

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan pariwisata saat ini makin inovatif. Jika selama ini perkembangan pariwisata berfokus pada kegiatan pariwisata massal (*mass tourism*) dimana seluruh kegiatan wisatanya dikomersialisasikan secara besar-besaran tanpa memperhatikan sisi keberlanjutannya. Namun, beberapa tahun terakhir ini mulai berkembang secara signifikan kegiatan pariwisata alternatif (Sunarta & Arida, 2017). Sebagaimana yang dijelaskan oleh Moscardo dalam Christou (2012) bahwa pariwisata alternatif merupakan suatu bentuk pariwisata yang menjadi solusi dalam mengatasi dampak negatif terhadap masyarakat dan lingkungan yang muncul akibat pengembangan pariwisata massal (*mass tourism*) serta diharapkan dapat memberikan efek positif secara berkelanjutan bagi generasi yang akan datang.

Lebih lanjut, beberapa hasil studi mengenai kepariwisataan juga menyatakan bahwa pariwisata harus memperhatikan aspek keberlanjutan dengan melibatkan masyarakat dan mementingkan kelestarian sumber daya didalamnya (Sunarta & Arida, 2017). Hal ini diperkuat oleh strategi Kemenparekraf yang tidak lagi hanya berfokus mengejar pada jumlah kunjungan. Namun, lebih menyentralkan pada implementasi konsep berwisata yang dapat memberikan efek berkelanjutan terhadap lingkungan,

sosial, budaya ekonomi baik di masa sekarang maupun masa depan bagi masyarakat lokal maupun wisatawan (Kemenparekraf/ Baparekraf RI, 2021). Mengutip dari situs *online* www.gstccouncil.org tahun 2022, pariwisata berkelanjutan merupakan pariwisata yang mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya dengan memperhatikan secara sadar akan dampak yang ditimbulkan dari pengembangan pariwisata untuk memastikan keberlanjutan jangka panjangnya.

Pariwisata berkelanjutan sendiri merupakan istilah *general* yang luas dan mempunyai beberapa subkategori di dalamnya. *Community based tourism, ethno tourism, soft tourism* serta *ecotourism* adalah contoh dari opsi subkategori tersebut yang mendukung perkembangan pariwisata berkelanjutan (Wedari, 2022). Oleh karena itu, diperlukan partisipasi dari para *stakeholder* dalam pengembangan dan pengelolaan produk pariwisata berkelanjutan. Salah satu contoh produk pariwisata berkelanjutan yang dapat dikembangkan dimana saja adalah *walking tour* karena tidak memerlukan investasi yang banyak (Annisa, 2023).

Walking tour sendiri merupakan salah satu opsi berwisata yang sudah ada sejak masa lampau dimana memungkinkan wisatawan untuk terlibat langsung dengan masyarakat lokal, alam dan budaya setempat dengan berjalan kaki. Lebih jauh, *walking tour* ini semakin berkembang setelah pandemi COVID-19 dengan tawaran rute dan pengalaman baru (Mustofa, 2023). Hal ini diperkuat dengan laporan dari Organisasi Pariwisata Dunia/WTO menyatakan bahwa terdapat tren permintaan konsumen yang cukup signifikan akan berwisata dengan melibatkan

wisatawan tersebut dapat berinteraksi langsung di suatu destinasi dan merasakan pengalaman otentik (Taylor dalam Mustofa, 2023).

Walking tour dapat diimplementasikan di berbagai tempat sebagai bagian dari upaya pariwisata berkelanjutan dengan investasi yang relatif terjangkau. Ini juga menjadi potensi untuk memberikan manfaat yang signifikan bagi penduduk lokal dan komunitas dalam bidang sosial dan ekonomi jika dikelola dengan baik (UNWTO, 2019). Melansir dari situs *online* <https://telusuri.id>, di Indonesia sendiri *walking tour* sudah dilaksanakan di beberapa kota besar yang umumnya dikelola oleh sebuah komunitas. Berikut ini adalah daftar tabel *walking tour* di beberapa kota besar di Indonesia:

TABEL 1

***WALKING TOUR* DI BEBERAPA KOTA BESAR DI INDONESIA**

No.	Jenis Kota	Penyelenggara	Jenis Produk dan Rute	
1.	Jakarta	Jakarta Good Guide	<i>Walking Tour Regular</i>	Kota Tua
				<i>China Town</i>
				Pusat Kota Jakarta
			<i>Walking Tour Weekend</i>	Menteng
				Jatinegara
				Thamrin
				Cilincing
				Blok M
		Jakarta Walking Tour	Tanah Abang	
			<i>Jakarta Food Tour</i>	
			<i>The Old Batavia Tour</i>	
			<i>Jakarta Cultural and Religious Tour</i>	
			<i>Jakarta Markets Tour</i>	
2.	Bandung	Cerita Bandung	City	<i>The Original Bandung</i>
				<i>Nostalgia Bragaweg</i>
				<i>Pecinana Discovery</i>
				<i>Rediscover Pecinan</i>
				<i>Bandunglicious</i>
				<i>Jakarta Chinatown Tour</i>
				<i>Jakarta Shopping Tour</i>
<i>Jakarta Favorite Tour</i>				

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

TABEL 1

***WALKING TOUR DI BEBERAPA KOTA BESAR DI INDONESIA
(LANJUTAN)***

				<i>Bandunglicious 2.0</i>
				<i>Dagolicious</i>
				<i>Gemeentehuis & The Freemasons</i>
				<i>Ereveld Pandu</i>
				<i>Forgotten Kosambi & Cibunut Finest</i>
				<i>Bioscoop Bandung</i>
				<i>Dago Rendezvous</i>
				<i>Gedung Sate & The Archipelwijk</i>
				<i>Hidden Cicendo</i>
				<i>Revealing Tjihampelas</i>
				<i>Remembering The Fokkerhuis</i>
				<i>Tjikahoeripan Gebied</i>
				<i>BDG Undercover</i>
			<i>Nature</i>	<i>Suntenjaya</i>
				<i>Waterleiding</i>
				<i>Dago Side</i>
				<i>Sukawana Tea Plantation</i>
				<i>Bantar Awi</i>
				<i>Onderniming Djajagiri</i>
3.	Yogyakarta	Jogja Good Guide	<i>Discover the off-beaten path of Yogyakarta</i>	<i>Kotagede Walking Tour</i>
				<i>Kotabaru Walking Tour</i>
				<i>Kauman Walking Tour</i>

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

TABEL 1

***WALKING TOUR DI BEBERAPA KOTA BESAR DI INDONESIA
(LANJUTAN)***

				<i>Malioboro Walking Tour</i>
4.	Surabaya	<i>Bersukaria Tour</i>	<i>Private Walking Tour with Indonesian/English Story Teller</i>	-
			<i>Regular Walking Tour</i>	Keraton Surabaya
				Rempah & Pabean
				Kampung Kungfu
				Darmo Boulevard
				Ampel Special Lebaran
				Jalan Kenangan
				K2
				Makam Kembang Kuning
				Kya-ky
				Merdeka atau Mati
				Tunjungan Romansa
				Kayoon Berayun
				Kota Eropa
				<i>Spoorwagen</i>
				<i>Surabaya Riverside</i>
			<i>Museum Date</i>	
			Gudang Peluru	

Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Berdasarkan tabel tersebut, dapat terlihat bahwa mayoritas jenis *walking tour* yang ditawarkan oleh penyelenggara tur atau komunitas di beberapa kota besar di Indonesia tersebut masih berfokus pada rute dan cerita sejarah saja. Lebih dalam, menurut *Journey Lead* dari Sebumi mengatakan bahwa walaupun di Jakarta dan kota besar lainnya sudah banyak program paket *walking tour*, namun program-program tersebut hanya berfokus pada cerita *history* atau sejarah saja. Sehingga, Sebumi mencari alternatif lain yang mengkombinasikan antara kegiatan *walking tour* dengan konsep *ecotourism* atau edukasi lingkungan juga gaya hidup berkelanjutan sehingga tercipta *walking tour* dalam kota berbasis edukasi lingkungan dan gaya hidup berkelanjutan.

Sebumi merupakan sebuah *social enterprise* pertama di Indonesia yang menerapkan pendekatan holistik melalui edukasi, pengalaman dan produk yang mendukung implementasi gaya hidup berkelanjutan. Sebumi memiliki misi yaitu memberdayakan masyarakat agar secara sadar mulai menerapkan gaya hidup berkelanjutan dalam kehidupan sehari-hari dan menekankan sebuah konsep bahwa setiap tindakan kecil yang dilakukan akan dapat dirasakan secara global. Saat ini, Sebumi menghadirkan tiga produk inovasi utama dengan jenis produk turunan yang berbeda-beda dengan tema yang luas. Berikut merupakan daftar produk inovasi utama Sebumi:

TABEL 2
DAFTAR PRODUK SEBUMI

No.	Nama Produk Utama	Keterangan	Jenis Produk	Keterangan
1.	<i>Learn</i>	Membahas fakta, metode dan tips tentang cara hidup yang lebih berkelanjutan mulai dari kehidupan sehari-hari melalui 9 modul workshop <i>sustainability</i> Sebumi.	<i>Water - Managing Household Water</i>	Sendalu <i>Permaculture</i> ; 1 day
			<i>Waste – Home Composting</i>	Sampangan <i>circular hub and carbon factory</i> , Bekasi; 1 day
			<i>Food – Make Your Own Kitchen Garden!</i>	Pekarangan Rinati; 1 day
			<i>Energy – Unleashing Potential of Biogas as Renewable Energy</i>	Biogas Rumah Energi; 1 day
			<i>Transportation – Greener Transportation for Greener City</i>	<i>Green Space</i> ; 1 day
			<i>Shelter – Sustainable House for a Self Sufficient Living</i>	Bumi Macakal; 1 day
			<i>Biodiversity – Discover Urban Wildlife Near You!</i>	Hutan Kota Srengseng; 2 days
			<i>Fashion – Being Mindful in Our Daily Life</i>	Jagakarsa, <i>South Jakarta</i> ; 1 day
			<i>Mindfulness – A Practice of Mindful Living</i>	Taman Wisata Alam Angke Kapuk, PIK; 1 day

Sumber: Sebumi.id, 2024

TABEL 2
DAFTAR PRODUK SEBUMI
(LANJUTAN)

2.	<i>Experience</i>	Melalui perjalanan dengan Sebumi, peserta akan mendapatkan kesempatan tidak hanya untuk melihat keindahan alam saja namun juga keanekaragaman hayati dan budaya lokal serta mendapatkan perspektif baru melalui keterlibatan langsung dengan aksi konservasi dan keberlanjutan.	Sebumi Merimba	<i>Tanjung Putting National Park, Central Kalimantan; 4 days</i>
				<i>Merabu – Merasa – Derawan, East Kalimantan; 5 days</i>
				<i>Tangkahan, Gunung Leuser National Park; 3 days</i>
			Sebumi Melaut	<i>Baluran – Bali Barat National Park; 3 days</i>
				<i>Wakatobi, Southeast Sulawesi; 5 days</i>
				<i>Raja Ampat; 5 days</i>
			Sebumi Mendaki	<i>Mount Kerinci, Sumatra; 4 days</i>
				<i>Mount Semeru, East Java; 4 days</i>
				<i>Mount Rinjani, Lombok; 6 days</i>

Sumber: Sebumi.id, 2024

TABEL 2
DAFTAR PRODUK SEBUMI
(LANJUTAN)

			Sebumi Virtual Tour	<i>Journey to the Land of Forest Guardian - Merabu, East Kalimantan; zoom; 1 hour</i>
				<i>Virtual Tour to Ise-Shima National Park - Mie Prefecture, Japan; zoom; 1 hour</i>
			Green Tour Series	<i>Jakarta Green Tour - Jakarta; 3-4 hours</i>
				<i>Bali Harmony Green Tour – Kuta, Legian; 2-3 hours</i>
				<i>Jogja Heritage Green Tour – Keraton; 3-4 hours</i>
				<i>Green Tour Kids Edition – Jakarta, Yogyakarta, Bali; 3-4 hours</i>
				<i>Bandung Green Tour – Hutan Kotan, Babakan Siliwangi; 2-3 hours</i>

Sumber: Sebumi,id, 2024

TABEL 2
DAFTAR PRODUK SEBUMI
(LANJUTAN)

				Surabaya Sustainable City Tour – Surabaya; 4-5 hours (coming soon)
3.	<i>Adopt</i>	Seakar, platform yang dibuat khusus untuk produk yang sesuai dengan 9 aspek modul gaya hidup berkelanjutan dari Sebumi.	<i>Terrarium Kit</i>	<i>Observe Beauty of Biodiversity from Home; IDR 295.000</i>
			<i>Edible Gardening Kit</i>	<i>Learn to Grow Your Own Food; IDR 175.000</i>
			<i>Eco-print Starter Kit</i>	<i>Channel Your Creativity with Natural Dyes; IDR 225.000</i>
			<i>Ecoprint Shawl</i>	<i>Look Good and Feel Good with Our Eco-Friendly Shawl Made with Natural Dye; IDR 250.000</i>
			<i>Edible Garden Kit Terracota Pot</i>	<i>Learn to Grow Your Own Food; IDR 150.000</i>
			<i>Seakar X Cahaya Naturals Travel Kit</i>	<i>Radiate Your Beauty with Product Come from Nature; IDR 179.000</i>

Sumber: Sebumi.id, 2024

Dalam penelitian ini, jenis produk yang akan diteliti oleh penulis adalah produk *Green Tour Series* dimana ini adalah produk paket *walking tour* yang mengadopsi sembilan modul keberlanjutan oleh Sebumi pada implementasinya yaitu *food, waste, water, transportation, shelter, energy, fashion, biodiversity and mindfulness*. Dengan durasi sekitar tiga sampai empat jam, para peserta akan diajak mengeksplorasi berbagai macam sudut di berbagai kota pilihan seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya dan Bali mulai dari kuliner, transportasi juga atraksi wisata melalui sudut pandang sejarah dengan memadukan aspek keberlanjutan serta edukasi lingkungan yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari. Produk ini dirancang khusus bagi siapa saja yang tertarik untuk mulai mempelajari tentang gaya hidup berkelanjutan melalui tur jalan kaki (*walking tour*) yang menarik, mendidik dan menyenangkan.

Saat ini, produk *Green Tour Series* memiliki rute *walking tour* yang berbeda di masing-masing kota dimana rutenya masih dapat disesuaikan kembali dengan pembagian tema dan tingkatan *sustainable learning* yang berbeda, yaitu:

TABEL 3

RUTE GREEN TOUR SERIES

No.	Jenis <i>Green Tour Series</i>	Nama/Tema Rute	Tujuan Rute	Level Tingkatan <i>Sustainable Learning</i>
1.	Jakarta <i>Green Tour</i>	<i>“sustainability starts with me” – exploring food, waste, water</i>	Blok M – Menteng	<i>Basic Intermediate Advance</i>

Sumber: Sebumi.id, 2024

TABEL 3
RUTE GREEN TOUR SERIES
(LANJUTAN)

		<i>“sustainable city of the future” – exploring transportation, energy, shelter</i>	Blok M – Kota Tua	<i>Basic Intermediate Advance</i>
		<i>“sustainable lifestyle revolution” – exploring fashion, biodiversity, mindfulness</i>	Menteng – Tanah Abang	<i>Basic Intermediate Advance</i>
2.	Bandung Green Tour	Susur Alur Sungai Cikapundung – Sibaik Air, Manusia dan Hidup Berkelanjutan	Hutan Kota Bandung – Serlok Bantaran Cikapundung	<i>Basic Intermediate Advance</i>
3.	Jogja Heritage Green Tour	<i>Exploring the Sustainable Heritage City</i>	Keraton	<i>Basic Intermediate Advance</i>
			Kota Gede	
4.	Surabaya Sustainable City Tour	<i>From Heroic Story to Sustainability; Innovate for a Resilient Smart City</i>	Taman Prestasi – Alun-Alun Surabaya	<i>Basic Intermediate Advance</i>
5.	Bali Harmony Green Tour	<i>Rediscover The Sustainable Soul of Balinese Culture</i>	Kuta	<i>Basic Intermediate Advance</i>
			Legian	
6.	Green Tour Kids Edition	<i>Connecting Families Through The Power of Nature</i>	Jakarta	<i>Basic Intermediate Advance</i>
			Yogyakarta	
			Bali	

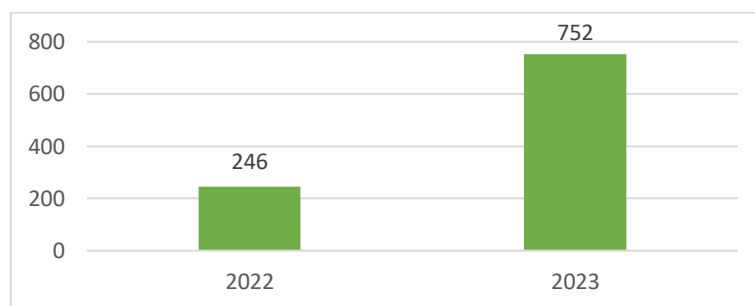
Sumber: Sebumi.id, 2024

Sebumi menyampaikan bahwa dari tahun 2022 dimana perusahaan tersebut pertama kali meluncurkan produk *Green Tour Series* hingga tahun 2023 produk tersebut mengalami peningkatan jumlah permintaan. Hal ini

disebabkan oleh mayoritas dari para peserta adalah orang-orang yang sudah pernah mengikuti kegiatan *walking tour* sebelumnya pada penyelenggara tur lain. Para peserta ini melihat bahwa Sebumi telah menampilkan konsep berbeda dari penyelenggara tur lain sehingga mereka merasa tertarik dan penasaran untuk mengikuti kegiatan *walking tour* tersebut. Kemudian, ini didukung juga oleh permintaan dari peserta terhadap *private tour* yang semakin meningkat dan banyak perusahaan yang ingin mengadakan *employee engagement* dengan mengikuti kegiatan *walking tour* serta banyak *brand* yang mulai mencoba untuk berkolaborasi dengan produk *Green Tour Series* ini. Berikut adalah diagram jumlah keseluruhan peserta yang mengikuti *Green Tour Series* (Jakarta, Bali, Jogja dan Bandung) tahun 2022-2023:

GAMBAR 1

JUMLAH PESERTA *GREEN TOUR SERIES* SEBUMI TAHUN 2022 – 2023



Sumber: Hasil Olahan Penulis, 2024

Gambar 1 menunjukkan terjadinya kenaikan jumlah peserta yang mengikuti kegiatan *walking tour* pada produk *Green Tour Series* Sebumi di tahun 2022 yang semula berjumlah 246 peserta menjadi 752 peserta di tahun 2023.

Berdasarkan data dan fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis ingin mencoba mengidentifikasi dan mengetahui penerapan prinsip *ecotourism* yang digunakan dalam produk *Green Tour Series* milik Sebumi tersebut menurut standar *Indonesian Ecotourism Network* (INDECON) mengenai *ecotourism product*. Diharapkan dengan adanya identifikasi pada produk *Green Tour Series* tersebut dapat menjadi bahan informasi kepada Sebumi untuk mempertahankan dan meningkatkan produk serta menjadi contoh bagi penyelenggara tur (*tour organizer*) atau komunitas lain untuk ikut serta mengimplementasikan konsep berkelanjutan pada produk wisata yang dimiliki dalam mendukung pariwisata yang berkelanjutan. Menurut *Indonesian Ecotourism Network* (INDECON) *ecotourism product* harus memiliki tiga prinsip, yaitu *tourist friendly*, *environmental friendly* dan *pro community*. Maka dari itu, untuk mengidentifikasi dan mengetahui penerapan prinsip tersebut penulis mengangkat judul penelitian **“Penerapan Prinsip *Ecotourism* Pada Produk *Green Tour Series* di Sebumi.id Jakarta”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan dimensi *tourist friendly* pada produk *Green Tour Series* di Sebumi?
2. Bagaimana penerapan dimensi *environmental friendly* pada produk *Green Tour Series* di Sebumi?

3. Bagaimana penerapan dimensi *pro community* pada produk *Green Tour Series* di Sebumi?

C. **Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Formal

Tujuan formal dari penelitian ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan dalam menyelesaikan program diploma IV, Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Perjalanan, Politeknik Pariwisata NHI Bandung.

2. Tujuan Operasional

Adapun tujuan operasional dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan memahami apakah produk yang telah dirancang oleh Sebumi sudah sesuai dengan kebutuhan wisatawan dan selaras dengan standar *Indonesian Ecotourism Network* (INDECON) mengenai *ecotourism product* agar dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan serta menjadi contoh bagi penyelenggara tur (*tour organizer*) atau komunitas lain untuk ikut mengimplementasikan konsep berkelanjutan pada produk wisata yang dimiliki dalam mendukung pariwisata yang berkelanjutan.

D. **Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis

Manfaat bagi penulis sendiri adalah diharapkan mampu memperbanyak wawasan serta memperluas kajian ilmu tentang

penerapan prinsip *ecotourism* pada produk *Green Tour Series* yang telah dilaksanakan.

2. Bagi Lokus Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membagikan informasi, masukan dan bahan pertimbangan kepada pihak Sebumi untuk dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk yang ramah lingkungan dan berkelanjutan serta memastikan bahwa operasional perusahaan sesuai dengan standar *Indonesian Ecotourism Network* (INDECON) mengenai *ecotourism product*.