOI).

Beberapa penelitian mengenai penerapan prinsip pariwisata berkelanjutan sebelumnya telah dilakukan pada bisnis perjalanan dan telah memberikan hasil bahwa penerapan praktik pariwisata berkelanjutan memberikan dampak positif baik bagi bisnis itu sendiri maupun lingkungan yang terdapat di sekitarnya. Salah satunya adalah penelitian Tepelus (2003), yang menyimpulkan bahwa praktik yang lebih berkelanjutan dapat menjadi alat manajerial yang berkontribusi untuk menawarkan paket liburan yang memungkinkan *tour operator* menjadi lebih kompetitif di pasar tanpa mengandalkan harga. Sigala (2008) dengan kesimpulan bahwa penerapan prinsip-prinsip *sustainable tourism* pada manajemen bisnis perjalanan terutama dalam aspek rantai pasokan atau *supply chain management* (SCM) sangatlah penting untuk membangun dan menjaga mitra jangka panjang. Sementara, penelitian Kilipiris & Zardava (2012), menyimpulkan bahwa *tour operator* serta industri pariwisata lainnya dapat menggunakan prinsip pembangunan berkelanjutan ke dalam program pelatihan staff dan *stakeholder* agar dapat menjadi peluang untuk meningkatkan keunggulan kompetitif.

Selanjutnya penelitian Gopal (2014) yang mendukung dengan menyimpulkan bahwa *supplier tour operator*, seperti akomodasi dan transportasi, memainkan peran penting dalam partisipasi lingkungan, tetapi dalam pelaksanaannya agar lebih baik harus berada di bawah bimbingan dan standar *sustainable tour operator*. Sementara Goffi et al., (2018), menyimpulkan bahwa pendekatan *tour operator* terhadap *sustainability* sangat penting untuk kelangsungan hidup destinasi dan bisnis *tour operator* itu sendiri. Terakhir, penelitian Godjali (2021), yang menyimpulkan bahwa *sustainable tourism* mampu meningkatkan kinerja manajemen, meningkatkan komitmen organisasi terhadap keberlanjutan dan memberikan posisi yang kuat untuk menghadapi kesulitan dalam sektor pariwisata berkelanjutan yang berkembang pesat dalam bisnis *Wise Step Travel Jakarta* sebagai *travel agency*.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, belum ada penelitian yang meneliti mengenai penerapan *sustainable tourism* di *tour operator* Indonesia. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana penerapan *sustainable tourism* pada *tour operator* di Indonesia khususnya di Malang Travelista dengan judul **“Penerapan Praktik *Sustainable Tourism* di *Tour Operator* Malang Travelista.”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas fokus penelitian ini adalah untuk mengkaji **“Penerapan *Sustainable Tourism* di *Tour Operator* Malang Travelista”**.

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Formal

Untuk memenuhi persyaratan tugas akhir di semester 8 sesuai dengan kompetensi yang telah ditetapkan oleh Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Diploma IV, Jurusan Perjalanan, di Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

- a Untuk mengetahui penerapan *sustainable tourism* pada manajemen internal (*internal management*) di Malang Travelista.
- b Untuk mengetahui penerapan *sustainable tourism* pada pengembangan produk (*product development*) di Malang Travelista.
- c Untuk mengetahui penerapan *sustainable tourism* pada manajemen rantai pasokan (*supply chain management*) di Malang Travelista.
- d Untuk mengetahui penerapan *sustainable tourism* pada hubungan pelanggan (*customer relations*) di Malang Travelista.
- e Untuk mengetahui penerapan *sustainable tourism* pada kerjasama dengan destinasi (*Cooperation with destination*) di Malang Travelista.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan atau sumber informasi dan mendalami ilmu mengenai *sustainable tourism* pada bidang bisnis perjalanan.

2. Manfaat Praktis

- a Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Malang Travelista, sehingga perusahaan dapat memaksimalkan penerapan *sustainable tourism* ke dalam bisnis *tour operator*.
- b Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan komponen-komponen penting dalam penerapan *sustainable tourism* ke dalam bisnis *tour operator* sehingga dapat meningkatkan pendapatan Malang Travelista.