

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengembangan Wisata

1. Pengertian Pengembangan Wisata

Pengertian dari pengembangan umumnya diartikan sebagai tahapan proses pertumbuhan, perubahan yang terjadi secara perlahan,²⁴ dengan tahap perencanaan, tahap pelaksanaan serta tahap evaluasi, pengembangan akan bertambah menuju kesempurnaan, dengan adanya proses penyempurnaan pengembangan ini maka akan dihasilkan bentuk suatu yang dianggap memadai.²⁵

The World Tourism Organization, mengartikan Kegiatan melakukan perjalanan keluar dari lingkungan dengan tujuan rekreasi, berbisnis atau urusan lain merupakan aktivitas wisata yang menjadi salah satu sektor penggerak ekonomi di negara dan dunia. Berdasarkan penjelasan mengenai pariwisata di atas disimpulkan bahwa, pariwisata merupakan suatu kegiatan wisata yang memiliki tujuan untuk hiburan dan liburan bagi wisatawan yang berwisata serta berkunjung ke objek wisata tersebut.²⁶

Memperbaiki dan meningkatkan serta memajukan suatu objek pariwisata beserta daya tariknya supaya bisa ramai dan dikatakan memadai sebagai tujuan berkunjung wisatawan dengan tetap mampu memberi manfaat bagi masyarakat sekitar objek dan diupayakan menjadi pemasukan bagi

²⁴ Punaji Setyosari, *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*, (Jakarta: Kencana, 2012), 218-219

²⁵ Sukiman, *Pengembangan Media Pembelajaran*, (Yogyakarta: Pedagogia, 2012), 53.

²⁶ Wisnu Yusditaro et al., "Penerapan *Green economy* Sebagai Pengembangan Wisata Alam Parsariran Dalam Mewujudkan Pembangunan Berwawasan Lingkungan," *Jurnal Manajemen Administrasi Bisnis Dan Publik Terapan* 1 No. 2, no. 2 (2023): 4.

pemerintah, merupakan upaya yang dilakukan terus agar bisa mewujudkan keterpaduan semua wujud aspek diluar pariwisata yang berkaitan langsung maupun tidak langsung.²⁷

Sebuah upaya peningkatan serta memajukan suatu destinasi wisata secara aspek lokasi serta fasilitas yang berada didalamnya yang berfungsi menunjang kualitas destinasi wisata tersebut sehingga jauh lebih memadai, lebih menarik yang menjadikan minat wisatawan bertambah merupakan kegiatan dalam pengembangan wisata,²⁸ dengan pengembangan tersebut terjadi kemajuan objek wisata menjadi lebih baik sehingga menarik minat wisatawan untu mengunjunginya.²⁹

Pengembangan pariwisata merupakan langkah yang penting guna menarik lebih banyaknya kunjungan para wisatawan, apabila hal tersebut dikelola dengan lebih memadai dan professional, sector pariwisata ini akan memilikidampak positif pada peningkatan pendapatan daerah (PAD) pemerintah setempat.³⁰ Pengembangan pariwisata adalah bagian dari rencana yang bersifat panjang dan tidak dapat terpisah dari usaha untuk melestarikan alam, lingkungan, dan budaya komunitas setempat.

Oleh sebab itu, strategi pengembangan sector pariwisata harusnya difokuskan pada partisipasi masyarakat dalam setiap tahapan, dari

²⁷ Merry H. Adrah and Rahel Meke, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Raeway Hills Di Desa Airmadidi Minahasa Utara," *Jurnal Hospitaliti*, 2024, 43.

²⁸ Mario Barreto and I.G.A.Ketut Giantari, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Panas Di Desa Marobo, Kabupaten Babonaro, Timor Leste," *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana* 11 (2019): 773–793, <https://media.neliti.com/media/publications/44781-ID-strategi-pengembangan-objek-wisata-air-panas-di-desa-marobo-kabupaten-bobonaro-t.pdf>.

²⁹ Trivan King Robinson, Burhanuddin Kiyai, and Rully Mambo, "Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bolaaang Mongondow Utara," *Jurnal Administrasi Publik* 5, no. 84 (2019): 73.

³⁰ Hurul Aini, "Strategi Pengembangan Objek Wisata Unggulan Hapanasan Oleh Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Rokan Hulu," *JOM FISIP* 2 No. 1 (2015): 1.

perencanaan, perorganisasian, pelaksanaan hingga pengawasan. Keterlibatan yang terpadu dari pengembangan wisata pada akhirnya akan memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan serta pendapatan masyarakat setempat.³¹

2. Dimensi Pengembangan Wisata

Pengembangan wisata memiliki beberapa dimensi, yaitu sebagai berikut:

a. Daya Tarik Wisata

Sesuatu yang menawarkan keunikan, keindahan serta hal yang dapat dinikmati yang ditawarkan suatu wisata sehingga memiliki nilai jual dalam industry pariwisata merupakan daya tarik wisata. Sedangkan produk wisata bukan hanya merupakan keindahan atau keunikan ciri khas suatu tempat wisata, tetapi sebuah paket utuh meliputi daya tarik itu sendiri, ketersediaan fasilitas pendukung, serta kemudahan akses. Daya Tarik wisata juga merujuk pada kegiatan pengelolaan potensi wisata, baik bersumber dari kekayaan alam, warisan budaya, maupun hasil karya buatan manusia.³²

Salah satu alasan utama wisatawan pergi ke tempat wisata karena daya tariknya, produk utama dalam destinasi wisata merupakan atraksi, atraksi merupakan hal yang berkaitan dengan apa yang dapat dilihat serta dinikmati dan dilakukan oleh wisatawan dilokasi seperti keindahan dan

³¹ Ibid., 2

³² Wahyu Eko Saputro, Sukimin, and Nina Indriastuty, "Analisis Daya Tarik Wisata, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Berkunjung Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening," *Jurnal GeoEkonomi* 11, no. 1 (2020): 58, <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v11i1.108>.

keunikan alam, budaya lokal, peninggalan bangunan bersejarah, dan atraksi buatan seperti wahana permainan merupakan beberapa contoh atraksi. Atraksi harus memiliki tingkat deferensiasi yang tinggi.³³

b. Infrastruktur

Infrastruktur di dalamnya meliputi kemudahan akses (aksesibilitas) dan fasilitas (amenitas). Kemudahan akses mencakup semua yang berkaitan dengan infrastruktur dan cara menuju tempat wisata, seperti jalan raya, moda transportasi, serta tanda arah. Aksesibilitas adalah elemen krusial dari sebuah destinasi dan hak untuk mendapatkan akses merupakan salah satu kebutuhan dasar untuk perjalanan. Fasilitas adalah infrastruktur yang tidak secara langsung berhubungan dengan sektor pariwisata. Fasilitas mencakup semua dukungan yang diperlukan untuk memenuhi keperluan wisatawan selama berkunjung ke suatu destinasi, seperti tempat menginap, penyediaan makanan dan minuman, area hiburan, serta tempat untuk berbelanja.³⁴

c. Partisipasi Masyarakat

Pengembangan wisata yang melibatkan partisipasi masyarakat merupakan strategi penting untuk menciptakan pengembangan wisata yang berkelanjutan dan efektif. Berikut adalah beberapa dimensi partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata:³⁵

³³ Basiya R and Hasan Abdul Rozak, "Kualitas Dayatarik Wisata, Kepuasan Dan Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Mancanegara Di Jawa Tengah, *Dinamika Kepariwisata*," *Dinamika Kepariwisata* 11, no. 2 (2012): 11.

³⁴ Mohamad Bagus Chanif Muslim, "Pengaruh Atraksi, Aktivitas, Amenitas Dan Aksesibilitas Terhadap Kepuasan Wisatawan Di Taman Nusa Bali," *Jurnal Visi Manajemen* 18, no. 3 (2022): 28, <https://doi.org/10.56910/gemawisata.v18i3.237>.

³⁵ Muchammad Satrio Wibowo and Lutfi Arviana Belia, "Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata* 6, no. 1 (2023): 28.

1) Perencanaan:

- a) Dukungan Finansial: Masyarakat harus didukung secara finansial untuk berinvestasi dalam pengembangan wisata.
- b) Enterpreneurship: Masyarakat berperan penting sebagai entrepreneur dalam pengembangan wisata.
- c) Pembuatan Kebijakan: Masyarakat harus dilibatkan dalam pembuatan kebijakan terkait pariwisata.

2) Pelaksanaan:

- a) Usaha-Utama Pariwisata: Masyarakat terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata melalui lembaga Pokdarwis (Kelompok Sadar Wisata).
- b) Pembuatan Sarana Prasarana: Masyarakat terlibat dalam pembuatan sarana dan prasarana yang menunjang kepariwisataan.

3) Evaluasi:

Monitoring dan Evaluasi: Partisipasi masyarakat juga dibutuhkan dalam proses monitoring dan evaluasi untuk memastikan bahwa pengembangan wisata sesuai dengan harapan dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat.

B. *Green economy*

1. Pengertian *Green economy*

Presiden Amerika Serikat Barack Obama adalah orang pertama yang menyuarakan gagasan *green economy*, pada tahun 2008, UNEP (*United Nations Environment Programme*) mengusulkan gagasan tersebut dalam

upaya membawa negara maju maupun negara berkembang untuk menerapkan gaya pembangunan ekonomi yang tidak mengesampingkan lingkungan.

UNEP menyatakan *green economy* sebagai ideologi ekonomi yang mampu menyediakan keadilan sosial dan peningkatan kualitas hidup manusia secara besar-besaran. Ini juga mampu mengurangi risiko lingkungan dan ekologi serta ancaman kelangkaan sumber daya. Para pencipta pendapatan pertumbuhan dan investasi ekonomi harus mengurangi pencemaran, emisi karbon, meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya dan energi, dan menghindari hilangnya kekayaan hayati.³⁶

Green economy berpegang terhadap pengetahuan serta teknologi yang memiliki tujuan menunjukkan adanya keterkaitan antara sumberdaya manusia dengan ekosistem alam serta untuk meminimalkan dampak kegiatan ekonomi manusia terhadap perubahan iklim, dengan menjalankan sistem ekonomi hijau, ekonomi di Indonesia akan terarah menuju ekonomi yang lebih efisien terhadap penggunaan sumber daya alam yang terbatas dan berkelanjutan.³⁷

Pemanfaatan lingkungan ekonomi hijau bertujuan untuk memperbaiki kondisi iklim melalui pengurangan polusi, serta memainkan peran yang krusial dalam menciptakan lapangan kerja dan investasi. Ini mencakup penyediaan materi, sumber daya manusia, dan kapasitas untuk menangani kemiskinan serta kesenjangan sosial, yang pada gilirannya berkontribusi pada pelestarian sumber daya. Ekonomi hijau sejalan dengan strategi jangka

³⁶ Andreas Lako, *Green economy: Menghijaukan Ekonomi, Bisnis, & Akuntansi* (Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014), 24.

³⁷ Inanna Rahmatullah, *Ekonomi Berkarakter Eco-Culture* (Makasar: UPT Badan Penerbit UNM, 2017), 31-32.

panjang untuk perekonomian nasional demi mengatasi krisis dan mencapai pemulihan ekonomi, karena ekonomi hijau berfokus pada penciptaan peluang kerja.³⁸ Ekonomi hijau didefinisikan sebagai ekonomi rendah karbon, efisien sumber daya, dan inklusif secara sosial.³⁹

a. Ekonomi Rendah Karbon

Ekonomi dengan karbon rendah merupakan sistem ekonomi yang menghasilkan emisi gas rumah kaca yang minimal dan mendukung kegiatan penyesuaian terhadap ekosistem sebagai langkah saling menguntungkan untuk menciptakan ketahanan yang berkelanjutan.

b. Efisiensi Sumber daya

Efisiensi Sumber Daya berkaitan dengan bagaimana pemanfaatan sumber daya dapat memberikan manfaat kepada masyarakat, dengan fokus untuk mengurangi penggunaan sumber daya yang diperlukan, serta emisi dan limbah yang dihasilkan, per satuan produk atau layanan.

c. Inklusif secara sosial

Inklusif sosial adalah upaya memastikan bahwa setiap individu memiliki kesempatan untuk terlibat dalam aspek sosial, ekonomi, dan politik tanpa adanya perbedaan perlakuan.

Ekonomi hijau atau *green economy* adalah pendekatan yang digunakan untuk mencapai pembangunan yang berkelanjutan. Konsep ini dirancang agar sumber daya alam bisa digunakan secara lebih efisien, memiliki nilai tambah, serta mendorong pola produksi dan konsumsi yang lebih ramah lingkungan.

³⁸ Arin Setiyowati, dkk, *Green economy* Dalam Perspektif Syariah (Sumatera Utara: Az-Zahra Media Society, 2023), 53.

³⁹ UNEP, “*Green economy*,” 2018, <https://www.unep.org/regions/asia-and-pacific/regional-initiatives/supporting-resource-efficiency/green-economy>.

Tujuan akhirnya adalah menciptakan sistem ekonomi yang rendah karbon dan tetap memperhatikan kelestarian lingkungan hidup, dengan kebijakan yang tepat, ekonomi hijau bisa menjadi jembatan antara pertumbuhan ekonomi dan perlindungan lingkungan, serta memperkuat struktur dan arah pembangunan nasional.

Upaya agar penerapan ekonomi hijau berjalan baik, maka perlu dirumuskan visi, misi, tujuan, serta arah kebijakan yang jelas. Selain itu, dibutuhkan pula pedoman operasional, formulasi kebijakan, evaluasi dan sistem pengukuran yang bisa menjadi acuan pelaksanaan di lapangan. Proses penyusunan kebijakan ini sebaiknya dilakukan dengan melibatkan para pemangku kepentingan, agar lebih tepat sasaran dan inklusif.⁴⁰ Ekonomi hijau tidak bisa dilepaskan dari Teori Stakeholder. Menurut Ghazali dan Chariri, teori ini menjelaskan bahwa sebuah organisasi atau badan usaha tidak hanya beroperasi demi keuntungan sendiri, tetapi juga bertanggung jawab memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terlibat dan terdampak, seperti pemilik usaha, karyawan, konsumen, dan masyarakat sekitar.⁴¹

Artinya, dalam mengelola sumber daya alam, perusahaan harus sadar akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan. Proses produksi dan distribusi harus dirancang untuk meminimalkan pencemaran serta mencegah kerusakan alam. Para stakeholder memiliki peran penting dalam menyukseskan penerapan ekonomi hijau. Mereka perlu dilibatkan sejak tahap perencanaan, pelaksanaan program, hingga evaluasi pasca program. Teori

⁴⁰ Sumber Daya Alam dan Lingkungan, 2014, hlm. 20.

⁴¹ Yasa. "Ekonomi Hijau, Produksi Bersih dan Ekonomi Kreatif: Pendekatan Mencegah Risiko Lingkungan Menuju Pertumbuhan Ekonomi Berkualitas di Provinsi Bali." *Bumi Lestari* 10, no. 2 (2010): 285, 294.

stakeholder ini mendukung gagasan bahwa keberlangsungan usaha juga bergantung pada keterlibatan dan dukungan dari seluruh elemen masyarakat.

2. Prinsip-Prinsip Utama *Green economy*

Perusahaan tidak boleh hanya fokus kepada keuntungan dan pemegang saham saja, tetapi juga harus memperhatikan konsumen, pemasok, masyarakat, serta lingkungan sekitar. Oleh karena itu, prinsip-prinsip utama ekonomi hijau seperti rendah karbon (low carbon), efisien sumber daya (resource efficient), dan inklusif secara sosial (socially inclusive) harus menjadi pedoman dalam setiap kebijakan dan praktik perusahaan.⁴²

a. Rendah Karbon (*Low Carbon*)

Konsep ekonomi rendah karbon menekankan pentingnya mengurangi emisi karbon dalam kegiatan ekonomi. Ide ini pertama kali muncul dalam pertemuan Konvensi Kerangka Kerja PBB tentang Perubahan Iklim (*UNFCCC*) pada KTT Bumi di Rio de Janeiro tahun 1992. Salah satu hasil pentingnya adalah sebuah bentuk strategi pembangunan rendah emisi atau *Low Emission Development Strategy (LEDS)*.⁴³

Pembangunan rendah karbon berarti negara merancang pertumbuhan ekonomi yang ramah terhadap iklim dan lingkungan untuk jangka panjang. Untuk mendukung transisi ini, pendekatan seperti *green jobs* (pekerjaan ramah lingkungan) sangat diperlukan, terutama di sektor

⁴² Murniningtyas. *Prakarsa Strategis Pengembangan Green economy (Green economy Development Strategic Initiatives)*. Jakarta: Deputy.

⁴³ Andreas Lako. *Green economy*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2014, hlm. 19.

industri dan energi. Sektor-sektor ini harus mulai menggunakan energi terbarukan yang tidak mencemari lingkungan.

b. Efisiensi Sumber Daya (*Resource Efficient*)

Menurut *United Nations Environment Programme* (UNEP), efisiensi sumber daya berarti menggunakan ataupun memakai sumber daya alam yang terbatas secara bijak dan berkelanjutan. Adapun dengan cara ini, kita bisa memproduksi berbagai bentuk barang dalam jumlah lebih besar meski hanya menggunakan sumber daya alam yang lebih sedikit.⁴⁴

Penggunaan sumber daya secara efisien tidak hanya meningkatkan produktivitas, tapi juga mengurangi risiko kerusakan terhadap manusia dan lingkungan, dalam konferensi PBB tentang pembangunan berkelanjutan, konsumsi dan produksi yang berlebihan disebut sebagai faktor utama kerusakan lingkungan global. Karena itu, penggunaan energi dan bahan baku harus dikelola dengan baik agar tidak menimbulkan dampak negatif yang berkepanjangan.

c. Inklusif Secara Sosial (*Socially Inclusive*)

Aspek sosial juga sangat penting dalam ekonomi hijau. Konsep ini menekankan bahwa semua lapisan masyarakat harus dilibatkan dalam proses pembangunan. Keputusan yang diambil harus mempertimbangkan

⁴⁴ Indarti Komala Dewi, dkk. *Kumpulan Pemikiran Pengembangan Green economy di Indonesia (Tahun 2010–2012)*. Deputi Bidang SDA dan LH: Direktorat Lingkungan Hidup, 2013, hlm. 29.

suara masyarakat agar kebijakan yang dibuat benar-benar menjawab kebutuhan mereka.⁴⁵

Program inklusif sosial seperti *green jobs*, *green city*, dan *social responsibility investment* adalah contoh nyata dari penerapan prinsip ini. Tujuannya adalah menciptakan masyarakat yang saling menghormati, menghargai perbedaan, dan mendapatkan hak dasar yang sama—baik dalam hal pekerjaan, pendidikan, maupun lingkungan hidup. Dengan demikian, ekonomi hijau tidak hanya mengutamakan keberlanjutan alam, tapi juga keadilan dan kesejahteraan sosial. Pembangunan yang inklusif secara sosial harus menjaga dan memulihkan sumber daya alam sebagai aset ekonomi utama, sekaligus menjamin kebermanfaatannya bagi semua orang tanpa terkecuali.⁴⁶

C. Pendapatan

1. Pengertian Pendapatan

Pendapatan pada kamus manajemen diartikan sebagai uang yang diterima oleh individu, lembaga, atau entitas lain, yang dapat berupa gaji, komisi, bunga, sewa dan juga keuntungan. Pendapatan yang diperoleh seseorang dikenal sebagai income dan berbentuk uang yang didapat oleh individu atau kelompok dalam periode waktu tertentu.⁴⁷ Dalam ilmu ekonomi, pendapatan adalah suatu nilai dari atau angka yang dapat

⁴⁵ R. Budiarto, A. R. Wardhana, dan A. Prastowo. “Implementation of Islamic Economics in Indonesia by Developing *Green economy* through Renewable Energy Technologies,” (2016): 1–17.

⁴⁶ United Nations Environment Programme. *ABC of SCP: Clarifying Concepts on Sustainable Consumption and Production*. UNEP for Policy Maker, 2010.

⁴⁷ Ridwan, *Tingkat Pendapatan Dan Kesejahteraan Masyarakat Menjaln Kerukunan Umat Beragama* (Sumatera Barat: CV Azka Pustaka, 2021), 1.

dikonsumsi individu dalam jangka waktu tertentu, secara khusus, pendapatan mengacu pada keseluruhan total pengeluaran yang dilakukan oleh seseorang dalam jangka waktu tertentu. Menurut BPS, pendapatan adalah total penghasilan yang diperoleh dari sektor formal (resmi) maupun informal dalam periode waktu tertentu.⁴⁸

Pendapatan dapat disimpulkan sebagai sesuatu yang diperoleh atau diterima seseorang dalam periode waktu tertentu, baik berupa uang maupun barang. Pendapatan masyarakat merujuk pada penerimaan dari gaji atau imbalan dari hasil usaha yang diterima oleh individu atau kelompok rumah tangga dalam sebulan, yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Sementara itu, pendapatan dari usaha sampingan adalah tambahan pendapatan yang diperoleh dari sumber di luar aktivitas utama atau pekerjaan pokok, yang dapat langsung digunakan untuk mendukung atau menambah pendapatan utama.⁴⁹

2. Indikator Pendapatan

Pengembangan wisata berbasis *green economy* memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan pendapatan masyarakat. Berikut penjelasan lebih lengkap mengenai indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur peningkatan tersebut:⁵⁰

a. Pendapatan Per Kapita

⁴⁸ Ibid., 40.

⁴⁹ Soekarwati, Faktor-Faktor Produksi (Jakarta: Salemba Empat, 2002), 132.

⁵⁰ Muhkamat Anwar. "Green economy sebagai Strategi dalam Menangani Kemiskinan dan Ketimpangan di Indonesia." Jurnal Pajak dan Keuangan Negara Vol.4, No.1S, (2022), 8(2), 123-135. Diakses dari <https://jurnal.pknstan.ac.id/index.php/pkn/article/download/1905/1022/9190>.

Pendapatan per kapita merupakan rata-rata pendapatan yang diterima setiap individu dalam suatu masyarakat dalam periode tertentu. Indikator ini digunakan untuk melihat sejauh mana pengembangan wisata berbasis *green economy* mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat secara merata. Kenaikan pendapatan per kapita menunjukkan adanya distribusi manfaat ekonomi yang lebih luas kepada masyarakat sekitar destinasi wisata.

b. Jumlah Lapangan Kerja Baru

Pengembangan wisata ramah lingkungan seringkali menciptakan berbagai peluang kerja baru, baik secara langsung (seperti pemandu wisata, pengelola *homestay*, petugas kebersihan) maupun tidak langsung (misalnya, pemasok makanan lokal, kerajinan tangan, transportasi). Peningkatan jumlah lapangan kerja baru menjadi indikator penting karena menunjukkan kontribusi sektor wisata hijau dalam mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan pendapatan masyarakat.