

EVALUASI RANTAI SUPLAJ WISATA DALAM PERENCANAAN PEMBANGUNAN EKOWISATA DI KAWASAN WISATA CIBODAS, JAWA BARAT

Evaluation of Supply Chain Planning Tourism Development in Cibodas Ecotourism Area, West Java

TUTUT SUNARMINTO¹⁾, DUDUNG DARUSMAN²⁾, HADI S. ALIKODRA³⁾ DAN RICKY AVENZORA⁴⁾

^{1,3,4)} Staf pengajar Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata Fakultas Kehutanan IPB

²⁾ Staf pengajar Departemen Manajemen Hutan Fakultas Kehutanan IPB

Diterima 24 Juni 2014 / Disetujui 25 Juli 2014

ABSTRACT

In order to get a better quality from supply of ecotourism activities in Cibodas Ecotourism Destination Area, a research about supply chain has been done. A set of closed-ended questionnaire has been distributed to collect visitor opinion and perspective on supply condition in the area; by using a score system of Likert. The result showed at least 6 important parties in the supply chain in the area, i.e: (1) Government as regulator, (2) Government as destination site owner and management, (3) Non Governmental Business Unit Institution, (4) Major Private Sectors, (5) Middle Private Sectors and (6) Small Private Sectors. Actually, the important element of a supply chain had been going, but however almost all of them haven't been in their best productivity performance yet. Because of the classic problem of low-capacity of human resources is still going, the in-situ quality of ecotourism experiences and satisfaction also became a problem for the visitors. Theoretically, the quality of ecotourism resources in the area had high-quality values, but however no single ecotourist characteristic group that keen to score the ecotourism supply in the area for the maximum score. Most of supply variables are only scored by the visitor on "fair" value. In order to solve those problems in supply-chain, a concept called "booked-access destination" is proposed. The booked access destination is believe that not only patternize the tourist behaviour but also will give the stake holder of supply chain a chance to get better potential price.

Keywords: Supply Chain, Ecotourism, Cibodas, Likert scale, West Java.

ABSTRAK

Dalam rangka untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik dari pasokan kegiatan ekowisata di area destinasi wisata Cibodas, penelitian tentang rantai pasokan telah dilakukan. Satu set kuesioner tertutup berakhir telah didistribusikan untuk mengumpulkan pendapat pengunjung dan perspektif tentang kondisi pasokan di daerah; dengan menggunakan sistem skor Likert. Hasilnya menunjukkan ada setidaknya 6 partai penting dalam rantai pasokan di daerah, yaitu: (1) Pemerintah sebagai regulator, (2) Pemerintah sebagai pemilik situs tujuan dan manajemen, (3) Lembaga Swadaya Masyarakat Satuan Bisnis, (4) Mayor Swasta sektor, (5) Middle sektor Swasta dan (6) Swasta Kecil sektor. Sebenarnya, elemen penting dari sebuah rantai pasokan sudah berlangsung, tapi bagaimanapun hampir semua dari mereka belum dalam performa produktivitas terbaik mereka. Karena masalah klasik rendah kapasitas sumber daya manusia masih berlangsung, kualitas in-situ pengalaman ekowisata dan kepuasan juga menjadi masalah bagi para pengunjung. Secara teoritis, kualitas sumber daya ekowisata di daerah memiliki nilai berkualitas tinggi, namun bagaimanapun tidak ada kelompok karakteristik ekowisata tunggal yang ingin mencetak pasokan ekowisata di daerah untuk skor maksimum. Sebagian besar variabel pasokan hanya dicetak oleh pengunjung pada "adil" nilai. Untuk mengatasi permasalahan di rantai pasokan, sebuah konsep yang disebut "memesan - akses destination" diusulkan. Dipesan akses destination adalah percaya tidak hanya akan patternize perilaku wisata tetapi juga akan memberikan pemegang saham dari rantai pasokan kesempatan untuk mendapatkan harga potensial yang lebih baik.

Kata kunci: Cibodas, Ekowisata, Jawa Barat, Rantai suplai, Skala Likert.

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang

Kawasan Wisata Cibodas (KWC) telah menjadi destinasi wisata yang dikenal luas tidak hanya secara lokal, namun juga secara nasional dan bahkan mancanegara. Pembangunan cikal bakal Kebun Raya Cibodas (Tahun 1830) dan penetapan cikal bakal Taman Nasional Gunung Gede-Pangrango (TNGGP), telah menyempurnakan keindahan dan atraksi wisata di perkebunan teh yang telah dibangun di kawasan Puncak pada Tahun 1728. Pesatnya pertumbuhan wisata dan dampak negatif yang terjadi, telah berdampak pada turunnya kualitas rekreasi yang diindikasikan rendahnya kepuasan rekreasi wisatawan.

Serangkaian penelitian yang berorientasi pada perencanaan peningkatan pembangunan ekowisata di Destinasi Wisata Cibodas (DWC) telah dilakukan untuk menjawab berbagai permasalahan yang terjadi. Pembatasan ruang studi pada DWC dilakukan agar kompleksitas dinamika yang ada dapat dikenali secara lebih baik untuk kemudian nantinya dari berbagai hasil penelitian yang didapatkan maka diharapkan bisa menjadi *starting point* untuk menemukan solusi kompleksitas dinamika wisata yang terjadi pada bagian ruang lainnya di Kawasan Wisata Bopunjur.

2. Tujuan

1. Mengevaluasi rantai nilai aspek suplai;
2. Mengevaluasi rantai nilai aspek permintaan;

3. Mengevaluasi rantai nilai aspek *stakeholder*;
4. Merencanakan peningkatan pembangunan ekowisata Kawasan Wisata Cibodas dengan pendekatan nilai rantai pariwisata.

3. Sasaran

1. Tercapainya optimasi aspek suplai (*supply chain*) dalam peningkatan pembangunan ekowisata di Kawasan Wisata Cibodas (KWC);
2. Terbangunnya ekowisata yang berkelanjutan di KWC.

4. Ruang Lingkup Penelitian

1. Mengevaluasi kinerja elemen dan fungsi rantai suplai (*supply chain*) di KWC;
2. Menganalisis nilai fungsi dan kinerja setiap elemen rantai suplai di KWC;
3. Menyusun perencanaan pembangunan ekowisata di KWC dengan menggunakan rantai suplai wisata (*tourism supply chain*).

TINJAUAN PUSTAKA

Porter 1990 memberikan pengertian nilai rantai (*value chain*) sebagai cara sistematis untuk menganalisis sumber keunggulan bersaing dengan memeriksa semua aktivitas yang dilakukan dan bagaimana semua aktivitas itu berinteraksi satu dengan lainnya. Pendapat Porter ini disebut sebagai *value chain* diduga karena: (1) analisis rantai pasok ini menghasilkan 'nilai' efisiensi dalam proses menghasilkan pasokan barang dan jasa serta (2) belum ada konsep analisis rantai yang lain.

Permasalahan yang selama ini terjadi di Kawasan Wisata Cibodas (KWC) adalah penurunan 'nilai' wisata yang diindikasikan dengan: (1) cenderung terjadi penurunan kualitas pada berbagai obyek, infrastruktur dan fasilitas wisata, (2) ketidaknyamanan perjalanan wisata karena kemacetan lalu lintas yang disiasati dengan sistem 'buka tutup' jalur lalu lintas dan (3) terjadi penurunan kualitas lingkungan yang sebenarnya merupakan salah satu daya tarik kuat wisata.

Yang paling realistis untuk memecahkan permasalahan di atas adalah menghentikan terjadinya penurunan 'nilai' wisata di KWC. Untuk itu dalam penelitian ini yang dijadikan konsep dasar adalah: (1) pengembangan konsep ekowisata menggantikan pengertian wisata yang mensyaratkan pentingnya untuk menegakkan 3 pilar sustainability pada sektor pariwisata, yaitu pilar ekologi, pilar sosial-budaya dan pilar ekonomi dan (2) mengembangkan analisis rantai

suplai wisata (*tourism supply chains analysis*) untuk merencanakan konsep pembangunan ekowisata.

METODE PENELITIAN

1. Jenis dan Metode Pengambilan Data

Data penelitian meliputi data sekunder dan primer. Data sekunder hanya berperan sebagai penunjang yang berupa dokumentasi data mengenai: (1) institusi atau perusahaan penyedia jasa wisata serta (2) data kewilayahan dan kependudukan tempat secara administratif obyek wisata contoh berada (Kawasan Puncak – Cibodas), serta (3) kepariwisataan di Kawasan Puncak – Cibodas.

Data primer terdiri-elemen dari elemen yang menyusun rantai suplai wisata, yaitu: (1) sumberdaya wisata, (2) kinerja jasa wisatadan (3) jenis produk wisata. Elemen-elemen ini diperinci lebih lanjut dalam indikator-indikator. Teknik pengumpulan data primer dilakukan dengan menggunakan kuesioner pola *close ended* untuk memperoleh nilai yang tepat dari setiap jawaban yang diberikan responden. Dalam hal ini, Avenzora 2004 menyatakan agar berbagai *unspeskable expression of values* (nilai yang tidak terucapkan) dan subyektivitas berbagai nilai yang ada terhadap suatu elemen yang dipersepsikan responden dengan mudah ditelusuri dan dimengerti serta bisa dipercaya oleh responden, maka dalam kuesioner suatu nilai adalah diwakili oleh satu indikator. Dengan demikian, maka agregat dari indikator-indikator yang terpenuhi oleh suatu aspek atau elemen, maka sekaligus menjadi *final values* elemen dan aspek yang dinilai.

2. Analisis dan Sintesis Data

Data primer yang dikumpulkan merupakan data nilai persepsi yang diberikan oleh responden terhadap aspek-aspek dan elemen-elemen rantai nilai wisata. Analisis data dilakukan dengan metode kualitatif deskriptif. Pada penilaian kualitatif, menurut Avenzora (2004), salah satu struktur nilai yang mudah dan umum digunakan adalah sistem skoring. Namun demikian, dalam penggunaannya sangat sering dijumpai kesalahan dan kelemahan berupa inkonsistensi struktur skor dan kelemahan penetapan indikator setiap satuan skor. Untuk mengeliminasi hal tersebut, maka salah satu cara yang dapat dipakai adalah mengubah *Skala Likert* menjadi skor yang terstruktur. Meskipun pada dasarnya *Skala Likert* bergerak dari skor 1 sampai dengan 5, namun sesuai dengan karakter masyarakat Indonesia maka sebaiknya skala tersebut digubah menjadi 1 (sangat kurang) sampai 7 (sangat baik).

Tabel 1. Jenis dan teknik pengumpulan data penelitian

No.	Elemen	Responden	Pengambilan Data
1	Karakteristik pengunjung		
2	Motivasi wisata	Pengunjung (masing-masing n= 30 orang/obyek wisata)	Kuesioner <i>close ended</i>
3	Tujuan wisata		
4	Persepsi pengunjung		

Nilai rata-rata untuk setiap aspek dan elemen yang dinilai merupakan nilai persepsi responden terhadap aspek dan elemen bersangkutan. Selanjutnya nilai persepsi tersebut diberikan deskripsi untuk menjelaskan makna dari persepsi terhadap setiap aspek dan elemen-elemennya pada setiap mata rantai, baik rantai pasok (*supply chain*), rantai permintaan (*demand chain*) dan rantai *stakeholder* (*stakeholder chain*).

Nilai persepsi pada setiap elemen rantai suplai menunjukkan kondisi suatu elemen yang dinilai. Pada tahap sintesis dilakukan pemetaan terhadap kondisi suatu elemen beserta dinamika nilai yang diberikan oleh setiap kelompok responden.

Pemetaan dilakukan untuk melihat posisi setiap elemen dalam rantai suplai wisata dibandingkan kondisi 'ideal'. Dalam hal ini yang dimaksud dengan kondisi ideal adalah "nilai skor 7". Dengan pemetaan ini dapat diketahui kekurangan dan kelemahan pada setiap elemen dalam rantai suplai wisata.

Pemahaman yang diperoleh terhadap berbagai kekurangan dan kelemahan pada setiap elemen suatu rantai wisata digunakan untuk menyusun strategi melakukan peningkatan fungsi dan kinerja setiap elemen dengan jalan mengubah setiap elemen tersebut untuk mencapai kondisi ideal pada rantai suplai. Proses pengubahan untuk mencapai nilai ideal ini disebut sebagai langkah atau tindakan optimalisasi.

Bila setiap elemen rantai suplai sudah mencapai kondisi optimal, yaitu kondisi maksimal yang bisa dicapai dengan berbagai faktor yang mempengaruhinya, maka selanjutnya dilakukan perencanaan model pengembangan ekowisata pendekatan rantai suplai.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Evaluasi Rantai Suplai

Terdapat tiga aspek penting dari rantai suplai yang perlu untuk dievaluasi, yaitu kinerja individual setiap elemen suplai (*partial performance of each supply element*), kinerja komunal elemen suplai sejenis (*intra-group performance of supply element*), dan kinerja komunal berbagai elemen *supply* (*inter-group performance of supply element*). Kinerja elemen suplai dalam rantai nilai KW Bopunjur dan DWC masih jauh dari titik optimal.

Dalam konteks elemen rantai suplai, maka berbagai badan usaha yang menawarkan jasa wisata di KW Bopunjur dan DWC setidaknya dapat dibedakan menjadi enam kelompok elemen, yaitu Pemerintah Sebagai

Regulator, Pemerintah Sebagai Penyedia Jasa Tapak Destinasi atau sebagai Pemilik Fasilitas Amenitas, BUMN sebagai Penyedia Jasa, Usaha Swasta Besar, Usaha Swasta Menengah, Usaha Swasta Kecil. Tak bisa disangkal bahwa keberadaan dan eksistensi Pemerintah Propinsi Jawa Barat c.q Pemerintah Kabupaten Bogor dan Pemerintah Kabupaten Cianjur (beserta berbagai Pemerintah Kecamatan dan Pemerintah Desanya) adalah ikut mempengaruhi total performa dari Kawasan Wisata Bopunjur dan Destinasi Wisata Cibodas.

Untuk DWC menunjukkan bahwa performa kinerja intra-elemen suplai yang terdapat pada tapak destinasi ini umumnya adalah tergolong buruk dan agak buruk (Lampiran 3). Hal yang menarik dan juga tergolong positif dalam proses perencanaan selanjutnya adalah adanya "introspeksi internal" dari responden atas kinerja dari sistem dimana responden bernaung/bekerja. Responden pada institusi pemerintah (sebagai regulator, sebagai penyedia jasa) dan responden sebagai pada kelompok Usaha Kecil ternyata memberikan skor persepsi yang rendah (skor 2-3.5) terhadap kinerja institusinya sendiri. Kesadaran dan kejujuran responden pada institusi pemerintah dapat dijadikan sebagai indikator tentang masih adanya "*positive energy*" pada organisasi tersebut. Menurut Hellriegel dan Slocum (2004) energi positif dalam suatu institusi merupakan salah satu pintu masuk yang sangat penting dalam menggerakkan organisasi untuk mencapai kinerja optimalnya. Sedangkan rendahnya skor persepsi diantara rantai pengusaha kecil adalah diduga kuat diakibatkan karena adanya persaingan usaha sejenis yang sudah melebihi kelenturan persaingan yang mereka miliki (Kotler, 1999).

Responden pada KW Bopunjur hanya memberikan rerata nilai skor 2; dimana para pengusaha kecil pada KW Bopunjur ternyata mempunyai persepsi biasa saja terhadap kinerja berbagai kelompok usaha kecil pada KW Bopunjur. Semakin rendahnya skor persepsi responden tentang kinerja Pemerintah sebagai Regulator pada KW Bopunjur ini diduga kuat setidaknya-tidaknya adalah karena kompleksitas hirarki pemerintahan (antara Pemerintah Pusat, Pemerintah Propinsi dan Pemerintah Kabupaten), serta karena adanya benturan kepentingan antara hirarki serta benturan kepentingan antara wilayah administrasi yang berbeda). Tidak selesainya Rencana Umum Tata Ruang Bopunjur hingga saat ini adalah dapat menjadi indikator penting tentang kompleksitas regulasi dan benturan kepentingan antar regulator di dalam menata DWC dan menata KW Bopunjur (Lampiran 4).

Tidak satupun *stakeholder* yang memberikan persepsi yang baik terhadap kinerja pemerintah sebagai bagian dari rantai suplay, yaitu skor 2.6 (antara agak buruk dan buruk) dan tidak satupun kelompok stakeholder yang terdapat pada dua kawasan tersebut yang mendapatkan skor persepsi yang tergolong baik (skor 6) (Lampiran 5, 6). Kondisi ini menggambarkan bahwa keseluruhan sistem rantai suplay yang ada belum memberikan performa kinerja yang optimal, sedangkan nilai skor 1 (sangat buruk) yang diberikan oleh LSM lebih diduga dikarenakan oleh pola “*the frankly minority*” yang menurut Avenzora (2003) banyak dipilih oleh LSM dalam menyuarakan kepentingan yang dimilikinya ataupun kepentingan yang sedang menjadi perhatiannya. Adapun relatif baiknya skor persepsi yang dimiliki oleh *Factory Outlet* (FO) pada kawasan ini adalah diduga karena besarnya harapan stakeholder lain kepada FO untuk bisa menarik pengunjung ke kawasan ini.

Rendahnya persepsi berbagai *stakeholder* terhadap kinerja pemerintah (baik dalam konteks sebagai regulator maupun sebagai penyedia jasa) dalam pembangunan ekowisata diduga kuat sangat erat kaitannya dengan visi dan misi yang diemban oleh pemerintah (Lampiran 7, 8).

Tidak komprehensifnya visi dan misi dari berbagai stakeholder dalam rantai suplay ekowisata di KW Bopunjur dan DWC juga berlanjut dan diperburuk dengan kualitas SDM yang ada (Lampiran 9, 10). Hanya 30 % dari SDM di KRC dan TNGGP yang berkualifikasi sebagai sarjana, meskipun SDM di WAM harus dituliskan 100 % dari 7 orang yang ada adalah tergolong sarjana semua namun perlu dicatat bahwa status SDM di WAM tersebut adalah anggota Koperasi Pegawai Republik Indonesia Edelweis yang dibebani tugas sebagai Pengendali Ekosistem Hutan. Performa SDM penyedia jasa wisata di KW Bopunjur relatif sama dengan di DWC sehingga secara keseluruhan dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa SDM pada perusahaan/institusi penyedia jasa wisata tidak memberikan penekanan pada latar belakang pendidikan yang khusus di bidang wisata, khususnya ekowisata. Hal ini disebabkan minimal 2 (dua) hal, yaitu (1) anggapan bahwa usaha ekowisata merupakan kegiatan bisnis yang tidak berbeda dengan bisnis lainnya dan (2) keterbatasan institusi pendidikan dengan kekhususan di bidang ekowisata. Para pelaku bisnis ekowisata lebih banyak menggunakan intuisi dan pengalaman dengan dilengkapi pengetahuan dalam aspek bisnis dan manajemen dalam menjalankan bisnis penyediaan jasa wisata.

Berbagai kelemahan kualifikasi SDM menjadi semakin sulit untuk diajak dan diharapkan mempunyai kreativitas dan prestasi kerja yang lebih baik ketika ternyata sebagian besar mereka yang hanya memiliki ketrampilan kurang memadai tersebut ternyata harus menanggung volume pekerjaan yang tidak sepadan dalam keseharian pelaksanaan tugasnya (Lampiran 11, 12). Meskipun untuk kondisi musim puncak kunjungan biasanya para pengelola obyek wisata menggunakan

tenaga bantuan yang direkrut sebagai tenaga upah harian, namun langkah yang mereka ambil tersebut sesungguhnya adalah tidak memecah masalah pelayanan secara utuh. Salah satu hal mendasar yang menjadi kelemahan tenaga upah harian tersebut adalah keterampilan mereka yang sangat rendah, yaitu sejalan dengan pola perekrutan yang cenderung hanya sekedar memanfaatkan tenaga lokal yang tidak terlatih.

Salah satu akibat dari rendahnya kualitas dan performa kinerja SDM adalah tingkat kepuasan pada pengunjung. Di DWC, nilai rata-rata skor persepsi pengunjung hanya menunjukkan angka 4 (sedang; Lampiran 13), sedangkan di KW Bopunjur nilai rata-rata skor pengunjung hanyalah 3 (agak buruk; Lampiran 14). Meskipun skor persepsi yang diberikan tidaklah tergolong terlalu buruk, namun diduga kuat persepsi yang ada adalah tergolong *over-estimate*; atau dengan kata lain performa kinerja yang ada sesungguhnya adalah mempunyai skor lebih rendah dari yang diberikan responden. Salah satu hal mendasar yang diduga kuat sebagai penyebab timbulnya “*placebo perception*” tersebut adalah adanya dinamika “*the negative effects of common sense*” seperti yang diingatkan Roberts (1999) dan Runyan dan Wu (1979) pada populasi responden; yaitu suatu tata nilai yang muncul sebagai akibat kesamaan perilaku ataupun kondisi yang dimiliki oleh populasi yang menilai dan populasi yang dinilai.

Sejalan dengan pentingnya pilar sosial-budaya dan pilar ekonomi dalam ekowisata, maka persepsi masyarakat lokal tentang kinerja institusi/perusahaan penyedia jasa wisata adalah sangat perlu untuk dipertimbangkan dalam proses perencanaan yang akan dilakukan. Responden memberikan persepsi untuk aspek ekonomi masyarakat (dengan rata-rata nilai skor hanya 4), aspek sosial (dengan rata-rata nilai skor 5) dan untuk aspek budaya yang juga mendapatkan rata-rata nilai skor 5 (agak baik) (Lampiran 15, 16, dan 17).

2. Perencanaan Ekowisata

Avenzora (2004) secara sederhana membedakan suatu perencanaan ekowisata menjadi dua kategori yang berbeda, yaitu *wissenschaftliche planung* (perencanaan yang bersifat saintifik) dan *leitbildplanung* (perencanaan praktis atau sering juga dikenal sebagai *apriory planning*). Dalam proses perencanaan yang bersifat saintifik, dijelaskan, proses penetapan berbagai keputusan strategis yang akan dielaborasi menjadi berbagai rencana tindakan yang akan diambil haruslah mempunyai suatu benang merah yang tidak terputus satu sama lain dan jelas sebab akibatnya. Sedangkan dalam proses *apriory planning* berbagai keputusan strategis yang dipakai untuk mengelaborasi serangkaian rencana tindakan yang akan dilakukan adalah dapat saja berasal dari suatu “*kebijakan pimpinan*” yang mendominasi proses perencanaan ataupun berdasarkan trend atau “selera” para pengambil keputusan.

Perencanaan ekowisata disusun dengan pendekatan *supply chain*, *demand chain*, dan *stakeholder chain*. Perencanaan dengan pendekatan *supply chain* akan menitikberatkan pada konsep *booked access*, perencanaan dengan pendekatan *demand chain* akan menitikberatkan pada konsep *number of visitor* (jumlah kunjungan), dan perencanaan dengan pendekatan *value chain* akan menitikberatkan pada konsep mengembalikan dan mengoptimalkan peran, fungsi dan kinerja masing-masing *stakeholder*.

3. Perencanaan Ekowisata Dengan Pendekatan Supply Chain

“Terciptanya suatu pasokan ekowisata yang atraktif, variatif dan berkualitas yang menjamin optimalnya fungsi ekologi, sosial-budaya dan ekonomi dari setiap tapak yang digunakan sebagai destinasi ekowisata”

Untuk mencapai visi tersebut, maka beberapa misi penting yang harus dilakukan oleh penyedia jasa tapak wisata di Kawasan Wisata Cibodas setidaknya harus terdiri dari beberapa hal berikut:

1. Mengoptimasi fungsi-fungsi ekologis dari setiap tapak yang dijadikan destinasi wisata,
2. Mengoptimasi fungsi-fungsi sosial budaya dari setiap tapak yang dijadikan destinasi wisata,
3. Mengoptimasi fungsi-fungsi ekonomi dari setiap tapak yang dijadikan destinasi wisata,
4. Mengoptimasi nilai kreatif dan originalitas produk wisata pada setiap destinasi wisata,
5. Mengoptimasi keragaman produk wisata yang dipasokkan pada setiap destinasi wisata, dan
6. Mengoptimasi kualitas produk wisata yang dipasokkan pada setiap destinasi wisata

Terdapat masalah yang sama yang terjadi pada semua destinasi wisata di Kawasan Wisata Cibodas, yaitu pasokan jasa wisata bersifat *open access*. Secara sederhana sifat pasokan jasa wisata dapat dibedakan menjadi dua, yaitu bersifat eksklusif dan inklusif. Pada pasokan jasa wisata yang bersifat eksklusif, maka pelanggan tidak bisa mengakses pasokan jasa wisata kecuali menjadi anggota (ada sistem keanggotaan). Sebaliknya, pada pasokan jasa wisata yang bersifat inklusif, maka setiap pelanggan dapat mengakses pasokan jasa wisata tersebut.

Kelemahan dari penerapan sistem *open access* dalam pasokan jasa di Kawasan Wisata Cibodas selama adalah timbulnya ketidakpastian pola kunjungan dan perilaku pengunjung yang akan berwisata, sehingga tidak memberikan suatu kepastian usaha bagi setiap penyedia jasa wisata dan jasa penunjangnya. Hal ini menyebabkan terjadinya beberapa masalah yang selalu terjadi dan bahkan terus meningkat di kawasan wisata ini, seperti: (1) kemacetan lalu lintas karena semua wisatawan merasa dapat melakukan wisata dengan sistem *on-time ticket*, (2) terus bertambahnya bangunan di sepanjang

Jalur Puncak sehingga mengurangi nilai estetika wisata, (3) munculnya berbagai usaha penyediaan jasa wisata dan usaha penunjangnya yang tidak dapat diidentifikasi secara akurat oleh berbagai pihak yang berkepentingan untuk mengembangkan nilai jasa wisata dan (4) para penyedia tapak jasa wisata tidak mampu merencanakan pengelolaan tapak secara baik dan bahkan tidak dapat menghindari bila terjadi pelampauan daya dukung tapak.

Dengan pemaparan di atas, maka pasokan ekowisata di Kawasan Wisata Cibodas dari sebaiknya haruslah bersifat *booked access* (mendaftar) untuk menggantikan kondisi sekarang yang bersifat *open access*. Sistem *booked access* bukan identik dengan sifat eksklusif karena pasokan jasa wisata dapat diakses oleh siapa saja tanpa sistem keanggotaan; hanya saja para pelanggan tidak dapat melakukan kegiatan rekreasi dan wisata tanpa terdaftar. Para wisatawan yang akan berekreasi dan berwisata ke kawasan ini bisa melakukan pemesanan secara *on-line*. Penerapan sistem ini mengubah target wisatawan yang selama ini tidak terarah, maka sekarang target wisatawan terfokus pada yang sudah merencanakan perjalanan wisatanya.

Beberapa implikasi positif yang dapat diperoleh dari penerapan sistem *booked access* pada pasokan jasa wisata di setiap destinasi wisata di Kawasan Wisata Cibodas adalah:

1. Penyedia tapak memperoleh kepastian pengunjung yang akan berekreasi dan berwisata karena melalui data pengunjung yang telah memesan sebelumnya;
2. Penyedia jasa tapak wisata dapat meningkatkan daya dukung tapak melalui pengaturan pemanfaatan tapak karena setiap pengunjung tidak datang secara bersamaan (*turn over factor*);
3. Penyedia jasa tapak wisata dapat meningkatkan atau memastikan kualitas pelayanan pengunjung melalui manajemen melayani pengunjung yang sudah pasti;
4. Penyedia jasa tapak wisata memperoleh kesempatan untuk meningkatkan jumlah pelanggan karena peningkatan motivasi wisatawan yang ingin menguasai jasa wisata yang dipasok dengan pembatasan waktu yang memunculkan kesan kelangkaan suplai; dan
5. Penyedia jasa tapak wisata memperoleh kesempatan untuk meningkatkan harga karena terbentuk perilaku *demand* yang ingin segera memperoleh kepastian untuk dapat melakukan rekreasi dan wisata sehingga menimbulkan kesan kelangkaan suplai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anko, B. 1992. Modern Forestry and Sustainable Tourism - Some Common Traits. In Baine, J. et. al. 1992. Educating For Sustainable Tourism. Proceeding of the International Conference Helds In Slovenia, Sept. 17-24, 1992. IUCN.

- Avenzora, R. 1995. Ekoturisme : Suatu overview terhadap konsep. *Media Konservasi*, Vol 6 (4). Juni 1995.
- Avenzora, R. 1997. Ecotourism - strategy for mountainous national parks – in Indonesia. Master of Science Thesis. Georg-August Universitaet, Germany.
- Avenzora, R. 2003. Integrated and Ecological Planning of Sustainable Tourism Development in Rural Area in Indonesia : the case study of Tana Toraja, Sulawesi. Doctoral Dissertation at Georg-August Universitaet, Germany.
- Avenzora, R. 2008. Ekoturisme Teori dan Praktek. BRR NAD dan Nias. Banda Aceh.
- Cerovsky, J. 1992. Tourism, Environment and Education - A global View. In Baine, J. et. al. 1992. *Educating For Sustainable Tourism*. Proceeding of the International Conference Helds In Slovenia, Sept. 17-24, 1992. IUCN.
- Clawson, M and Knetsch, L. Jack; 1966; *Economics of Outdoor Recreation; Resources for the Future Inc.*; Washington DC
- Cooper et.al.1999. *Tourism (Principles and Practice)*. Addison Wesley Longman Publishing, New York.
- Department of Tourism Management of the Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki. 2009. GLOBAL SWOT ANALYSIS. , Greece and the Technical University of Crete, Greece.
- Feller,A., D. Shunk, T. Callarman. 2006. *Value Chains Versus Supply Chains*. BPTrends
- Getz D. 2011. A Bottom-Up Approach to Tourism Development. SHR Leader’s Forum. Sweden
- Gnoth J. 1997. *Tourism Motivation and Expectation Formation*. Elsevier Science. New Zealand.
- Holloway, J. Christopher. 1985. *The Business of Tourism*. MacDonal and Evans.
- Huang S. 2010. Measuring Tourist Motivation:Do Scales Matter?. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal Of Tourism*Vol 5:1 pp. 153-162 153.
- Kaplinsky, R., M. Morris. 2000.A Handbook For Value Chain Research. *The Spreading The Gains from Globalisation Network*.
- King, P., R. Basiuk, B. S. Chan and D. Yem. 2009. *Strengthening Sustainable Tourism: Strategic Environmental Assessment of the Tourism Sector in Cambodia*. Asian Development Bank
- Kotler P. 1999. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lowyck, E., Luk Van Langenhove, and Livin Bollaert. *Typologies of Tourist Role*, in Johnson, Peter, and Barry Thomas (eds.) 1993. *Choice and Demand in Tourism*. Mansel Publishing Ltd. England.
- Lundberg DE, Stavenga MH, Krishnamoorthy M. 1997. *Ekonomi Pariwisata*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Mathieson, A., and Geoffrey Wall. 1982. *Tourism Economic, physical and social impacts*. Longman. London.
- Mieczkowski, Zbigniew. 1995. *Environmental Issues of Tourism and Recreation*. Univ. Press of America Inc. London.
- [OGC] Office of Government Commerce. 2006. *Supply Value Chain Analysis (Category Management Toolkit)*. United Kingdom.
- Prentice, Richard. 1993. *Tourism and Heritage Attractions*. Routledge. London.
- Prey, J & W, David. 2005. *The Tourism Supply Linkage: Recreational Sites and their Related Natural Amenities*. University of Wisconsin – Madison and the Wisconsin Dept. of Natural Resources, USA
- Ross, G.F. 1994. *The Psychology of Tourism*. Melbourne Hospitality Press. Melbourne.
- Seubsamarn K. 2009. *Tourist Motivation to Use Homestays in Thailand and Their Satisfaction Based on the Destination’s Cultural and Heritage-Based Attribute*. University of Missouri. Missouri.
- Shaw, G. and Allan, M. Williams. 1994. *Critical Issue in Tourism*. Blackwell Publisher. Oxford.
- Simmons D. *Tourism Planning Toolkit: Providing Resources for managing Tourism Destinations*. Tourism Recreation Research and Educational Centre. Lincoln University.
- Smardon, R. C. 1994. *Ecotourism; Blessing or Bane to Sustainable Development*. LaIUP 27. Fall issue.
- Smith, Stephen L.J. 1989. *Tourism Analysis: A Handbook*. Longman Scientific & Technical. New York.
- Sofield, T.. 2011. *Tourism Value Chain Analysis. Symposium for Developing the Southern Economic Corridor*. Phnom Penh, Cambodia
- Steck, B., W. Kenneth, J. Bishop. 2010. *Tourism: More Value For Zanzibar, Value Chain Analysis (Summary Report)*. Norwegian Embassy.
- Tapper, R., X. Font. 2004. *Tourism Supply Chains- A report from LeedsMet for The Travel Foundation (Final Report)*. Environment Business & Development Group. Leeds Metropolitan University.

- Thierstein A, Walser M. Sustainable Regional Development: Interplay of Top-Bottom and Bottom-Up Approaches. Institute for Public Services and Tourism IDT-HSG. University of St. Gallen. Switzerland.
- UNCSD NGO Steering Committee. 1999. Tourism and Sustainable Development. Commission on Sustainable Development Seventh Session. Department of Economic and Social Affairs. New York.
- United Nations Economic and Social Council. 2007. Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (Sixty-third Session). Almaty
- Ward, G.H..2007.Tourism Subsectors in Central Visayas Using the Value Chain Analysis Framework. SMEDSEP
- Western, D. 1993. Memberi Batasan tentang Ekoturisme dalam K. Lindberg dan D. E Hawkins, eds. Ekoturisme ; Petunjuk Perencana dan Pengelola. The Ecotourism Society. Vermont.
- White V., McCrum G., Blackstock K.L., and Scott A. 2006. Indicator and Sustainable Tourism: Literature Review. The Macaulay Institute.Aberdeen
- Yoon Y, Uysal M. 2003. An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty : a Structural Model. Elsevier.
- Zhang J, Marcussen C. 2007. Tourist Motivation, Market Segmentation and Marketing Strategies. "5th Bi-Annual Symposium of the International.