

## **Pariwisata Budaya Berkelanjutan: Persepsi Masyarakat Lokal**

Kenyo Kharisma Kurniasari

Program Studi Pariwisata, Fakultas Bisnis, LSPR Communication & Business Institute, Jakarta, Indonesia

### **ABSTRAK**

Artikel ini mengkaji tentang bagaimana persepsi masyarakat lokal dapat mempengaruhi pariwisata budaya berkelanjutan di Jepang. Sejauh mana pandangan mereka mengenai kegiatan pariwisata di daerah mereka mempengaruhi sikap terhadap kegiatan pariwisata, dan bagaimana hal itu akan mempengaruhi partisipasi mereka dalam keberlangsungan pembangunan pariwisata berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan kajian naratif dari penelitian sebelumnya sebagai data sekunder. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi penduduk Jepang terhadap pariwisata bersifat positif dan negatif. Sikap ini dipengaruhi oleh seberapa dekat interaksi mereka dengan industri dan kegiatan pariwisata. Sebagaimana dijelaskan dalam teori pertukaran sosial, kecenderungan penduduk setempat untuk mempertahankan pariwisata budaya yang berkelanjutan secara keseluruhan adalah negatif, karena dampak yang tidak menyenangkan lebih signifikan daripada manfaat yang mereka terima. Oleh karena itu, pengelola destinasi dan atau pemerintah daerah perlu menyusun perencanaan dan pengelolaan pasar yang lebih baik untuk mewujudkan pariwisata budaya yang berkelanjutan.

**Kata kunci:** Wisata budaya berkelanjutan; masyarakat lokal; persepsi penduduk; manajemen pariwisata.

### **ABSTRACT**

*The paper examines how local community perception can influence sustainable cultural tourism in Japan. To what extent do their views on tourism activity in their area affect the attitudes towards tourism activity and how it will influence their participation in sustainability. This research uses narrative review from previous researches as secondary data. The finding shows that the perception of Japanese residents towards tourism is positive and negative. It depends on how close their interactions are with the industry. As explained by the social exchange theory, the tendency of locals to keep sustainable cultural tourism is overall negative because the unpleasant impacts are more significant than the benefit they received. Therefore, destination managers and or local governments need to develop better planning and market management to achieve sustainable cultural tourism.*

**Keywords:** Sustainable cultural tourism; local community; resident perception; tourism management

### **PENDAHULUAN**

Pariwisata berkelanjutan adalah aktivitas wisata yang bertumpu pada rasa kepedulian dan tanggung jawab terkait dampaknya saat ini dan di masa depan dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan, serta berorientasi pada kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan, dan masyarakat setempat (United Nations Environment Programme and World Tourism Organization, 2005). Singkatnya, tiga inti untuk mencapai keberlanjutan adalah mencapai keamanan seumur hidup dari aspek sosio-budaya, lingkungan, dan pembangunan ekonomi di satu lokasi. Dapat dikatakan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah tujuan dari semua situs pariwisata saat ini (UNWTO, 2016).

Di sisi lain, pariwisata saat ini menjadi salah satu industri unggulan dunia. Realita tersebut membuka peluang bagi pariwisata untuk menjadi jembatan menuju kesejahteraan sosial dan ekonomi yang lebih baik dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru serta banyaknya perusahaan di industri ini; membawa dampak positif bagi pendapatan luar negeri suatu negara (United Nations World Tourism Organization, 2017). Akibatnya, banyak negara berlomba-lomba mengembangkan sektor pariwisatanya yang terkadang terlalu berlebihan sehingga berdampak pada penerapan pembangunan pariwisata berkelanjutan di daerah tujuan wisata.

Yang tidak terpisahkan dari artikel ini adalah tema pariwisata budaya di Jepang. Negara ini dipilih karena masalah keberhasilan Jepang di bidang industri pariwisata yang saat ini dianggap sebagai "bumerang" bagi penduduknya sendiri. Sebuah artikel dari Lonely Planet menulis bahwa pariwisata yang berlebihan dianggap sebagai penyebab utama konflik dalam kehidupan sehari-hari penduduk setempat (Brady, 2019). Sementara itu, mengapa topik wisata budaya ini dipilih karena motivasi utama wisatawan mancanegara mengunjungi Jepang adalah untuk merasakan budaya dan warisan tradisionalnya sekaligus merasakan tempat itu sebagai pusat perdagangan global, teknologi, dan budaya populer (Andonian et al., 2016; Charlesworth, 2017). Tulisan ini kemudian dapat dijadikan sebagai wawasan dari sudut pandang akademis tentang wisata budaya di Jepang atau destinasi serupa lainnya dalam hal menjaga pengelolaan pariwisata budaya yang berkelanjutan berdasarkan perspektif penduduk lokal di daerah tersebut.

Terdapat banyak definisi pariwisata budaya dalam industri pariwisata itu sendiri. Definisi pariwisata budaya secara global sulit ditemukan (AbbasiDorcheh & Mohamed, 2013). (Guyette, 2013) menggambarkan pariwisata budaya sebagai "pengalaman belajar tentang suasana budaya" (p. 10); Definisi ini sering kali dihubungkan dengan jenis pariwisata lain seperti *heritage* (warisan), kuliner, *urban* (perkotaan), *creative* (kreatif), *volunteer*, dan aktivitas pariwisata lainnya yang melibatkan interaksi dengan masyarakat setempat. Wisata budaya tidak semata-mata menampilkan pariwisata sebagai daya tarik, tetapi lebih merupakan "hubungan yang bermakna" antara masyarakat pemilik budaya itu sendiri dengan pengunjungnya. Prinsip utama pariwisata budaya berkelanjutan sebagaimana dirumuskan oleh Asosiasi Kota dan Wilayah Bersejarah Eropa (2006) dijelaskan sebagai berikut: Kesadaran akan perubahan iklim sebagai isu global; Perhatian pada nilai intrinsik warisan budaya; Menghormati keaslian dan kepercayaan budaya lokal; Memahami bahwa aktivitas pariwisata sangat penting secara ekonomi dan harus berkontribusi pada agenda tujuan pembangunan berkelanjutan; Melestarikan warisan budaya; Kebutuhan masyarakat lokal sangat penting, dan mereka perlu terlibat dalam pengembangan dan perencanaan pariwisata; Memberikan keadilan, dan manfaat yang setara bagi masyarakat setempat; Pengelolaan yang efisien dan efektif dengan melibatkan semua pemangku kepentingan pariwisata termasuk pemerintah daerah, masyarakat lokal, dan dunia usaha; Wisata budaya harus membantu wisatawan agar mendapatkan pengalaman wisata berkualitas tinggi; Dampak pariwisata harus dipertimbangkan dari nilai konsumen dan produsen; Manajemen dan pengembangan pariwisata harus responsif terhadap perubahan.

Pada hakikatnya pariwisata budaya berkelanjutan adalah kegiatan pariwisata yang menganut prinsip nilai kegunaan dengan tujuan mencapai keamanan seumur hidup terhadap aspek lingkungan, budaya, dan sejarah suatu destinasi, dengan menitikberatkan pada budaya

sebagai nilai inti (Guyette, 2013; Yeniasır & Gökbulut, 2018). Dewasa ini, pariwisata budaya mendapat perhatian dunia karena berkembangnya teori *experience economy* (Pine & Gilmore, 1999). Teori tersebut menjelaskan bahwa motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi tidak lagi hanya untuk menciptakan ingatan dan mencari kebaruan, tetapi juga untuk mengalami dan terlibat dengan budaya di tempat mereka berkunjung yang berbeda dari budaya mereka sendiri. Wisatawan saat ini cenderung aktif dalam aktivitas pariwisatanya untuk menciptakan pengalaman yang mendorong mereka untuk menjadi versi diri yang lebih baik (*better self*). Terdapat beberapa permasalahan yang muncul dari perkembangan pariwisata budaya di suatu destinasi, seperti penurunan kualitas hidup karena sumber daya alam atau aspek fisik di daerah tersebut yang dieksploitasi, terjadi konflik antara pengembangan pariwisata dan konservasi situs sejarah yang berujung pada konflik antar pihak dalam *stakeholder* pariwisata (Kim, 2016; Yasuda, 2010).

Di Jepang, popularitas pariwisata budaya meningkat setelah pemerintah Jepang mengadopsi "*Visit Japan Campaign*" atau "*Yokoso!*" yang bertujuan untuk menarik lebih banyak turis internasional dengan target 10 juta turis asing pada tahun 2010. Kekhawatiran ini terkait dengan ledakan Warisan Dunia yang secara aktif dipromosikan oleh pemerintah daerah (Yasuda, 2010). Pada tahun 2013, Jepang mencapai tujuan tersebut. Negara ini kedatangan lebih dari 10 juta turis internasional. Pada tahun 2016, pemerintah Jepang mengumumkan target baru yaitu menarik 20 juta wisatawan mancanegara pada tahun 2020. Kemudian, setelah Olimpiade, target akan digandakan menjadi 60 juta pada tahun 2030 (Murai, 2016). Dengan ambisi untuk mendongkrak sektor pariwisata, terdapat masalah ketidakseimbangan antara pengembangan pariwisata dan sikap masyarakat lokal terhadapnya yang akan membuat industri pariwisata tidak berkelanjutan. Masalah muncul di antara tamu wisata, warga setempat, dan pemerintah; dampak pencemaran yang ditimbulkan oleh pariwisata merupakan salah satu masalah besar. Hal ini diberitakan oleh sebuah surat kabar di Kyoto bahwa meskipun pendapatan daerahnya meningkat, namun banyak warga sekitar yang mengeluhkan aktivitas pariwisata yang berdampak negatif pada kehidupan dan gaya hidup mereka (Brasor, 2018; Hagi, 2017; Yasuda, 2010).

Dengan demikian, pelibatan masyarakat setempat dalam kegiatan dan pembuatan kebijakan tentang pariwisata sangat penting untuk menjaga keberlanjutan pembangunan pariwisata di wilayahnya. Pandangan warga setempat tentang aktivitas pariwisata berpengaruh pada keputusan mereka untuk mendukung atau tidak terhadap pengembangan pariwisata dan mempengaruhi perilaku mereka terhadap pengunjung, yang akan berdampak pada pengalaman wisatawan (Davis et al., 1988). Oleh karena itu, dengan evaluasi yang tepat terhadap persepsi dan sikap warga terhadap aktivitas pariwisata di wilayahnya, pengelola destinasi atau pemerintah dapat merumuskan kebijakan berdasarkan hasilnya. Pada akhirnya, dampak negatif industri pariwisata dapat diminimalisir.

Artikel ini mengajukan desain yang diusulkan untuk melibatkan masyarakat lokal dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata budaya untuk mencapai pariwisata berkelanjutan di Jepang dengan menyelidiki persepsi masyarakat lokal tentang pariwisata di daerah mereka. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah untuk mengkaji literatur dengan *critical review* tentang keterlibatan masyarakat lokal dalam pariwisata budaya di Jepang untuk mengetahui sikap warga/penduduk Jepang terhadap pengembangan pariwisata dan menyarankan implikasi tentang bagaimana masyarakat lokal dapat bekerja sama dengan pengelola destinasi untuk mencapai pariwisata berkelanjutan di Jepang.

### **Persepsi masyarakat lokal terhadap kegiatan pariwisata**

Jimura (2011) menyelidiki dampak tujuan warisan dunia pada masyarakat setempat di Shirakawa-mura, Jepang. Dari survei dan wawancara dengan warga sekitar, ia menemukan bahwa sikap masyarakat lokal terhadap aktivitas wisata di wilayahnya cenderung negatif karena lebih banyak dampak yang kurang menguntungkan daripada manfaat. Dari perspektif sosial budaya masyarakat, dampak positifnya adalah industri pariwisata membuka lapangan kerja selain di industri pertanian dan konstruksi yang menjadi dua industri utama dan sebelumnya menjadi mata pencaharian masyarakat lokal. Selain itu, sebagian besar responden merasa bangga mengetahui banyak orang di seluruh dunia kini mengunjungi desanya dan menghargai budaya mereka, meskipun lokasinya berada di pedesaan dan tidak mudah diakses. Namun, sisi negatifnya adalah masyarakat lokal merasa bahwa pengunjung melanggar privasi mereka. Selain itu, warga percaya bahwa semangat kelokalan komunitasnya semakin melemah

Penduduk Shirakawa-mura sebelumnya hidup dalam sistem sosial tradisional yang disebut "Yui", yang berarti saling membantu dalam sistem kerja dengan bekerja sebagai kelompok untuk membantu orang lain menyelesaikan pekerjaan mereka (Shaw, 2014). Sekarang, banyak orang terlibat dalam pekerjaan terkait pariwisata dan mereka bertemu banyak orang dari seluruh dunia. Penduduk sepertinya menghadapi krisis identitas (dari budaya tradisionalnya), dan beberapa merasa bahwa semangat tradisional *Yui* mereka sekarang memudar. Melalui investigasi lebih lanjut melalui wawancara, ia menilai bahwa sikap masyarakat lokal terhadap pelestarian lingkungan budaya juga rendah; kebanyakan orang masih belum memahami pentingnya lingkungan budaya mereka. Pada akhirnya, Jimura (2011) menyarankan pemerintah daerah lebih berupaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat setempat tentang pentingnya budaya, tidak hanya untuk menjaga keaslian bagi wisatawan tetapi juga untuk melestarikan identitas budaya mereka.

Terkait penelitian yang dijelaskan di atas, Turker (2013) meneliti persepsi masyarakat setempat sebagai tuan rumah tentang dampak pariwisata di kota warisan di Turki; Ia melakukan penelitian dua kali pada tahun 2006 dan 2011 dengan tujuan untuk mengetahui apakah ada perubahan yang signifikan pada persepsi masyarakat terhadap aktivitas pariwisata di daerah tersebut. Lebih lanjut, Turker (2013) mengungkapkan bahwa sikap warga terhadap pengembangan pariwisata cenderung negatif pada awal tahun pembangunan, terutama pada wilayah yang terkena dampak sosial budaya akibat aktivitas pariwisata. Artinya, pada tahun 2006 masyarakat merasakan dampak negatif dari kegiatan pariwisata dengan melihat penurunan moralitas, degradasi budaya tradisional, konflik antara tuan rumah dan wisatawan, terganggunya warisan budaya, dan kualitas hidup masyarakat yang menurun. Namun, pada tahun 2011 pandangan mereka tentang pengembangan pariwisata di daerahnya telah berubah secara positif. Penulis menyimpulkan bahwa persepsi penduduk tentang pariwisata bisa jadi belum sepenuhnya terbentuk di awal tahun pengembangan pariwisata. Meskipun demikian, setelah beberapa tahun berjalan mereka menyadari pentingnya pengembangan pariwisata di wilayahnya, sikap mereka terhadap pengembangan pariwisata akan berubah menjadi positif. Dengan catatan, adanya kebijakan pemerintah yang melindungi masyarakat setempat.

Sudut pandang lain penelitian tentang persepsi masyarakat lokal terhadap aktivitas pariwisata di Jepang yang dilakukan oleh Thyne, Watkins, dan Yoshida (2017) menyelidiki tentang

peran *social distance* (jarak sosial) terhadap relasi antara antara turis dan penduduk lokal. *Social distance* atau jarak sosial digambarkan sebagai teori tentang perilaku seseorang dan bersimpati kepada orang lain dengan karakteristik yang berbeda, seperti agama, ras, kebangsaan, kasta, kelas sosial, atau tempat tinggal. Konsep jarak sosial diyakini relevan sebagai tolok ukur sikap masyarakat tuan rumah terhadap turis atau pengunjung di daerahnya (Bogardus, 1933; Park, 1924; Yilmaz & Tasci, 2015). Mereka menguji secara empiris apakah masyarakat tuan rumah akan memiliki *social distance* (jarak sosial) dengan wisatawan yang lebih berbeda secara fisik dan atau budaya. Kemudian apakah sikap terhadap wisatawan tersebut akan mengarahkan mereka pada sikap positif atau negatif terhadap pengembangan pariwisata. Mereka memberikan kuesioner kepada 300 responden yang terdiri dari penduduk Tokyo, Osaka, Fukuoka, Kyoto, dan Sapporo dengan teknik proyeksi orang ketiga. Kuesioner ini membagi wisatawan menjadi empat kategori: Cina, Taiwan, Amerika Serikat, dan Australasia. Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa "Penduduk Jepang secara signifikan lebih mengaitkan jarak sosial dengan wisatawan dari Cina, kemudian Taiwan, daripada pengunjung dari AS dan Australasia." (Thyne et al., 2017, p. 7). Hal ini menarik, karena wisatawan yang warga lokal rasakan memiliki jarak dengan mereka, ternyata memiliki kemiripan fisik dan budaya yang lebih dekat. Hasil ini berbeda dengan penelitian sebelumnya tentang jarak sosial yang dilakukan di Selandia Baru (Thyne et al., 2006), Jerman (Thyne & Zins, 2004), dan Austria (Sinkovics & Penz, 2009), di mana masyarakat lokal di negara-negara tersebut merasa lebih jauh secara sosial dengan tamu yang secara budaya dan fisik berbeda dari mereka. Dalam analisis data, mereka juga menemukan bahwa "peningkatan faktor *social distance* secara signifikan berhubungan dengan penurunan persetujuan terhadap usulan peningkatan jumlah wisatawan" (p.6). Orang Jepang unik dalam menunjukkan persamaan yang lebih dekat dengan orang-orang Barat yang secara budaya dan fisik berbeda dari mereka. Perlu dicatat bahwa persepsi penduduk setempat terhadap wisatawan di daerahnya dapat mempengaruhi sikap mereka terhadap aktivitas pariwisata secara keseluruhan, terutama karena wisatawan dari China dan Taiwan selalu berada di urutan tiga teratas dari kedatangan pengunjung asing (Japan National Tourism Organization, 2017). Penulis artikel tersebut menyarankan agar pihak manajemen pariwisata dapat melakukan perencanaan yang lebih baik, dan memperluas pasar potensi pariwisata agar sikap penduduk terhadap pengembangan pariwisata selalu positif, yang akan menjaga keberlanjutan destinasi.

### ***Social Exchange (Pertukaran Sosial)***

Seperti yang telah disampaikan di atas bahwa sikap masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata bergantung pada perilaku wisatawan di daerah mereka. Semakin banyak dampak negatif yang dirasakan penduduk dari perilaku wisatawan, semakin negatif sikap mereka terhadap aktivitas pariwisata di daerah mereka. Teori pertukaran sosial menjelaskan fenomena ini. Teori *social exchange* (pertukaran sosial) banyak digunakan untuk menganalisis sosiologi perilaku manusia dan ilmu sosial, suatu pendekatan yang menggambarkan bagaimana dua individu hidup rukun karena sama-sama saling menguntungkan satu sama lain (Emerson, 1981). Dalam teori pertukaran sosial, interaksi berlanjut ketika kedua belah pihak merasa mereka mendapatkan lebih banyak keuntungan dari pertukaran tersebut; jika tidak, mereka cenderung menyerah (Nunkoo, 2016). Nunkoo (2016) mencatat bahwa dari perspektif pariwisata, interaksi antara tuan rumah dan wisatawan memberikan peluang untuk pertukaran yang memuaskan antara dua pihak dan juga, pada saat yang sama, menciptakan peluang untuk mengeksploitasi satu pihak. Dalam konteks pariwisata, proses pertukaran tidak hanya sekedar melibatkan pertukaran ekonomi tetapi juga faktor sosial budaya dan lingkungan.

Dalam penelitian tentang penerapan pariwisata budaya berkelanjutan, AbbasiDorcheh dan Mohamed (2013) menemukan bahwa keterlibatan warga dalam pengembangan pariwisata dinilai sangat penting untuk menjaga kelestarian kawasan karena dalam pariwisata budaya, masyarakat lokal merupakan elemen kunci untuk menciptakan pengalaman wisatawan (*visitor's experiences*). Oleh karena itu, warga adalah pemangku kepentingan pariwisata pertama yang perlu dipertimbangkan dalam wisata budaya. Seperti yang dikemukakan Pearce (1980), sikap masyarakat lokal terhadap pariwisata sangat penting untuk menentukan regulasi kebijakan, perencanaan, dan manajemen untuk pengembangan pariwisata. Karena penerimaan masyarakat, erat kaitannya dengan dukungan publik, yang menjadi poin penting dalam penyelenggaraan kegiatan wisata.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan *narrative literature review* (kajian pustaka naratif) untuk mengetahui sejauh mana sikap masyarakat Jepang terhadap perkembangan wisata budaya di daerahnya. Kajian naratif berisi analisis kritis terhadap literatur, seperti artikel buku atau jurnal. Dengan metode *narrative literature review*, laporan temuan penulis dirangkum, dan kemudian peneliti menyarankan untuk mengkritisi masing-masing studi yang dimasukkan (Green et al., 2006). Metode ini dipilih untuk memberikan hasil yang *conclusive* (meyakinkan) dari semua artikel yang relevan, juga dapat menjadi artikel untuk mendeskripsikan tren di dalam bidang atau topik tertentu saat ini. Tujuannya adalah untuk meringkas bukti terbaik dalam topik penelitian tertentu.

Pengambilan sampel untuk pengumpulan data menggunakan literatur yang disebutkan di atas dengan kriteria *inclusive* (mengikutsertakan berbagai subjek penelitian yang memenuhi syarat sebagai sampel) yaitu penelitian dilakukan di Jepang dan berasal dari *peer-review journal*. Basis data dikumpulkan dari perpustakaan online Auckland University of Technology (sekolah penulis sebelumnya saat penelitian dilakukan) menggunakan kata kunci yang sesuai terkait persepsi atau sikap masyarakat lokal terhadap perkembangan pariwisata di Jepang. Artikel juga harus berada dalam lingkup pariwisata budaya seperti wisata warisan budaya, perkotaan, atau wisata belanja. Alasan pembatasan lingkup ini adalah untuk menghindari ditemukannya artikel tentang persepsi masyarakat lokal dalam pariwisata berbasis alam, yang tidak sejalan dengan tujuan berikut yang membahas tentang pariwisata budaya berkelanjutan.

Tahun penelitian dari artikel yang akan dipilih juga penting untuk menghindari situasi yang tidak relevan dan kelebihan data (Popay et al., 2006). Sehingga, kerangka waktu studi pustaka yang dipilih adalah antara tahun 2010 hingga 2018. Kemudian, dengan pedoman teori *social exchange* (pertukaran sosial), interpretasi penulis atas temuan penelitian disajikan. Setelah menemukan persepsi penduduk lokal Jepang terhadap pariwisata, langkah selanjutnya adalah menyarankan implikasi kepada pengelola destinasi dan atau pemerintah untuk bekerja sama dengan masyarakat lokal dalam mewujudkan pariwisata budaya berkelanjutan di Jepang.

## **ANALISA & HASIL**

Lebih dari 12.000 artikel muncul pada pencarian dengan kata kunci tersebut di atas. Dapat dilihat pada Tabel 1.

**Table 1: Lembar penelusuran pencarian literatur**

<b>Tanggal pencarian</b>	<b>Database</b>	<b>Tahun yang dicari</b>	<b>Item yang dicari</b>	<b>Syarat</b>	<b>#Hasil</b>
5-06- 2018	Auckland University of Technology Library	2010-2018	<i>local perceptions or attitudes, tourism development, Japan</i> (persepsi atau sikap masyarakat setempat, pembangunan pariwisata, Jepang)	Jurnal <i>peer-review</i>	12,053

Namun dari hasil yang muncul, hanya sedikit artikel yang relevan dengan tujuan penelitian ini. Beberapa artikel dikecualikan karena adanya duplikasi, dan beberapa lainnya tidak dalam bahasa Inggris. Mengingat adanya kriteria inklusi seperti yang dijelaskan pada bagian metode. Dilakukan pembatasan pada lingkup studi, maka dipilihlah dua artikel (Table 2).

**Table 2: General information of the data**

<b>Referensi</b>	<b>Sasaran</b>	<b>Sampel</b>	<b>Desain penelitian</b>
Jimura (2011)	Untuk meneliti perubahan ekonomi, sosial budaya, fisik dan sikap masyarakat di / sekitar Shirakawa-mura, Jepang.	135 penduduk lokal tinggal di / sekitar Shirakawa-mura, Jepang. Tujuh ahli lokal, yang akrab dengan situs, pariwisata, dan pelestarian warisan.	Kuesioner. <i>Semi-structured interview</i> (wawancara semi-terstruktur) kepada spesialis lokal. Pendekatan <i>mixed-method</i> .
Thyne et al. (2017)	Untuk memahami sikap masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata.	300 responden yang merupakan penduduk Tokyo, Osaka, Fukuoka, Kyoto, dan Sapporo	Kuesioner tentang teknik proyeksi orang ketiga dengan empat kategori wisatawan: Cina, Taiwan, AS, dan Australasia. Analisis kuantitatif.

Studi yang dilakukan oleh Jimura (2011) and Thyne et al. (2017) menyelidiki perspektif masyarakat lokal tentang pariwisata di Jepang dari berbagai perspektif. Salah satunya adalah bagaimana masyarakat setempat memandang penerapan gelar budaya warisan dunia di daerah mereka. Sedangkan yang lain adalah tentang bagaimana masyarakat setempat memandang para wisatawan. Namun, kedua temuan tersebut menunjukkan bahwa perilaku pariwisata merupakan akar dari dampak negatif di wilayah lokasi kedua penelitian. Oleh karena itu, meski warga mendapatkan banyak keuntungan dari sisi ekonomi, namun mereka mempunyai kesan tidak menyenangkan terhadap sumber uang itu sendiri yakni para wisatawan. Pernyataan tersebut dibuktikan dalam analisis oleh Thyne et al. (2017), yang menemukan adanya penurunan persetujuan pada peningkatan jumlah wisatawan di

daerahnya. Namun, hasil ini mungkin bias karena penulis tidak memasukkan sampel penduduk yang dipekerjakan di industri yang terkait dengan pariwisata atau memiliki kontak langsung dengan wisatawan. Temuan serupa dalam Jimura (2011), dimana terdapat sikap positif terhadap pariwisata dari warga yang tinggal di area pusat industri karena mereka mendapatkan keuntungan. Sementara itu, masyarakat yang tinggal jauh dari pusat industri berpandangan negatif terhadap pariwisata karena merasa sebagian wisatawan tidak menghormati budaya mereka, mengganggu kehidupan sosial, dan merusak lingkungan.

Menurut Andriotis dan Vaughan (2003), pembangunan pariwisata dapat dipandang positif oleh penduduk setempat karena memberikan banyak peluang yang bermanfaat bagi mereka, seperti potensi penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan, dan dorongan pemerintah untuk membangun infrastruktur publik. Namun, masih ada warga yang memandang negatif pariwisata karena ada pengorbanan tersembunyi, yaitu potensinya membahayakan kehidupan sosial budaya dan lingkungan. Dari teori *social exchange*, fenomena ini dapat dijelaskan bahwa manfaat untuk masyarakat lokal memang berperan penting dalam menjaga sikap positif terhadap pariwisata. Ward dan Berno (2011) menyatakan bahwa *social exchange* bukan hanya tentang kepentingan ekonomi tapi juga tingkat ancaman yang dirasa rendah juga dapat memicu sikap yang lebih disukai. Artinya, sekalipun wisatawan mendatangkan keuntungan, namun mereka dianggap menyampaikan ancaman terhadap kawasan tersebut, maka sikap masyarakat lokal juga akan negatif. Terbukti dari temuan artikel-artikel tersebut di atas, bahwa masyarakat setempat terlihat memiliki pandangan negatif terhadap wisatawan dari negara tertentu seperti Cina. Meskipun turis Cina adalah yang paling banyak berbelanja di Jepang (Japan Tourism Agency, 2017). Oleh karena itu, seiring dengan banyaknya manfaat dari pengembangan pariwisata di daerahnya, sebagian besar penduduk setempat juga merasa minder dengan budaya dan kehidupan sosial mereka misalkan jika sisi negatif pembangunan pariwisata tidak dikelola dengan hati-hati. Jika begitu Hal tersebut dapat menimbulkan perasaan eksploitasi dalam diri warga di kemudian hari. Mereka pada akhirnya akan menyerah pada pertukaran dan eksploitasi yang tidak seimbang. Dengan kata lain, mereka akan menolak aktivitas pariwisata di daerah mereka (Nunkoo, 2016).

Minimnya dukungan pengembangan pariwisata dari masyarakat sekitar karena sikap mereka yang negatif terhadap hal tersebut juga akan bermuara pada perilaku mereka kepada wisatawan. Penelitian tentang pariwisata yang bertanggung jawab dalam kegiatan pariwisata budaya oleh Timothy (2012) menemukan bahwa jika kegiatan pariwisata membawa kualitas hidup yang lebih baik kepada masyarakat tuan rumah, dampaknya akan lebih baik pada pengalaman yang akan didapat wisatawan karena interaksi manusia sangat penting dalam penciptaan pengalaman dalam aktivitas wisata budaya. Selanjutnya, hal ini akan mengarah pada pertentangan dengan prinsip pariwisata berkelanjutan yang dikemukakan pada bab pertama penelitian, yaitu pariwisata budaya harus memberikan pengalaman terbaik kepada para tamu.

Dari dua penelitian ini, karya Jimura (2011) yang dilakukan pada awal perkembangan pariwisata di Shirakawa-mura, dan investigasi terbaru oleh Thyne et al. (2017) di beberapa wilayah perkotaan Jepang yang sudah melewati tahap eksplorasi. Kedua hasil penelitian tersebut menunjukkan persepsi masyarakat terhadap pariwisata masih stagnan. Terlihat bahwa sikap penduduk terhadap pembangunan ekonomi adalah positif, tetapi sikap terhadap sosial budaya negatif. Turker (2013) memberikan bukti bahwa persepsi penduduk terhadap

aktivitas pariwisata dapat berubah, dari sikap negatif pada tahun-tahun awal pembangunan menjadi positif di tahun-tahun mendatang ketika melihat adanya peningkatan kualitas. Jadi, peluang penelitian menjadi terbuka untuk mengembangkan penelitian Jimura dengan menyelidiki persepsi masyarakat lokal terhadap pariwisata di Shirakawa-mura di masa depan untuk melihat apakah ada perubahan pandangan mereka setelah berkembangnya pariwisata di daerah mereka selama bertahun-tahun.

Lebih lanjut, terkait implikasi pengelola destinasi atau pemerintah daerah terhadap pariwisata budaya yang berkelanjutan, pemerintah Jepang dan destinasi pariwisata telah berhasil mengembangkan strategi pemasaran untuk menarik wisatawan internasional. Akan tetapi, strategi ini masih belum memasukkan pandangan masyarakat lokal ke dalam agenda perencanaan mereka atau tidak menyediakan informasi yang cukup kepada masyarakat sekitar tentang perencanaan pariwisata dan area pengembangan. Faktor utama dari sikap masyarakat lokal yang kurang baik terhadap pariwisata adalah perilaku wisatawan. Manajer destinasi membutuhkan upaya untuk memformulasikan sebuah kebijakan tentang memberi pengarahan tamu terkait perilaku mereka selama kunjungan ke Jepang.

Berdasarkan Thyne et al. (2017), jarak sosial masyarakat lokal bagi penduduk Jepang terjadi terhadap orang Tionghoa dan Taiwan, dan jarak sosial bagi wisatawan Barat tergolong rendah. Lebih lanjut, pengelola destinasi dan pemerintah juga harus melakukan riset pasar secara terbalik, karena saat ini sudah jelas siapa segmen pasar tertentu yang mencari daerahnya. Namun demikian, masalahnya adalah penduduk setempat tampaknya belum siap melayani pasar yang memikat mereka. Oleh sebab itu, alih-alih mengusir wisatawan Cina yang disalahkan sebagai aktor utama "pencemaran pariwisata", pengelola destinasi Jepang harus membuat panduan untuk mempromosikan hubungan yang lebih baik antara penduduk Jepang dan pasar yang masuk dari Cina, misalnya, inisiatif dari *Tourism New Zealand* yang berwujud *Chinese Toolkit* (Perangkat Cina), yang didesain untuk memahami profil pasar Cina.

Langkah selanjutnya yang dapat diambil pengelola destinasi dan pemerintah daerah adalah mendidik masyarakat setempat tentang kesadaran pelestarian budaya mereka. Jimura (2011) menyatakan bahwa hampir semua penduduk Shirakawa-mura tidak memahami pentingnya budaya mereka sendiri sebagai situs warisan budaya. Mayoritas penduduk juga berpandangan bahwa budaya tradisional mereka "Yui" menjadi luntur akibat paparan industri pariwisata. Pengelola destinasi dan pemerintah hendaknya menyadarkan masyarakat setempat bahwa untuk menjadikan pariwisata budaya berkelanjutan, kesadaran terkait warisan budaya sangat penting karena motivasi utama wisatawan dalam melakukan wisata budaya adalah pengalaman yang otentik.

## KESIMPULAN

Dari perspektif pertukaran sosial, pelibatan masyarakat lokal merupakan hal yang mendasar bagi pengembangan pariwisata budaya yang berkelanjutan karena penduduk setempat merupakan pihak yang paling banyak dieksploitasi. Apabila mereka mendapatkan lebih banyak dampak negatif daripada dampak positif, maka masyarakat setempat akan menolak kegiatan pariwisata apapun. Hal tersebut akan membuat industri menjadi tidak berkelanjutan, baik dari segi pembangunan ekonomi di daerah maupun dalam aspek sosial budaya. Di Jepang, bukti bahwa penduduk tidak mendukung terhadap pengembangan pariwisata semakin

menguat, dan sikap mereka terhadap perilaku wisatawan negatif. Memahami dan menilai persepsi masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata sangat penting untuk menjaga keberlanjutan dan kesuksesan destinasi dalam jangka panjang, terutama untuk pariwisata budaya. Alasannya adalah pada jenis pariwisata ini faktor keberhasilan didasarkan pada bagaimana mengidentifikasi dampak negatif dari industri pariwisata kemudian membuat kebijakan yang memungkinkan untuk mengantisipasi atau paling tidak meminimalkan masalah yang terjadi. Pengelola destinasi dan dukungan pemerintah merupakan pemangku kepentingan utama yang dapat mewujudkan pariwisata budaya berkelanjutan karena posisi masyarakat yang lemah dalam pengendalian kegiatan pariwisata di daerahnya. Di saat yang sama, pengelola destinasi dan pemerintah memiliki kewenangan untuk membuat kebijakan agar wisatawan berperilaku dengan tepat.

## REFERENSI

- AbbasiDorcheh, S., & Mohamed, B. (2013). Local perception of tourism development: A conceptual framework for the sustainable cultural tourism. *Journal of Management and Sustainability*, 3(2), 31–39. <https://doi.org/10.5539/jms.v3n2p31>
- Andonian, A., Kuwabara, T., Yamakawa, N., & Ishida, R. (2016). *The future of Japan's tourism: Path for sustainable growth towards 2020*. McKinsey & Company.
- Andriotis, K., & Vaughan, R. D. (2003). Urban residents' attitudes toward tourism development: The case of Crete. *Journal of Travel Research*, 42(2), 172–185. <https://doi.org/10.1177%2F0047287503257488>
- Bogardus, E. S. (1933). A social distance scale. *Journal of Applied Psychology*, 17, 265–271.
- Brady, S. (2019, Maret 12). *Some popular Japanese attractions have banned large groups of foreign tourists*. Lonely Planet. <https://www.lonelyplanet.com/articles/overtourism-japan>
- Brasor, P. (2018, Mei 5). Japan is struggling to deal with the foreign tourism boom. *The Japan Times*. <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/05/05/national/media-national/japan-struggling-deal-foreign-tourism-boom/>
- Charlesworth, S. (2017). *Cultural Tourism in Japan: A Critical Analysis of Tourists Perceptions of Marketing and Promotional Material for Japanese Cultural Tourism* (Publication No. 8736) [Skripsi Strata 1, Cardiff Metropolitan University]. DSpace home.
- Davis, D., Allen, J., & Cosenza, R. M. (1988). Segmenting Local Residents By Their Attitudes, Interests, and Opinions Toward Tourism. *Journal of Travel Research*, 27(2), 2–8. <https://doi.org/10.1177/004728758802700201>
- Emerson, R. M. (1981). Social exchange. In R. Turner (Ed.), *Social psychology: Sociological perspective* (pp. 3–24). Basic Books.

- Green, B. N., Johnson, C. D., & Adams, A. (2006). Writing narrative literature reviews for peer-reviewed journals: secrets of the trade. *Journal of Chiropractic Medicine*, 5(3), 101–117. [https://doi.org/10.1016/S0899-3467\(07\)60142-6](https://doi.org/10.1016/S0899-3467(07)60142-6)
- Guyette, S. (2013). *Sustainable cultural tourism: small-scale solutions (Resilient Communities) (Volume 1)*. Bear Path Press.
- Hagi, K. (2017, Juni 27). *Kyoto residents now complain about hordes of overseas tourists*. The Asahi Shimbun. <http://www.asahi.com/ajw/articles/AJ201706270001.html>
- Japan National Tourism Organization. (2017). *Foreign Visitors & Japanese Departures (E2017) [Data sets]*. Japan National Tourism Organization. <https://www.jnto.go.jp/eng/ttp/sta/PDF/E2017.pdf>
- Japan Tourism Agency. (2017). *Consumption Trend Survey for Foreigners Visiting Japan*. Japan Tourism Agency. <http://www.mlit.go.jp/kankocho/en/siryou/toukei/syouthityousa.html>
- Jimura, T. (2011). The impact of world heritage site designation on local communities - a case study of Ogimachi, Shirakawa-mura, Japan. *Tourism Management*, 32(2), 288–296. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.005>
- Kim, S. (2016). World heritage site designation impacts on a historic village: A case study on residents' perceptions of Hahoe village (Korea). *Sustainability*, 8, 258.
- Murai, S. (2016, Maret 30). Japan doubles overseas tourist target for 2020. *The Japan Times*. <https://www.japantimes.co.jp/news/2016/03/30/national/japan-doubles-overseas-tourist-target-2020/#.WyhARhIzbqo>
- Nunkoo, R. (2016). Toward a More Comprehensive Use of Social Exchange Theory to Study Residents' Attitudes to Tourism. *Procedia Economics and Finance*, 39, 588–596. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30303-3](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30303-3)
- Park, R. E. (1924). The Concept of Social Distance as Applied to the Study of Racial Attitudes and Racial Relations. *Journal of Applied Sociology*, 8(5), 339–344.
- Pearce, J. A. (1980). Host community acceptance of foreign tourists. Strategic considerations. *Annals of Tourism Research*, 7(2), 224–233. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(80\)90005-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(80)90005-5)
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy : Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., Britten, N., Roen, K., & Duffy, S. (2006). *Guidance on the conduct of narrative synthesis in systematic reviews: A Product from the ESRC Methods Programme*. Lancaster University. <http://dx.doi.org/10.13140/2.1.1018.4643>

- Rother, E. T. (2007). Systematic literature review X narrative review. *Acta Paulista de Enfermagem*, 20(2), v–vi. <http://dx.doi.org/10.1590/S0103-21002007000200001>
- Shaw, R. (2014). Disaster Risk Reduction and Community Approaches. In R. Shaw (Ed.), *Community Practices for Disaster Risk Reduction in Japan*. Springer. <http://dx.doi.org/10.1007/978-4-431-54246-9>
- Sinkovics, R. R., & Penz, E. (2009). Social distance between residents and international tourists—Implications for international business. *International Business Review*, 18(5), 457–469. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2009.06.002>
- The European Association of Historic Towns and Regions. (2006). *Sustainable cultural tourism in historic towns and cities*. EAHTR.
- Thyne, M., Lawson, R., & Todd, S. (2006). The use of conjoint analysis to assess the impact of the cross-cultural exchange between hosts and guests. *Tourism Management*, 27(2), 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.09.003>
- Thyne, M., Watkins, L., & Yoshida, M. (2017). Resident perceptions of tourism: The role of social distance. *International Journal of Tourism Research*, 20(2), 256–266. <https://doi.org/10.1002/jtr.2179>
- Thyne, M., & Zins, A. H. (2004). Validating a Guttman-type social distance scale for explaining residents' attitudes towards tourism. In Crouch, G. I., Perdue, R. R., Timmermans, H. J. P., Uysal, M. (Eds.), *Consumer Psychology of Tourism, Hospitality and Leisure*, (pp. 33–49). <http://dx.doi.org/10.1079/9780851997490.0033>
- Timothy, D. (2012). Destination communities and responsible tourism. In D. Leslie (Ed.), *Responsible tourism: concepts, theories and practices* (pp. 72–81). CAB International.
- Turker, N. (2013). Host Community Perceptions of Tourism Impacts: A Case Study on the World Heritage City of Safranbolu, Turkey. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala*, 43, 115–141.
- United Nations Environment Programme and World Tourism Organization. (2005). *Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers*. UNEP & WTO. <http://www.unep.fr/shared/publications/pdf/dtix0592xpa-tourismpolicyen.pdf>
- United Nations World Tourism Organization. (2017). *UNWTO Tourism Highlights: 2017 Edition*. World Tourism Organization. <https://doi.org/10.18111/9789284419029>
- UNWTO. (2016). *The tourism sector and the sustainable development goals: Responsible tourism, a global commitment*. UNWTO. [http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo\\_responsable\\_omt\\_acc.pdf](http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_acc.pdf)
- Ward, C. & Berno, T. (2011). Beyond social exchange theory: Attitudes toward tourists. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1556–1569. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.02.005>

- Yasuda, H. (2010). World heritage and cultural tourism in Japan. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 366–375.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/17506181011081532>
- Yeniasır, M., & Gökbulut, B. (2018). Perception and Attitudes of Local People on Sustainable Cultural Tourism on the Islands: The Case of Nicosia. *Sustainability*, 10(6), 1892.  
<http://dx.doi.org/10.3390/su10061892>
- Yilmaz, S. S., & Tasci, A. D. A. (2015). Circumstantial impact of contact on social distance. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 13(2), 115–131.  
<https://doi.org/10.1080/14766825.2014.896921>