

STUDI PERSEPSI DAN MOTIVASI SEBAGAI DETERMINAN PEMBANGUNAN EKOWISATA DI KABUPATEN TANAH DATAR

*(Perception and Motivation Study as a Determinants of
Ecotourism Development in Tanah Datar Region)*

ADAM RACHMATULLAH¹⁾, RICKY AVENZORA²⁾ DAN TUTUT SUNARMINTO³⁾

¹⁾ Mahasiswa Pascasarjana, Program Studi Manajemen Ekowisata dan Jasa Lingkungan IPB

^{2,3)} Dosen Departemen Konservasi Sumberdaya Hutan dan Ekowisata, IPB

Email: rachmatullah21@gmail.com

Diterima 01 Oktober 2017 / Disetujui 09 Januari 2018

ABSTRACT

During the last decade, many countries are paying special concern to develop of tourism and ecotourism industry cause able to accelerate development in a region. This research aims to analyze stakeholder perceptions and motivation determinants, a long with to formulate ecotourism development strategy. The research method used in closed ended questionnaire instrument and then data were analyzed by using one score one criteria scoring system. The result of the study showed that a local community and government perceptions have as a conclusion is a good or stil the positive sphere so that it is feasible to be develop as all forms of ecotourism. Afterwards, the result of motivations data showed that stakeholders have a high interest (score 6-7) to be actively involved in any form of ecotourism development. In order to realize the integrated ecotourism development in Tanah Datar Region, then some important things that need to be optimized, among others: 1) regional development perspective; 2) social-culture perspective; 3) capacity building perspective; 4) marketing perspective.

Keywords: ecotourism, motivation, perception, Tanah Datar Region

ABSTRAK

Dalam dasawarsa terakhir, banyak negara yang menaruh perhatian khusus untuk mengembangkan industri pariwisata dan ekowisata karena dinilai mampu mempercepat pembangunan pada suatu wilayah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi dan determinan motivasi *stakeholders* serta merancang strategi optimalisasi dalam pembangunan ekowisata. Metode yang digunakan adalah instrumen kuesioner tertutup yang kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *one score one criteria scoring system*. Hasil studi menunjukkan bahwa persepsi masyarakat dan pemerintah atas ekowisata berada pada ranah baik atau positif sehingga layak untuk untuk dikembangkan dalam berbagai bentuk kegiatan ekowisata. Data motivasi juga menunjukkan bahwa *stakeholders* memiliki ketertarikan yang tinggi (skor 6-7) untuk terlibat secara aktif dalam segala bentuk pembangunan ekowisata. Dalam rangka mewujudkan pembangunan ekowisata yang terintegrasi dan berkelanjutan di Kabupaten Tanah Datar, maka beberapa hal penting yang perlu dioptimalisasi, antara lain: 1) perspektif pembangunan wilayah; 2) perspektif sosial budaya; 3) perspektif *capacity bulding* dan; 4) perspektif pemasaran.

Kata kunci: ekowisata, Kabupaten Tanah Datar, motivasi, persepsi

PENDAHULUAN

Dalam dinamika kognisi sosial ekowisata, dapat dikatakan bahwa semua pihak sepakat jika industri pariwisata atau ekowisata adalah mampu berkontribusi penting dalam mempercepat pembangunan suatu bangsa. Distribusi manfaat ekowisata mampu mendorong pertumbuhan ekonomi pada suatu daerah melalui pendapatan asli daerah (PAD), penyerapan tenaga kerja dan menstimulasi pertumbuhan dalam pengembangan infrastruktur. Weaver (1999) mencatat ekowisata di Costa Rica telah mampu meningkatkan pendapatan sebanyak 60 kali lipat dari 10 juta dolar pada tahun 1964 menjadi 661 juta dolar pada tahun 1995, dengan tingkat kunjungan lebih dari satu juta *ecotourist* setiap tahunnya (Istituto Costarricense de Turismo 1998).

Dari segi ekologi, ekowisata diyakini mampu meningkatkan kualitas dan fungsi berbagai elemen natural dan kultural lansekap serta dapat mencegah konversi lahan secara masif. Melalui ekowisata, setidaknya ekowisatawan berperan dalam melakukan konservasi sumber daya alam dan menjaga keaslian habitat serta pada waktu yang sama juga mempromosikan kebudayaan masyarakat lokal (Zambrano *et al.* 2010). Buckley (2003) memaparkan bahwa ekowisata berpeluang besar dalam mensubstitusi krisis ekonomi atas ketidak-optimalan regulasi yang dibuat pemerintah sehingga sebagai gantinya *private funds* yang dihasilkan dari ekowisata dapat digunakan untuk merawat dan melindungi wilayah konservasi. Sedangkan dari segi sosial budaya, berbagai elemen budaya yang tengah mengalami degradasi dan/ atau menjadi semakin tidak dikenal, maka akan terevitalisasi

seiring ragam permintaan dalam *eco-cultural tourism* serta melahirkan apresiasi yang luhur atas berbagai kebudayaan yang ada. Honey (2008) mengungkapkan bahwa ekowisata dapat menstimulasi penghargaan ekowisatawan terhadap kebudayaan lokal karena faktor edukasi dalam mempelajari norma sosial dan berbagai atribut lokal di dalamnya.

Atas dasar hal tersebut, maka sudah waktunya bagi seluruh elemen sosial (pemerintah dan masyarakat) di Kabupaten Tanah Datar secara objektif berbenah diri demi mewujudkan pembangunan berkelanjutan dan ekowisata. Ditinjau dari segi potensi, maka tidak ada seorang pun yang meragukan keelokan Kabupaten Tanah Datar yang merupakan *Luhak Nan Tigo* atau cikal bakal lahirnya dan berkembangnya masyarakat Minangkabau. Avenzora *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa berbagai penilaian potensi (keunikan, kelangkaan, keindahan, seasonalitas, sensitifitas, aksesibilitas dan fungsi sosial) di tiga Nagari yang terletak di Kabupaten Tanah Datar, setidaknya-tidaknya memiliki makna potensi “baik” dan patut untuk dikembangkan dalam segala bentuk pembangunan ekowisata. Avenzora *et al.* (2013) melaporkan bahwa nilai rata-rata potensi ekowisata di Nagari Sumanik seperti *Saluang, Baralek, Manampuah, Pepatah dan Perkawinan, Anak Daro dan Marapulai* outfit, kuliner gulai kambing, dan *kuburang* Tuan Makhudumsyah adalah menghasilkan skor 6,04 atau bermakna baik dan potensial. Lebih lanjut, Nagari Sumanik ialah satu-satunya Nagari di Sumatera Barat yang masih mempunyai ratusan rumah gadang yang dibangun dengan tata penggunaan lahan seperti dalam bentuk “susunan manik-manik” yang secara substansi dalam tatanan sosial budaya merupakan perwujudan kecintaan masyarakat atas kearifan lokal.

Sebagai salah satu bentuk *scientific planning*, maka studi persepsi dan motivasi masyarakat dan pemerintah menjadi sangat penting untuk dikaji sebagai determinan dalam menyelaraskan orientasi pembangunan ekowisata yang terintegrasi dan berkelanjutan. Adapun dua hal mendasar yang menjadikan pentingnya kajian ini adalah: 1) menganalisis persepsi dan motivasi masyarakat dan pemerintah sebagai aktor kunci dalam pembangunan ekowisata dan; 2) merumuskan strategi optimalisasi dalam pembangunan ekowisata terpadu di Kabupaten Tanah Datar.

METODE PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan dari bulan Agustus sampai November 2016 di Kabupaten Tanah Datar. Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dengan pertimbangan bahwa responden merupakan masyarakat yang memiliki sumberdaya lahan kultural (ulayat), baik lahan pertanian atau pun pemukiman. Pengelompokan masyarakat berdasarkan kepemilikan lahan tersebut menjelaskan pentingnya sumberdaya lahan sebagai kekuatan dan prasyarat utama dalam pembangunan ekowisata yang berkeadilan. Roscoe

(1982) menyatakan bila sampel dibagi dalam bentuk kategori, maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal adalah 30 responden. Dengan demikian, total responden yang diambil dari penelitian ini sebanyak 150 orang, terdiri dari 120 orang masyarakat Nagari Batipuah Baruah, Kecamatan Batipuah dan 30 orang pemerintah Kabupaten Tanah Datar.

Instrumen penelitian yang digunakan adalah kuesioner tertutup, dengan panduan *skala Likert* rentang skala 1-7 (modifikasi dari *skala Likert* 1-5) karena karakter masyarakat Indonesia yang mengartikulasikan suatu nilai dengan sangat detail (Avenzora 2008). Pendekatan penelitian yang digunakan adalah fenomenologi (Altinay dan Paraskevas 2008), yaitu peneliti menguraikan fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan pengalaman dan pemahaman kognitif peneliti. Berdasarkan instrumen kuesioner tersebut, maka data yang telah didapatkan dianalisis menggunakan metode *One Score One Criteria Scoring System*, yaitu suatu model analisis yang digunakan melalui pengembangan elaborasi rangkaian kuesioner dalam pengumpulan data dan mengevaluasi berbagai variabel yang telah ditetapkan oleh peneliti (Avenzora 2008).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Secara umum, dapat dikatakan bahwa Kabupaten Tanah Datar dan Sumatera Barat memiliki “segudang potensi” *ecotourism resources* yang tidak kalah indahnya dari berbagai destinasi wisata yang ada di Jawa Barat atau pun Bali. Dalam konteks ekologi dan nilai estetika, keberadaan hamparan pesawahan yang ada di Sumatera Barat adalah salah satu yang terluas dan terindah di Indonesia. Sedangkan dalam konteks sosial budaya, satu hal utama yang tidak dimiliki berbagai daerah lain di Indonesia ialah diberlakukannya *Adat Matrilineal* yang merupakan sisa sejarah peradaban manusia di seluruh dunia (Avenzora *et al.* 2013), sehingga menjadi sangat menarik untuk dipelajari maupun diinterpretasikan dalam domain ekowisata dan pendidikan.

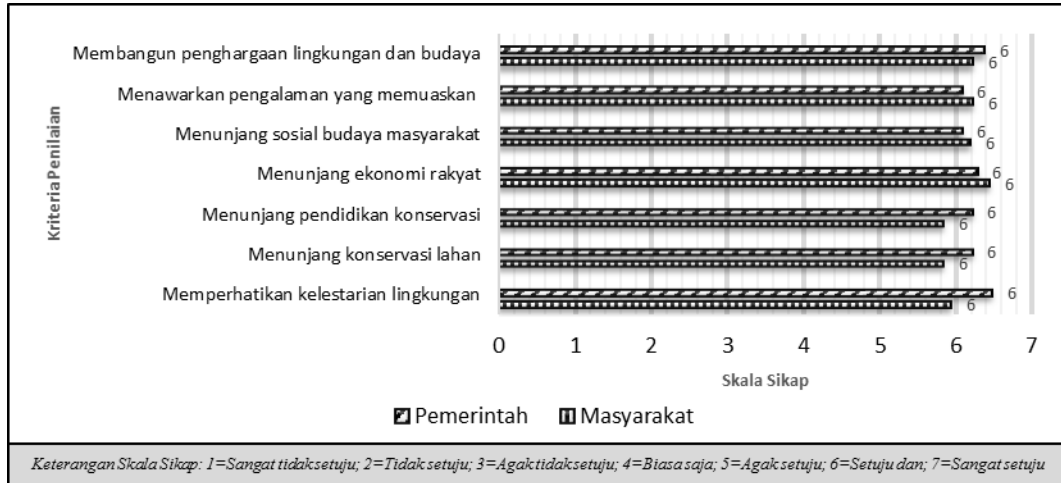
1. Persepsi Stakeholders terhadap Ekowisata

a. Persepsi positif terhadap ekowisata

Studi persepsi masyarakat dan pemerintah menjadi sangat penting untuk dianalisis sebagai *platform* dalam merekognisi sosial para pihak dalam pembangunan ekowisata secara menyeluruh. Hasil studi menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan signifikan antar aktor sebagaimana kedua aktor menyatakan sikap setuju (Skor 6) atas persepsi positif ekowisata (Gambar 1). Dalam berbagai hal, data menunjukkan bahwa: 1) adanya pemahaman dan kesadaran *stakeholders* terhadap manfaat ekonomi kerakyatan dari berbagai bentuk kegiatan ekowisata, dimana masyarakat melihat dan mendengar berbagai kesuksesan destinasi wisata mampu berkontribusi dalam menciptakan lapangan pekerjaan maupun usaha rumah tangga atau berdagang; 2) secara

umum pemerintah juga menyadari pentingnya industri pariwisata sebagai sektor yang mampu memberikan manfaat berganda (ekonomi, ekologi dan sosial budaya) demi mensejahterakan masyarakat. Avenzora (2013) memaparkan bahwa *Doi-Tung Project* di Utara Thailand dapat dikatakan sebagai salah satu bukti penting yang

dapat dijadikan sebagai model untuk pembangunan yang efisien, efektif dan memberikan manfaat ekonomi yang berlipat ganda bagi banyak pihak serta positif bagi lingkungan dan sosial budaya secara bersamaan di wilayah *rural area* atau pun kawasan hutan.

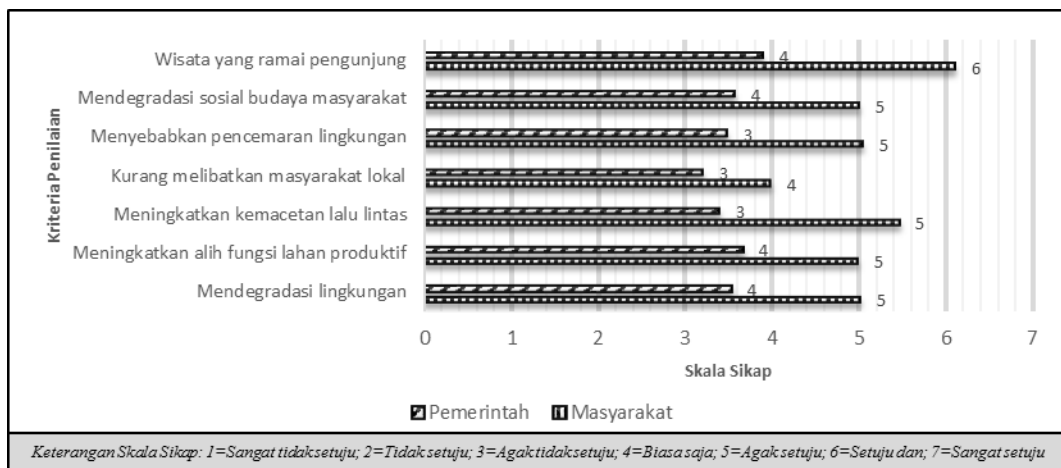


Gambar 1 Persepsi positif *stakeholders* terhadap ekowisata

b. Persepsi negatif terhadap ekowisata

Hasil studi menunjukkan bahwa terdapat diferensiasi antara masyarakat dengan pemerintah atas persepsi negatif ekowisata; sebagaimana masyarakat bersikap agak setuju (Skor 5), sedangkan pemerintah menyatakan sikap biasa saja (Skor 4) (Gambar 2). Hal ini bermakna adanya indikasi kekhawatiran masyarakat terhadap berbagai bentuk kegiatan ekowisata yang berpotensi mendegradasi tata nilai sosial budaya Minangkabau. Sedangkan bagi pemerintah, rendahnya skala sikap yang ditunjukkan karena posisi mereka sebagai regulator dan katalisator, dengan paham sejatinya

industri pariwisata dan ekowisata adalah sebagai salah satu katalisator pembangunan bangsa sehingga diharapkan mampu menciptakan kesejahteraan masyarakat. Adapun Avenzora (2013) melaporkan bahwa pariwisata telah mengabaikan prinsip Catur Purusa Artha yang menjadi tata nilai dasar bagi kehidupan Masyarakat Bali, yang kemudian menimbulkan berbagai hal yang bersifat destruktif untuk keberlanjutan adat dan budaya serta alam di Bali. Sementara Goodman (2003) menyatakan bahwa berbagai aktivitas pariwisata dapat mendegradasi dan melunturkan nilai budaya lokal.



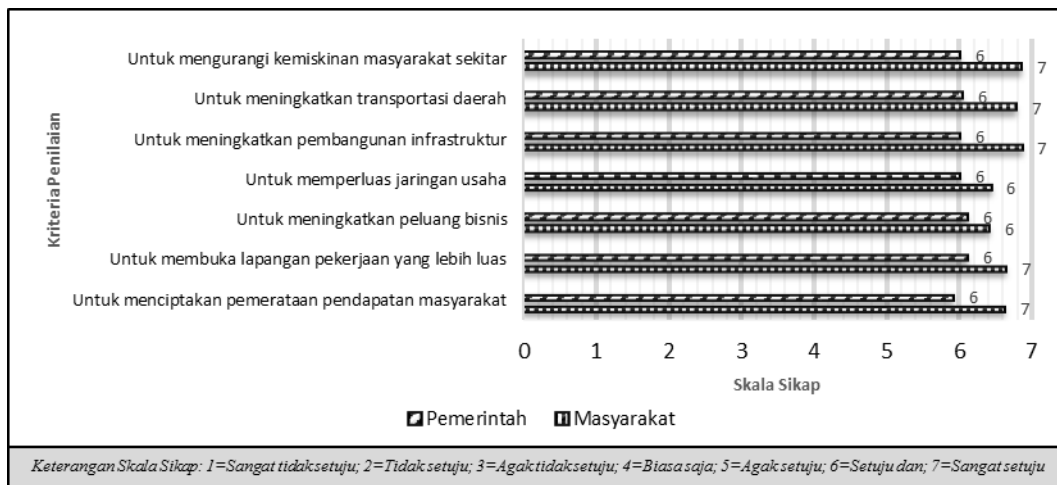
Gambar 2 Persepsi negatif *stakeholders* terhadap ekowisata

2. Motivasi Stakeholders terhadap Ekowisata

a. Motivasi ekonomi terhadap ekowisata

Tingginya motivasi masyarakat (Skor 7) dan pemerintah (Skor 6) dapat dimaknai sebagai fenomena sikap antusiasnya pihak terkait untuk berpartisipasi secara aktif dalam berbagai bentuk kegiatan ekowisata (Gambar 3). Jika dipandang secara *social cognition*, masyarakat dan pemerintah menyadari bahwa berbagai potensi yang dimiliki Kabupaten Tanah Datar atau pun Provinsi Sumatera Barat pada umumnya dinilai sangat potensial untuk dikembangkan sebagai destinasi

ekowisata unggulan. Sebagai wilayah yang didominasi oleh sektor pertanian, maka dengan adanya pengembangan ekowisata diharapkan mampu memberikan *added value* bagi masyarakat lokal melalui berbagai macam kegiatan *eco-agricultural tourism*. Avenzora *et al.* (2013) mengingatkan dengan adanya 7 danau alam yang terdapat di Ranah Minang, maka dapat dikatakan provinsi ini menjadi provinsi yang memiliki danau alam terbanyak di Indonesia dan pantas untuk dikembangkan dalam kancah nasional.



Gambar 3 Motivasi ekonomi terhadap ekowisata

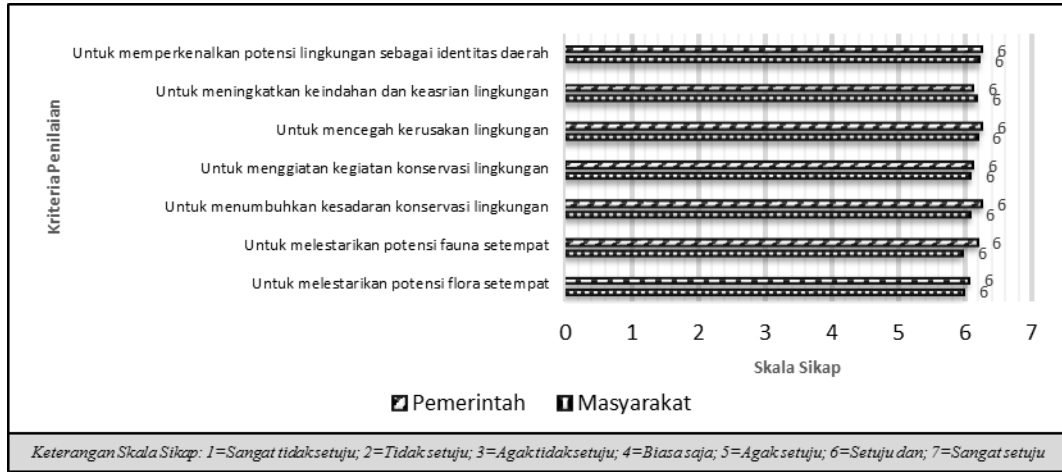
b. Motivasi ekologi terhadap ekowisata

Dari segi ekologi, masyarakat dan pemerintah menyadari pentingnya keharmonisan dalam prinsip *sustainable tourism development*; sebagaimana kedua aktor memberikan skor tinggi (Skor 6) atas motivasi ekologi ekowisata (Gambar 4). Mereka memandang bahwa hanya dengan mengedepankan pilar ekologis pembangunan segala bentuk kegiatan ekowisata dapat terwujud dengan baik sehingga dapat dinikmati di masa mendatang. Adapun Gössling dan Hultman (2006) menyatakan *“interpretation contributes to the education of tourists about natural and cultural features, thereby raising awareness of and respect for the host country, as well as reducing impacts and promoting conservation and sustainability – all key issues in ecotourism”*.

Salah satu kawasan konservasi di Kabupaten Tanah Datar ialah Cagar Alam Lembah Anai (CALA) yang berfungsi sebagai hutan lindung. Dinas Pariwisata Sumatera Barat (2015) melaporkan bahwa terdapat beberapa tanaman langka di CALA yaitu bunga bangkai (*Amorphophalus titanum*) yang tumbuh dengan sangat subur dan beberapa tumbuhan kayu seperti cangar, sapek, madang siapi-api (*Litsea adinantera*), cubadak/ cempedak air (*Arthocarpus sp.*), madang babulu

(*Gironniera nervosa*). Selain berbagai jenis flora di CALA, terdapat juga jenis hewan langka, di antaranya: harimau sumatera (*Panthera tigris sumatrensis*), rusa (*Cervus timorensis*), siamang (*Hylobates syndactylus*), enggang tanduk (*Buceros rhinoceros*), elang (*Accipitriade sp.*) dan masih banyak jenis hewan lain. Balai Konservasi Sumber Daya Alam (BKSDA) Sumatera Barat (2012) menghimbau dengan adanya Taman Wisata Alam (TWA) yang berada pada kawasan CALA, maka sebaiknya diperlukan perhatian khusus yang ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat sekitar untuk menjaga tatanan ekologis karena dikhawatirkan mengalami pengalihan fungsi akibat berbagai faktor.

Selanjutnya, Ministry of the Environment (1999) melaporkan bahwa sejak 1990, Svalbard menjadi lokasi yang dibuka untuk pembangunan pariwisata berbasis sustainabilitas ekologi dan kemudian Pemerintah Norwegia berharap bahwa Svalbard menjadi salah destinasi yang terbaik di dunia melalui manajemen *wilderness area* yaitu *“in the event of a conflict between environmental targets and other interests, environmental considerations are to prevail within the limits dictated by treaty obligations and sovereignty considerations.”*

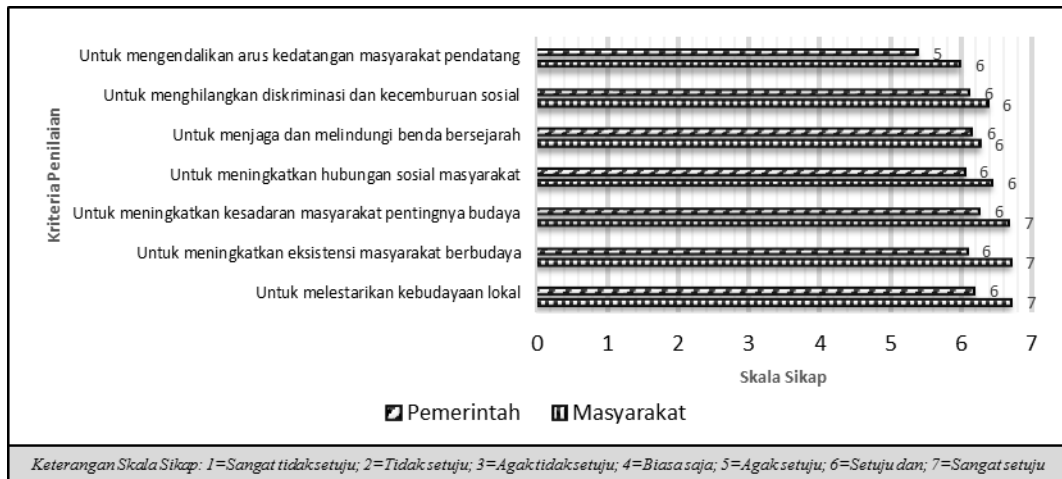


Gambar 4 Motivasi ekologi terhadap ekowisata

c. Motivasi sosial budaya ekowisata

Dalam berbagai hal, data menunjukkan tingginya (Skor 6) motivasi kedua aktor untuk berpartisipasi secara aktif melalui segala program dan kegiatan ekowisata (Gambar 5). Kedua aktor berpandangan pembangunan ekowisata dinilai mampu memberikan kontribusi penting untuk meningkatkan pengetahuan dan melestarikan berbagai kesenian daerah; serta menjadikan suatu kebanggaan bagi masyarakat itu sendiri. Darusman *et al.* (2013) memaparkan bahwa berbagai potensi *material-culture* dan *immaterial culture* yang dimiliki oleh masyarakat lokal juga sangat bernilai dan berharga untuk dijadikan sebagai atraksi budaya yang melengkapi berbagai kegiatan ekowisata.

Salah satu kawasan konservasi budaya yang ada di Kabupaten Tanah Datar ialah Nagari Tuo Pariangan; dan diyakini sebagai tempat asal-usul lahirnya masyarakat Minangkabau sebagaimana tertuang dalam konsepsi adat (pantun) yaitu “*dari mano asa titiak palito, di baliak telong nan Batali, dari mano asa niniak moyang kito, dari lereang Gunung Marapi.*” Masly (2017) menyatakan bahwa dengan adanya peninggalan sejarah Prasasti Pariangan atau *batu tungku tigo Sajaringan*, Masjid Ishlah, rumah raja *Datuak Rajo* Depang dan berbagai keunikan adat istiadat perkawinan dan religi, maka sudah seharusnya menjadikan *Nagari Tuo Pariangan* sebagai salah satu fokus pengembangan daya tarik wisata budaya di Tanah Datar



Gambar 5 Motivasi sosial budaya terhadap ekowisata

3. Strategi Optimalisasi Pembangunan Ekowisata di Kabupaten Tanah Datar

Dalam rangka menyelaraskan persepsi dan motivasi antar aktor, maka dibutuhkan upaya konkrit dalam proses manajemen kolaboratif. Salah satu upaya yang dapat

dilakukan ialah dengan melakukan *Focused Group Discussion* (FGD) yang melibatkan seluruh komponen masyarakat lokal, pemerintah dan institusi atau akademisi. FGD ditujukan untuk mengarahkan kesadaran dan pemahaman masyarakat lokal guna memperkuat

kecintaan masyarakat atas berbagai potensi ekowisata yang ada di Kabupaten Tanah Datar. Dalam pelaksanaan awal, skenario FGD dapat dilakukan secara bertahap sebanyak 2-3 kali per bulan atau sesuai dengan kesepakatan seluruh komponen sosial yang terlibat agar dalam implementasinya terwujud konseptual pembangunan ekowisata yang komprehensif dan berkeadilan. Berikut beberapa fokus gagasan optimalisasi yang dapat dipertimbangkan dalam mewujudkan pembangunan ekowisata di Kabupaten Tanah Datar.

a. Perspektif pembangunan wilayah

Dalam rangka mengoptimalkan pembangunan ekowisata di Tanah Datar, maka seyogyanya seluruh elemen pemerintahan (mulai dari tingkat daerah, regional hingga nasional) melakukan koordinasi integrasi secara menyeluruh dalam menentukan berbagai prioritas pembangunan sebagaimana tingginya motivasi masyarakat dalam keikutsertaan pembangunan ekowisata di Kabupaten Tanah Datar. Berbagai pembangunan sarana dan prasarana (infrastruktur) seperti fisik jalan *tourism interpretation*, transportasi, akomodasi, pusat kuliner dan berbagai bentuk fisik dan program *entertainment* adalah menjadi mutlak untuk dilakukan mengingat tingginya mobilitas dalam kompleksitas industri pariwisata dan ekowisata. Divisekera (2009) menginvestigasi bahwa parameter ekonomi dalam meningkatkan Australian *tourism goods and service* dari wisatawan mancanegara adalah karena adanya pembenahan pada bidang *accommodation, food, transport, shopping and entertainment*.

b. Perspektif sosial budaya

Bentuk optimalisasi berbagai elemen budaya di Minangkabau hendaknya diarahkan untuk dimanfaatkan sebagai *ecotourism resources*. Dalam dimensi manfaat ekonomi, maka segala bentuk kegiatan ekowisata bukan hanya mampu memberikan pendapatan daerah dan masyarakat yang terlibat langsung di dalamnya saja, melainkan mampu menstimulus berbagai usaha rumah tangga yang belum ada dan terdeteksi sebelumnya. Dalam dimensi sosial budaya, maka dinamika interaksi masyarakat lokal dengan *ecotourist* adalah mampu memperkaya kecerdasan tradisional kognitif masyarakat lokal itu sendiri serta menjadikannya *material culture* dan *immaterial culture* tersebut menjadi lebih bernilai marwah adatnya; sedangkan *benefit* bagi *ecotourist* sendiri adalah mampu memperkaya kematangan informasi-pengetahuan untuk mengapresiasi dan memaknai kehidupan secara utuh untuk menjadi lebih baik.

c. Perspektif *capacity building*

Dalam upaya meningkatkan kapasitas sumberdaya manusia, maka hal penting yang harus dilakukan adalah memfasilitasi masyarakat lokal berbagai keterampilan di bidang pariwisata. Dengan demikian, maka beberapa

institusi yang berkaitan erat dengan kepariwisataan harus lah menjadi promotor dalam kegiatan *capacity building* (CB) dengan spesifikasi *tourism training development*. Keharusan seorang *tourism trainer* juga setidaknya harus memiliki kompetensi yang mumpuni dalam linieritas bidangnya sebagaimana dimandatkan dalam UU Kepariwisata No. 10 Pasal 53 tentang Standardisasi dan Sertifikasi.

Dalam hal implementasi, bentuk-bentuk pelatihan yang sifatnya konvensional administratif selama ini dilakukan adalah tidak serta-merta harus dilakukan secara simultan dan kiranya harus dievaluasi secara objektif sebagai telaahan proses pembelajaran berbagai bentuk kegiatan CB. Setidaknya, beberapa program yang digagas untuk kegiatan CB adalah pelatihan *hospitality*, teknik *guiding, english conversation* dan teknik budidaya pertanian sebagai bagian dari *eco-agricultural tourism* serta pelatihan dalam pembuatan *handicraft* sebagai bagian dari rekoleksi ekowisata. Dengan demikian, maka segala bentuk kegiatan yang berlangsung di tengah lingkungan masyarakat akan menjadi lebih optimal dan mampu meningkatkan pilar pengalaman, pilar kepuasan, pilar kenangan dan pilar pendidikan.

d. Perspektif pemasaran

Dalam hal segmentasi, maka segala bentuk kegiatan ekowisata yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar adalah tidak dibatasi segmentasi pasar secara spesifik, artinya tidak terdapat pembatasan usia atau pun latar belakang khusus pada ekowisatawan. Hal ini karena segmentasi pasar ekowisata adalah sama besarnya dengan *mass tourism* pada umumnya sehingga menjadikan ekowisata dapat dilakukan di ruang-ruang tertentu; baik di wilayah yang masih alami (*remote area*) atau pun *rural area* hingga *urban area*. Dalam konteks strategi *branding*, maka dalam konsep implementasinya harus dimotori oleh pemerintah selaku regulator dan katalisator pembangunan dengan promotor utamanya adalah SKPD Pariwisata Daerah yang berkolaborasi dengan akademisi untuk menjalankan visi dan misi yang telah digagas secara bersama.

Setelah dibahas strategi pemasaran yang bersifat normatif, maka segmentasi pasar dan strategi *branding* yang telah diuraikan tersebut harus diwujudkan ke dalam *marketing mix* (Kotler dan Armstrong 2012) yang meliputi 4 P (*product, price, place and promotion*). Membahas tentang produk wisata, maka tidak ada seorang pun yang meragukan keelokan dan keunikan sumberdaya alam, budaya atau pun buatan yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar. Ketika *material* dan *immaterial heritage* yang ada di Bali hanya berakar pada ajaran agama Hindu, maka sesungguhnya dapat dikatakan bahwa Tanah Datar dan Sumatera Barat pada umumnya memiliki nilai-nilai sejarah dan kebudayaan yang jauh lebih kaya karena tidak hanya berakar pada ajaran Hindu saja, melainkan juga menganut ajaran Islam yang sangat kuat. Selain itu, dengan adanya sistem kekeluargaan yang menganut pada garis keturunan ibu,

maka keunikan tersebut menjadikan Sumatera Barat sebagai satu-satunya provinsi yang berpedoman pada sistem matrilineal, bahkan menjadikannya yang terbesar di Dunia sebagaimana salah satu suku yang menganut sistem matrilineal di Israel juga telah terancam punah.

Dalam konteks harga (*price*) merupakan salah satu komponen atau elemen yang tidak saja diusahakan dalam menentukan keuntungan (*profit values*) atau biasa disebut dengan *Break Even Point* (BEP), melainkan ditujukan sebagai daya (kekuatan) dalam mengkomunikasikan nilai suatu produk/ destinasi wisata guna menarik konsumen untuk memperoleh produk tersebut. Oleh karena itu, penetapan harga dari suatu produk atau pun jasa atraksi wisata yang ada pada destinasi harus disesuaikan berdasarkan kekuatan objektifitas dari lingkungan eksternal serta mempertimbangkan kondisi para ekowisatawan; baik sebagai *actual demand* maupun sebagai *potential demand*. Dengan karakteristik dan keunikan dari berbagai produk ekowisata yang di dalamnya memuat unsur psikologis dan pendidikan bagi ekowisatawan, maka sesungguhnya keterbatasan akses atau pun jauhnya daya jangkau untuk menikmati atraksi ekowisata tersebut bukan lah dijadikan sebagai alasan atau pun kendala mendasar, melainkan harus dijadikan sebagai salah satu keunikan dalam proses perjalanan yang bersifat *adventure tourism*. Dengan demikian, maka nilai kenangan yang merupakan bagian dari kebutuhan psikologis ekowisatawan akan didapatkan menjadi lebih berwarna dan terdorong untuk mencapai nilai optimum.

Adapun gagasan *promotion* yang baik untuk dilakukan adalah dengan mengoptimalkan media promosi audio-visual yang pada saat ini sedang mencapai titik trend seperti Instagram sebagai bagian dari *social media*. Dengan memanfaatkan *social media*, bentuk promosi yang diproduksi dan ditawarkan bukan saja memiliki keunggulan kuantitas dari segi pembacanya (komunika), melainkan juga memiliki keunggulan dari biaya yang jauh lebih rendah jika dibandingkan promosi konvensional pada umumnya. Selain itu, dengan dilakukannya promosi yang berbasis audio visual, maka diharapkan mampu memberikan informasi secara mendasar betapa uniknya atraksi wisata yang ditawarkan kepada calon ekowisatawan. Namun demikian, berbagai bentuk promosi yang hendak dilakukan adalah tidak menyebabkan calon ekowisatawan merasa dibohongi oleh estetika dari berbagai bentuk *advertising* yang secara berlebihan telah juga memanipulasi atau merekayasa foto sehingga menyebabkan kekecewaan dari ekowisatawan tersebut pada saat berkunjung nantinya.

Adapun upaya optimalisasi promosi kepariwisataan lainnya yang harus dilakukan yaitu dengan membuat website resmi tentang destinasi aktual wisata maupun potensial wisata di Kabupaten Tanah Datar, mengaktifkan berbagai *event* promosi pariwisata skala nasional dan internasional, pemasangan *billboard* di sepanjang jalan protokol atau pun jalur lintas Sumatera

Barat yang dinilai sangat strategis, hingga pembuatan film pendek atau dokumenter yang disajikan secara menarik dan atraktif untuk disiarkan di beberapa stasiun televisi swasta. Semua pola pemasaran tersebut bukan saja dikemas seunik dan secantik mungkin guna meraih intuisi dasar calon ekowisatawan, melainkan juga dirangkai secara berbobot dengan memperhatikan efisiensi dan efektivitas materi dalam menginterpretasikan suatu produk atau pun destinasi. Selain itu, hal mendasar yang harus dipahami adalah berbagai bentuk promosi pariwisata yang dilakukan bukan semata-mata hanya untuk mendatangkan dan meningkatkan kuantitas pengunjung saja, melainkan juga harus ditujukan untuk membuat kesempatan para pengunjung untuk melakukan berbagai aktivitas ekowisata secara terintegrasi sebagai bentuk perwujudan dari tegaknya prinsip *length of stay*. Dengan demikian maka distribusi manfaat yang akan dihasilkan akan lebih terdistribusi ke berbagai wilayah secara merata, baik untuk nilai ekonomi bagi masyarakat dan pemerintah daerah atau pun bagi kepuasan ekowisatawan itu sendiri.

SIMPULAN

Secara umum, data menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan antar aktor atas persepsi positif ekowisata. Masyarakat dan pemerintah memandang ekowisata mampu memberikan berbagai distribusi manfaat, baik secara ekonomi, ekologi atau pun sosial budaya. Sedangkan dalam konteks persepsi negatif ekowisata, data menunjukkan terdapat diferensiasi antara masyarakat dengan pemerintah sebagaimana masyarakat bersikap agak setuju (Skor 5), sedangkan pemerintah menyatakan sikap biasa saja (Skor 4). Masyarakat memiliki kekhawatiran bahwa ekowisata dapat menstimulasi okupasi lahan dan luntarnya tata nilai sosial budaya Minangkabau. Sedangkan bagi pemerintah, dapat dikatakan bahwa dampak negatif tersebut merupakan konsekuensi mendasar atas dinamika pembangunan.

Dalam berbagai kriteria, data yang diperoleh atas motivasi ekonomi ekowisata menunjukkan nilai yang sangat tinggi (Skor 7) bagi masyarakat dan skor 6 bagi pemerintah. Kemudian dari segi ekologi, data juga menunjukkan bahwa kedua aktor menyatakan sikap setuju (Skor 6) terhadap motivasi ekologi ekowisata. Terakhir, ketertarikan para aktor untuk terlibat dalam pembangunan ekowisata juga ditunjukkan dengan tingginya motivasi sosial budaya ekowisata yaitu dengan menyatakan skala sikap setuju (Skor 6). Secara keseluruhan, kedua aktor memiliki motivasi yang besar untuk terlibat aktif dalam segala bentuk kegiatan ekowisata. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa berbagai aspek motivasi *stakeholders* atas ekowisata adalah bermakna baik sehingga layak untuk dikembangkan dalam pembangunan ekowisata di Kabupaten Tanah Datar.

DAFTAR PUSTAKA

- Altinay L dan Paraskevas A. 2008. *Planning Research in Hospitality and Tourism*. Burlington (US): Butterworth-Heinemann.
- Avenzora R. 2008. Ekoturisme - evaluasi tentang konsep. Di dalam: Ricky Avenzora, editor. *Ekoturisme - Teori dan Praktek*. Aceh (ID): BRR NAD-Nias.
- Avenzora R. 2013. Ekoturisme-teori dan implikasi. Di dalam: Darusman D, Avenzora R, editor. *Pembangunan Ekowisata pada Kawasan Hutan Produksi*. Bogor (ID): Program Studi Pasca Sarjana Manajemen Ekowisata dan Jasa Lingkungan Fakultas Kehutanan, IPB.
- Avenzora R, Batubara RP, Fajrin FR, Sagita E, Armiliza RP, Amelia M, Romansyah B, Arifullah N. 2013. Ekowisata nagari di Ranah Minang, Sumatera Barat: potensi & dinamika kolaborasi. Di dalam: Teguh MA, Avenzora R, editor. *Ekowisata dan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan di Indonesia: Potensi, Pembelajaran dan Kesuksesan*. Jakarta (ID): PT. Gramedia.
- [BKSDA] Balai Konservasi Sumber Daya Alam Sumatera Barat. 2012. *Buku Informasi Kawasan Konservasi Balai KSDA Sumatera Barat*. Padang (ID): BKSDA Sumatera Barat.
- Buckley R. 2003. *Case studies in ecotourism*. Oxon (UK): CABI Publishing.
- Darusman D, Avenzora R, Nitibaskara U Tb. Optimalisasi manfaat hutan produksi melalui ekowisata. Di dalam: Darusman D, Avenzora R, editor. *Pembangunan Ekowisata Pada Kawasan Hutan Produksi-Potensi dan Pemikiran*. Bogor (ID): Program Studi Pasca Sarjana Manajemen Ekowisata dan Jasa Lingkungan Fakultas Kehutanan, IPB.
- Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat. 2015. *Kepariwisata Provinsi Sumatera Barat*. Padang (ID): Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat
- Divisekera S. 2009. Ex-post demands for Australian tourism goods and services. *Tourism Economics*. 15 (1): 153-180.
- Goodman R. 2003. Pastoral livelihoods in Tanzania: Can the Maasai benefit from conservation?. In M. Luck & T. Kirstges, editor. *Global ecotourism policies and case studies: Perspectives and constraints*. Clevedon, (UK): Channel View Publications.
- Gössling S, Hultman J. Ecotourism in Scandinavia: Lesson in Theory and Practice. In: Gössling S, Hultman J, editor. *An Introduction to Ecotourism in Scandinavia*. Oxon (UK): CABI Publishing.
- Honey M. 2008. *Ecotourism and Sustainable Development: Who own Paradise ?* (2nd ed). Washington DC (US): Island Press.
- Instituto Costarricense de Turismo. 1998. *Encuesta ae 'rea de extranjeros (temporada turi 'stica alta y baja de 1998)*. San Jose (CR): Instituto Costarricense de Turismo.
- Kotler P, Armstrong G. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 (Jilid 1). Jakarta (ID): Erlangga.
- Masly D. 2017. Potensi daya tarik wisata Nagari Tuo Pariangan sebagai kawasan desa wisata Pariangan di Kabupaten Tanah Datar Sumatera Barat. *JOM FISIP*. 4 (2): 1-15.
- Ministry of Environment. 1999. Report No 9 to the storting (1999-2000). Svalbard (NO): The Ministry of Environment, Oslo.
- Roscoe. 1982. *Research Methods for Business*. New York (US): Mc Graw Hill.
- Weaver DB. (1999). Magnitude of ecotourism in Costa Rica and Kenya. *Annals of Tourism Research*. 26 (4): 792-816.
- Zambrano AMA, Broadbent NE, Durham HW. 2010. Social and environmental effects of ecotourism in the Osa Peninsula of Costa Rica: the Lapa Rios case. *Journal of Ecotourism*. 9 (1): 62-83.