

Overtourism Sebagai Keniscayaan Dalam Pengelolaan Pariwisata di Indonesia

Harry Sutanto¹ . Nugroho J. Setiadi²

¹Bina Nusantara University, harry.sutanto@binus.ac.id

²Bina Nusantara University, nugroho.setiadi@binus.ac.id

ABSTRAK

Peran industri pariwisata dalam mendukung perekonomian dan kemajuan bangsa, semakin meningkat dari waktu ke waktu, khususnya karena industri pariwisata dinilai sebagai sarana promosi efektif atas destinasi wisata tertentu dan negara pada umumnya, serta tanpa harus mengeksploitasi sumberdaya alam secara berlebihan. Tetapi fenomena *overtourism*, yang walaupun masih dalam tahapan awal dari suatu penyesuaian kebijakan publik, berpotensi menurunkan apresiasi warga lokal maupun masyarakat luas akan peran penting pariwisata. Untuk mengantisipasi dan mencegah fenomena *overtourism* tersebut, selain perubahan dan perbaikan perilaku maupun kebijakan pariwisata secara nasional, diperlukan perhitungan secara saksama atas daya dukung wisata di destinasi wisata tertentu.

Kata Kunci : Pariwisata, Overtourism, Daya Dukung Wisata

ABSTRACT

The role of the tourism industry in supporting the economy and progress of the nation, is increasing from time to time, especially because the tourism industry is considered as an effective tools in promoting certain tourist destinations and the said country, and without having to over-exploit natural resources. But the phenomenon of overtourism, which although still in the initial stages of a public policy adjustment, has the potential to reduce the appreciation of local residents and the wider community for the important role of tourism. To anticipate and prevent the phenomenon of overtourism, in addition to changes and improvements in national tourism behavior and policy, a careful calculation of the carrying capacity of tourism in certain tourist destinations is needed.

Keywords : Tourism, Overtourism, Tourism Carrying Capacity.

Naskah diterima: 9 September 2019, direvisi: 25 November 2019, diterbitkan: 15 Februari 2020

PENDAHULUAN

Peningkatan Pesat Industri Pariwisata Global dan Indonesia

Industri pariwisata global, bergerak cepat dalam satu dekade terakhir. Data dari Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO) menunjukkan adanya peningkatan jumlah perjalanan internasional [1]. Selain bentuk profil suatu daerah yang sudah merupakan anugerah alam, seperti pemandangan yang eksotis, atau peninggalan sejarah berupa peninggalan-peninggalan jaman dahulu, terdapat fenomena peningkatan peran unsur kreatif dalam menentukan daya tarik suatu daerah [2]. Sehingga merupakan suatu hal yang wajar bila terdapat iklim persaingan yang tajam dan kuat di antara berbagai pengelola destinasi wisata dalam mengemas kelolaannya sehingga mampu menarik wisatawan sebanyak-banyaknya.

Indonesia memiliki beragam destinasi eksotis dan memukau, antara lain wisata alam, wisata budaya

serta sejarah yang menarik dan sangat beragam. Karena itu, Bank Indonesia menyatakan bahwa pariwisata merupakan sektor yang paling efektif untuk meningkatkan devisa Indonesia, karena banyak dan beragamnya sumberdaya yang telah tersedia di di tanah air [2]. Diyakini bahwa pembangunan pariwisata mampu meningkatkan devisa, kesempatan kerja, meredistribusi pendapatan, menyeimbangkan pembangunan inter-regional, menciptakan diversifikasi aktivitas ekonomi dan kelembagaan baru. Hal tersebut karena pariwisata berperan dalam segi ekonomi (sumber devisa dan pajak), segi sosial (penciptaan lapangan kerja) dan segi kebudayaan (memperkenalkan budaya ke dunia luar) [3].

Berdasarkan hal-hal tersebut, Bank Indonesia bersama Pemerintah menargetkan mampu mengumpulkan devisa sebesar USD 20 milyar atau setara Rp 2,8 triliun, meningkat dari perolehan devisa saat ini sebesar USD 17 milyar atau setara Rp 2,3 triliun pada tahun 2018 [2].

Prediksi tersebut cukup realitis karena terjadi peningkatan jumlah wisatawan sebesar 14 persen sejak tahun 2009 [2] atau mencatat pertumbuhan empat kali dibandingkan pertumbuhan regional dan global [4]. Selain itu, menguatnya tingkat kesejahteraan dalam arti daya beli, akses terhadap jaminan sosial dan jaminan kesehatan serta infrastruktur dan bertumbuhnya keinginan kelas menengah Indonesia untuk melakukan perjalanan, pada tingkat tertentu, telah meningkatkan prosentase wisatawan domestik [3].

Pertumbuhan pariwisata Indonesia tersebut jauh melebihi pertumbuhan jumlah wisatawan mancanegara ke Indonesia sebesar 23,53 persen sedangkan rata-rata negara di tingkat ASEAN dan global masing-masing hanya sebesar enam persen, Malaysia sebesar 0,87 persen, sementara Singapura dan Thailand hanya 4,48 persen [4] yang membuktikan kesungguhan dan kerja keras Kementerian Pariwisata dan dukungan APBN yang besar untuk melaksanakan promosi atas keunggulan pariwisata Indonesia. Meskipun demikian, Indonesia harus mewaspadaikan penilaian World Economic Forum yang menilai Indonesia sebagai negara yang terlemah dalam (i) kebijakan dan regulasi, (ii) pariwisata berkelanjutan, (iii) keselamatan dan keamanan, (iv) kesehatan, and (v) teknologi informasi dan komunikasi [3].

Target yang dicanangkan tersebut merupakan suatu keniscayaan, khususnya karena Indonesia pun telah memiliki keunggulan lain berupa kreativitas yang menarik dan menjanjikan karena tidak terkait dengan eksplorasi sumberdaya alam yang semakin menipis, dan hanya mendasarkan pada keinginan dan ketulusan untuk menciptakan dan mewujudkan sesuatu [2]. Ekonomi kreatif saat ini merupakan hal yang menarik dan merupakan suatu bidang penelitian yang luas, berkaitan dengan penelitian atas sistem, implementasi kebijakan, produksi dan konsumsi atas produk industri budaya dan kreatif yang berdampak luas terhadap aspek sosial dan ekonomi masyarakat [5]. Lebih jauh lagi, kreativitas berkorelasi erat dengan inovasi, sebagai dua hal utama yang memiliki dampak signifikan dalam dunia yang semakin maju dan dinamis. Dan hanya individu, komunitas, atau perusahaan yang telah melakukan yang terbaik dalam jangka panjang adalah yang paling mampu meningkatkan kreativitas dan kemampuan inovatif mereka untuk mencapai keberhasilan jangka panjang [6].

Sejalan dengan pengembangan konsep kota kreatif (*creative cities*), sebuah kota dengan

konten kreatif yang kuat, akan memungkinkan orang untuk mewujudkan ide, kebutuhan, aspirasi, impian, proyek, konflik, ingatan, kecemasan, cinta, gairah, obsesi, dan ketakutan mereka yang didukung oleh karakterisasinya sebagai masyarakat heterogen dengan fleksibilitas budaya yang tinggi, beragam profesi dengan pekerjaan baru yang muncul, daya saing tinggi dan kecenderungan materialistis, serta masyarakat yang berpikiran terbuka [7], dengan toleransi tinggi terhadap yang baru pendaatang yang menyesuaikan mereka secara harmonis karena mereka memiliki stabilitas sosial yang memadai untuk menciptakan keanekaragaman yang menghasilkan kreativitas dalam berbagai bentuk. Karena itu, setiap kota (atau destinasi wisata) harus mampu mengidentifikasi peluang dalam masyarakat berlandaskan pengetahuan dan pola kreatif untuk mengembangkannya menjadi sentra ekonomi kreatif yang baru [8].

Overtourism sebagai Sinyal atas Perubahan Pengelolaan Pariwisata

Timbulnya Fenomena Overtourism

Hal yang menarik untuk disimak, di tengah akselerasi dan *euphoria* akan kesadaran tinggi terhadap manfaat pariwisata dan juga meningkatnya kuantitas dan kualitas akses terhadap destinasi wisata karena penurunan biaya transportasi dan akomodasi [9], timbul fenomena *overtourism* sebagai suatu fenomena nyata yang merangkul narasi tentang persepsi negatif terhadap turis (wisatawan) dan pariwisata.

Di beberapa destinasi wisata terkenal di Eropa, seperti Amsterdam, Venezia, Dubrovnik, Barcelona, dan Islandia, wisatawan dan pariwisata dipandang sebagai hal negatif, sinis dan sebagai wabah epidemic [10]. Bahkan Unesco telah mengancam untuk mencabut status Dubrovnik di Kroasia sebagai World Heritage Site bila tidak membatasi jumlah wisatawan yang berkunjung [4]. Kondisi yang kurang lebih sama terjadi di Indonesia, misalnya Bali dan Flores (Pakan, 2016) maupun destinasi wisata populer lainnya seperti Bandung, Bali, Gili Trawangan, Lombok hingga Yogyakarta [11].

Sebagai dampak dari *overtourism* tersebut di atas, terjadi penurunan dukungan atau bahkan penolakan masyarakat terhadap pariwisata. Dan walaupun fenomena *overtourism* tersebut belum menjadi prioritas utama dalam pertimbangan pengelolaan pariwisata Indonesia, potensi dampak negatif dari *overtourism* tersebut perlu diwaspadai dan diatasi dengan tindakan strategis dan sistematis untuk tetap mewujudkan

sustainable tourism di Indonesia. Hal tersebut sejalan dengan prediksi para pakar ekonomi bahwa sektor pariwisata akan menjadi salah satu kegiatan ekonomi yang penting di abad ke 21 dan bila dikembangkan secara berencana dan terpadu akan mampu melebihi kontribusi sektor migas dalam ekonomi Indonesia [3]. Selain itu, pariwisata pun selayaknya tidak hanya dipandang sebagai penghasil devisa, tetapi sekaligus juga berfungsi sebagai instrumen untuk menggalakkan kegiatan ekonomi, termasuk sektor lain yang terkait pengembangan budaya daerah, pemerataan, pembangunan sekaligus sebagai instrumen untuk melestarikan lingkungan dan mendukung sumber daya manusia.

Perilaku Negatif Wisatawan Pemicu

Overtourism

Penilaian negatif terhadap wisatawan dan pariwisata sangat terkait dengan dampak negatif yang ditimbulkan oleh kehadiran wisatawan dalam bentuk sampah dan limbah yang dihasilkan, meningkatnya biaya hidup, terpolarisasinya budaya dan adat istiadat yang merugikan penduduk lokal [1], kerusakan fasilitas umum, situs bersejarah dan lingkungan alam hingga mengganggu kenyamanan warga lokal [3], perilaku para wisatawan yang secara semena-mena menginvasi ruang publik, meningkatnya harga fasilitas akses ke destinasi wisata, meningkatnya rasa tidak aman dan gangguan gaya hidup warga; dan penggunaan sumber daya yang berlebihan [9]. Ditinjau dari aspek keindahan dan keasrian destinasi wisata, turisifikasi dipandang sebagai gangguan karena pusat kota misalnya dipenuhi oleh bangunan-bangunan monokultur dan infrastruktur pendukung untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Dampak lain yang ditimbulkan berupa gentrifikasi, yang membuat pusat kota kehilangan lokalitasnya karena warga lokal telah tersingkir ke periferi dan meningkatnya harga tanah dan bangunan [10].

Peranan Media Sosial dalam Memicu

Overtourism

Media sosial memiliki peran aktif dalam membangun citra suatu destinasi wisata yang mengakselerasi keinginan untuk berkunjung pada pikiran para wisatawan sebelum mengunjunginya. Media sosial merupakan perangkat yang kuat dan akan membantu wisatawan untuk memperoleh pengetahuan tentang karakteristik dan kelengkapan (*attribute*) dari destinasi wisata tertentu, sehingga dipandang sebagai suatu informasi perjalanan secara

dinamis dan *online* (*dynamic online travel information*) yang akan memengaruhi pilihan dan pengambil keputusan wisatawan, Para wisatawan akan memperoleh kesempatan untuk berpartisipasi dalam produksi dan konsumsi pengalaman perjalanan (*travel experience*) atau juga dikenal sebagai *prosumers* yang memungkinkan keterkaitan aktif di antara industri pariwisata, destinasi wisata dan para wisatawan [9]. Sehingga media sosial memberikan suatu “*called effect*” atas berbagai destinasi wisata yang berkontribusi terhadap *overcrowding* dan *overtourism*.

Dampak Overtourism terhadap Wisatawan

Selain berdampak buruk terhadap warga dan masyarakat lokal, *overtourism* juga berdampak negatif terhadap wisatawan, yang mengharapkan suatu kenyamanan dan suasana mendukung untuk menikmati destinasi wisata yang dikunjunginya. Hal tersebut tidak akan diperoleh bila destinasi wisata terkait *overcrowded* dengan jumlah wisatawan yang melebihi daya dukungnya [11].

Tujuan Pembelajaran dan Penulisan Paper

Pembelajaran dan penulisan paper ini dimaksudkan untuk menggali fenomena *overtourism* secara rinci dan menyeluruh, serta memprosisisi tindakan untuk mengatasinya. Karena itu, langkah yang dilaksanakan berupa a) kajian rinci atas literatur maupun hasil penelitian yang telah dilaksanakan untuk memformulasikan esensi solusi atas permasalahan *overtourism*; dan b) mengusulkan suatu penelitian atau perhitungan lanjutan untuk menelaah langkah esensial dalam menentukan titik kritis terjadinya fenomena *overtourism*.

KAJIAN PUSTAKA

Perspektif Luas Overtourism

Sejatinya *overtourism* merupakan pertarungan diskursus di antara hak untuk bepergian (*right to travel*) bagi wisatawan dan hak untuk tinggal/hidup (*right to live*) bagi warga lokal [12]. Permasalahan timbul setelah warga lokal mulai mempersiapkan wisatawan dan pariwisata sebagai sesuatu yang negatif, mengganggu dan menyebarkan, menjadi suatu gerakan *anti-tourism* dan *tourismphobia*.

Secara ilmiah, istilah *overtourism* tidak memiliki basis teori yang solid dan *overcrowding* maupun konsep *carrying capacity* dalam pariwisata bukan merupakan hal yang baru dan perlu dikhawatirkan berlebihan [13]. Dan fenomena tersebut masih merupakan tahapan awal dari suatu kondisi untuk menstimulai perubahan

kebijakan [14]. *Overtourism* merupakan kebalikan dari *responsible-tourism* yang berkenaan dengan segala upaya untuk membuat destinasi wisata menjadi tempat yang lebih baik untuk warga lokal, lingkungan dan wisatawan [3].

Daya Dukung Wisata

Daya dukung wisata atau kapasitas wisata adalah jumlah maksimum wisatawan yang dapat ditampung di sebuah destinasi wisata [1] pada saat yang bersamaan tanpa menyebabkan kerusakan lingkungan fisik, ekonomi dan sosial budaya serta penurunan kualitas yang menurunkan kepuasan wisatawan. Daya dukung wisata adalah salah satu tipe daya dukung lingkungan yang spesifik dan lebih condong kepada daya dukung lingkungan (biofisik dan sosial) yang mengacu pada aktivitas wisatawan dan pengembangannya [15].

Pelampauan daya dukung tersebut akan berdampak terhadap perubahan gaya hidup, sosial dan ekonomi yang cenderung merugikan masyarakat lokal [1]. Implementasi dari ketentuan ambang batas daya dukung pariwisata sudah tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional tahun 2010-2025, yang menjelaskan tentang strategi pengendalian pembangunan prasarana umum, fasilitas umum, dan fasilitas pariwisata bagi wilayah yang sudah melampaui ambang batas dengan menyusun regulasi perijinan demi menjaga daya dukung lingkungan. Namun permasalahan yang timbul adalah kesadaran dan kesungguhan mengimplementasikan Peraturan Pemerintah Nomor 50 tahun 2011 tersebut belum banyak diterapkan di daerah-daerah wisata, dan pembangunan pariwisata hanya mementingkan jumlah wisatawan yang dapat dikatakan sebagai target politik belaka [1].

Koordinasi Lintas Kebijakan dalam Menangani Pariwisata

Untuk memperoleh suatu konsep pengelolaan kepariwisataan yang holistik dan komprehensif, perlu dilaksanakan suatu kebijakan yang lintas disiplin dan kepentingan. Kementerian Pariwisata tidak dapat berdiri sendiri, tetapi hanya sebagai koordinator atas pengelolaan kepariwisataan dengan memberikan insentif kepada pemerintah daerah yang membuat regulasi dalam rangka pariwisata yang berkelanjutan dan disinsentif kepada pemerintah daerah yang belum

melakukan, dalam kaitannya dengan anggaran promosi wisata [4].

METODOLOGI PENELITIAN

Sebagai suatu *conceptual paper*, penelitian dilaksanakan melalui kajian berbagai literatur terkait *overtourism* secara luas, holistik dan komprehensif.

Hal tersebut dilaksanakan untuk memperoleh suatu telaahan esensial tentang fenomena *overtourism* dan selanjutnya diformulasikan langkah-langkah strategis sebagai antisipatif atas terjadinya fenomena *overtourism* tersebut, dan juga sebagai esensi penelaahan selanjutnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Kajian Literatur

Untuk tetap menjaga manfaat signifikan dari pariwisata dalam mendukung pembangunan sosial ekonomi masyarakat dan bangsa terdapat beberapa solusi alternatif, khususnya untuk menghindarkan diri dari fenomena *overtourism* sebagai berikut:

Hype Overtourism

Hype-overtourism adalah suatu upaya sistematis untuk mengembalikan eksistensi warga lokal, karena selama ini warga lokal yang tinggal di destinasi wisata seringkali tenggelam, ditelan kepentingan negara dan korporasi untuk meningkatkan kunjungan wisatawan, pendapatan dan pencapaian berbasis angka lainnya. Warga lokal hanya merupakan pihak yang terdampak proses pembangunan dan perencanaan wisata di tempat tinggalnya [3]. Karenanya diperlukan pemikiran ulang dan redefinisi konsep pariwisata yang selama ini terjebak pada semangat "pertumbuhan" saja [18].

Warga lokal harus memiliki *bargaining power* dalam proses pengambilan keputusan, dan kepentingannya sejajar dengan kepentingan Pemerintah, swasta dan wisatawan. Di lain pihak, Pemerintah, baik pusat maupun daerah, perlu memberikan pembelajaran dan pendampingan, agar warga lokal di destinasi wisata mampu masuk dan bertahan di industri ini. Hal tersebut sejalan dengan penawaran Tazim B. Jamal dan Donald Getz, peneliti pariwisata dari University of Calgary, USA, berupa model perencanaan destinasi wisata berbasis masyarakat dimana masyarakat disiapkan agar dapat merencanakan, membangun dan mengelola destinasi pariwisata secara mandiri. Namun implementasi kedua model tersebut membutuhkan waktu lama karena terkait dengan

penyiapan masyarakat agar mampu bersaing di industri pariwisata [1].

Hype-overtourism akan mewujudkan simbiosis di antara pariwisata dengan masyarakat, dan bukan melahirkan konflik di antara wisatawan, warga lokal dan investor sebagaimana terjadi di Bali (penolakan masif warga atas reklamasi Teluk Benoa dan mempertahankannya sebagai daerah konservasi untuk menyeimbangkan pembangunan yang masif di Bali bagian Selatan) maupun di Flores (penolakan warga atas rencana pembangunan sarana wisata swasta oleh investor asing yang akan mengganggu kelestarian komodo dan meminggirkan penduduk asli [1]. Selain itu, tercatat sebanyak 13 ton sampah (80 persen di antaranya berupa sampah plastic) yang dihasilkan dari kunjungan wisatawan di Taman Nasional Komodo [3].

Redefinisi Kebijakan Pengelolaan Pariwisata

1. Kebijakan Pariwisata Terbatas dan Terkendali

Terdapat dua contoh yang menyiratkan kebijakan pariwisata terbatas dan terkendali, yaitu a) Bhutan, negara kecil di pegunungan Himalaya, yang secara konsisten mengimplementasikan kebijakan “pariwisata dengan volume rendah dan hasil yang tinggi” dan kewajiban penggunaan biro-biro perjalanan terkendali, berhasil mengatur wisatawan individual dan dengan diterapkannya kebijakan “paket minimum harian”, Bhutan berhasil memaksimalkan pendapatan dari sektor pariwisata disamping memberikan suatu pengalaman yang sangat berkualitas bagi wisatawan yang berkunjung [1]; dan b) Pulau Sipadan, salah satu andalan wisata bahari di Malaysia, membatasi kunjungan wisatawan sebanyak 100 orang per bulan dengan kegiatan tunggal berupa menyelam, tanpa penginapan sama sekali [10].

Pola sejenis telah diimplementasikan di desa Nglanggeran di Yogyakarta yang menekan jumlah wisatawan dengan menaikkan harga tiket masuk, sehingga jumlah wisatawan menurun dari 172.863 orang di tahun 2016, menjadi 151.673 orang di 2017. Namun penurunan ini justru diikuti dengan meningkatnya pendapatan desa dari Rp 1,8 milyar menjadi lebih dari Rp 2 miliar berkat upaya meningkatkan lama tinggal wisatawan lewat paket wisata yang melibatkan kesenian setempat, pertanian, dan produk olahan lokal. Selain itu, desa Nglanggeran mendapatkan gelar sebagai desa wisata terbaik di Asia Tenggara [1].

Secara mendasar, walaupun inovasi dan kreativitas sangat penting untuk menunjang pertumbuhan dan perkembangan ekonomi berkelanjutan, perlu didukung oleh beberapa kondisi inti, yaitu standar yang kuat dan penegakan efektif perlindungan properti interaktif, persaingan yang ketat, investasi ekonomi dalam lingkungan yang stabil, legal serta kepatuhan terhadap etika dan nilai-nilai sosial [8].

Sebagai dampak kebijakan akses wisatawan, yang terbatas dan terkendali tersebut, diharapkan akan terwujud *sustainable tourism* yang akan memberikan kemanfaatan optimal bagi warga lokal, perusahaan pariwisata dan wisatawan tersebut [15]. Karena pertumbuhan pariwisata harus ditinjau dari perspektif bagaimana pariwisata tersebut dapat bermanfaat untuk kesejahteraan rakyat dan kelestarian alam [16].

Keuntungan pariwisata tidak dihasilkan dari hanya kuantitas tetapi kualitas yang menekankan kelestarian alam dan budaya sebagai target jangka panjang dan berkelanjutan sebagai wajah pariwisata abad ke 21 [10]. Hal tersebut mulai terefleksikan dengan keinginan Kementerian Pariwisata untuk membuat peta jalan (*roadmap*) pengelolaan pariwisata Indonesia dengan membatasi jumlah wisatawan [16], dan menyertakan variabel sosial dalam menghitung dampak dan manfaatnya terhadap ekonomi secara luas [3]. Ketergantungan pada sektor tertentu (khususnya pariwisata) dan kedatangan wisatawan, dapat menghilangkan kemerdekaan sosial dan kemandirian negara.

Untuk mencegah terjadinya *overtourism*, wisatawan dapat melaksanakan a) memilih destinasi wisata baru, yang belum banyak diketahui masyarakat’ b) tidak terpaku pada trend semata sehingga menyebabkan penumpukan jumlah kunjungan di destinasi wisata tertentu saja’ c) menghormati kehidupan masyarakat setempat sehingga membuat nyaman warga lokal dan tidak merasa terganggu; d) menjaga kebersihan lingkungan; e) memenuhi etika tidak tertulis sebagai wisatawan yang akan berdampak kepada optimalisasi kenyamanan selama berwisata [11], memilih waktu dan tempat untuk berwisata, berbaur dengan warga lokal, dan mengonsumsi produk warga lokal [17].

Untuk memecah konsentrasi wisatawan di destinasi wisata tertentu, dilaksanakan penyebaran wisatawan dalam waktu dan ruang (bertujuan untuk meningkatkan jumlah atraksi dalam waktu kunjungan yang lebih lama), menyasar perilaku wisatawan yang unik, atau

memperbaiki kapasitas infrastruktur, akomodasi dan fasilitas wisata [14].

2. Menyoal Kebijakan Pariwisata Berbasis Pertumbuhan

Wacana *overtourism* digunakan sebagai pintu masuk untuk mengaitkan pariwisata dengan *degrowth* atau *detourism*, yang mengoreksi kebijakan pengembangan pariwisata yang hanya berfokus pada pertumbuhan, tanpa mengindahkan kesejahteraan warga lokal dan lingkungan [10].

Kesimpulan Kajian Literatur

Seluruh permasalahan terkait *overtourism* adalah berlandaskan pelampauan batas daya dukung wisata dari destinasi wisata tertentu. Karena itu, penentuan daya dukung wisata menjadi *concern* utama, baik dalam tindakan maupun strateginya.

Penghitungan Daya Dukung Wisata

Seluruh permasalahan terkait *overtourism* adalah berlandaskan pelampauan batas daya dukung wisata dari destinasi wisata tertentu, sehingga penentuan daya dukung wisata menjadi *concern* utama, baik dalam tindakan maupun strateginya.

Terdapat tiga faktor yang menentukan daya dukung wisata yaitu daya dukung fisik (PCC), daya dukung riil (RCC) dan daya dukung efektif (ECC) yang dapat diuji menggunakan metode yang dikembangkan Cifuentes dan telah disarankan oleh the International Union for Conservation of Nature (IUCN) [16]. Rincian dari masing-masing faktor tersebut adalah sebagai berikut:

Daya Dukung Fisik (*Physical Carrying Capacity*)

Daya dukung fisik merupakan jumlah maksimum wisatawan yang secara fisik tercukupi oleh ruang yang disediakan pada waktu tertentu dan dihitung dengan menggunakan formula perhitungan sebagai berikut:

$$PCC = A \times V/a \times Rf$$

- Keterangan A: Luas areal yang tersedia untuk pemanfaatan wisata
V/a: Areal yang dibutuhkan untuk aktivitas tertentu (m²), dimana V adalah wisatawan dan a adalah area yang dibutuhkan wisatawan
Rf: Faktor rotasi

Daya Dukung Riil (*Real Carrying Capacity*)

Daya dukung riil merupakan jumlah pengunjung yang diperbolehkan berkunjung ke suatu destinasi wisata tertentu dengan adanya faktor koreksi (*correction factor*) yang didasarkan pada karakteristik kawasan yang telah ditetapkan dalam daya dukung fisik, dan dihitung dengan

menggunakan formula perhitungan sebagai berikut:

$$RCC = PCC - Cf1 - Cf2 - Cf3 - Cf4$$

- Keterangan PCC: Daya dukung fisik
Cf: Faktor koreksi daya dukung riil

Daya Dukung Efektif (*Effective Carrying Capacity*)

Daya dukung efektif merupakan jumlah kunjungan maksimum dimana kawasan tetap lestari, dengan mempertimbangkan kapasitas manajemennya (Management Capacity/MC). Daya dukung efektif ini akan menunjukkan jumlah wisatawan yang dapat dilayani dengan optimal oleh sumber daya manusia yang dimiliki oleh pengelola dan kegiatan wisata yang dilakukan oleh wisatawan tidak merusak atau meminimalisir kerusakan ekosistem yang ada di kawasan wisata. ECC dihitung dengan menggunakan formula perhitungan sebagai berikut:

$$ECC = RCC \times MC$$

- Keterangan RCC: Daya dukung riil
MC: Jumlah pengelola destinasi wisata

Selain perhitungan daya dukung wisata secara teknis-matematis, perlu ditambahkan variable sosial (*social variables*) sehingga menghasilkan suatu taksasi daya dukung wisata yang holistic dan terintegratif. Hal tersebut penting bagi Indonesia, yang masih sangat mengandalkan pariwisata berbasis alam (*natural base*) dengan kapasitas tampung (*carrying capacity*) dan batas perubahan (*limit acceptable of change*) yang harus dipertimbangkan untuk mempertahankan kelestarian alam sebagai sumber pendapatan yang memadai [1].

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Walaupun fenomena *overtourism* belum dipandang berpotensi menurunkan kontribusi bidang pariwisata terhadap pendapatan negara, perlu diformulasikan langkah perhitungan maupun langkah strategis untuk menghadinya. Dan karena *overtourism* sangat terkait dengan daya dukung wisata, perlu dilaksanakan penghitungan secara teknis-matematis dan diintegrasikan dengan variabel sosial yang berperan signifikan dalam menentukan daya dukung wisata tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] <http://theconversation.com/overtourism-mengancam-indonesia-apa-yang-harus-dilakukan-122553>

- [2] <https://www.creativityatwork.com/2014/02/17/what-is-creativity>
- [3] Murdiastuti, Anastasia et al (2014). Kebijakan pengembangan pariwisata berbasis democratic governance. Surabaya: Pustaka Radja. ISBN: 978-602-1184-49-2.
- [4] Putri. Irine Yusiana Roba. (2017). *Ancaman Overtourism dan Pariwisata yang Berkelanjutan*. Diakses dari <https://beritagar.id/artikel/telatah/ancaman-over-tourism-dan-pariwisata-yang-berkelanjutan>
- [5] Comunian, R. (2011). Rethinking the creative city: The role of complexity, networks and interactions in the urban creative economy. *Urban studies*, 48(6), 1157–1179.
- [6] https://www.huffpost.com/entry/creativity-and-innovation_b_4149993
- [7] Simamarta, B. (2011). *Kota Kreatif*. Diakses dari <http://indonesiakreatif.net/article/creative-city/perkembangan-kota-kreatif/#jPkr5dYkIM3GuEId.99>
- [8] Suci, Marta-Christiona. (2009). *Creative economy and creative cities*. *Romanian Journal of Regional Science*, Volume 2, Nr 1. Retrieved from <http://www.rrsa.ro/rjrs/V314.SUCIU.PDF>
- [9] Almeida, Maria-del-Mar Alonso et al, (2019). *Are social media data pushing overtourism? The case of Barcelona and Chinese-tourist*. *Sustainability* 2019, 11, 3356; doi:10.3390/su11123356 www.mdpi.com/journal/sustainability
- [10] Pakan, Sarani Victor. (2016). *Pariwisata yang Berlebihan*. Diakses dari: <https://telusuri.id/overtourism-pariwisata-yang-berlebihan> diakses 2 September 2019
- [11] <https://journal.sociolla.com/lifestyle/guide-lifestyle/tips-untuk-para-traveler-dalam-membantu-mencegah-terjadinya-fenomena-overtourism/>
- [12] Perkumienė, D., and Pranskūnienė, R. (2019). *Overtourism: between the right to travel and residents' rights*. *Sustainability*, 11(7), 2138.
- [13] Koens, K; Postma A; dan Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384.
- [14] Peters, Paul et al (2018). *Research for TRAN Committee- Overtourism: impact and possible policy responses*. Policy Department for Structural and Cohesion Policies Directorate-General for Internal Policies PE 629.184 - October 2018
- [15] <https://www.google.com/search?q=sustainable+tourism&oq=sustainable+tourism&aqs=chrome..69i57.11501j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- [16] Sasmita, Egi et al (2017). Analisa Daya Dukung Wisata sebagai upaya mendukung fungsi konservasi dan wisata di Kebun Raya Cibodas, Kabupaten Cianjur. *Jurnal Manajemen Resort & Leisure* Vol. 11, No. 2, Oktober 2014..
- [17] <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20181011144330-269-337671/peran-wisatawan-dalam-melawan-overtourism>
- [18] Higgins-Desbiolles, F., Carnicelli, S., Krolkowski, C., Wijesinghe, G., & Boluk, K. (2019). *Degrowing tourism: rethinking tourism*. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19.
- [19] [Http://www.sekelumitpandang.com/definisi-diskursus-oleh-foucault/](http://www.sekelumitpandang.com/definisi-diskursus-oleh-foucault/)
- [20] https://ssir.org/articles/entry/fostering_the_creative_economy
- [21] <http://dhilla-azhar.blogspot.com/2014/09/gentrifikasi-dan-dampaknya-dalam-suatu.html>
- [22] https://www.northernperiphery.eu/files/archive/Downloads/Project_Publications/97/Marketing_Material/Defining_the_Creative_Industries.pdf
- [23] <https://www.creativecareers.ie/defining-creative-industries/>
- [24] https://www.northernperiphery.eu/files/archive/Downloads/Project_Publications/97/Marketing_Material/Defining_the_Creative_Industries.pdf
- [25] Wenger, E. (1998). *Communities of practice: Learning, meaning and identity*. Cambridge, UK: Cambridge University Press. ISBN 052143017 8 hbk; 0521 66363 6 pbk

BIODATA PENULIS

Penulis Utama (Main Author)

Harry Sutanto memperoleh gelar sarjana di bidang pertanian (terutama dalam agronomi) dari Universitas Padjadjaran, master dalam business administration (dengan kekhususan dalam bidang finance dan international business) dari University of Illinois di Urbana Champaign, AS dan doktor (dengan kekhususan dalam manajemen strategis) dari Universitas Padjadjaran.

Berlatarbelakang pengalaman (*planter, agriculturist*, bankir, direksi dan komisaris

perusahaan, konsultan, akademisi dan peneliti), pendidikan dan profesi saat ini (*faculty member* dan *subject-content specialist* di Universitas Bina Nusantara dan dosen paruh waktu di Universitas Padjadjaran), penulis tertarik untuk mengembangkan pengetahuan, penelitian serta implementasinya dalam bidang budaya perusahaan, Etika Bisnis, Kepemimpinan, Manajemen Pengetahuan, Manajemen Bisnis Internasional, Manajemen Perbankan, Manajemen Perubahan, Manajemen Pertanian Modern, Manajemen Risiko, Manajemen Sumber Daya Manusia, Pembentukan Karakter, Pengembangan Organisasi, Perilaku Manusia, Tatalaksana Organisasi (Corporate Governance) dan Transformasi Organisasi.

Penghargaan yang diperoleh terkait dengan berbagai kesempatan sebagai trainer, narasumber, konsultan maupun perumus kebijakan dalam bidang-bidang terkait dengan keminatan utama tersebut di atas, baik di lingkungan perusahaan swasta (korporasi) maupun pemerintahan.

Penulis Pendamping (Corresponding Author)

Nugroho J. Setiadi adalah *associate professor* bidang manajemen sumber daya manusia (SDM) dan studi organisasi di Universitas Bina Nusantara. Nugroho J. Setiadi memperoleh gelar sarjana, magister dan doktor di bidang ilmu manajemen (terutama di bidang perilaku organisasi), masing-masing dari Universitas Jenderal Soedirman, Universitas Gadjah Mada dan Universiti Sains Malaysia.

Penulis memiliki lebih dari 20 tahun pengalaman dalam pengajaran secara aktif, konsultasi, dan pengalaman dalam penelitian di bidang Manajemen Sumber Daya Manusia, Perilaku

Organisasi, Perilaku Konsumen, Kepemimpinan, dan Metode Penelitian Kuantitatif. Program penelitiannya saat ini berfokus pada Kreativitas, Leader-member exchange (LMX), pengaruh dan kekuaran sosial, dan aspek kepribadian dalam konteks kerja.

Penulis telah menulis sebuah buku berjudul "Kinerja Kreatif Manajer Operasional Indonesia: Karakteristik dan Kinerja Kreatif Manajer Operasional Stasiun Radio: Dampak Pertukaran Pemimpin-Anggota" (ISBN: 978-383-8359-69-4), sebagai sebuah kerjasama dengan pengampu bidang manajemen lainnya (Anees Janee Ali dan Rehana Aafaqi). Lima buku lain juga telah diterbitkan, yaitu, (1) Prakiraan Bisnis: Pendekatan Kuantitatif untuk Mengantisipasi Bisnis, (2) Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran, (3) Ekonomi Bisnis dan Pengambilan Keputusan Manajerial, dan (4) Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer tentang motif, tujuan, dan keinginan konsumen, dan (5) Seberapa kreatif pekerja Anda?: Pedoman mengukur potensi dan kinerja kreatif seseorang; masing-masing diterbitkan oleh Kencana Prenada Media pada 2003, 2003, 2008, 2010 dan 2011, masing-masing.

Penulis pun memiliki beberapa artikel jurnal rujukan, dan telah menyampaikan presentasi di beberapa konferensi profesional. Karyanya telah muncul di jurnal internasional seperti *Quaestiones Geographicae*, *Advanced Material Research*, *DLSL Journal of Management*, *The South East Asian Journal of Management*, *Jurnal Bisnis dan Manajemen Akuntansi*, *Future Information Engineering*.