

PENGELOLAAN CITRA LINGKUNGAN PADA DESTINASI WISATA KABUPATEN PENAJAM SEBAGAI IMPLEMENTASI PEMBANGUNAN BERKELANJUTAN

Radityo Suksmaneng Daru¹, Mardiono²,
^{1,2}Universitas Widya Gama Mahakam Samarinda
raditsukmaneng@uwgm.ac.id

ABSTRAK

Pembangunan berkelanjutan pada aspek ekonomi yang paling optimal bagi Indonesia adalah kegiatan perekonomian yang difokuskan pada kesejahteraan bersama. Perlu adanya kegiatan yang menguntungkan bagi konsumen dan produsen, namun tidak memberi dampak buruk yang besar bagi lingkungan. Dari produsen maupun pengelola industri pariwisata, diperlukan adanya suatu produk berupa barang maupun jasa dengan proses seminimal mungkin tidak memberi dampak buruk terhadap lingkungan. Hal tersebut dapat dilakukan dengan mengemas produk dengan bahan yang ramah lingkungan, penggunaan bahan baku yang tidak merugikan berbagai pihak, serta pengelolaan citra lingkungan sedemikian rupa hingga dapat dikelola dengan baik di pariwisata Kabupaten Penajam, Kalimantan Timur. Pada wisatawan, diharapkan mendapat keuntungan berupa kualitas jasa yang baik, sesuai dengan harga jasa pariwisata yang dipasarkan. Dengan demikian, pembangunan berkelanjutan diharapkan mampu meningkatkan kualitas kehidupan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Pengembangan keuangan berkelanjutan dalam pemulihan ekonomi nasional tentu menemui berbagai tantangan yang perlu diselesaikan bersama sama. Tantangan terbesar Industri Pariwisata berkelanjutan adalah bagaimana memberikan pemahaman kepada masyarakat dan pelaku usaha untuk menyelaraskan kepentingan ekonomi sosial, dan lingkungan hidup. Oleh karena itu, Pemerintah terus merangkul berbagai pemangku kepentingan untuk menjalankan komitmen dan menjalankan pembangunan berkelanjutan.

Kata Kunci : Citra Lingkungan, Pariwisata, Penajam.

ABSTRACT

Sustainable development in the most optimal economic aspect for Indonesia is economic activities that are focused on common welfare. There needs to be activities that are profitable for consumers and producers, but do not have a major negative impact on the environment. From producers and managers of the tourism industry, it is necessary to have a product in the form of goods and services with the minimum possible process that does not have a bad impact on the environment. This can be done by packaging products with environmentally friendly materials, using raw materials that do not harm various parties, and managing the environmental image in such a way that it can be managed properly in tourism in Penajam Regency, East Kalimantan. Tourists are expected to benefit in the form of good service quality, in accordance with the price of tourism services marketed. Thus, sustainable development is expected to be able to improve the quality of life from one generation to the next. Sustainable financial development in national economic recovery certainly encounters various challenges that need to be solved together. The biggest challenge of the sustainable tourism industry is how to provide understanding to the community and business actors to align economic, social, and environmental interests. Therefore, the Government continues to embrace various stakeholders to carry out commitments and carry out sustainable development.

Keywords: Environmental Image, Tourism, Penajam.

PENDAHULUAN

Dewasa ini, perkembangan industri pariwisata semakin hari semakin meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk dan perusahaan dalam suatu wilayah atau negara yang mana dalam kehidupan sehari-hari masyarakatnya senantiasa dihadapkan pada tantangan yang harus ditanggungi atau dihadapinya (Seyfi *et.al*, 2020).

Pengelolaan citra lingkungan pada destinasi wisata merupakan salah satu aspek penting dalam implementasi pembangunan berkelanjutan. Citra lingkungan yang positif akan meningkatkan daya tarik wisatawan dan berdampak positif terhadap perekonomian daerah. Sebaliknya, citra lingkungan yang negatif akan menurunkan daya tarik wisatawan dan berdampak negatif terhadap perekonomian daerah (Rajaratnam *et.al*, 2015).

Kabupaten Penajam, Kalimantan Timur, merupakan salah satu kabupaten di Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang besar. Kabupaten ini memiliki kekayaan alam yang melimpah, mulai dari hutan hujan tropis, keanekaragaman hayati, hingga keindahan pantai. Hal ini menjadikan Kabupaten Penajam sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia (Yusuf *et al*, 2024).

Pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang penting bagi Kabupaten Penajam. Sektor ini menyumbang cukup besar dari pendapatan asli daerah (PAD) Kabupaten Penajam. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata berkelanjutan menjadi salah satu prioritas pembangunan di Kabupaten Penajam (Editorial Kaltim 2023).

Strategi pemasaran merupakan salah satu alat bagi perusahaan atau pemerintah untuk menghadapi persaingan dunia bisnis. Pada dasarnya, strategi pemasaran adalah upaya untuk mencari kesesuaian antara kemampuan internal dengan peluang eksternal yang ada dipasar. Strategi pemasaran sangat penting dalam upaya untuk meningkatkan jumlah wisatawan dan pariwisata ramah lingkungan pada pariwisata Kabupaten Penajam (Bayih dan Singh, 2020).

Pada saat ini, pengelolaan citra lingkungan pada destinasi wisata di Kabupaten Penajam masih belum optimal. Hal ini dapat dilihat dari masih banyaknya kasus kerusakan lingkungan di destinasi wisata, seperti pencemaran air, sampah, dan penggundulan hutan (Abror *et.al*, 2022). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengelolaan citra lingkungan pada destinasi wisata Kabupaten Penajam sebagai implementasi pembangunan berkelanjutan.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Menurut Kotler & Kotler (2016:5), *“marketing is a societal process by which individuals and group obtain what they need and want through creating, offering, and freely exchanging products and services of value with others”*. Hal ini artinya bahwa pemasaran pada citra lingkungan adalah suatu proses masyarakat dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan bebas bertukar produk dan jasa dari nilai dengan orang lain.

Sedangkan menurut Kotler & Amstrong (2018:28), *“marketing is engaging customers and managing profitable customer relationships. The twofold goal of marketing is to attract new customers by promising superior value and to keep and grow current customers by delivering value and satisfaction”*. Hal ini artinya bahwa pemasaran melibatkan pelanggan dan mengelola hubungan wisatawan yang menguntungkan. Tujuan ganda pemasaran adalah untuk menarik pelanggan baru dengan menjanjikan nilai superior dan untuk mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan saat ini dengan memberikan nilai dan kepuasan.

Parwisata adalah perpindahan orang untuk sementara dan dalam jangka waktu pendek ke tujuan-tujuan diluar tempat dimana mereka biasa hidup dan bekerja dan juga kegiatan-kegiatan selama tinggal di suatu tempat tujuan. Menurut Mathieson & Wall 2005 dalam Castellanos (2016), pariwisata adalah kegiatan perpindahan orang untuk sementara waktu ke destinasi diluar tempat tinggal dan tempat bekerjanya dan melaksanakan kegiatan selama di destinasi dan juga penyiapan-penyiapan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pariwisata menurut pendapat yang dikemukakan oleh (Kotler & Keller 2016, 32). Pariwisata berasal dari dua kata yaitu Pari dan Wisata. Pari dapat diartikan sebagai banyak, berkali-kali,berputar-putar atau lengkap. Sedangkan Wisata dapat diartikan sebagai perjalanan

atau bepergian yang dalam hal ini sinonim dengan kata “*reavel*” dalam bahasa Inggris. Atas dasar itu maka kata “pariwisata” dapat juga diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ketempat yang lain yang dalam bahasa Inggris disebut juga dengan istilah “*Tour*”.

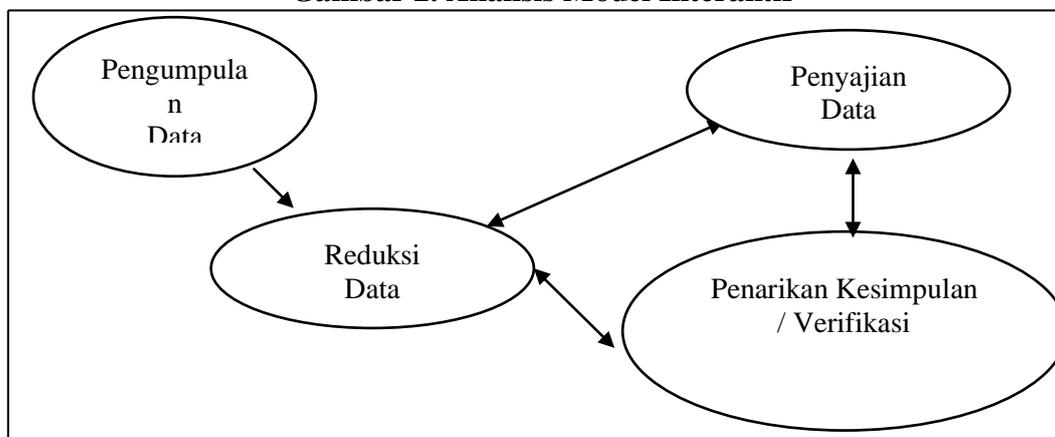
Oppermann (1996) dalam Kotler & Keller (2016), *Environmental image* atau citra lingkungan adalah proses dua arah antara pengamat dengan benda yang diamati, atau disebut juga sebagai kesan atau persepsi antara pengamat terhadap lingkungannya. (1996) dalam Bayih & Singh, (2020), menjelaskan Persepsi dapat diartikan sebagai pengamatan yang dilakukan secara langsung dikaitkan dengan suatu makna kebersihan suatu tempat wisata dimana Persepsi setiap turis berbeda-beda, hal ini dipengaruhi oleh tingkat pendidikan, pengalaman yang dialami, sudut pengamatan, dan lain-lain. Kim dan Uysal (2003) menyatakan bahwa citra lingkungan (*environmental image*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku wisatawan, seperti keputusan untuk berkunjung, kepuasan wisatawan, dan niat untuk berkunjung kembali. Citra lingkungan didefinisikan sebagai perjalanan ke tujuan dimana flora, fauna, dan warisan budaya menjadi daya tarik utama. Ekowisata yang bertanggung jawab mencakup program yang meminimalkan dampak buruk pariwisata tradisional terhadap lingkungan alam, dan meningkatkan integritas budaya masyarakat lokal (Tasci *et.al*, 2007).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Menurut Bogdan & Biklen (1982) dalam Moleong (2014:248), analisis data kualitatif merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menentukan apa yang penting dan apa yang dipelajari dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Dalam penelitian ini teknik analisis data yang dipergunakan analisis data model interaktif dari Miles & Huberman (2005:16), yaitu teknik analisis data yang terdiri dari beberapa alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan.

Adapun diagram analisis data kualitatif dengan model interaktif yang dikemukakan oleh Mathew B. Miles dan Michael Huberman dapat dilihat pada Gambar 2 dibawah ini.

Gambar 2. Analisis Model Interaktif



Sumber : Miles & Huberman (2005:20).

Untuk mendapatkan data, yaitu melakukan wawancara dan Observasi data sekunder dengan pejabat setempat Kepala Dinas Pariwisata Penajam Paser Utara, Hj. Tita Derita Yati.

Wawancara Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam teknik wawancara ini, peneliti melakukan tanya jawab kepada pemilik perusahaan secara tatap muka. Melalui wawancara ini, peneliti akan mengetahui lebih dalam mengenai aktivitas proses kerja perusahaan Sumber Sejahtera Pratama. Susan Stainback (dalam Sugiyono 2016:318) mengemukakan bahwa dengan wawancara, maka peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, dimana hal ini tidak dapat ditemukan melalui observasi.

Pantai Nipah Nipah adalah salah satu pantai yang berada di Kabupaten Penajam Paser Utara. Hampir separuh wilayah Kabupaten Penajam Paser Utara dikelilingi oleh laut sehingga terkenal dengan wisata pantainya. Salah satu pantai yang menarik untuk dikunjungi adalah Pantai Nipah Nipah. Pengunjung cukup membayar biaya karcis dan parkir untuk masuk dan menikmati pantai ini. Pantai Nipah Nipah biasanya sering menjadi lokasi acara besar yang diadakan pemerintah kabupaten Penajam Paser Utara. Lokasi pantai ini tidak begitu jauh dari pusat kota, sekitar enam sampai tujuh kilometer dari kelurahan Nipah-nipah, Kecamatan Penajam dan Ekowisata Mangrove Penajam. Selain itu, Dari Pantai Nipah Nipah para wisatawan bisa melihat kota Balikpapan (DPMPTSP 2024).

Air Terjun Tembinus atau biasa disebut Niagara Tembinus merupakan salah satu tempat wisata yang seru dan cukup menantang di Kabupaten Penajam Paser Utara. Lokasi wisata air terjun ini berada di Kecamatan Sepaku, Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU). Air Terjun Tembinus masih berada dalam wilayah Hak Guna Usaha PT. ITCI Hutani Manunggal. Meskipun begitu, tempat tersebut sudah bisa diakses oleh pengunjung. Waktu yang diperlukan untuk sampai ke lokasi tersebut sekitar kurang lebih 3 jam perjalanan dari ibu kota kabupaten Penajam Paser Utara. Air terjun yang berlokasi cukup jauh dari ibu kota itu hanya bisa dikunjungi pada hari Sabtu dan Minggu. Selain itu, pengunjung hanya diperbolehkan untuk menikmati pesona Air Terjun Tembinus hanya sampai pukul 16.00 sore (DPMPTSP 2024).

Pemerintah mengembangkan sektor pariwisata dan ekonomi berkelanjutan di kawasan Ibu Kota Nusantara (IKN). Konsep yang diterapkan berbasis *green tourism* (pariwisata hijau) dan *sustainable* (berkelanjutan). Hal itu diungkapkan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif/Kepala Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Menparekraf/Kabaparekraf) Sandiagha Salahuddin Uno saat memaparkan dukungan Kemenparekraf/Baparekraf pada pengembangan sektor pariwisata dan ekonomi kreatif berkelanjutan di IKN Kantor Kementerian Komunikasi dan Informatika RI, Jakarta, Kamis (14/3/2024). Kajian awal yang baru-baru ini dilakukan terkait potensi pengembangan *sustainable seamless travel* di IKN, dimana pariwisatanya itu bukan model resort besar tapi lebih ke arah *ecotourism*, *glamping*. Kami melihat tren berwisata dan ekonomi kreatif di IKN ini akan mengacu kepada konsep *quality sustainability*. Terkait dukungan Kemenparekraf dalam pengembangan destinasi dan infrastruktur yang berkualitas, Kemenparekraf melaksanakan koordinasi pengembangan kawasan, desa wisata, kota kreatif, dan sentra kreatif lewat pengembangan desa wisata dan kabupaten/kota kreatif. Pemerintah akan memperkenalkan dan mempromosikan IKN di kalangan wisatawan nusantara maupun mancanegara. Kemenparekraf akan membantu penyusunan paket wisata wilayah IKN maupun daerah penyangga ibu kota di Kalimantan Timur. Seperti membuat paket desa wisata Goa Tapak Raja, kawasan mangrove Mentawir, Gunung Parung, air terjun Tembinus serta bukit Bengkirai. Kemudian menggelar promosi di Bali dan Jakarta untuk berwisata ke Maratua (Maratua-Kakaban-Derawan). Promosi akan menjadi bagian utama dari Nusantara Expo (Kristantyo Wisnubroto 2024).

Objek wisata sawah gunung mulia di Desa Gunung Mulia, Kecamatan Babulu, Kabupaten Penajam Paser Utara (PPU), Kalimantan Timur. Objek wisata ini merupakan salah satu destinasi baru yang dibangun di atas sawah milik kelompok tani setempat. Objek wisata sawah gunung mulia dibuka untuk umum pada 21 Juni 2021. Lokasi wisata ini berada di jalur penghubung antara Desa Gunung Mulia menuju Desa Sumber Sari, yang dinilai sangat strategis. Untuk masuk, membayar karcis seharga Rp 5.000 untuk dewasa dan gratis untuk anak-anak. Di dalam objek wisata ini, wisatawan bisa berjalan-jalan di atas jembatan kayu yang menghubungkan beberapa gazebo yang bisa digunakan untuk bersantai atau berfoto. Wisatawan juga bisa melihat berbagai macam tanaman dan bunga yang ditanam di sekitar sawah, seperti pisang, kelapa, bunga matahari, dan lain-lain. Selain itu, wisatawan juga bisa mencicipi berbagai kuliner khas desa yang disajikan di kios-kios yang ada di objek wisata ini. Para pelancong bisa menikmati makanan seperti nasi jagung, ayam bakar, ikan nila goreng, sayur asem, dan minuman seperti es kelapa muda, es teh, dan kopi. Turis juga bisa membeli oleh-oleh khas desa, seperti kaos dengan sablon gambar dan kalimat unik yang mencirikan PPU maupun desa setempat (Yoghi Irfan, 2023).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Perkembangan dunia usaha atau bisnis yang semakin meningkat sehingga mendorong pemerintah untuk lebih efektif dan efisien dalam memasarkan produk jasa kepariwisataannya serta meningkatkan jumlah wisatawan yang dihasilkan, seperti yang terlihat pada Tabel 1.

Tabel 1, menunjukkan bahwa turis yang mendominasi di Kabupaten Penajam yaitu wisatawan Domestik dan yang sudah berumur 35 - 40 tahun. Wisatawan yang berjenis kelamin laki laki dan sudah menikah lebih banyak. Latar pekerjaan wisatawan adalah yang sudah bekerja dan memiliki penghasilan 3-8 juta rupiah / bulan. Tujuan berwisata yang paling banyak adalah bersama keluarga. Tempat yang populer terdapat pada objek wisata IKN, Pantai Nipah-Nipah, Wisata Sawah Babulu, dan Air terjun Tembinus.

Tabel 1. Karakteristik Wisatawan Kabupaten Penajam

No	Kategori	Proporsi	
		Jumlah	%
1	Tempat Asal Turis		
	Turis Mancanegara	45	11
	Turis Domestik	90	89
	Jumlah	135	100
2	Usia		
	17 - 22 Tahun	13	2
	23 - 28 Tahun	21	5
	29 - 34 Tahun	19	15
	35 - 40 Tahun	53	21
	41 - 46 Tahun	8	24
	47 - 52 Tahun	9	23
	> 52 Tahun	12	10
	Jumlah	135	100

No	Kategori	Proporsi	
		Jumlah	%
3	Jenis Kelamin		
	Laki - Laki	79	62
	Perempuan	56	38
	Jumlah	135	100
4	Status Pernikahan		
	Menikah	78	54
	Belum Menikah	57	46
	Jumlah	135	100
5	Pekerjaan		
	Pegawai Negeri Sipil (PNS)	36	27
	Pegawai Swasta	30	39
	Wirausaha	58	26
	Pelajar / Mahasiswa	11	2
	Tidak Bekerja	0	6
	Jumlah	135	100
6	Penghasilan Per Bulan		
	3 - 8 Juta Rupiah	41	2
	9 - 14 Juta Rupiah	30	6
	15 - 20 Juta Rupiah	22	27
	20 - 25 Juta Rupiah	17	31
	> 26 Juta Rupiah	25	34
	Jumlah	135	100
7	Tujuan Berkunjung ke Kabupaten Penajam		
	Sendiri	46	7
	Bersama Keluarga / Teman Kerja	89	93
	Jumlah	135	100

Sumber: Hasil olah data, 2023.

Untuk mencapai kinerja citra lingkungan yang efektif melalui citra lingkungan (*environmental image*) dalam rangka mengembangkan potensi pariwisata yang berkelanjutan, maka perlu langkah-langkah yang tepat yang harus dilakukan oleh manajemen Pemerintah Kabupaten Penajam seperti yang terlihat pada Tabel 2 dibawah ini.

Tabel 2.
Perkembangan Kenaikan Jumlah Tempat sampah dan pekerja kebersihan Selama Tahun 2020 s.d Tahun 2023

No.	objek wisata	status
1.	Pantai Nipah Nipah	baik
2.	Air terjun Tembinus	sangat baik
3.	IKN	sedang
4.	Wisata Sawah Babulu	sedang

Sumber :Data diolah, 2023.

Sesuai Tabel 2 dapat diketahui bahwa sepanjang periode 2020 - 2023 disamping untuk tahun berikutnya atau kedepannya banyak masyarakat atau pemerintah yang melek akan lingkungan khususnya industri pariwisata di Penajam.

PEMBAHASAN

Berikut ini, hasil penelitian terkait pengelolaan citra lingkungan pada destinasi kabupaten Penajam, diperoleh bahwa 135 wisatawan mengatakan dapat dilihat bahwa terjadi peningkatan jumlah tempat sampah dan pekerja kebersihan di destinasi wisata Kabupaten Penajam selama tahun 2020 hingga tahun 2023. Peningkatan ini menunjukkan bahwa Pemerintah Kabupaten Penajam telah berupaya untuk meningkatkan pengelolaan lingkungan di destinasi wisata.

Namun, masih terdapat beberapa destinasi wisata yang status citra lingkungannya belum optimal, yaitu Area Ibukota Negara (IKN) dan Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, Masih kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya menjaga kelestarian lingkungan di destinasi wisata tersebut, Masih kurangnya koordinasi antar pemangku kepentingan dalam pengelolaan lingkungan di destinasi wisata tersebut, Masih kurangnya anggaran untuk pengelolaan lingkungan di destinasi wisata tersebut (Breiby dan Slatten, 2018).

Wisatawan lokal lebih banyak mengunjungi Penajam Paser Utara (PPU) dibandingkan wisatawan internasional atau dibandingkan dengan daerah lain karena beberapa faktor utama yaitu Proyek Ibu Kota Negara Baru dimana Minat Terhadap Proyek pemindahan ibu kota negara (IKN) ke wilayah yang dekat dengan PPU telah meningkatkan minat wisatawan lokal untuk melihat langsung perkembangan dan persiapan kawasan tersebut. Hal ini memicu rasa ingin tahu dan kebanggaan terhadap proyek nasional. Aksesibilitas yang Mudah Dekat dengan Kota-Kota Besar PPU berlokasi dekat dengan kota-kota besar di Kalimantan Timur seperti Balikpapan dan Samarinda, membuatnya mudah diakses oleh wisatawan lokal melalui jalur darat maupun laut. Transportasi yang Memadai: Peningkatan infrastruktur jalan dan transportasi membuat perjalanan menuju PPU menjadi lebih nyaman dan cepat bagi wisatawan lokal. Keindahan Alam yang Menarik pada Destinasi Wisata Alam yaitu Keindahan pantai, hutan mangrove, dan spot-spot wisata alam lainnya menarik wisatawan lokal yang mencari destinasi liburan yang indah dan masih alami, tanpa harus bepergian jauh dari tempat tinggal mereka. Ekowisata dan Petualangan: PPU menawarkan banyak kegiatan ekowisata dan petualangan yang diminati oleh wisatawan lokal, seperti trekking, snorkeling, dan mengamati keanekaragaman hayati (Moliner *et.al*, 2021).

Biaya yang Terjangkau dimana Pengeluaran yang Lebih Rendah: Berlibur ke PPU bagi wisatawan lokal biasanya lebih terjangkau dibandingkan dengan destinasi yang lebih jauh atau internasional. Biaya transportasi, akomodasi, dan makanan di PPU relatif lebih murah. Liburan Singkat yaitu Banyak wisatawan lokal memilih destinasi yang bisa dikunjungi dalam waktu singkat, seperti akhir pekan atau liburan pendek, dan PPU memenuhi kriteria ini. Promosi Lokal yang Efektif Kampanye Pariwisata Daerah: Pemerintah daerah dan pelaku pariwisata lokal seringkali lebih fokus pada promosi di dalam negeri, menggunakan media

sosial, event lokal, dan kampanye pemasaran yang menjangkau masyarakat setempat. Penyelenggaraan Acara: Berbagai festival, acara budaya, dan kegiatan komunitas yang diadakan di PPU menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal. Kebudayaan dan Kedekatan Emosional pada Keterikatan Budaya dan Sejarah dimana Wisatawan lokal mungkin merasa memiliki kedekatan emosional dengan budaya dan sejarah di PPU, yang membuat mereka lebih tertarik untuk mengunjungi dan mengeksplorasi tempat-tempat bersejarah dan budaya lokal. Keramahan Penduduk: Penduduk lokal yang ramah dan budaya yang familiar membuat wisatawan lokal merasa lebih nyaman dan disambut hangat. Lingkungan yang Aman dan Nyaman dimana Keamanan dan Kebersihan kabupaten Penajam Paser Utara, dikenal sebagai daerah yang relatif aman dan nyaman untuk dikunjungi, yang memberikan rasa aman bagi wisatawan lokal (Perez-Calderon *et.al*, 2020).

SIMPULAN

Wisatawan muda usia 23 - 40 tahun lebih banyak mengunjungi Penajam Paser Utara (PPU) karena sejumlah faktor yang sesuai dengan minat dan gaya hidup mereka. Berikut beberapa alasan utama mengapa PPU menarik bagi wisatawan muda: Proyek Ibu Kota Negara Baru: Ketertarikan Terhadap Pembangunan: Generasi muda sering kali penasaran dengan proyek besar seperti pemindahan ibu kota negara (IKN). Mereka ingin melihat langsung bagaimana persiapan dan perkembangan wilayah baru ini. Aksesibilitas dan Infrastruktur (Chia *et.al*, 2021): Transportasi yang Mudah: Infrastruktur yang terus berkembang, termasuk jalan yang baik dan transportasi umum yang memadai, membuat PPU lebih mudah diakses oleh wisatawan muda. Akomodasi yang Terjangkau: Banyak pilihan akomodasi yang ramah anggaran, seperti hostel dan homestay, yang sesuai dengan budget wisatawan muda. Wisata Edukasi dan Voluntourism: PPU menyediakan peluang untuk belajar tentang budaya lokal, sejarah, dan ekosistem alam. Program edukasi dan wisata lingkungan menarik bagi generasi muda yang peduli terhadap isu-isu keberlanjutan. Voluntourism: Wisatawan muda sering mencari kesempatan untuk berkontribusi melalui kegiatan sukarela, seperti proyek konservasi alam seperti penangkaran rusa liar. Promosi Melalui Media Sosial: Influencer dan Review Positif: Banyak influencer dan blogger perjalanan yang mempromosikan PPU di media sosial, menarik minat wisatawan muda yang mengikuti tren dan rekomendasi dari tokoh favorit mereka. Konten Viral: Foto-foto dan video yang menampilkan keindahan dan keunikan PPU sering kali menjadi viral, menarik perhatian lebih banyak wisatawan muda. Mengelola pariwisata di Penajam Paser Utara (PPU) agar menarik wisatawan di masa depan memerlukan pendekatan yang terencana dan berkelanjutan. Berikut beberapa strategi yang bisa diterapkan: Pengembangan Infrastruktur dan Aksesibilitas: Peningkatan Akses Transportasi: Meningkatkan kualitas jalan, menyediakan layanan transportasi umum yang terjangkau, dan mengembangkan bandara atau pelabuhan laut untuk memudahkan akses wisatawan. Fasilitas Dasar yang Memadai: Membangun dan memelihara fasilitas dasar seperti tempat parkir, toilet umum yang bersih, pusat informasi wisata, dan layanan medis. Pengembangan Destinasi dan Atraksi Wisata: Pengembangan Destinasi Baru: Mengidentifikasi dan mengembangkan potensi destinasi baru yang menarik, seperti hutan mangrove, pantai, dan air terjun. Atraksi Berbasis Budaya: Mempromosikan warisan budaya lokal melalui museum, festival, dan pertunjukan seni. Pemasaran dan Promosi yang Efektif: Strategi Digital Marketing: Mengoptimalkan penggunaan media sosial, website resmi, dan platform digital lainnya untuk mempromosikan destinasi wisata. Kolaborasi dengan Influencers: Bekerja sama dengan travel influencers dan blogger untuk mempromosikan PPU melalui konten yang menarik dan autentik. Kampanye Pariwisata Terpadu: Meluncurkan kampanye promosi terpadu yang melibatkan media cetak,

online, dan event pariwisata untuk meningkatkan kesadaran dan minat wisatawan. Pelatihan dan Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Pelatihan Pariwisata: Mengadakan pelatihan bagi masyarakat lokal dalam bidang hospitality, pelayanan wisata, dan bahasa asing untuk meningkatkan kualitas layanan. Pemberdayaan Ekonomi Lokal: Mendukung usaha kecil dan menengah (UKM) seperti homestay, restoran, dan toko souvenir, serta mendorong keterlibatan masyarakat dalam kegiatan pariwisata. Keberlanjutan dan Konservasi: Praktik Wisata Berkelanjutan: Menerapkan praktik berkelanjutan dalam pengelolaan destinasi wisata, seperti penggunaan energi terbarukan, pengelolaan limbah yang baik, dan pelestarian lingkungan alam. Konservasi Lingkungan: Mengimplementasikan program konservasi untuk melindungi ekosistem lokal, seperti hutan mangrove dan terumbu karang, serta melibatkan wisatawan dalam kegiatan konservasi. Pengembangan Produk Wisata yang Beragam: Wisata Alam dan Petualangan: Menawarkan kegiatan wisata alam dan petualangan seperti trekking, hiking, snorkeling, dan bird watching. Wisata Edukasi dan Wellness: Mengembangkan produk wisata edukasi seperti tur ke pertanian organik dan pusat konservasi, serta wisata kesehatan seperti spa dan retreat wellness. Kerjasama dengan Stakeholders: Kemitraan dengan Sektor Swasta: Membangun kemitraan dengan investor dan pengusaha dalam pengembangan infrastruktur dan fasilitas wisata. Kolaborasi dengan Lembaga Pendidikan: Bekerja sama dengan universitas dan lembaga pendidikan untuk penelitian dan pengembangan pariwisata. Pengelolaan Pengalaman Wisata: Penyediaan Paket Wisata: Mengembangkan paket wisata yang menarik dan terjangkau, yang mencakup berbagai aktivitas dan atraksi di PPU. Layanan Pelanggan yang Unggul: Meningkatkan layanan pelanggan melalui pelatihan dan sertifikasi bagi pemandu wisata dan staf pariwisata. Penggunaan Teknologi dan Inovasi: Aplikasi Mobile dan Teknologi Informasi: Mengembangkan aplikasi mobile untuk informasi wisata, pemesanan tiket, dan navigasi destinasi wisata. Inovasi dalam Pelayanan: Menerapkan teknologi canggih untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, seperti virtual tours dan augmented reality. Dengan menerapkan strategi-strategi ini, Penajam Paser Utara dapat mengelola pariwisatanya secara efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan di masa depan, sambil memastikan bahwa pengembangan pariwisata berkontribusi pada kesejahteraan ekonomi dan keberlanjutan lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bayih, B. E., & Singh, A. (2020). Exploring domestic tourism in Ethiopia: trends, prospects, promotional marketing, and challenges. *International Journal of Recent Technology and Engineering (IJRTE)*, 8(6), 2675–2688.
- Breiby, M. A., & Slåtten, T. (2018). The role of aesthetic experiential qualities for tourist satisfaction and loyalty. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*.
- Castellanos-Verdugo, M., Vega-Vázquez, M., Oviedo-García, M. Á., & Orgaz-Agüera, F. (2016). The relevance of psychological factors in the ecotourist experience satisfaction through ecotourism site perceived value. *Journal of Cleaner Production*, 124, 226–235.
- Chia, S. K.-S., Lo, M.-C., Razak, Z. bin, Wang, Y. C., & Mohamad, A. A. (2021). Impact of destination image on tourist satisfaction: the moderating effect of Information Technology (IT). *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 34(1), 88–93.
- Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kab. Penajam Paser Utara. 2024. <http://dpmptsp.penajamkab.go.id/portal>
- Kristantyo Wisubroto. 2024. Indonesia Go ID. <http://www.indonesia.go.id/kategori/editorial/8065/mengembangkan-pariwisata-hijau-berkelanjutan-di-ikn?lang=1>.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. (Linda Albelli, Ed.). Harlow: Pearson Education Limited. Retrieved from www.pearsonglobal editions.com
- Kotler, P., & Kotler, P. dan A. G. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: PT. Indeks.
- Editorial Kaltim. 2023. Website Editorial Kaltim. <https://editorialkaltim.com/potensi-wisata-pantai-di-penajam-paser-utara-menjanjikan-pad-tinggi/>.
- Ktut, S. (2009). *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*. Jakarta: PT. Erlangga.
- Kurniawan, E. D., & Budayanti, T. . (2024). IDENTIFIKASI DAMPAK INFRASTRUKTUR TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI DI KABUPATEN SERUYAN . *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1), 98–106. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.338>
- Moliner, M. A., Monferrer Tirado, D., Ferreres Bonfill, J. B., & Rodriguez-Artola, R. M. (2021). Destination Sustainability and Memorable Tourism Experiences. <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/21/11996>.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (2005). *Qualitative Data Analysis*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, L. J. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi Revi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Perez-Calderon, Esteban., Prieto-Ballester, J. M., Miguel-Barrado, V., & Milanés-Montero, P. (2020). Perception of sustainability of Spanish national parks: Public use, tourism and rural development. *Sustainability*, 12(4), 1333.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Rajaratnam, S. D., Nair, V., Sharif, S. P., & Munikrishnan, U. T. (2015). Destination quality and tourists' behavioral intentions: rural tourist destinations in Malaysia. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*.
- Rianto, A. A. M. N. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341–357.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sula, M. S. (2004). *Asuransi Syariah: Life And General: Konsep Dan Sistem Operasional*. Jakarta: Gema Insani.
- Tasci A. D. A., Gartner W. C., Cavusgil S. T. 2007. "Conceptualization and Operationalization of Destination Image." *Journal of Hospitality & Tourism Research* 31 (2): 194–223
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Yu, X., Li, D., Tsai, C. H., & Wang, C. (2019). The role of psychological capital in employee creativity. *Career Development International*, 24(5). <https://doi.org/10.1108/CDI-04-2018-0103>
- Zulvianti, N., Aimon, H., & Abror, A. (2022). *The influence of environmental and non-environmental factors on tourist satisfaction in halal tourism destinations in West Sumatra, Indonesia*. *Sustainability*, 14(15), 9185.
- Yogi Irfan. 2023. Selasar. *Objek Wisata Sawah Gunung Mulia: Destinasi Baru di Tengah Sawah*. <https://selasar.co/read/2023/11/20/10847/objek-wisata-sawah-gunung-mulia-destinasi-baru-di-tengah-sawah>.
- Yusuf, T. ., Ariani, M. ., Yuliani, T., Hendrawan, Y. ., & Wahyudi, I. . (2024). KEPUASAN KERJA PADA BADAN KEPEGAWAIAN DAN PENGEMBANGAN SUMBERDAYA MANUSIA (BKPSDM) BALIKPAPAN. *Jurnal GeoEkonomi*, 15(1), 65–74. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v15i1.336>