

Peran *Stakeholder* dalam Manajemen *Sustainable Tourism Destinations*

Adeyuni Berliana Sianturi¹, Sekar Budi Annisa², Ikhwan Iffandy³, Mochammad Thoriq Ramadhan⁴, Ruth Medeline⁵, Ajruna Bil Arafat⁶, Marningot Tua Natalis Situmorang⁷

- ¹Universitas Sahid Jakarta, adeyunib5@gmail.com
²Universitas Sahid Jakarta, sekar132annisa@gmail.com
³Universitas Sahid Jakarta, ikh.iffan21@gmail.com
⁴Universitas Sahid Jakarta, mthoriqr1712@gmail.com
⁵Universitas Sahid Jakarta, ruth.medeline@gmail.com
⁶Universitas Sahid Jakarta, Ajrunanya123@gmail.com
⁷Universitas Sahid Jakarta, natalissitumorang25@gmail.com

Article Info	ABSTRAK
<p>Article history: Received 12 Dec, 2024 Revised 16 Jan, 2025 Accepted 30 Jan, 2025</p>	<p>Manajemen destinasi wisata berkelanjutan adalah pendekatan dalam pengelolaan destinasi wisata yang memiliki tujuan untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam jangka panjang. Tujuan utama dari manajemen destinasi wisata berkelanjutan adalah untuk memastikan bahwa kegiatan wisata memberikan manfaat ekonomi bagi para stakeholders, dengan tetap menjaga kelestarian alam dan budaya. Pada konteks wisata, stakeholder mengacu pada semua individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan atau terlibat dalam kegiatan pariwisata. Stakeholder ini dapat mempengaruhi dan dipengaruhi oleh industri pariwisata di suatu tempat wisata. Dalam hal ini stakeholder berupa pemerintah, masyarakat lokal, pelaku industri pariwisata, media massa dan wisatawan itu sendiri. Oleh karena itu, peran stakeholder sangat penting untuk pengembangan dan pengelolaan wisata berkelanjutan.</p>
<p>Kata Kunci: Peran <i>Stakeholder</i> Manajemen Destination <i>Sustainable Tourism</i> Pemerintah Masyarakat Industri Wisata</p>	<p>ABSTRACT</p> <p><i>Sustainable tourism destination management is an approach to managing a tourism destination that aims to achieve a balance between economic, social and environmental needs in the long term. The main objective of sustainable tourism destination management is to ensure that tourism activities provide economic benefits to stakeholders, while preserving nature and culture. In the context of tourism, stakeholders refer to all individuals, groups, or organizations that have an interest in or are involved in tourism activities. These stakeholders can influence and be influenced by the tourism industry in a tourist destination. In this case, stakeholders include the government, local communities, tourism industry players, mass media and tourists themselves. Therefore, the role of stakeholders is very important for the development and management of sustainable tourism.</i></p>



Penulis Korespondensi:**Adeyuni Berliana Sianturi,**

Program studi Teknik Lingkungan

Universitas Sahid Jakarta

Jl. Prof. DR. Soepomo No.84, Kota Jakarta, Indonesia

Email: adeyunib5@gmail.com**1. PENDAHULUAN**

Tempat wisata memiliki peran penting dalam memberikan pengalaman rekreasi, pendidikan, dan hiburan bagi pengunjung. Dengan daya tarik yang beragam, seperti keindahan alam dan nilai sejarah, tempat-tempat ini menjadi tujuan yang menarik. Indonesia, sebagai negara yang kaya akan keanekaragaman budaya dan alam, menawarkan berbagai destinasi wisata yang memikat. Beranjak dari pemahaman tentang tempat wisata, Indonesia memiliki banyak pilihan destinasi yang mencakup wisata alam dan buatan. Dari Gunung Bromo yang megah hingga Candi Borobudur yang bersejarah, setiap lokasi memiliki daya tarik tersendiri. Menurut Badan Pusat Statistik Indonesia (2023), terdapat sekitar 2.930 objek daya tarik wisata komersial di Indonesia, jumlah ini tumbuh 14,32% dibanding tahun sebelumnya. Keberagaman ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu tujuan wisata utama di dunia, di mana setiap pengunjung dapat menemukan sesuatu yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Sudarwan (2021), kurangnya aksesibilitas dan fasilitas yang memadai di sejumlah destinasi wisata di Indonesia berkontribusi signifikan terhadap kepuasan wisatawan. Hal ini seringkali menjadi penyebab sejumlah destinasi wisata di Indonesia mengalami kegagalan. Salah satu bukti nyata, adanya kekurangan pengelolaan pada tempat wisata, atau bisa disebut juga kegagalan, telah terjadi di Taman Rekreasi Pantai Kartini di Kabupaten Rembang. Fasilitas yang berada di Taman Rekreasi Pantai Kartini, banyak mengalami kerusakan, seperti, robohnya pembatas pantai, kayu yang lapuk, jembatan yang rusak dan berlubang, kios penjual makanan dan minuman yang rusak, bahkan terdapat juga tumbuhnya tanaman liar di sekitar tempat tinggal satwa, kebun binatang di Taman tersebut. Setelah di usut, akar masalah dari kasus di taman ini adalah, adanya kasus korupsi retribusi senilai 113 juta (Wulandari, 2024). Akibatnya, Taman Rekreasi Pantai Kartini semakin terabaikan dan tidak mampu menarik pengunjung (Wulandari, 2024).

Kondisi yang dialami Taman Rekreasi Pantai Kartini adalah salah satu contoh destinasi kurangnya kolaborasi antara berbagai pihak seringkali menghambat potensi yang ada. Seperti yang ditegaskan oleh Santoso & Djumiarti (2020), kolaborasi antar pemangku kepentingan sangat penting untuk meningkatkan efektivitas pengembangan pariwisata, di mana pengelolaan yang baik melibatkan semua pihak dalam ekosistem pariwisata untuk mencapai tujuan bersama. Dengan demikian, penting untuk memahami bahwa keberhasilan pengembangan destinasi wisata tidak hanya bergantung pada infrastruktur, tetapi juga pada sinergi yang lebih intensif dan terstruktur antara pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta.

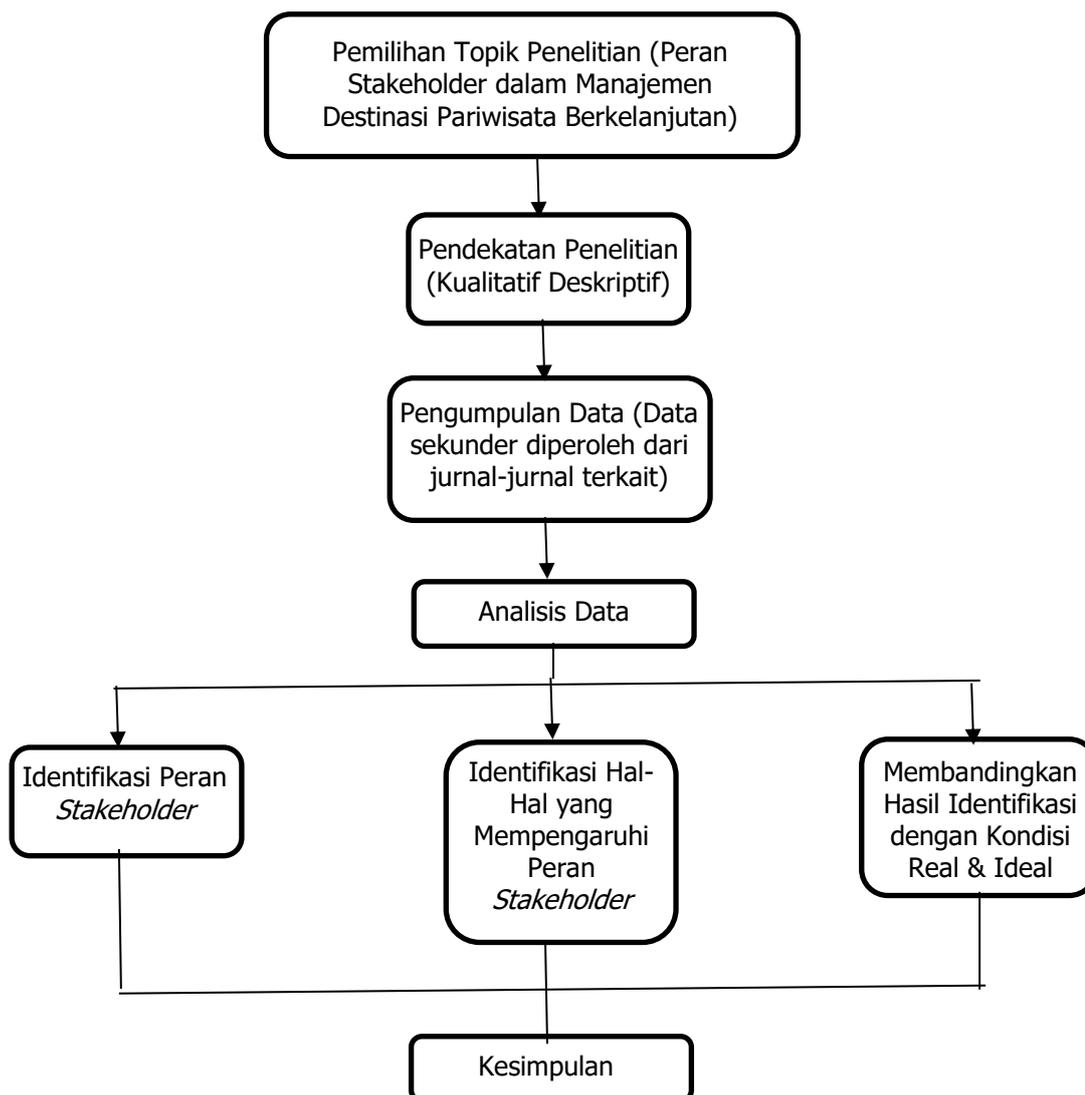
Pengembangan sektor pariwisata membutuhkan kolaborasi yang kuat antara pemerintah dan berbagai pemangku kepentingan. Destinasi pariwisata berkelanjutan merupakan acuan bagi pemerintah pusat, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam Pembangunan destinasi pariwisata berkelanjutan. Dalam upaya mencapai pengembangan pariwisata berkelanjutan, perlu adanya pendekatan yang holistic dan melibatkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan *stakeholders* (Sandiasa, 2019).

Stakeholder dimaknai sebagai individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi oleh kegiatan atau program pembangunan. Pengelolaan dan penyediaan pelayanan dari para pemilik wisata, promosi dan pemasaran dari suatu komunitas merupakan beberapa contoh dimana para *stakeholder* memiliki peran yang cukup signifikan untuk keberhasilan suatu objek wisata. Dalam penelitian ini, penulis

akan menjelaskan bagaimana seharusnya peran lebih lanjut dari para *stakeholder* dalam mensukseskan tempat wisata yang ada di Indonesia (Sandiasa, 2019).

2. METODE PENELITIAN

Jurnal ini ditulis menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dengan metode ini bertujuan untuk menggambarkan, menerangkan, menjelaskan secara rinci permasalahan yang akan diteliti. Berikut alur proses penelitian yang dilakukan :



3. HASIL DAN DISKUSI

3.1. Identifikasi *Stakeholder*

Menurut ISO 26000 mengenai Kewajiban Sosial, *stakeholder* adalah individu atau kelompok yang memiliki atau memiliki kepentingan tertentu terhadap adanya keputusan dan aktivitas organisasi. Dalam terjemahan bahasa Indonesia, "*Stakeholder*" berarti pihak yang berkepentingan atau pemangku kepentingan. Sedangkan berdasarkan definisi dari jurnal lain, *stakeholder* memiliki cakupan yang cukup luas, seperti individu, Lingkungan sekitar, institusi, kelompok, organisasi, masyarakat dan Lingkungan (Mitchell, R., Agle, B. & Wood, D. 1997).

Stakeholder adalah komponen penting sebuah organisasi, dan mereka berpartisipasi secara aktif dan pasif dalam mencapai tujuannya. *Stakeholder* juga hendaknya memiliki kemampuan untuk dapat mempertimbangkan dan bertanggungjawab dalam hubungan dari berbagai kepentingan (Benn, S., Abratt, R., & O'leary, B. 2016).

Stakeholder biasanya akan dibagi berdasarkan posisi, kekuatan, dan pengaruh mereka. *Stakeholder* diklasifikasikan menjadi tiga bagian. Berikut merupakan jenis-jenis *stakeholder* :

a. Stakeholder Utama (Primer)

Stakeholder yang memiliki hubungan kuat dengan penyusunan kebijakan, proyek, atau program dikenal sebagai *stakeholder* primer. *Stakeholder* primer juga berfungsi sebagai pihak yang berperan sebagai pemangku kepentingan utama, tanpa mereka, perusahaan atau lembaga tidak dapat beroperasi / bertahan (Clarkson, 1995). *Stakeholder* primer secara langsung mempengaruhi pengambilan keputusan, sehingga mereka merupakan bagian utama dari proses pengambilan keputusan. Contoh *stakeholder* primer ini yaitu Masyarakat, Tokoh Masyarakat dan Manajer publik.

Masyarakat adalah pihak yang terdampak langsung oleh kebijakan, program, atau proyek. Tokoh masyarakat adalah anggota masyarakat yang mampu menyampaikan keinginan masyarakat. Sedangkan, manajer publik adalah pihak yang bertanggung jawab atas penentuan dan pelaksanaan keputusan.

b. Stakeholder Pendukung (Sekunder)

Stakeholder primer tidak berhubungan langsung dengan program, kebijakan, atau proyek, tetapi *stakeholder* sekunder sangat peduli dan banyak yang ikut serta dalam menyuarakan pendapatnya. Hal ini, dapat mengubah sikap *stakeholder* primer dan keputusan resmi pemerintah. *Stakeholder* sekunder ini memiliki peran memberikan pengaruh baik seperti memberi masukan positif untuk *stakeholder* primer demi tercapainya tujuan, destinasi berkelanjutan (Fasin, 2012). Contoh *stakeholder* sekunder adalah Institusi pemerintah, LSM, Perguruan Tinggi, dan Pengusaha.

Institusi pemerintah yang beroperasi di wilayah tertentu, tetapi tidak bertanggung jawab secara langsung atas tindakan mereka. Institusi pemerintah yang sangat akrab dengan masalah, tetapi tidak memiliki otoritas untuk membuat keputusan. Pihak Lembaga Swadaya Masyarakat berfokus pada efek, rencana, atau keuntungan dari suatu kebijakan. Perguruan tinggi adalah bagian dari kelompok akademisi yang berpengaruh dekat terhadap proses kebijakan yang dibuat pemerintah pengusaha atau badan usaha, yang langsung terlibat dalam masalah.

c. Stakeholder Kunci

Bagian kelompok eksekutif yang memiliki wewenang resmi untuk membuat keputusan dikenal sebagai *stakeholder* kunci. Beberapa contoh *stakeholder* kunci dalam sebuah proyek pemerintah di daerah kabupaten yaitu Pemimpin daerah, Pemerintah Kabupaten, DPRD Kabupaten, dan Dinas yang bertanggung jawab secara langsung atas proses proyek tersebut. Sedangkan perihal perencanaan, penyusunan dan pelaksanaan program kerja pada bidang pariwisata adalah peran dari *stakeholder* Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Suharyanto, 2019). Disisi lain, ada kelompok pemerintah yang juga sangat dibutuhkan dan masih berhubungan dalam hal menerapkan *manajemen sustainable tourism destinations* adalah Badan yang bertanggung jawab akan mitigasi bencana dan keselamatan pada semua resiko terjadinya bencana terhadap semua *stakeholder* dalam ruang lingkup pariwisata, yaitu Badan Penanggulangan Bencana Daerah (BPBD). BPBD lebih banyak bertindak sebagai koordinator penanggulangan bencana untuk organisasi masyarakat dan lembaga pemerintah.

3.2. Peran Stakeholder secara Ideal dalam Sustainable Tourism Destinations

Identifikasi *stakeholder* yang sudah dijelaskan di atas, adalah termasuk kategori peran *stakeholder* secara umum. Pada dasarnya, untuk mengetahui peran rinci dari

stakeholder, seperti pemerintah, masyarakat, swasta, media massa dan wisatawan, perlu mengenali kondisi ideal yang seharusnya tercipta antar *stakeholder*, agar tercipta *sustainable tourism destinations*. Berikut adalah 5 peran ideal yang seharusnya wajib dimiliki oleh stakeholder untuk memberikan kontribusi yang maksimal dalam pengembangan setiap tempat wisata / destinasi.

a. Modernisator

Modernisator adalah suatu perubahan dari gaya hidup tradisional menjadi modern. Hal ini seharusnya dimiliki oleh *stakeholder*, yaitu suatu gaya hidup, yang terpancar dari visi yang jelas terkait masa depan, khususnya dalam bidang pengembangan pariwisata yang berkelanjutan (*sustainable tourism destinations*). Para *stakeholder* hendaknya memiliki kemampuan mengolah kekayaan alam yang juga peduli terhadap lingkungan disertai kemampuan untuk mampu mengkomunikasikan dengan efektif, ketika berhadapan dengan berbagai lapisan masyarakat (masyarakat dalam kalangan rendah, menengah hingga kalangan tinggi/kalangan elit) (Talib, 2020).

b. Katalisator

Katalisator yang dimaksud dalam peran ini adalah, idealnya *stakeholder* yang berwenang memiliki hak istimewa dalam mengendalikan atau meminimalisir faktor penghalang dalam usahanya mencapai *sustainable tourism destinations*. Selain itu, hendaknya juga *stakeholder* mampu melihat peluang, potensi hal-hal baik pada suatu kawasan destinasi wisata (Talib, 2020).

c. Dinamisator

Dinamisator dalam hal menggerakkan *sustainable tourism destinations* adalah suatu peran yang berfokus kepada sosialisasi dan pengarahan kepada masyarakat yang ditunjukkan dengan sikap dan bukti nyata dari setiap rancangan perkembangan untuk menjaga kesinambungan secara terus menerus dari suatu usaha pengelolaan tempat wisata (Talib, 2020).

d. Stabilisator

Perbedaan kebiasaan, budaya dan kepercayaan yang dianut tentu membuat tempat destinasi menjadi lebih menarik. Destinasi pada umumnya memiliki ciri khas nya masing-masing dan masih banyak warga sekitar yang memegang teguh keyakinan ataupun hal-hal yang tidak mau mereka rubah. Sehingga dibutuhkan *stakeholder* yang mampu berperan sebagai stabilisator. Stabilisator yang dimaksud adalah mampu mewujudkan perubahan baik secara paradigma maupun mampu mengelola tempat wisata tanpa merendahkan keyakinan warga sekitar tempat wisata. Sehingga tetap bisa memajukan tempat wisata, tanpa menimbulkan gejolak sosial atau bahkan ancaman bagi keutuhan warga sekitar, bahkan mungkin hingga kancah nasional, serta persatuan bangsa (Talib, 2020).

e. Pelopor

Pelopor adalah suatu peran untuk menjadi panutan. Tentu dalam hal membangun suatu tempat wisata, membutuhkan banyak *stakeholder*. Sehingga peran ideal dari *stakeholder* hendaknya sebagai pelopor yang mengutamakan keadilan semua pihak, berusaha semaksimal mungkin untuk tidak ada pihak yang dimuliakan dan pihak yang dirugikan.

3.3. Peran *Stakeholder* Dalam Manajemen *Sustainable Tourism Destinations*

Stakeholder sangat berperan penting dalam menjalankan keberlangsungan suatu tempat destinasi wisata dan bahkan menjaga maupun melaksanakan manajemen *sustainable tourism destinations*. Keberadaan pemangku kepentingan (*stakeholder*) dalam pengembangan pariwisata akan mendorong terjadinya kolaborasi antara berbagai aktor yang terlibat. Hal ini bertujuan untuk mencapai suatu visi dan memastikan kesuksesan pembangunan sektor pariwisata (Mebri, 2022).

Secara spesifik ada beberapa *stakeholder*, yang akan hampir selalu ditemui pada semua tempat destinasi wisata. Pemerintah sebagai fasilitator, masyarakat, swasta, media

massa dan pengunjung. Berikut adalah peran dari masing-masing *stakeholder* yang umumnya sangat diperlukan di berbagai tempat wisata.

a. Peran Pemerintah Sebagai fasilitator

Pemerintah sebagai fasilitator berperan dalam memberikan pendampingan melalui pelatihan, pendidikan, dan peningkatan keterampilan. Selain itu, pemerintah juga mendukung di bidang pendanaan dengan memberikan bantuan modal dan ikut andil dalam pertumbuhan pariwisata dengan menyediakan dan memfasilitasi lokasi wisata (Hakim, 2024). Pemerintah yang seyogyanya memiliki peran yang bersinggungan dengan manajemen *sustainable tourism destinations* ada cukup banyak, diantaranya yaitu Dinas Kebudayaan Pariwisata, Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota, Dinas Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan juga Badan Penanggulangan Bencana Daerah. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata hendaknya tidak hanya merencanakan dan melaksanakan ide-ide baru dan segar untuk memajukan pariwisata, namun berperan juga mengaitkan ide pariwisata yang berkualitas dan ramah lingkungan (Suharyanto, 2019). Dinas Pekerjaan Umum dan Penataan Ruang Kota, dalam kaitannya terhadap manajemen *sustainable tourism destinations* hendaknya berperan dalam hal menyediakan infrastruktur yang aman, nyaman, pada akses ke tempat wisata. Dinas Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan, memiliki peran utama untuk meneliti potensi daerah yang dapat dikembangkan khususnya dalam bidang pariwisata, dinas ini diharapkan mampu mengkomunikasikan dengan cara yang menarik dan tepat sasaran bagi pengelola wisata dan masyarakat umumnya, nantinya juga akan lebih banyak bekerjasama dengan masyarakat untuk dapat mengaplikasikan secara langsung, inovasi-inovasi yang diperlukan (Paristha, 2022).

Adapun contoh fasilitas umum yang bisa disediakan oleh pemerintah yaitu toilet, tempat ibadah (mushola), warung makan dan bahkan tempat penginapan terdekat dengan tempat wisata, bisa juga menambah petugas keamanan, cctv, fasilitas petugas kebersihan yang rutin membersihkan area wisata dikala padatnya pengunjung. Selain kebersihan, ada baiknya juga ketika tempat wisata umum dikelola pemerintah atau berada dalam tanggung jawab pemerintah, diharapkan pemerintah peduli terhadap perawatan fasilitas yang ada. Perbaikan/rehabilitasi fasilitas yang perlu dibenahi, penyediaan sarana dan prasarana pendukung. Pemerintah juga hendaknya cerdas melihat kebutuhan masyarakat dan pengembangan tempat destinasi wisata. Sebagai salah satu langkah nyata yaitu, mengadakan promosi pariwisata dengan tujuan memperkenalkan tempat wisata, dalam bentuk diadakannya acara umum di tempat wisata ataupun juga pameran pariwisata (Rama, 2022).

Pemerintah sebagai penanggung jawab terhadap mutu Sumber Daya Manusia (SDM) sehingga, diperlukan langkah untuk menjamin pendidikan dan pelatihan yang profesional. Pendidikan yang dimaksud ada beberapa hal, seperti, Pelatihan *Service Excellence*, yang berfokus pada keramahan dan cara komunikasi yang baik dalam pelayanan pengunjung wisata. Pendidikan yang dimaksud bisa dalam bentuk training penambahan atraksi yang kreatif atau training pengelolaan atau penambahan wahana dengan menggunakan biaya yang ada, untuk menarik pengunjung. Upaya lain dalam peningkatan kualitas Sumber Daya Manusia, diantaranya bisa dengan cara mengadakan *workshop* untuk meningkatkan kemampuan dan pengetahuan masyarakat lokal (Rama, 2022).

b. Peran Masyarakat

Masyarakat dapat berpartisipasi dalam pengelolaan tempat destinasi wisata. Masyarakat lokal yang paling umum dan sangat berdampak adalah masyarakat lokal yang berperan menjadi pemandu wisata/*tour guide*. Hal ini berguna dan sangat menolong karena masyarakat lokal, sudah mengenal seluk beluk tempat wisata, lingkungan sekitarnya dan budaya di sekitar tempat wisata. Selain itu, masyarakat juga berperan dalam meningkatkan pendapatan daerah dalam hal membuka usaha kuliner/usaha berdagang sesuatu hal yang merupakan ciri khas dari tempat wisata tersebut, di sekitar tempat destinasi wisata (Ginting, 2021). Hal berikutnya yang juga penting dari peranan masyarakat adalah perlunya

rekrutmen beberapa karyawan yang sesuai dengan keahliannya sebagai pegawai di tempat destinasi wisata disertai dengan profesionalisme, yang nantinya dapat mendukung tingginya kepedulian atau menumbuhkan rasa memiliki terhadap tempat destinasi wisata.

Masyarakat juga hendaknya dilibatkan secara aktif terhadap manajemen *sustainable tourism*. Secara aktif, bisa dengan cara warga lokal mengadakan acara seni dan budaya. Memberikan informasi kepada pengunjung terhadap keunikan budayanya, seperti sesederhana, menggunakan kain panjang sebelum memasuki area wisata. Kelompok masyarakat selanjutnya yang sangat dibutuhkan untuk kemajuan dan *sustainable* tempat wisata adalah perencana dan peneliti. Biasanya perencana dan peneliti ini di utus oleh pemerintah untuk menganalisa pengembangan wilayah kawasan wisata. Mereka bertugas untuk memberikan ide-ide segar dan kreatif untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah berjalan di tempat wisata dan kualitas wahana/kualitas pengembangan tempat wisata (Rama, 2022).

c. Peran Sektor Swasta

Sektor swasta yang dimaksud dalam hal ini adalah sekelompok orang yang memiliki modal untuk mendukung dan melihat peluang pengembangan usaha dari adanya tempat wisata. Berikut adalah beberapa peran dari sektor swasta. Peran swasta yang berguna untuk menyediakan akomodasi resort untuk wisatawan. Penyediaan fasilitas penginapan bagi pengunjung tempat wisata yang berasal dari luar daerah dan luar kota. Banyak juga hal-hal positif yang mana sektor swasta bisa ambil bagian. Contoh apabila tempat wisata berada di dekat pantai ataupun laut, maka sektor swasta dapat berperan menjaga kualitas terumbu karang, merawat/merehabilitasi terumbu karang yang mungkin rusak/kotor akibat ulah wisatawan atau bahkan juga dapat berperan melakukan budidaya terumbu karang. Hal lain yang juga penting adalah penyediaan atau pengelolaan transportasi ke tempat wisata, khususnya yang lokasinya tidak dapat dijangkau manusia.

d. Peran dari Media Massa

Media massa berguna sebagai alat untuk menyebarkan informasi apapun, dalam hal ini khususnya dalam menyebarkan informasi tempat wisata. Media massa yang sering digunakan untuk memberitahukan informasi tempat wisata baru, sebelum adanya media internet atau media sosial yaitu info di koran, iklan atau tayangan acara liburan di TV, maupun iklan secara suara dari radio. Saat ini, media massa banyak digunakan masyarakat, seperti media sosial *Instagram, twitter/X, facebook*, dalam hal ini informasi pada media sosial tersebut dibantu oleh *influencer*, dengan cara *influencer* dapat membuat konten terkait tempat destinasi wisata pada akun mereka yang umumnya *influencer* memiliki jutaan pengikut/*followers*. Pertama-tama penonton tayangan promosi tersebut adalah pengikut/*followers* dari *influencer*, kemudian terhubung dengan orang-orang yang masuk dalam algoritma mereka dan informasi tempat wisata akhirnya banyak dikenal oleh orang-orang lokal maupun internasional (Destiana, 2020).

e. Peran Pengunjung atau wisatawan

Peran target atau peran yang sangat diharapkan dalam suatu destinasi wisata adalah peran pengunjung atau wisatawan. Mereka berperan sebagai sumber semangat dan modal dari hidupnya suatu tempat wisata. Pengunjung bisa berasal dari dalam kota maupun luar kota. Kepuasan dan pesan positif dari pengunjung atau wisatawan sangatlah diharapkan oleh pengelola tempat wisata. Disisi lain, kritik dan saran juga berguna untuk perbaikan bagi tempat wisata. Pengunjung berperan sebagai penyumbang dana/insentif bagi tempat wisata terbesar. Dana dari tiket masuk pengunjung, ataupun dari biaya-biaya yang dinikmati pengunjung, yang nantinya dana tersebut bisa digunakan untuk menjadi biaya perawatan, pengembangan tempat wisata (Destiana, 2020).

f. Studi Kasus

Studi kasus yang dapat dijadikan pembuktian dalam manajemen *sustainable tourism destinations* peran *stakeholder* sudah dilakukan ialah lewat kegiatan pengembangan kawasan di Pantai Glagah, Kulon Progo, Yogyakarta. Menurut Rohman & Fitriana (2024), pengembangan pariwisata di Pantai Glagah sangat diperlukan untuk memanfaatkan potensi ekonomi daerah, meningkatkan pendapatan asli daerah, dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Selain itu, pengembangan ini akan memperbaiki infrastruktur dan fasilitas pendukung, sehingga meningkatkan kenyamanan wisatawan. Kegiatan tersebut menunjukkan bahwa peran berbagai *stakeholder* dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di destinasi tersebut berlangsung baik. Peran dan kategori *stakeholder* dalam pengembangan prinsip pariwisata berkelanjutan di Pantai Glagah diikuti oleh *stakeholder* di wilayah tersebut seperti:

- Dinas Pariwisata Kulon Progo berperan sebagai pengarah kebijakan dan fasilitator dalam pengembangan pariwisata.
- Paguyuban UMKM Pantai Glagah yang mewakili kepentingan ekonomi lokal dan berkontribusi pada penyediaan layanan kepada wisatawan.
- Pemerintah Kalurahan Glagah yang terlibat dalam perencanaan dan pelaksanaan program pariwisata yang berkelanjutan, Warga Masyarakat sekitar yang berpartisipasi aktif dalam kegiatan pariwisata dan menjaga kelestarian lingkungan.
- Kelompok Sadar Wisata Kalurahan Glagah yang turut mendorong kesadaran akan pentingnya pariwisata berkelanjutan di kalangan masyarakat.
- Wisatawan Pantai Glagah yang memberikan umpan balik yang penting untuk pengembangan lebih lanjut.
- Perhimpunan Hotel dan Resto Indonesia (PHRI) Kulon Progo yang berperan dalam meningkatkan kualitas layanan akomodasi.

Dari keseluruhan *stakeholder* yang mengambil peran dan tanggung jawabnya masing-masing menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata berkelanjutan di Pantai Glagah melibatkan interaksi yang erat antara berbagai *stakeholder*. Setiap *stakeholder* memiliki peran unik yang saling melengkapi dalam mencapai tujuan bersama. Maka dapat diidentifikasi bahwa komunikasi dan koordinasi yang baik antar *stakeholder* sangat penting untuk mengatasi tantangan yang ada dan memaksimalkan potensi destinasi. Studi kasus ini menekankan pentingnya peran aktif dari berbagai *stakeholder* dalam menciptakan destinasi pariwisata yang tidak hanya menarik tetapi juga berkelanjutan secara sosial dan lingkungan.

3.4. Faktor Pendukung Peran *Stakeholder*

Kawasan wisata berkelanjutan memiliki banyak pihak yang terlibat serta berperan penting dalam mengelola, mengembangkan dan mempertahankan kelangsungan pariwisata. Keberhasilan pengembangan wilayah pariwisata dibantu oleh faktor pendukung. Berikut faktor pendukung tersebut yaitu :

a. Kolaborasi Antar *Stakeholder* yang Jelas

Kerja sama yang solid antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat setempat dapat memperkuat pengembangan sektor pariwisata. Kolaborasi ini dapat mengoptimalkan sumber daya yang ada dan meningkatkan kualitas layanan pariwisata (Suharyanto, 2020). Sektor swasta juga berperan dalam menyediakan fasilitas dan promosi destinasi wisata.

b. Partisipasi Masyarakat

Keterlibatan komunitas lokal dalam proses pengambilan keputusan dan aktivitas pariwisata menumbuhkan rasa memiliki serta tanggung jawab dalam pengelolaan sumber daya alam dan budaya. Hal ini juga membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih menarik.

c. Pendidikan dan Pelatihan

Program pelatihan untuk masyarakat lokal tentang manajemen pariwisata dan keterampilan layanan dapat meningkatkan kemampuan mereka sebagai pelaku pariwisata. Peningkatan pengetahuan ini sangat penting untuk mengoptimalkan kualitas layanan. Keterlibatan akademisi dalam penelitian dan pengembangan strategi pariwisata dapat memberikan wawasan baru dan inovatif, serta membantu dalam merumuskan kebijakan yang lebih efektif (Ariyani, 2020).

3.5. Faktor Penghambat Peran *Stakeholder*

Proses pengembangan pengelolaan kawasan wisata tidak terlepas oleh faktor-faktor penghambatnya. Komitmen para *stakeholder* juga sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan pengembangan kawasan wisata. Berikut faktor penghambat tersebut yaitu:

a. Kurangnya Koordinasi

Seringkali terdapat kurangnya kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan, yang menyebabkan kebingungan dalam pelaksanaan program dan inisiatif pariwisata (Amalyah, 2016). Hal ini menghambat efektivitas pengelolaan pariwisata.

b. Partisipasi Masyarakat yang Rendah

Rendahnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan dan kegiatan pengelolaan pariwisata dapat mengurangi keberhasilan program wisata berkelanjutan. Hal ini disebabkan oleh kurangnya pengetahuan tentang manfaat pariwisata dan ketidakpercayaan terhadap program yang ada. Rendahnya partisipasi ini membuat masyarakat hanya berfungsi sebagai pengamat tanpa berpartisipasi aktif dalam pengembangan.

c. Keterbatasan Sumber Daya

Seringkali, pertumbuhan pariwisata yang berkelanjutan terhalang oleh ketersediaan sumber daya finansial dan manusia. Banyak daerah wisata yang belum memiliki infrastruktur yang memadai atau pelaku wisata yang terlatih, sehingga mengurangi daya tarik destinasi tersebut. Tanpa dukungan yang memadai, inisiatif pengembangan tidak dapat berjalan dengan baik.

d. Regulasi yang Tidak Mendukung

Ketidakjelasan peraturan atau kebijakan pemerintah mengenai pengembangan pariwisata dapat menjadi penghambat yang signifikan. Tanpa adanya kerangka hukum yang jelas, kerjasama antara sektor publik dan swasta menjadi sulit untuk diwujudkan.

e. *Stakeholder* Masih Minim Akan Kesadaran Lingkungan

Pentingnya pengetahuan dan kesadaran akan lingkungan dalam pembangunan kawasan wisata, karena dalam prosesnya pasti akan memiliki dampak terhadap lingkungan. Degradasi lingkungan dapat terjadi karena banyak investor yang tidak peduli akan keberlanjutan lingkungan (Kesami, 2021).

Dampak positif dan negatif mungkin saja muncul seiring proses pengembangan kawasan wisata. Untuk membuat tempat wisata yang ramah lingkungan dan tetap menjaga kualitas lingkungan, kesadaran lingkungan harus menjadi perhatian penting bagi pihak yang bertanggung jawab. Komitmen ini yang seharusnya menjadi poin penting dalam manajemen destinasi pariwisata berkelanjutan.

3.6. Tantangan Peran *Stakeholder*

Setiap *stakeholder*, baik itu pemerintah, sektor swasta, masyarakat lokal, atau akademisi, memiliki peran penting dalam pengelolaan destinasi yang berkelanjutan, namun peran tersebut tidak lepas dari tantangan yang dapat mempengaruhi efektivitas kontribusi peran *stakeholder* tersebut. Tantangan utama dalam memastikan peran *stakeholder* berjalan efektif dalam pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan melibatkan berbagai aspek penting. Salah satu masalah utama adalah lemahnya koordinasi dan kerja sama antara pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta, yang sering menyebabkan kebijakan atau

program berjalan tanpa arah yang jelas. Pemahaman yang terbatas tentang konsep keberlanjutan, terutama di kalangan masyarakat lokal dan pelaku usaha kecil, juga menjadi kendala yang perlu diatasi melalui program edukasi dan pelatihan. Selain itu, keterbatasan sumber daya seperti pendanaan, tenaga ahli, dan infrastruktur menghambat penerapan strategi berkelanjutan, sementara ketergantungan yang tinggi pada pemerintah sering memperlambat proses pengambilan keputusan. Tantangan global, seperti perubahan iklim, kerusakan lingkungan, dan tekanan akibat *over-tourism*, semakin memperumit situasi, ditambah dengan kesenjangan dalam akses terhadap teknologi di berbagai kalangan *stakeholder*. Masalah lain yang perlu diperhatikan mencakup orientasi jangka pendek, ketidakadilan dalam distribusi manfaat ekonomi, dan kebijakan yang kurang mendukung kebutuhan lokal. Untuk mengatasi berbagai tantangan tersebut, diperlukan sinergi yang kuat antara semua pihak, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, adopsi teknologi digital, serta kebijakan yang inklusif dan berfokus pada keberlanjutan jangka panjang. Menghadapi tantangan-tantangan tersebut sangat penting bagi *stakeholder* untuk saling bekerja sama, berbagi pengetahuan, dan membangun kesepakatan yang menyeluruh untuk memastikan manajemen destinasi yang berkelanjutan berjalan dengan baik. Keterlibatan aktif semua pihak dan komitmen terhadap tujuan jangka panjang menjadi kunci dalam mengatasi tantangan ini.

3.7. Langkah Strategis Peran *Stakeholder*

Dalam menghadapi berbagai tantangan dalam pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan, diperlukan langkah strategis yang melibatkan seluruh *stakeholder* secara terencana. Langkah pertama adalah meningkatkan koordinasi melalui forum diskusi rutin atau platform digital yang menghubungkan pemerintah, komunitas lokal, sektor swasta, akademisi, dan media. Penyusunan rencana aksi bersama dengan pembagian tugas yang jelas dapat memperkuat kolaborasi. Penyusunan peta jalan atau rencana aksi dengan pembagian peran yang jelas antara pihak-pihak yang terlibat akan memperjelas langkah-langkah yang perlu diambil. Selanjutnya, edukasi dan pelatihan menjadi aspek penting untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dan pelaku usaha kecil tentang prinsip keberlanjutan. Dalam hal ini, akademisi dapat memberikan kontribusi berupa riset berbasis data serta program pemberdayaan masyarakat. Investasi dalam infrastruktur berkelanjutan juga menjadi prioritas, termasuk pengembangan transportasi ramah lingkungan, sistem pengelolaan limbah, dan upaya konservasi. Untuk mengatasi kendala finansial, kemitraan antara sektor publik dan swasta, serta pemanfaatan dana tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), dapat menjadi solusi yang efektif.

Selain itu, partisipasi masyarakat lokal perlu didorong melalui keterlibatan mereka dalam pengambilan keputusan, pengelolaan destinasi, dan pengembangan produk wisata berbasis tradisi dan budaya lokal. Insentif ekonomi dapat diberikan untuk memperkuat peran mereka dalam mendukung keberlanjutan. Penggunaan teknologi digital juga merupakan langkah yang strategis, misalnya dengan membangun platform daring untuk promosi, pemesanan, dan pengelolaan wisata. Pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) perlu diberikan pelatihan literasi digital agar lebih kompetitif di pasar global. Selain itu, kebijakan yang mendukung keberlanjutan lingkungan, seperti pengaturan jumlah pengunjung, pengelolaan limbah yang lebih baik, dan penggunaan energi terbarukan, harus diintegrasikan ke dalam pengelolaan destinasi. Indikator keberlanjutan, seperti daya dukung lingkungan, juga perlu digunakan untuk mengevaluasi keberhasilan program yang diterapkan. Distribusi manfaat ekonomi yang adil juga harus menjadi prioritas. Pemerintah dan *stakeholder* lainnya perlu memastikan masyarakat lokal mendapatkan manfaat langsung melalui pembukaan lapangan kerja dan pengembangan usaha lokal di sektor pariwisata. Karena tantangan-tantangan ini, sangat penting bagi *stakeholder* untuk saling bekerja sama, berbagi pengetahuan, dan membangun kesepakatan yang menyeluruh untuk memastikan manajemen destinasi yang berkelanjutan berjalan dengan baik. Keterlibatan aktif semua pihak dan komitmen terhadap tujuan jangka panjang menjadi kunci dalam mengatasi

tantangan ini. Semua langkah ini memerlukan komitmen jangka panjang, dengan kebijakan yang diarahkan pada keberlanjutan melalui tujuan yang terukur dan evaluasi berkala. Selain itu, kebijakan harus dirancang secara inklusif dan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan lokal serta dinamika global. Dengan strategi ini, pengelolaan destinasi pariwisata berkelanjutan dapat lebih efektif, kompetitif, dan relevan untuk masa depan.

4. KESIMPULAN

Pemangku kepentingan atau *stakeholder* memiliki peran penting dalam upaya pengembangan dan pengelolaan pariwisata yang bersifat berkelanjutan. Melihat kondisi saat ini peran stakeholder menunjukkan bahwa keterlibatan aktif berbagai pihak sangat penting untuk mencapai keberlanjutan upaya pengembangan dan pengelolaan pariwisata sangat penting dan sentra bahkan saat ini semakin diakui sebagai faktor kunci keberhasilan. Secara keseluruhan, peran stakeholder dalam manajemen destinasi pariwisata berkelanjutan saat ini menunjukkan tren positif dengan meningkatnya kesadaran akan pentingnya kolaborasi dan partisipasi aktif dari berbagai pihak. Namun, tantangan dalam koordinasi dan pengembangan kapasitas masih perlu diatasi untuk mencapai pengelolaan pariwisata yang benar-benar berkelanjutan. Pada masa *modern* ini, kerjasama yang baik antara pemangku kepentingan (*stakeholder*) perlu dilakukan agar mendorong terjadinya kolaborasi antara berbagai aktor yang terlibat. Sehingga, visi, misi, dan kesuksesan pembangunan sektor pariwisata dapat tercapai. Selain itu, faktor-faktor pendukung dan peran penting dari *stakeholder* seperti, pemerintah, masyarakat lokal, pelaku industri pariwisata, media massa dan wisatawan dapat menyukkseskan keberlangsungan tempat wisata itu sendiri. Meskipun masih banyak faktor penghambat dalam mencapai peningkatan jumlah pengunjung dan cara dalam manajemen *sustainable tourism destinations* ini, hal tersebut dapat diatasi dengan cara kolaborasi antar *stakeholder*. Kolaborasi dan kerjasama yang baik niscaya akan menjamin terjaganya *sustainable tourism destinations* dalam jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dosen mata kuliah Mitigasi Bencana Kawasan Wisata Universitas Sahid Jakarta atas ilmu dan masukan yang diberikan dalam menyempurnakan penelitian ini. Kontribusi tersebut memungkinkan penulis untuk mengumpulkan data dan menganalisis temuan yang telah disajikan dalam artikel ini. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada rekan-rekan mahasiswa yang terlibat langsung atau tidak langsung dalam penelitian ini.

5. REFERENSI

- Amalyah, R., Hamid, D., & Hakim, L. (2016). Peran Stakeholder Pariwisata Dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. In *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Vol. 37, Issue 1).
- Ariyani, N., Fauzi, A., Umar, F., & Sahid Jakarta, U. (2020). *Analisa Partisipasi Pemangku Kepentingan pada Pengembangan Kawasan Wisata Kedung Ombo*. (Vol. 21, Issue 2).
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2023). Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2022. (Vol. 6)
- Benn, S., Abratt, R., & O'leary, B. (2016). Defining and identifying stakeholders: Views from management and stakeholders. In *J.Bus.Manage* (Issue 2).
- Clarkson, M. 1995. A Stakeholder Framework for Analyzing And Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*. (Vol 20, Issue 1).
- Fasin, Y. 2012. Stakeholder Management, Reciprocity and Stakeholder Responsibility. *Journal of Business Ethic*.

- Destiana, R., & Yuningsih, T. (n.d.). Analisis Peran Stakeholders Dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal Di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. www.kemenpar.go.id
- Ginting, G., Kismartini, K., Yuningsih, T., & Afrizal, T. (2021). Analisis Peran Stakeholders dalam Pengembangan Pariwisata Siosar. *Jurnal Magister Administrasi Publik*. (Vol 11, Issue 1) <https://doi.org/10.31289/perspektif.v11i1.5225>
- Hakim, A., Bi Rahmani, N. A., & Harahap, R. D. (2024). Peran Pemerintah Dalam Program Pariwisata Berkelanjutan Dalam Upaya Mewujudkan Sustainable Development Goals (SDGs) di Kawasan Danau Toba. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. (Vol 7, Issue 1) <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1434>
- Kesami, P., Ketut, A., & Putu, R. (2021). Peran dan hambatan stakeholder dalam penyediaan fasilitas dan aksesibilitas pariwisata bagi wisatawan disabilitas di kota Denpasar. (Vol. 5, Issue 1).
- Mebri, H. F., Suradinata, E. & Kusworo. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata dalam Meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) di Kota Jayapura Provinsi Papua. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja* (Vol. 12, Issue 1).
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. (2021). Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. (Vol. 9).
- Mitchell R, Agle B & Wood D.1997. Toward a Theory of Stakeholder Identification and Saliency: Defining the Principle of Who and What Really Counts. *Academy of Management Review*, (Vol 22, Issue 4).
- Paristha, P. T., Nyoman, S. A., & Indra, B. G. (2022). Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Desa Wisata Kerta Kecamatan Payangan Kabupaten Gianyar. In *Jurnal Master Pariwisata* (Vol. 8, Issue 2).
- Rama, W. B. & Sinduwatmo, K. (2022). Marketing Communication Strategy For Tourism Sidoarjo In Developing Regional Tourism Potential: Strategi Komunikasi Pemasaran Bidang Pariwisata Sidoarjo Dalam Pengembangan Potensi Pariwisata Daerah. In *Indonesian Journal of Public Policy Review* (Vol 19, Issue 1).
- Rohman, F., & Fitriana, K. N. (2024). Stakeholder Analysis dalam Pengembangan Sustainable Tourism di Pantai Glagah Kabupaten Kulon Progo. In *Jurnal Pariwisata*, (Vol 12, Issue 1).
- Sandiasa, G. (2019). Dampak dalam Pengembangan Desa Wisata (Studi di Desa Wisata Wanagiri dan Sambangan Suksada Buleleng). *LOCUS Majalah Ilmiah FISIP*. (Vol. 11, Issue 1).
- Santoso, R. & Titik, D. (2020). Collaborative Governance in Tourism Development at the Protected Area Sangiran Indonesia. *6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)*. (Vol. 510).
- Sudarwan, W. E., Zahra, S., Tabrani, M. B., & Bina Bangsa, U. (2021). Fasilitas, Aksesibilitas Dan Daya Tarik Wisata Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Wisatawan Pantai Sawarna Kabupaten Lebak. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1>
- Suharyanto, A., Febryani, A., Wiflihani, W., & Batubara, B. (2019). *Village Government Policy on Tourism Management in Situngkir Village*. <https://doi.org/10.4108/eai.24-10-2019.2290607>
- Suharyanto, A., Barus, R., & Batubara, B. (2020). Photography and Tourism Potential of Denai Kuala Village. *Jurnal Britain International of Humanities and Social Sciences*. (Vol. 2, Issue 1).
- Talib, D. (2020). Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Destinasi Wisata. *Tulisan Ilmiah Pariwisata (TULIP)* (Vol. 3, Issue 1). <https://doi.org/10.31314/tulip.3.1.12-18.2020>

Wulandari, T. & Tri, Y. (2024). Pemetaan Peran Stakeholder dalam Pengelolaan Objek Wisata Taman Rekreasi Pantai Kartini Kabupaten Rembang. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*. (Vol. 1, Issue 3). https://doi.org/10.14710/nova_idea.48854