

METODE PENGELOLAAN KEBUN RAYA MELALUI PENDEKATAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM UPAYA PENERAPAN PARIWISATA BERBASIS TRI HITA KARANA

Meizar Rusli
Fakultas Pariwisata Universitas Pancasila

Abstract

As main tourist attraction in Bogor, Bogor Botanical Garden could play a significant role in contributing to a better environment and appreciation to God's blessing. This research tries to review the actual assessment of Bogor Botanical Garden performance as tourist attractions using tri hita karena concept and corporate social responsible (CSR) principles. Both tri hita karena concept and CSR principles has similar objective and can complement each other very well. It is concluded that both concepts are applicable and could enhance Bogor Botanical Garden role in promoting better environment and appreciation to God's blessing. The implementation of tri hita karena has been done in harmony with local wisdom, whilst the CSR is supported by private corporations.

Keywords: *bogor botanical garden, tri hita karena, Corporate Social Responsibility*

PENDAHULUAN

Kota Bogor merupakan bagian Kota di Jawa Barat yang mempunyai peranan penting dalam pengembangan kepariwisataan sebagai salah sektor penting pada suatu daerah selain sektor pertanian, perikanan dan industri yang berada di Jawa Barat. Kota Bogor memiliki beberapa destinasi wisata yang menjadi daya tarik tersendiri, dengan sepuluh destinasi wisata yang tercatat secara resmi. Adapun objek wisata di Kota Bogor adalah : Kebun Raya Bogor, Istana Bogor, Museum Zoologi, Museum Etnobotani, Prasasti Batu Tulis, Danau Situ Gede, Taman Topi Bogor, Museum Tanah, Museum Peta dan Museum Perjuangan

Selain itu masyarakat Bogor juga mampu menghasilkan produk yang berkualitas seperti

pakaian jadi, tas, dan sepatu. Sedangkan makanan/ masakan khas Bogor meliputi: Soto Bogor, Lalapan Sunda, Asinan, Keripik Talas, dan Roti Unyil yang mulai diminati wisatawan sebagai buah tangan (Dinas Informasi Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor, 2011). Melihat dan mengetahui beragamnya potensi yang dimiliki Kota Bogor yang bisa menarik perhatian wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara untuk memilih Kota Bogor sebagai daerah tujuan wisata, sehingga tidak berlebihan jika pariwisata menuntut perhatian serius dari pemerintah disamping perhatian terhadap sektor pertanian dan sektor perikanan sebagai pendukungnya. Jumlah kunjungan wisatawan yang datang ke Kota Bogor dalam lima tahun terakhir dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Wisatawan yang Berkunjung Ke Kota Bogor Tahun 2007 - 2011

No	Tahun	Wisatawan Nusantara (Orang)	Wisatawan Manca Negara (Orang)	Jumlah (Orang)	Pertumbuhan (%)
1	2007	2.086.926	50.157	2.137.083	-
2	2008	2.249.484	144.154	2.393.638	10,71
3	2009	2.729.672	146.888	2.876.560	16,78
4	2010	2.821.508	145.918	2.967.426	3,06
5	2011	3.112.414	151.755	3.264.169	9,02
R A T A - R A T A					9,89

Sumber : Dinas Informasi Kepariwisata dan Kebudayaan Kota Bogor 2011

Dari Tabel 1 dapat dijelaskan bahwa kunjungan wisatawan berdasarkan perhitungan jumlah kunjungan hotel, restoran dan objek wisata di Kota Bogor mulai tahun 2007 sampai dengan 2011 jumlah kunjungan wisatawan rata-rata mengalami peningkatan mencapai 9,89 persen. Dapat di lihat pada tahun 2009 prosentase pertumbuhan tertinggi dengan alur kunjungan mencapai 16,78 persen dan pada tahun 2010 menjadi yang terendah prosentase pertumbuhan yang mencapai 3,06 persen.

Salah satu destinasi wisata yang menonjol di Kota Bogor adalah Kebun Raya Bogor. Peran utama Kebun Raya adalah melestarikan, mendayagunakan dan mengembangkan potensi tumbuhan melalui kegiatan konservasi, penelitian, pendidikan, rekreasi serta peningkatan apresiasi masyarakat terhadap kebun raya. Dari sisi pariwisata, Kebun Raya Bogor berperan penting sebagai kawasan wisata bagi masyarakat. Memiliki usia tua, Kebun Raya Bogor masih tetap terjaga eksistensinya, baik sebagai lokasi penelitian maupun lokasi rekreasi masyarakat. Keanekaragaman tumbuhan di Kebun Raya Bogor yang sangat kaya hanya akan menjadi legenda bila tidak ada usaha yang serius untuk pelestariannya. Hal ini karena tekanan terhadap habitat alami tumbuhan terus terjadi dan cenderung meningkat di hampir semua kawasan hutan di Indonesia, mengakibatkan semakin banyak jenis tumbuhan di habitat alami kini terancam eksistensinya.

Beberapa kasus pembangunan dan pengembangan wisata alam, tidak berbeda dengan Kebun Raya Bogor justru banyak memunculkan kerusakan lingkungan seperti erosi, polusi, kontaminasi dan penurunan kualitas *landskap visual*. Kurangnya sebaran kunjungan wisatawan di setiap atraksi mengakibatkan daya dukung atraksi unggulan terancam. Terjadinya penginjakan di area larangan yang berpengaruh terhadap daur hidup tumbuhan oleh kunjungan wisatawan, merupakan fakta yang terjadi karena pengembangan kepariwisataan. Kegiatan kepariwisataan di Kebun Raya Bogor diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik bagi atas rasa syukur terhadap Tuhan dengan menjaga kondisi lingkungan dengan baik. Pengembangan pariwisata berlandaskan *Tri Hita Karana* mewajibkan seluruh komponen pariwisata untuk

menghayati dan menerapkannya dalam aktivitas keseharian, agar lingkungan fisik dan budaya yang menjadi modal dasar dalam pengembangan pariwisata tetap menarik dan lestari sepanjang masa. *Tri Hita Karana* merupakan filosofi hidup masyarakat Bali yang beragama Hindu, namun memiliki intepretasi universal sebagai pijakan dalam pembangunan berkelanjutan. Penerapan Tanggung Jawab Sosial atau *Corporate Social Responsibility* dapat berperan meningkatkan upaya optimalisasi destinasi wisata dalam penerapan *tri hita karana* sehingga menjadi pembahasan pada penelitian ini. Peneliti berasumsi wisatawan dan masyarakat belum merasakan kegiatan berkeseimbangan antara lingkungan spiritual, sosial dan alam karena belum terlaksana dengan baik.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggungjawab yang berpijak pada *single bottom line* yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (*financial* saja) tetapi harus berpijak pada *triple bottom lines*, dimana *bottom lines* selain *financial* juga sosial dan lingkungan. Aspek ekonomi diungkapkan dengan *Profit*, aspek sosial diungkapkan dengan *people*, dan aspek lingkungan diungkapkan dengan *Planet*. Kondisi keuangan saja tak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Menurut Archie B. Carrol dalam Teguh, 2006 disebut sebagai piramida CSR, melalui pemahaman:

1. *Profit*. Perusahaan tetap harus berorientasi untuk mencari keuntungan ekonomi yang memungkinkan untuk terus beroperasi dan berkembang.
2. *People*. Perusahaan harus memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan manusia. Beberapa perusahaan mengembangkan program CSR seperti pemberian beasiswa bagi pelajar sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, penguatan kapasitas ekonomi lokal, dan bahkan ada perusahaan yang merancang berbagai skema perlindungan sosial bagi warga setempat.

3. *Plannet*. Perusahaan peduli terhadap lingkungan hayati. Beberapa program CSR yang berpijak pada prinsip ini biasanya berupa penghijauan lingkungan hidup, penyediaan sarana pengembangan pariwisata (*ekoturisme*).

Triple "P" (Profit, People, Planet) merupakan tiga aspek yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya, karena merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan. Apabila perusahaan dalam mengimplementasikannya hanya menekankan hanya pada salah satu aspek saja, maka perusahaan akan dihadapkan pada berbagai macam resistensi baik yang bersifat internal maupun eksternal. Perusahaan pun akan sulit bahkan tidak akan mampu beraktivitas secara berkelanjutan. Berdasarkan standar dari Bank Dunia maka CSR meliputi beberapa komponen utama yakni (1) perlindungan lingkungan, (2) jaminan kerja (3) hak asasi manusia, (4) interaksi dan keterlibatan perusahaan dengan masyarakat, (5) standar usaha, (6) pasar, (7) pengembangan ekonomi dan badan usaha, (8) perlindungan kesehatan, (9) kepemimpinan dan pendidikan, (10) bantuan bencana kemanusiaan. Bagi perusahaan yang berupaya untuk membangun citra positif perusahaannya, maka kesepuluh komponen tersebut harus diupayakan pemenuhannya (Ngurah, 2010).

Tri Hita Karana

Kata *Tri Hita Karana* berasal dari Bahasa Sansekerta : *tri* (tiga), *hita* (selamat/sejahtera/bahagia), *karana* (sebab/lantaran). Kalau dirangkai *Tri Hita Karana* berarti tiga (hal) yang menyebabkan selamat dan sejahtera. Ketiga penyebab kesejahteraan/keselamatan/kebahagiaan itu tercipta dari hubungan seimbang dan harmonis antar-manusia dengan Tuhan, manusia dengan manusia, manusia dengan alam dalam satu kesatuan yang utuh. Di Bali ketiga bentuk hubungan ini disebut *parhyangan*, *pawongan*, dan *palemahan* namun memiliki interpretasi universal sebagai pijakan dalam pembangunan berkelanjutan (Ashrama, 2005).

Tri Hita Karana dipahami sebagai suatu konsep nilai yang mewakili perilaku dan

tindakan keseharian masyarakat. Wujud tindakan ini hakikatnya merupakan bentuk implementasi konsep *Tri Hita Karana* yaitu landasan berpikir, berbicara, dan bertindak. Dalam kaitan ini keharmonisan hubungan dengan memposisikan manusia sebagai pelaku utama, sedangkan komponen lain sebagai objek keinginan untuk mencapai kesejahteraan melalui keharmonisan hubungan sebagai suatu orientasi strategi penerapan konsep *Tri Hita Karana* dalam kehidupan sehari-hari. Keharmonisan hubungan itu bisa terwujud jika sifat, karakteristik, dan harapan seluruh komponen dapat dipahami dengan benar (Putra, dalam Dewi, 2003).

Dalam konteks pembangunan, prinsip-prinsip kebersamaan dan harmoni itu sejalan dengan pendekatan integratif-holistik, yang populer dengan sebutan 'keberlanjutan'. Konsep *Tri Hita Karana* dalam pengelolaan objek wisata dianggap penting karena eksis di tengah kehidupan masyarakat, sehingga pihak pengelola harus menjaga harmoni dan prinsip kebersamaan agar tidak terjadi konflik, baik internal maupun pihak eksternal. Pelaksanaan prinsip *Tri Hita Karana* dengan baik, maka harmoni dan kebersamaan akan menjelma dalam proses pengelolaan dan selanjutnya akan dapat menghilangkan konflik (Ashrama dan Windia, 2005).

Dalam hubungan dengan sesama, disebutkan antara lain adanya karma pala (setiap tindakan ada pahalanya), *tri kaya parisudha* (kelurusan berpikir, berbicara dan bertindak), *triwarga* (keinginan, harta dan etika harus seimbang), *desa kala patra* (fleksibilitas berdasar tempat, waktu dan kondisi). Pedoman penting dalam berperilaku komunal dan saling menolong. Terkait hubungan dengan alam, *Tri Hita Karana* mengajarkan seluruh isi alam semesta, termasuk manusia dan semua lingkungan hidup, sama-sama tunduk pada hukum yang ditentukan Tuhan Yang Maha Esa. Oleh karena itu manusia diharuskan menjaga lingkungannya dengan pengelolaan yang baik, dalam hal ini tetap menjaga keberlanjutan lingkungan yang ada sekarang untuk masa depan. Semua yang ada di alam semesta itu sederajat dan manusia harus menghormati alam serta semua unsur di sekelilingnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kebijakan Pariwisata Kota Bogor

Kebijakan pemerintah Kota Bogor di bidang pariwisata sejalan dengan fungsi Kota Bogor. Berdasarkan Perda No 1 Tahun 2000 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah, fungsi kota Bogor adalah :

1. Sebagai Kota Perdagangan
2. Sebagai Kota Industri
3. Sebagai Kota Permukiman
4. Wisata Ilmiah

Fungsi sebagai kota wisata ilmiah dikarenakan keberadaan Kebun Raya Bogor yang terletak di tengah-tengah kota dengan skala pelayanannya nasional hingga internasional. Secara garis besar arah kebijaksanaan pengembangan pariwisata di Kota Bogor dititik beratkan kepada fungsi konservasi, fungsi wisata dan fungsi pendidikan yaitu:

1. Kegiatan wisata alam yang menitikberatkan pada kawasan-kawasan yang dilindungi, misalnya taman-taman kota, hutan wisata (hutan kota), kebun raya, situ-situ alam maupun buatan dan tempat lainnya yang berkaitan dengan kekayaan flora dan fauna.
2. Pelestarian sumber daya alam dan lingkungan serta peninggalan bersejarah.
3. Menggali objek-objek wisata baru serta memperkenalkan objek wisata dan kesenian daerah melalui penyediaan lokasi-lokasi baru.
4. Mempertahankan sarana-sarana pendidikan, pelatihan kesenian tradisional bagi generasi muda khususnya serta masyarakat pada umumnya.
5. Memelihara keindahan alam dan menciptakan iklim yang baik.

Sedangkan kebijakan pengembangan pemanfaatan ruang pariwisata yang berdasarkan potensi karakteristik wilayah dan tingkat perkembangan yang terjadi, diharapkan akan memunculkan adanya kawasan andalan baru dengan diarahkan penataan kawasan dan objek wisata diantaranya :

1. Wisata alam seperti pemanfaatan situ dan bantaran sungai di Kota Bogor sebagai wisata konservasi dan pelestarian lingkungan hidup.

2. Wisata peninggalan sejarah yang ada di Kota Bogor dan pelestarian museum yang sudah ada untuk tetap dipertahankan.
3. Wisata ilmiah dan pendidikan dalam hal ini meliputi kegiatan penelitian dan pelatihan untuk menumbuh kembangkan wawasan berpikir dan mencerdaskan bangsa.
5. Wisata belanja yaitu memberikan rasa nyaman kepada pendatang/ wisatawan yang mengunjungi Kota Bogor untuk berbelanja dan menanamkan investasi di Kota Bogor.
6. Wisata budaya dalam hal ini menumbuhkembangkan seni tradisional khas Kota Bogor serta masakan khas Kota Bogor yang dapat dijadikan buah tangan bagi para penduduk pendatang dan wisatawan (Dinas Pariwisata Kota Bogor, 2013)

Di dalam upaya untuk pengembangan sarana dan prasarana interaksi sosial berupa ruang-ruang publik yang berbentuk tempat rekreasi, wisata dan hiburan lainnya dengan memperhatikan nilai, norma dan aturan agama sehingga dapat meningkatkan kualitas sosial masyarakat maupun daya tarik wisata Kota Bogor. Sehingga sektor kepariwisataan dikembangkan agar mampu mendorong kegiatan ekonomi, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal serta memberikan perluasan kesempatan kerja dengan memanfaatkan potensi wisata yang ada (Rahman, 2010).

Dengan melihat kondisi keruangan diatas, Kota Bogor sebenarnya mampu menciptakan peluang melalui pemanfaatan potensi wisata. Persaingan pariwisata dengan wilayah lain perlu diperhatikan agar perekonomian kota Bogor tetap terjaga dengan baik, tidak mengalami kemunduran baik dari segi kualitas pendapatan ekonomi, manusia dan lingkungan yang sehat tentunya. Sebagai sebuah kota, Bogor memang memiliki keterbatasan daya dukung, baik daya dukung fisik maupun daya dukung lingkungan secara keseluruhan, karena itu pengembangan pariwisata harus dikaji secara baik agar keberlanjutannya dapat dilaksanakan. Salah satu upaya yang dilakukan dalam rangka mengurangi dampak yang ditimbulkan pariwisata massal. Salah satunya adalah mengembangkan pariwisata alternatif yang merupakan bentuk

pengembangan pariwisata berkelanjutan yang berupaya untuk memberikan situasi saling pengertian, solidaritas dan keadilan diantara wisatawan, pelaku pariwisata dan lingkungannya.

Kebun Raya Bogor

Pemanfaatan Kebun Raya Bogor untuk tujuan pariwisata secara finansial dan ideologis dapat didukung sepanjang tidak merusak lingkungan. Pemanfaatan pariwisata itu penting untuk mendukung eksistensi Kebun Raya dan juga eksistensi masyarakat lokal yang tinggal di sekitar kawasan tersebut. Penerapan ekowisata di Kebun Raya Bogor menjadi solusi ketika fungsi Kebun Raya Bogor sebagai tempat rekreasi yang harus dipahami oleh pengelola Kebun Raya Bogor dan wisatawan penikmat Kebun Raya Bogor dengan basis ekowisata.

Hasil Lokakarya dalam Pelatihan Ekowisata Nasional di Bali 25-26 Agustus 2006, ekowisata didefinisikan sebagai penyelenggara kegiatan wisata yang bertanggungjawab di tempat-tempat alami dan/atau daerah-daerah yang dibuat berdasarkan kaedah alam, yang mendukung upaya-upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (Raka, 2006). Penerapan prinsip-prinsip dan kriteria ekowisata, yaitu menggunakan evaluasi formatif. Adapun pendekatan yang digunakan dalam hal ini menggunakan alat evaluasi dari prinsip-prinsip dan kriteria ekowisata di Kebun Raya Bogor menurut rumusan hasil revisi lokakarya. Analisis dari masing-masing prinsip dan kriteria yang ada di kawasan Kebun Raya Bogor adalah sebagai berikut :

Prinsip 1 yang mengarah pada kepercayaan bahwa alam milik Tuhan dan kita memiliki tanggung jawab untuk menjaganya. bahwa dalam pelaksanaan pariwisata yang mengacu pada ekowisata ada beberapa hal yang sesuai dengan rumusan hasil Lokakarya dan Pelatihan Ekowisata Nasional 2006. Temuan di lapangan setelah dilakukan *monitoring* bahwa konsep *Tri Hita Karana* yang merupakan filosofi kehidupan orang Bali dalam menjaga dan memperhatikan keseimbangan alam. Pegawai secara bebas dapat melakukan kegiatan

keagamaan sesuai dengan aturan masing-masing kepercayaan pada pegawai Kebun Raya Bogor. Pembangunan dan operasional disesuaikan dengan tata krama, norma setempat, dan kearifan lokal. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan bahwa pembangunan pariwisata, walaupun belum optimal, operasional kegiatan sudah terlaksana yaitu menyesuaikan tata karma maupun norma setempat. Kebutuhan akan tempat peribadatan yang layak telah dipenuhi oleh pengelola Kebun Raya Bogor. Peninggalan bersejarah pun seperti prasasti dan makam tetap dijaga keberadaannya dengan nilai tradisi yang telah ada.

Prinsip 2. Memiliki kepedulian, komitmen, dan tanggung jawab terhadap konservasi alam dan warisan budaya. Tercapainya keseimbangan pemanfaatan lahan. Temuan di lapangan setelah dilakukan *monitoring*, Kebun Raya Bogor sudah memperhatikan keseimbangan pola sebaran ruang sesuai dengan fungsinya dengan berlandaskan asas keberlanjutan. Penggunaan teknologi ramah lingkungan. Temuan di lapangan setelah dilakukan *monitoring*, Kebun Raya Bogor dalam melakukan pelestarian melalui penanaman dan perawatan Kebun Raya Bogor telah menerapkan teknologi ramah lingkungan termasuk pengolahan limbah. Walau terkadang pengolahan limbah melalui pengangkutan di lapangan masih banyak perilaku wisatawan yang tidak mampu menahan hasrat dengan membuang sampah sembarangan. Menjadi ironis, ketika perilaku oknum wisatawan yang nakal, mengakibatkan kepuasan wisatawan lain terganggu. Tentu sangat berdampak buruk pada citra Kebun Raya Bogor apabila persoalan tersebut tidak ditanggapi. Pemanfaatan areal warisan budaya sebagai ekowisata disesuaikan dengan peruntukan dan fungsinya. Setelah dilakukan evaluasi temuan, didapat bahwa di Kebun Raya Bogor pemanfaatan untuk pariwisata pada umumnya telah optimal, sehingga warisan budaya maupun peninggalan budaya sudah mampu di kelola dengan baik. Melestarikan keanekaragaman hayati dan cagar budaya disesuaikan dengan daya dukung setempat. Hasil *monitoring* di lapangan menunjukkan kegiatan penghijauan merupakan salah satu program pelestarian alam yang dilaksanakan pengelola Kebun Raya Bogor

telah dilaksanakan dengan baik sesuai dengan program yang dimiliki oleh Kebun Raya Bogor.

Prinsip 3. Menyediakan interpretasi yang memberikan peluang kepada wisatawan untuk menikmati alam dan meningkatkan kecintaannya terhadap alam. Menyediakan pramuwisata yang profesional dan berlisensi. Pada kriteria ini pengelola Kebun Raya Bogor telah mempersiapkan pramuwisata dengan kemampuan menginterpretasikan daya tarik Kebun Raya dengan baik sesuai dengan temuan di lapangan setelah dilakukan monitoring di Kebun Raya Bogor. Pola kunjungan wisatawan berdasarkan paket yang ditawarkan oleh pihak pengelola Kebun Raya Bogor dimana mengikuti sebanyak 4 rute yang telah ada. Menurut Dr. Ir. Suhirman (dalam *Four Guided Walks Bogor Botanic Garden*, 1997), empat rute tersebut diperuntukan bagi wisatawan agar dapat meningkatkan pemahaman mengenai Kebun Raya Bogor dan koleksinya. Pemahaman wisatawan ini tidak hanya untuk meningkatkan tingkat kepuasan mereka sendiri, akan tetapi pemahaman wisatawan itu akan meningkatkan kesadaran mereka mengenai flora dan bermanfaat sebagai dasar pelestarian bumi. Untuk paket sendiri biaya yang dikeluarkan hanya dengan membayar pemandu. Dengan ketentuan jika wisatawan mancanegara grup lebih dari 10 orang membayar Rp 100.000 dan jika grup kurang dari 10 orang membayar Rp 75.000 per jam. Sedangkan untuk wisatawan lokal atau nusantara membayar Rp 75.000 untuk grup lebih dari 10 orang dan Rp 40.000 jika kurang 10 orang per jam. Fasilitas pendukung yang diberikan pengelola pun telah sesuai dengan apa yang diinginkan wisatawan, seperti toilet yang bersih dan tersebar di tempat yang strategis, papan penunjuk jalan, wisma tamu yang memberikan kesan nyaman dan restoran yang menawarkan hidangan dengan harga terjangkau.

Prinsip 4. Edukasi : Ada proses pembelajaran dialogis antara pengelola dengan wisatawan. Melibatkan unsur akademis, pemerhati lingkungan dan informasi yang memadai terkait dengan ekowisata. Dalam hal pengembangan terkait dengan ekowisata di Kebun Raya Bogor berdasarkan hasil monitoring di lapangan telah berupaya dengan optimal dalam melibatkan unsur

akademis maupun pemerhati lingkungan. Hal ini dikarenakan pada kawasan Kebun Raya Bogor ini baik pemerintah maupun masyarakat telah mengetahui tentang fungsi rekreasi berbasis pendidikan secara menyeluruh.

Menumbuhkan kesadaran dan kecintaan terhadap alam, yang dilakukan oleh pengelola kepada wisatawan melalui program-program yang dirancang misalnya dengan mengadakan pengenalan dan penanaman terhadap tumbuhan yang dilakukan wisatawan, khususnya perusahaan yang akan melakukan program tanggung jawab sosial.

Prinsip 5. Pengembangannya harus didasarkan persetujuan masyarakat setempat melalui musyawarah. Berdasarkan hasil *monitoring*, selama ini setiap ada kegiatan yang berkaitan dengan kepariwisataan selalu ada persetujuan dengan masyarakat, hal ini dikarenakan masyarakat inilah yang mengetahui lebih jauh tentang daerahnya. Seperti pada keputusan pihak Kebun Raya Bogor tetap mempertahankan kebijakan dalam hal tidak adanya larangan terhadap sepeda (non motor) dan kendaraan roda empat untuk memasuki kawasan Kebun Raya Bogor, tentunya dengan aturan di dalamnya sesuai usulan dari beberapa komunitas pecinta Kebun Raya Bogor.

Prinsip 6. Memberdayakan dan mengoptimalkan partisipasi serta sekaligus memberikan kontribusi secara kontinyu terhadap masyarakat setempat. Memprioritaskan pemanfaatan tenaga kerja lokal sesuai dengan keahlian. Berdasarkan hasil *monitoring*, pada kasus Kebun Raya tidak ada kebijakan khusus yang memprioritaskan masyarakat lokal. Kebun Raya Bogor sebagai Pusat Konservasi Tumbuhan berada langsung di bawah Deputi Bidang Ilmu Pengetahuan Hayati LIPI. Dengan pola tersebut memungkinkan anak bangsa seluruh penjuru untuk bergabung. Sementara itu lain halnya dengan Unit Pelaksana Teknis (UPT) Balai Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Cibodas, Purwodadi dan Eka Karya Bali yang berada di bawah naungan Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor yang memungkinkan untuk memprioritaskan putra daerah.

Prinsip 7. Mentaati peraturan perundang-undangan yang berlaku, di dalam pengembangan maupun operasional sehari-hari dari pihak

pengelola Kebun Raya Bogor selalu mengacu pada perundang-undangan yang berlaku. Pada prinsipnya Perpres No. 93/2011 tentang Kebun Raya telah dilaksanakan dengan baik sebagai acuan penting pelaksanaan pengembangan Kebun Raya Bogor. Memprioritaskan pemanfaatan produk lokal untuk operasional obyek ekowisata. Berkaitan dengan masyarakat sekitar seperti pada pembahasan sebelumnya, masyarakat ikut serta dalam kerjasama yang dibentuk pengelola Kebun Raya Bogor melalui unit usaha kecil menengah melalui penjualan bibit tumbuhan dan pengadaan souvenir dengan ciri khas Kebun Raya Bogor.

Prinsip 8. Secara konsisten memberikan kepuasan kepada konsumen. Berdasarkan hasil monitoring bahwa pihak pengelola selalu memberikan informasi yang akurat kepada wisatawan, hal ini dimaksudkan untuk memudahkan para wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kegiatan yang lainnya. Menyediakan fasilitas dan memberikan pelayanan prima kepada wisatawan, berdasarkan hasil evaluasi dan temuan di lapangan, bahwa Kebun Raya Bogor telah menyediakan fasilitas maupun pelayanan yang baik terhadap wisatawan.

Prinsip 9. Dipasarkan dan dipromosikan dengan jujur dan akurat sehingga sesuai dengan harapan (pemasaran yang bertanggung jawab).

Berdasarkan hasil evaluasi, temuan di lapangan bahwa adanya penekanan penting di dalam pelaksanaan pemasaran Kebun Raya Bogor selain ditujukan untuk mencapai tujuan organisasi (unit bisnis) secara umum (penciptaan keuntungan komersil) juga diwajibkan untuk memperhatikan aspek kelestarian lingkungan, sosial budaya, pemberdayaan masyarakat dan memastikan terpenuhinya hak-hak wisatawan.

Tanggung Jawab Sosial Kebun Raya Bogor

Penerapan program tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh Kebun Raya Bogor merupakan keputusan strategis yang secara sadar telah di desain sejak awal melalui visi dan misi yang mengarah pada keberpihakan pada *Triple "P"* (*Profit, People, Planet*). Tujuannya adalah menerapkan lingkungan kerja yang sehat, kesejahteraan karyawan, aspek bahan baku dan limbah yang ramah lingkungan, serta semua aspek dalam menjalankan usaha yang menjamin tidak akan ada penerapan praktek-praktek yang mengarah pada keburukan dunia. Dalam lingkup eksternal Kebun Raya Bogor harus dapat memperbaiki aspek sosial dan ekonomi pada lingkungan masyarakat sekitar. Melalui program tanggung jawab eksternal Kebun Raya Bogor telah di perhatikan melalui program pendidikan, bantuan ekonomi dan pelestarian lingkungan.

Tabel 2. Kegiatan Tanggung Jawab Sosial Kebun Raya Bogor

NO	ASPEK	KEGIATAN
1.	Lingkungan/ <i>Planet</i>	Pelaksanaan pariwisata berbasis ekowisata di Kebun Raya Bogor melalui pemanfaatan energi secara efektif dan efisien, pelestarian alam, pengelolaan air, penghijauan, pengendalian polusi kota, konservasi <i>ex-situ</i> , yakni melakukan eksplorasi tumbuhan di kawasan hutan, mendata/registrasi, mengkoleksi dan melestarikannya.
2.	Sosial/ <i>People</i>	Memberikan pendidikan baik pada internal SDM maupun eksternal Kebun Raya Bogor, terutama pemahaman dibidang ilmu botani, pertamanan dan lingkungan hidup, pelaksanaan kegiatan bantuan sosial kepada masyarakat, pelaksanaan pemenuhan penyegaran mental pegawai (melalui siraman/ceramah rohani), pemberian cuti (melahirkan, sakit, berhaji), peningkatan hak ekonomi bagi pegawai dan pemberian penghargaan kepada pegawai berprestasi maupun yang berdedikasi dalam melakukan pengabdian di Kebun Raya Bogor.
3.	Ekonomi/ <i>Profit</i>	Rata-rata kunjungan wisatawan ke Kebun Raya Bogor dalam kurun waktu 5 tahun terakhir mencapai 900.000 kunjungan/tahun jika dikalikan dengan harga Rp 14.000,-/1 kali masuk Rp 12.600.000.000,- belum termasuk penyewaan <i>guest house, café</i> Dedaunan tiket masuk mobil, sepeda, pelaksanaan kegiatan pernikahan tentunya parkir kendaraan bermotor. Kebun Raya Bogor tetap menjaga kontribusi terhadap masyarakat sekitar dengan membentuk kelompok usaha bersama tentunya akan membuka lapangan pekerjaan baru dan dapat mensejahterkan masyarakat melalui usaha kecil menengah penjualan bibit tanaman, media tanam dan kerajinan tangan (Kaos Bogor, miniatur angklung, gantungan kunci, <i>sticker</i>). Pengelola Kebun Raya Bogor pun ikut berkontribusi dalam bidang kewirausahaan melalui pelatihan yang diberikan bekerjasama dengan instansi terkait

(Sumber : Hasil Penelitian, 2013)

Melalui penelusuran data kegiatan sosial Kebun Raya Bogor yang dipublikasikan, ada beberapa kegiatan yang telah dilakukan secara rutin oleh pengelola Kebun Raya Bogor. Melalui Pengurus Peribadatan Muslim (PPM) Kebun Raya Bogor yang mewakili seluruh pegawai dalam bidang keagamaan menyantuni 120 anak yatim piatu dari Yayasan & Ponpes Tarbiyatul Aulada di Ciampea serta Yayasan & Ponpes Yatim Piatu Caringin. Dana yang disumbangkan merupakan amal zariah dari seluruh pegawai Kebun Raya Bogor. Kedua yayasan tersebut sudah lebih dari 15 tahun selalu menerima santunan dari amal zariah staf Kebun Raya Bogor setiap tahunnya. Pengurus Peribadatan Muslim (PPM) Kebun Raya Bogor selama satu tahun berjalan masa baktinya juga melaksanakan berbagai program kegiatan kerohanian, seperti pengajian rutin sebulan sekali. Pengajian dalam rangka memperingati hari-hari besar Islam dengan mengundang penceramah serta seluruh civitas LIPI Kampus Bogor-Cibinong.

Selain itu untuk lebih meningkatkan kualitas ketaqwaan seluruh pegawai Kebun Raya Bogor, Pengurus Peribadatan Muslim (PPM) juga menggelar pengajian selama bulan ramadhan yang dilaksanakan setelah shalat duhur. Pengajian ini diisi dengan kajian-kajian keislaman seperti akidah, fiqh serta ushul fiqh. Safari ramadhan juga dilakukan dengan mengunjungi kampus-kampus LIPI di Cibinong, Jakarta, Serpong dan Bandung. Pada saat shalat led Fitri dan Shalat led Adha yang selalu ramai diikuti warga Kota Bogor, untuk menyuksekkannya Pengurus Peribadatan Muslim (PPM) bekerjasama dengan semua komponen unit kerja di Kebun Raya Bogor yang selanjutnya diikuti dengan penyembelihan hewan Kurban untuk dibagikan kepada yang kurang mampu di sekitar Kebun Raya Bogor.

Melalui komitmen yang jelas, Kebun Raya Bogor selain menjadi surga bagi para peneliti, pengelola memberikan pelatihan dan Praktek Kerja Lapangan (PKL) bagi institusi setingkat SMA/SMK hingga perguruan tinggi. Praktek Kerja Lapangan (PKL) adalah suatu kegiatan yang dimaksudkan untuk memberikan kesempatan kepada para pelajar dalam memperoleh pengalaman praktek pada berbagai aspek dari

bidang ilmu masing-masing dimana pelajar berasal. Pengalaman diperoleh dengan melakukan kegiatan praktek kerja atau magang di lapangan melalui kegiatan pelatihan di Kebun Raya Bogor. Melalui Praktek Kerja Lapangan (PKL) para pelajar akan memperoleh tambahan ketrampilan, informasi, wawasan dan pemahaman terhadap permasalahan tertentu, sehingga mampu membandingkan antara teori dan pelaksanaan praktek di lapangan.

Tidak hanya melakukan kegiatan yang mendorong pelaksanaan tanggung jawab social di internal pengelola, Kebun Raya Bogor sendiri menjadi daya tarik tersendiri bagi perusahaan yang ingin melakukan *corporate social responsibility* (CSR) dengan mejadikan Kebun Raya Bogor sebagai mitra pelaksanaan CSR. Salah satunya PT. Sharp Electronics Indonesia, melalui *Brand Strategy Group Senior General Manager SEID*, Yukihiro Nono, mengatakan bekerja sama dengan Pusat Konservasi Tumbuhan (PKT) Kebun Raya Bogor sebagai kegiatan *corporate social responsibility* (CSR) perusahaan untuk meningkatkan kesadaran menjaga keanekaragaman hayati.

PT. Sharp Electronics Indonesia meyakini bahwa semakin banyak kontribusi positif dilakukan terhadap lingkungan, impian memiliki bumi lestari bisa lekas terwujud. "Saat ini belum banyak yang sadar akan pentingnya keanekaragam hayati untuk menunjang kehidupan manusia dan makhluk hidup lainnya di bumi. Harapannya dengan kegiatan ini, masyarakat dapat tergerak untuk melakukan kegiatan konservasi dimulai dari lingkungan terkecil, yaitu rumah mereka sendiri dengan melakukan kegiatan yang paling sederhana."

Penutup

Persepsi wisatawan mengenai destinasi wisata menjadi faktor pertimbangan yang sangat penting dalam penetapan arah pengelolaan suatu objek atau kawasan sebagai destinasi pariwisata. Dalam penelitian ini telah terbukti nilai penting dari beberapa pertanyaan yang diajukan, membuktikan bahwa pengelolaan destinasi berbasis *Tri Hita Karana* dirasa penting diterapkan dalam pelaksanaan pengelolaan

sebuah destinasi wisata sesuai dengan ketetapan hukum maupun ketetapan adat yang berlaku dan dihormati oleh masyarakat setempat.

Upaya menjaga dan meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan melalui pendekatan *Corporate Social Responsibility*, terlihat adanya kegiatan dalam upaya meningkatkan kesejahteraan karyawan dan masyarakat sekitar Kebun Raya Bogor. Kegiatan seperti pengajian, ceramah keagamaan dan pemberian bantuan terhadap masyarakat yang kurang mampu rutin dilaksanakan. Keikutsertaan perusahaan lain dalam pelaksanaan kegiatan *Corporate Social Responsibility* di Kebun Raya Bogor juga sering dijumpai. Selain capaian pada bidang sosial kemanusiaan, tentunya sebagai hutan kota yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar, program *Corporate Social Responsibility* dalam bidang lingkungan menjadi daya tarik sendiri bagi perusahaan lain dapat terlibat. Selain mengakibatkan peningkatan kualitas atraksi tercapai, kualitas pribadi pengelola, wisatawan dan masyarakat sekitarnya dapat terpenuhi melalui pendekatan *tri hita karena* dan *Corporate Social Responsibility*.

Pengelolaan destinasi wisata dalam hal ini Kebun Raya Bogor melalui pendekatan *Tri Hita Karana* dapat sejalan maka dalam penelitian ini dapat direkomendasikan sebagai berikut :

1. Kewajiban/pengharusan pengelola memperhatikan lingkungan terdiri dari program pemantauan dan evaluasi pengelolaan lingkungan secara berkala, pelestarian dan pengembangan ekosistem, pengorganisasian yang jelas terhadap pengelolaan lingkungan dan upaya nyata untuk menghemat pemanfaatan sumber daya alam (air, lahan, energi).
2. *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada pengelolaan kepariwisataan sebagai bagian pembangunan yang senantiasa berdekatan dengan lingkungan, dapat dilakukan dengan tepat dan menjadi tanggung jawab yang tidak hanya berkaitan dengan hukum perundang-undangan, tetapi menjadi hal yang wajib melalui pendekatan moral didalam memanfaatkan keberkahan dari Tuhan YME. Selain kepuasan batin yang diperoleh pengelola, strategi pemasaran melalui pendekatan *tri hita karena* dan

Corporate Social Responsibility menjadi isu yang diangkat, karena wisatawan sebagai konsumen yang cerdas mulai memikirkan dan memilih pada pengelola destinasi yang mampu mengelola uang yang mereka keluarkan bermanfaat tidak hanya untuk dirinya tetapi dapat bermanfaat untuk masyarakat dan lingkungan sekitar. Diharapkan melalui pendekatan ini, kualitas destinasi wisata dan wisatawan dapat meningkat tentunya keberlanjutan yang diidamkan dapat tercapai.

3. Faktor Sumber Daya Manusia mempunyai peran sangat penting dalam menentukan daya saing produk wisata Kebun Raya Bogor sebagai destinasi wisata Kota Bogor terhadap daerah lain. Dengan tersedianya SDM yang berkualitas baik penanganan di semua sektor pariwisata baik dari pembuat kebijakan hingga pelaku pariwisata tentunya akan menjadi lebih efektif dan efisien. Oleh karena itu dibutuhkan beberapa kegiatan mengenai pelatihan kepariwisataan yang ada di Kebun Raya Bogor dan Kota Bogor melalui pendekatan *tri hita karena* hingga mencapai standarisasi pelayanan sesuai dengan kebutuhan pasar. Pariwisata memiliki ruang lingkup yang luas menyangkut kepentingan masyarakat secara keseluruhan oleh sebab itu seluruh *stakeholder* berhak mendapatkan pengetahuan yang lebih tentang kepariwisataan, tentunya sesuai dengan kebutuhan akan kemampuan SDM di masing – masing bidang. Bagaimana seorang tuan rumah harus mampu berlaku baik sehingga dengan sungguh – sungguh melayani dan memperbaiki para tamu. Hal ini diperlukan proses pelatihan yang berkelanjutan secara konsisten, karena menjadi tuan rumah yang baik seseorang harus mengetahui karakteristik dari wisatawan individu maupun grup sesuai dengan asal wisatawan pada tingkatan intelektual dan emosional. Pelatihan tentang pelayanan (*hospitality training*) dan pelatihan sebagai tuan rumah (*hosting*) menjadi penting, tenaga kerja yang menjadi ujung tombak kepariwisataan di Kebun Raya dan Kota Bogor pada umumnya ini menjadi

tolak ukur keberhasilan karena pariwisata merupakan industri yang mengandalkan suatu citra pada destinasi, semakin baik pelayanan yang diberikan maka citra atau *image* yang baik di Kebun Raya Bogor dan Kota Bogor akan terpenuhi, sehingga tingkat kepuasan dan minat untuk kembali mengunjungi akan tercapai dengan kekhasan *tri hita karena* di dalam pelaksanaannya.

DAFTAR PUSTAKA

Anonim. 1999. *Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataaan*.

_____. 2006. *Kumpulan Makalah THK Tourism Awards & Accreditations*

Anom, I Gusti Ngurah, 2011, *Pengembangan Tanggung Jawab Sosial Perseroan (Corporate Social Responcibility) Dikaitkan Dengan Konsep Tri Hita Karana (Studi Di Propinsi Bali)*, Denpasar : Program Pasca Sarjana Universitas Udayana.

Ashrama, Berata, dkk. 2005, *Tri Hita Karana Tourism Awards & Accreditations*, Denpasar : Pelawa Sari.

Badan Perencanaan Daerah Provinsi Jawa Barat, 2005, *Master Plan Pariwisata Provinsi Jawa Barat Tahun 2005*, Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Daerah (Rippda) Provinsi Jawa Barat Tahun 2005.

Biro Pusat Statistik, 2010, Bogor Dalam Angka.

Dharma Putra, K.G., 2005, Menuju Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan dan Ramah Lingkungan. *Tri Hita Karana Tourism Awards & Accreditation*. Denpasar: Bali Travel News dan Pemda Bali.

Dewi Astiti, Anak Agung Eka Putri, 2003, Penerapan *Tri Hita Karana* Dalam Pengembangan Ekowisata pada Waka Gangga Resort Tabanan (sebuah laporan

akhir), Denpasar: Program Studi Pariwisata Universitas Udayana.

Dinas Informasi Kepariwisataaan dan Kebudayaan Bogor, 2012, *Potensi dan Sarana Kepariwisataaan Kotamadya Bogor*

Kebun Raya Bogor, 2010, *Laporan Tahunan Pusat Konservasi Tumbuhan Kebun Raya Bogor – Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia Tahun Anggaran 2005-2009*, LIPI.

Leveling, J; Amanda, M and Theo R, 1997, *Four Guided Walks Bogor Botanic Garden*. Bogor : PT Bogorindo Botanicus.

Rahman, Arofa A, 2010, *Potensi Pengembangan Situ Di Kota Bogor Sebagai Objek Wisata*, Semarang : Magister Teknik Pembangunan Wilayah Dan Kota Universitas Diponegoro.

Raka Dalem, AAG dan Astini, IA., 2000, *Significant Achievements Of The Development Of Ecotourism In Bali, Indonesia Annals World Ecotour*, Brazil 221 – 222.

Raka Dalem, AAG., 2006, *Ekoturisme*, Denpasar : Fakultas MIPA Universitas Udayana.

Teguh, 2006, *Tanggung Jawab Sosial Harus Dilakukan*, makalah pada seminar “*Corporate Social Responsibility*”: *Integrating Social Aspect into The Business*, Yogyakarta.

World Tourism Organization (WTO), 1999, *International Tourism A Global Perspective*, Madrid

World Commission on Environment and Development, 1987, *Our Common Future* South Melbourne: Oxford Univ Press.