

2. TEORI PENUNJANG

2.1 *Sustainable Tourism*

Sustainable tourism atau pariwisata yang berkelanjutan didefinisikan sebagai suatu bentuk pariwisata yang mempertimbangkan segala aspek yang membawa dampak terhadap perekonomian dan kehidupan sosial masyarakat, serta membawa dampak bagi lingkungan di masa kini dan masa yang akan datang. Pariwisata yang berkelanjutan melibatkan segala aspek lingkungan, ekonomi, dan sosio-kultural untuk pengembangannya, dengan tercapainya keseimbangan yang merata di antara ketiga aspek dimensi ini maka keberlanjutan jangka panjang yang direncanakan juga akan ikut terjamin keberlangsungannya (Fennell & Cooper, 2020).

Terdapat empat *stakeholders* yang memiliki peran penting dalam perkembangan pariwisata menurut Amoako et al., (2022) yaitu wisatawan atau tourist, bisnis atau pihak yang menyediakan produk dan jasa (para pebisnis atau wirausaha, dan pemerintah negara tuan rumah dimana kegiatan pariwisata berjalan), dan komunitas lokal atau tuan rumah dari daerah dimana kegiatan pariwisata ini dilaksanakan. Menurut Fennell & Cooper (2020) suatu metode dan destinasi dianggap telah menjalankan prinsip keberlanjutan jika semua kriteria atau indikator yang mencerminkan pembangunan berkelanjutan. Terdapat enam indikator/dimensi utama yang wajib dipenuhi agar dapat mencerminkan *sustainable tourism* adalah sebagai berikut:

- Pada sisi ekonomi, harus menunjukkan bahwa terdapat dampak ekonomi yang disebabkan oleh bisnis pariwisata di tempat atau wilayah destinasi wisata.
- Pada sisi sosial, yang dimaksud adalah kegiatan pariwisata ini harus bisa menghubungkan warga lokal, penyedia jasa, pemerintah, dan wisatawan agar terjalin hubungan yang berkelanjutan.
- Pada sisi budaya, karena pengaruh wisatawan yang datang dari daerah dengan karakteristik budaya yang berbeda maka peningkatan pelestarian identitas budaya komunitas lokal harus dilakukan agar identitas budaya tetap bertahan keautentikan dan keberlanjutannya.

- Pada sisi kondisi lingkungan, mencakup sumber daya air, udara, keanekaragaman hayati, dan tanah harus digambarkan sama dengan realita keadaan lingkungan dan dampak yang ditimbulkan oleh pariwisata pada media.
- Pada sisi politik, berfokus pada pengembangan peraturan dan regulasi seperti peraturan yang mengontrol pembangunan, zona tahan/wilayah, dan *waste management* di daerah destinasi pariwisata.
- Pada sisi teknologi, mendukung pengumpulan data dan penggunaan teknologi yang membawa dampak negatif terhadap alam sehingga dapat mengembangkan teknologi yang sesuai dengan kondisi destinasi. Hal ini dapat memaksimalkan perkembangan teknologi di daerah destinasi pariwisata.

(Fennell & Cooper, 2020) juga menyatakan bahwa *sustainable tourism* atau pariwisata berkelanjutan dapat memberikan banyak keuntungan baik bagi wisatawan maupun terhadap pihak-pihak yang berkaitan dengan destinasi wisata alam. Pada sisi *satisfaction* atau kepuasan wisatawan, yang dilihat dari tingkat kepuasan wisatawan terhadap fasilitas-fasilitas pariwisata dan layanan produk dan jasa yang disediakan, serta pendapat wisatawan tentang daya tarik motif, keadaan lingkungan, dan karakteristik sosial-budaya dari daerah penerima. Sedangkan pada sisi *satisfaction* atau kepuasan warga lokal, karena kegiatan pariwisata yang terjadi di lingkungan hidup warga lokal maka kepuasan dan kesejahteraan warga lokal juga perlu diperhatikan. Jangan sampai kegiatan pariwisata yang terjadi di lingkungan tempat tinggal warga lokal justru membuat warga jadi terganggu dan tidak boleh menghambat jalannya aktivitas hidup sehari-hari penduduk lokal. Pariwisata berkelanjutan juga memberikan manfaat bagi empat pilar dasar *sustainability*, yaitu:

- *Sustainable management*, dengan memfokuskan bentuk pengelolaan destinasi maupun kegiatan wisata dengan konsep keberlanjutan sehingga dapat bertahan hingga jangka waktu yang lama.
- Socio-Ekonomi, kegiatan yang dilakukan pariwisata berkelanjutan mempromosikan destinasi dan membangun interaksi antara wisatawan dan komunitas lokal sehingga terjalin kerjasama. Dengan adanya hubungan dua arah ini dapat membantu berkontribusi pada hubungan sosial dan perekonomian lokal.
- Budaya, pariwisata berkelanjutan mendukung pertukaran budaya dan pengetahuan sehingga dapat membangun dialog dua arah antara wisatawan dan komunitas lokal.

- Lingkungan, pariwisata berkelanjutan memiliki fokus pada mengurangi dampak negatif yang dimiliki industri pariwisata terhadap lingkungan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat penulis simpulkan bahwa pendekatan berkelanjutan telah menjadi salah satu titik fokus yang dikembangkan untuk keberlangsungan industri pariwisata agar bisa diwariskan ke generasi selanjutnya. Salah satu bentuk kegiatan pariwisata yang dikembangkan di dalam naungan *sustainable tourism* adalah *ecotourism* atau ekowisata.

2.1.1 *Ecotourism*

Ecotourism atau dengan nama lain disebut ekowisata adalah suatu bentuk perjalanan untuk mengunjungi dan mempelajari destinasi alam yang dikunjungi. Tidak hanya untuk mempelajari alam, ekowisata juga merupakan suatu bentuk perjalanan yang berusaha meminimalisir dampak negatif jangka panjang yang dibawa dengan menggunakan pendekatan berkelanjutan di setiap perjalanannya (Thi Khanh & Phong, 2020). Ekowisata juga memberi dampak positif bagi yang mengikuti perjalanan ini dengan memberikan pengalaman yang menyenangkan dan membantu meningkatkan kesejahteraan komunitas lokal (Fennell, 2015). Berdasarkan definisi dari Wood, (2002), terdapat beberapa karakteristik yang biasa dimiliki oleh ekowisata seperti sebagai berikut:

1. Segala wujud perjalanan dan kegiatan dilakukan dengan berbasiskan alam dengan dasar utama untuk menjadi semakin dekat dengan alam dan budaya tradisional yang dimiliki komunitas lokal.
2. Perjalanan wisata yang memasukkan nilai-nilai edukasi dan pembelajaran di dalam kegiatannya.
3. Meminimalisir segala dampak negatif terhadap alam dan komunitas lokal yang dituju.
4. Perjalanan yang membantu pengembangan dan pemeliharaan daerah alam yang dikunjungi dengan :
 - Memberikan dampak positif bagi perekonomian pengelola tempat wisata dan komunitas lokal dengan menjadi sumber pendapatan alternatif demi tercapai tujuan konservasi.
 - Membantu meningkatkan kesadaran dan pengetahuan wisatawan dan komunitas setempat tentang pelestarian aset alam dan budaya.

Berdasarkan penjabaran diatas dapat disimpulkan bahwa ekowisata merupakan suatu bentuk pariwisata berkelanjutan dengan tema alam yang mendasarkan segala bentuk kegiatan yang edukatif dan bertanggung jawab. Ekowisata adalah perjalanan yang dapat membawa banyak dampak positif serta dampak negatif yang seminimal mungkin terhadap alam dan komunitas lokal. Ekowisata yang baik dan benar pasti akan menjunjung tinggi keberlanjutan lingkungan alam, budaya komunitas lokal, dan kesadaran tentang pelestarian alam.

2.2 Tourist's Behaviour

Perilaku konsumen atau *customer behaviour* secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu rantai proses pemilihan, pembelian, dan penggunaan suatu produk atau jasa. Juvan & Omerzel (2017) menyatakan bahwa proses pembelian produk dan jasa pada bidang pariwisata memiliki beberapa keunikan khusus dibandingkan dengan jenis pembelian produk dan jasa di bidang lainnya. Hal ini disebabkan karena pada dasarnya konsumen di bidang pariwisata mengeluarkan uang untuk mendapatkan kepuasan yang setara dengan uang yang dikeluarkan. Wisatawan atau turis seperti melakukan investasi yang direncanakan dalam jangka waktu yang lama dengan ekspektasi mendapatkan suatu bentuk pengalaman perjalanan yang memuaskan. Para wisatawan yang sudah sering melakukan perjalanan akan menjadi lebih berpengalaman, fleksibel, dan kreatif (Juvan & Omerzel, 2017).

Secara garis besar *tourist behaviour* atau perilaku wisatawan dapat didefinisikan sebagai segala perilaku yang wisatawan lakukan di saat sebelum, menuju dan sewaktu berada destinasi atau lokasi wisata. Perilaku wisatawan ini dapat berupa perilaku yang sudah diatur seperti wisatawan yang bertindak dan bersikap berdasarkan regulasi dan peraturan yang berlaku ataupun perilaku spontan dari wisatawan seperti bermain di destinasi atau berinteraksi secara langsung dengan penduduk lokal atau fauna liar di destinasi (Teeroovengadum, 2019). Jutaan wisatawan dapat memberi dampak signifikan pada keberlangsungan suatu destinasi wisata di seluruh dunia. Wisatawan dapat memiliki kuasa untuk datang dan bahkan merusak dan menghancurkan suatu destinasi wisata baik secara sengaja maupun tidak. Namun tidak hanya hal-hal negatif saja, wisatawan juga dapat membantu atau memajukan destinasi dan komunitas lokal yang berada di sekitar destinasi wisata yang mereka tuju dengan kehadiran mereka (Olmsted et al., 2020).

Terdapat banyak faktor baik internal dan eksternal yang mempengaruhi cara berperilaku wisatawan seperti pada tabel berikut ini :

Tabel 2.1

Faktor yang mempengaruhi Perilaku Wisatawan

Nama Peneliti	Faktor yang mempengaruhi perilaku wisatawan
(Perkins & Brown, 2012)	<i>Biospheric values, socio altruistic values, egoistic values</i> dan minat wisatawan.
(Rossi et al., 2015)	<i>Environmental values, belief</i> atau pandangan yang dimiliki wisatawan, dan <i>attitudes</i> .
(Thi Khanh & Phong, 2020)	Perspektif waktu, <i>environmental belief, nature-based destination image</i> dan <i>ecotourism attitude</i> .
(Wijaya & Kokchang, 2023)	<i>Environmental awareness</i> , tingkat keprihatinan, sikap, norma, kontrol perilaku, niat, dan tindakan pro-lingkungan.
(Nowacki et al., 2023)	Niat dan keinginan untuk bepergian, persepsi atau pandangan wisatawan, norma & nilai yang dipegang wisatawan dan norma sosial.
(Ratriyana, 2023)	<i>Environmental awareness</i> , norma sosial, <i>personal value</i> , dan niat individu.
(Beall et al., 2021)	<i>Environmental values</i> , kesadaran diri, <i>personal and social norm, ecotourism intent</i> .
(Tan et al., 2022)	<i>Environmental value, New ecological paradigm</i> , sikap terhadap tindakan pro-lingkungan.

Sumber : Hasil kelola data peneliti

Teori dasar pada penelitian ini yang menjadi dasar utama pola perilaku individu adalah Value-Belief-Norm (VBN) yang dicetus oleh Stern et al., (1999). Teori VBN ini adalah kerangka kerja psikologi sosial yang membantu menjelaskan mengapa individu berperilaku pro-lingkungan atau ingin melakukan tindakan yang baik bagi lingkungan. Teori VBN memiliki tiga faktor atau komponen utama yaitu:

- *Value*

Nilai yang dipegang oleh seseorang mencerminkan dasar individu, seperti kepedulian terhadap lingkungan, etika, atau tanggung jawab terhadap alam. Nilai-nilai ini adalah dasar dari teori ini dan mempengaruhi komponen lainnya.

- *Belief*

Keyakinan, *Belief* atau dalam Teori VBN melibatkan dua jenis utama:

- a. Keyakinan Kepuasan Diri: Ini adalah keyakinan tentang kemampuan individu untuk berpengaruh dalam isu-isu lingkungan. Keyakinan diri yang tinggi menunjukkan bahwa individu percaya tindakan mereka dapat berdampak positif pada lingkungan.

- b. Harapan Hasil: Ini adalah keyakinan tentang hasil yang diharapkan dari tindakan individu. Harapan hasil positif menunjukkan bahwa individu percaya tindakan pro-lingkungan mereka akan memberikan hasil yang baik bagi lingkungan.

- **Norm**

Norma atau *norm* dalam teori ini mengacu pada norma sosial, seperti apa yang umumnya dilakukan orang (norma deskriptif) dan apa yang dianggap sebagai perilaku yang sosial atau moral (norma injunctive). Norma sosial dapat mempengaruhi individu untuk berperilaku pro-lingkungan.

Teori VBN menyatakan bahwa perilaku pro-lingkungan individu dipengaruhi oleh nilai-nilai lingkungan, keyakinan dan pandangan yang dipegang, harapan untuk hasil atau masa depan, dan norma sosial. Dengan kata lain, ketika individu menghargai lingkungan, percaya tindakan mereka berdampak, mengharapkan hasil positif, dan melihat perilaku pro-lingkungan sebagai norma sosial, mereka lebih mungkin melakukan perilaku tersebut. Teori VBN telah banyak digunakan dalam psikologi lingkungan dan membantu peneliti dan pembuat kebijakan untuk memahami dan mendorong perilaku pro-lingkungan. Teori ini menunjukkan bahwa upaya untuk mendukung keberlanjutan dan perlindungan lingkungan berfokus pada memperkuat nilai-nilai lingkungan, membangun keyakinan atau pandangan individu tentang kemampuan dan tanggung jawab mereka untuk berubah, menyoroti hasil positif dari tindakan pro-lingkungan, dan menciptakan norma sosial yang mendukung perilaku tersebut.

Penjabaran diatas telah menunjukkan bahwa ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku dan cara wisatawan bertindak, serta terdapat berbagai macam faktor baik secara internal dan eksternal yang dapat mempengaruhi pola perilaku wisatawan. Perilaku wisatawan juga membawa dampak yang cukup besar bagi keberlangsungan destinasi wisata. Meskipun hanya sebagai pengunjung perilaku wisatawan tetap menjadi pertimbangan yang penting untuk keberlanjutan suatu destinasi dan industri pariwisata secara luas. Pada penelitian yang peneliti akan kaji akan berfokus pada *environmental value* dan *environmental belief* yang dimiliki oleh wisatawan dan pengaruhnya terhadap *ecotourism attitudes* atau sikap ekowisata wisatawan.

2.2.1 Environmental Value

Values atau nilai pribadi pada diri seseorang dapat didefinisikan sebagai sebuah nilai atau sesuatu yang diinginkan dengan tingkat kepentingan yang bervariasi serta berfungsi sebagai prinsip panduan dalam kehidupan seseorang (Dietz, 2015; Schwartz, 2012). Definisi ini menyoroti empat fitur kunci dari *values* yaitu :

1. Pertama, nilai atau *value* mencerminkan keyakinan umum mengenai keinginan atau ketidak keinginan dari suatu hal atau hasil tertentu, seperti kesetaraan sosial, ambisi pribadi, atau kualitas lingkungan. Dengan demikian, nilai atau *value* memiliki sifat untuk mengatur pola pikir, sikap dan perilaku seperti yang seharusnya.
2. Kedua, nilai atau *value* bersifat abstrak dan melampaui situasi-situasi tertentu, sehingga dapat mempengaruhi keyakinan, sikap, norma, niat, sikap dan perilaku dalam skala yang berbeda-beda.
3. Ketiga, nilai atau *value* berfungsi sebagai kriteria atau prinsip yang memberi arah dalam melakukan pemilihan atau evaluasi sikap, evaluasi perilaku, evaluasi diri, dan evaluasi dari sebuah peristiwa.
4. Keempat, nilai atau *value* yang dipegang setiap orang berbeda-beda. Meskipun ada dasar dari values yang dipegang sama-sama berasal dari tradisi dan budaya yang dipegang, namun tingkat kepentingan yang dipegang setiap orang berbeda.

Values yang dimiliki seseorang memiliki peran dan kedudukan penting untuk menganalisis secara kritis dampak positif dan negatif hal-hal yang berkaitan dengan suatu pola perilaku atau tindakan tertentu yang tidak atau seharusnya dilakukan oleh orang tersebut (Schwartz, 2012). Dalam literatur terdahulu juga disebutkan bahwa nilai atau *value* yang menghubungkan manusia dengan alam memiliki istilah sebagai *environmental value* (Dietz et al., 2005). *Environmental value* (nilai lingkungan) menjadi aspek kunci yang memberi pengaruh terhadap pandangan, keyakinan, sikap, dan perilaku pro lingkungan. Predikator dasar dari *environmental value* ini terdiri dari :

- *Biospheric values* (nilai yang berhubungan dengan relasi dan tingkat keprihatinan manusia terhadap hal yang berkaitan dengan spesies atau makhluk hidup dan biosfer secara keseluruhannya).
- *Socio-altruistic values* (nilai yang berkaitan dengan kepedulian terhadap sesama manusia).
- *Egocentric value* (nilai yang berkaitan dengan seberapa tinggi tingkat seseorang menjunjung kepentingan diri sendiri)
- *Hedonic value* (nilai yang berkaitan dengan seberapa tinggi tingkat seseorang menjunjung kebahagiaan, atau kepuasan yang dirasakan saat terlibat dalam suatu kegiatan atau menggunakan suatu produk)

Pada penelitian yang peneliti akan kaji, *measurements of research constructs* yang digunakan peneliti untuk mengukur *Environmental value* (EV) didapat berdasarkan dari literatur Rossi et al., (2015) dan Zainuri et al., (2022).

2.2.2 Environmental Belief

Environmental belief secara umum dapat diartikan sebagai hubungan antara manusia dengan lingkungan, dispesifikan pada pandangan yang dimiliki seseorang terhadap lingkungan dan alam Stern et al., (1999). Pandangan yang dimiliki seseorang terhadap pentingnya lingkungan dan alam yang asri juga dapat dikaitkan dengan kesadaran yang dimiliki oleh individu tentang konservasi aset alam dan budaya tradisional yang dimiliki oleh komunitas lokal (Huang & Liu, 2017). *Environmental belief* sangat dipengaruhi oleh ekowisata karena ekowisata dapat menghubungkan pengunjung atau wisatawan dengan alam dan membantu wisatawan mengembangkan hubungan yang lebih kuat dengan alam dan memperluas wawasan tentang lingkungan alami (Olmsted et al., 2020).

Maka dapat secara garis besar *environmental belief* dapat diartikan sebagai suatu pandangan atau keyakinan yang dimiliki oleh individu mengenai pentingnya hal-hal yang berkaitan dengan keberlangsungan alam dan isu lingkungan. Pandangan ini bisa berupa ke pandangan yang positif maupun ke arah yang negatif. Pada penelitian ini, *measurements of research constructs* yang akan digunakan untuk mengukur *environmental belief* didasarkan pada literatur Thi Khanh & Phong (2020) dan Zainuri et al., (2022) yang berisi tentang tentang keprihatinan seseorang terhadap *environmental issues*, serta pandangan mereka mengenai penggunaan sumber daya alam.

2.2.3 Ecotourism Attitudes

Ecotourism Attitudes (sikap ekowisata) adalah sikap yang dimiliki seseorang saat dihadapkan langsung dengan alam. Sikap ekowisata juga dapat disebut *environmental attitudes* atau *ecological attitudes* karena pada dasarnya sama-sama merupakan sikap atau tanggapan yang individu tunjukkan bila dihadapkan dengan alam dan isu tentang keberlanjutan lingkungan (Thi Khanh & Phong, 2020). *Environmental attitudes* juga dapat disebut sebagai sikap wisatawan yang menghargai dan mengapresiasi keindahan dan keberlangsungan alam. Sikap ini dapat dilihat atau ditunjukkan saat wisatawan berkunjung ke destinasi alam seperti terumbu karang, rainforest dan wilayah konservasi lainnya (Ardoin et al., 2020). Secara lebih spesifik, *ecotourism attitude* berhubungan dengan sejauh mana wisatawan dapat bersikap serta menghargai dan

merasa tertarik untuk mengunjungi tempat-tempat yang mendukung konsep ramah lingkungan serta berpartisipasi di dalam kegiatan yang mendukung keberlanjutan lingkungan alam (Junus et al., 2020).

Oleh karena itu dapat dikatakan bahwa *ecotourism attitudes* adalah sikap wisatawan yang menunjukkan kepedulian dan ketertarikan serta dukungan terhadap alam dan keberlanjutan lingkungan. Sikap wisatawan terhadap alam ini juga didasarkan pada keinginan bebas dari wisatawan dan bukan karena paksaan. Pada penelitian yang peneliti akan kaji, *measurements of research constructs* yang digunakan peneliti untuk mengukur *Ecotourism Attitude* (EA) didapat berdasarkan dari literatur Thi Khanh & Phong (2020) dan Junus et al., (2020).

2.3 Ringkasan Penelitian Sebelumnya

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang membahas mengenai pengaruh *environmental belief* dan *environmental value* terhadap *ecotourism attitudes*. Berikut ini merupakan ringkasan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu :

Tabel 2.2.

Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama Penulis (tahun) dan Judul Penelitian	Variabel dan Populasi yang diteliti	Hasil Penelitian Terdahulu
Chi Nguyen Thi Khanh dan Le Thai Phong (2020) yang berjudul <i>Impact of environmental belief and nature-based destination image on ecotourism attitude</i>	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Environmental Belief</i> ● <i>Time Perspective</i> ● <i>Nature-Based Destination Image</i> ● <i>Ecotourism Attitudes</i>. Populasi : Wisatawan Generasi Z yang berasal Vietnam.	Generasi Z di Vietnam yang memiliki tingkat <i>environmental belief</i> yang tinggi cenderung lebih menyukai citra destinasi berbasis alam. Ditemukan bahwa destinasi alam yang memiliki citra kurang ramah lingkungan cenderung tidak disukai oleh sebagian besar wisatawan Generasi Z di Vietnam.
Marek Nowacki, Joanna Kowalczyk- Anioł, dan Yash Chawla (2023) yang berjudul <i>Gen Z's Attitude towards Green Image Destinations, Green Tourism and Behavioural Intention Regarding Green Holiday Destination Choice: A Study in Poland and India</i> .	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Green Image Destinations</i> ● <i>Green Tourism</i> ● <i>Gen Z Attitudes</i> ● <i>Behavioural Intention Regarding Green Holiday Destination Choice</i> Populasi : Wisatawan Generasi Z yang berasal dari India dan Polandia.	Generasi Z yang berasal dari Polandia cenderung dapat mengontrol perilaku dan lebih mudah mengambil keputusan bila dibandingkan dengan Generasi Z India. Hal ini disebabkan oleh perbedaan situasi ekonomi dan faktor pribadi yang mempengaruhi keputusan Generasi Z di kedua negara ini. Pada Generasi Z Polandia, keputusan dipengaruhi murni oleh keinginan dan sikap pribadi wisatawan, sementara pada Generasi Z India faktor material, sosial, budaya dan <i>personal</i> juga menjadi penentu keputusan. Misalnya, sebagian besar Generasi Z India melakukan perjalanan untuk menunjukkan

Nama Penulis (tahun) dan Judul Penelitian	Variabel dan Populasi yang diteliti	Hasil Penelitian Terdahulu
		posisi sosial atau menjadi <i>influencer</i> daripada untuk menjelajah atau berempati dengan alam. Perbedaan berikutnya ada pada hubungan norma sosial dan kewajiban moral, Generasi Z Polandia menunjukkan pengaruh yang jauh lebih kuat terhadap norma sosial dan kewajiban moral (norma pribadi) bila dibandingkan dengan Generasi Z India. Hubungan ini dihasilkan karena di Polandia kehadiran media yang kuat dengan pesan-pesan yang mengacu pada norma sosial dan pribadi lebih sering ditayangkan sedangkan di India tidak sesering Polandia dalam penyebaran pesan ini.
Siti Zubaidah Junus, Kamarul Ariffin Hambali, Abdul Hamid Mar Iman, Muhamad Azahar Abas, dan Nor Hizami Hassin (2020) berjudul <i>Visitor's Perception and Attitude toward the Ecotourism Resources at Taman Negara Kuala Koh, Kelantan</i>	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Visitor's Perception</i> ● <i>Visitor's Attitude</i> ● <i>Ecotourism Resources</i> Populasi : Pengunjung atau wisatawan yang pernah melakukan perjalanan ke Taman Negara Kuala Koh, Kelantan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa para wisatawan yang pernah berkunjung memiliki persepsi positif dan sikap yang baik terhadap sumber daya ekowisata yang disediakan di TNKK. Sebagian besar pengunjung setuju bahwa TNKK memiliki banyak sumber daya ekowisata yang menarik dan atraksi alam yang dapat dinikmati oleh wisatawan yang berkunjung ke destinasi pariwisata berbasis alam tersebut. Para pengunjung juga memiliki sikap dan tanggapan yang positif tentang pengaruh ekowisata terhadap destinasi di TNKK.
Min Gon Chung, Thomas Dietz, Hana Kang, Patricia Jaimes dan Jianguo Liu (2019) berjudul <i>Activating values for encouraging pro-environmental behavior: the role of religious fundamentalism and willingness to sacrifice</i>	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Religious fundamentalism</i> ● <i>Willingness to sacrifice</i> ● <i>Trust</i> ● <i>Beliefs</i> Populasi : Orang dewasa di Amerika Serikat.	Hasil penelitian memastikan bahwa, di Amerika Serikat, nilai-nilai <i>altruisme</i> dan <i>biosferik</i> memiliki pengaruh tidak langsung yang signifikan pada sikap dan perilaku pro-lingkungan melalui kesiapan untuk berkorban demi meminimalisir kerugian keanekaragaman hayati. Namun, keyakinan dan kesiapan untuk berkorban untuk mengatasi isu lingkungan tidak memberikan pengaruh berarti pada sikap dan perilaku pro-lingkungan. Sedangkan, fundamentalisme agama dapat mempengaruhi minat dan perilaku pro-lingkungan tanpa memperhitungkan faktor lain.
Helen E. Perkins dan Peter R. Brown (2012) berjudul <i>Environmental Values and the So-Called True Ecotourist</i>	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Biospheric Values</i> ● <i>Socio Altruistic Values</i> ● <i>Egoistic Values</i> ● Minat wisatawan Populasi : Wisatawan yang berlibur di Gold Coast, Australia.	Penelitian ini menemukan bahwa nilai pribadi seseorang terhadap menghargai intrinsik alam, memiliki pengaruh dan hubungan dengan minat wisatawan dalam melakukan ekowisata, sikap pro-lingkungan wisatawan, dan komitmen wisatawan terhadap perlindungan lingkungan. Sebaliknya, nilai-nilai egoistik dan hedonistik, yang lebih berorientasi pada kepentingan diri sendiri, memiliki pengaruh dan hubungan dengan kurangnya minat wisatawan dalam pariwisata alam, kurangnya dukungan terhadap pelestarian dan perlindungan lingkungan serta wisatawan lebih menunjukkan minat yang lebih besar dalam aktivitas pariwisata tipe hedonistik.

Nama Penulis (tahun) dan Judul Penelitian	Variabel dan Populasi yang diteliti	Hasil Penelitian Terdahulu
Divine Ifransca Wijaya and Phimsupha Kokchang (2023) berjudul <i>Factors Influencing Generation Z's Pro-Environmental Behavior towards Indonesia's Energy Transition</i>	Variabel : <ul style="list-style-type: none"> ● <i>Environmental awareness</i> ● <i>perceived behavioral control</i> ● Niat individu ● <i>Environmental concern</i> ● Sikap dan perilaku pro lingkungan Populasi : Generasi Z yang tinggal di Jakarta, Indonesia.	Pada penelitian ini ditemukan bahwa Generasi Z yang tinggal di Jakarta memiliki sikap dan perilaku yang positif bila dihadapkan dengan tindakan pro-lingkungan. Sikap dan perilaku pro-lingkungan Generasi Z di Jakarta dipengaruhi oleh niat dan <i>perceived behavioral control</i> yang dimiliki setiap Generasi Z. Sedangkan <i>Environmental awareness</i> dan <i>Environmental concern</i> mempengaruhi keengganan Generasi Z Jakarta untuk mendukung mau mendukung upaya pro-lingkungan.

Sumber : Hasil Kelola Data Peneliti

2.4 Pengaruh *Environmental Value* terhadap *Ecotourism attitudes*

Customer choices of Tourism services yang dicetus oleh Woodside & Dubelaar (2002) menyatakan bahwa *personal value* yang dimiliki oleh calon konsumen atau wisatawan menjadi dasar cara wisatawan untuk memproses sebuah informasi dan membangun niat mereka untuk bersikap selanjutnya. Teori *value-belief-norm* (VBN) yang dikembangkan oleh Stern et al., (1999) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan berurutan antara tentang nilai-nilai dan prinsip yang dimiliki oleh individu yang dapat membangun kecenderungan individu terhadap pola niat dan perilaku yang akan mereka lakukan.

Values atau nilai berbeda dari sikap atau *attitude* dalam hal sikap adalah evaluasi positif atau negatif terhadap sesuatu yang cukup spesifik. Seperti kita mungkin menghargai keberadaan alam liar, dan kita mungkin menentang proposal pengembangan minyak di suatu cagar alam. Menghargai keberadaan alam liar termasuk kedalam aspek lebih umum dan dianggap sebagai nilai atau *value*. Sedangkan menentang proposal pengembangan minyak di suatu cagar alam termasuk aspek yang lebih spesifik sehingga dianggap sebagai sikap atau *attitude* (Dietz et al., 2005).

Oleh sebab itu untuk memahami dasar nilai yang mempengaruhi niat, dan pola sikap yang lebih dispesifikan terhadap *environmental value* dan *ecotourism attitudes* peneliti mengajukan hipotesis berupa :

H1. *Environmental value* memiliki pengaruh positif pada sikap wisatawan terhadap bentuk perjalanan pariwisata yang berkelanjutan.

2.5 Pengaruh *Environmental Value* terhadap *Environmental Belief*

Menurut Stern et al., (1999) dan Dietz et al., (2005) pada *Value–Belief–Norm* (VBN) teori yang membahas mengenai *environmental value* (*altruistic, biospheric, egoistic* dan *hedonic*) menyatakan bahwa *environmental value* diteliti besar dampak dan pengaruhnya menggunakan *New Ecological Paradigm* (NEP). Nilai atau *value* yang dipegang seseorang cenderung stabil dari waktu ke waktu, sedangkan keyakinan, sikap, dan norma spesifik dapat berubah dengan lebih mudah (Engqvist Jonsson & Nilsson, 2014).

Keyakinan adalah pemahaman tentang keadaan dunia, lebih kearah fakta bagaimana individu memahaminya. Dua orang bisa berbeda dalam keyakinan mereka tentang dampak perubahan iklim pada spesies terancam punah, atau mereka memiliki perbedaan dalam nilai yang mereka berikan pada kelangsungan hidup spesies langka, atau keduanya. Kita mungkin memegang keyakinan khusus bahwa perubahan iklim menyebabkan hilangnya habitat dan karenanya kehilangan spesies di wilayah alam dan pandangan bahwa tindakan manusia sering menyebabkan kerusakan substansial pada lingkungan (Dietz et al., 2005). Hal ini menyiratkan bahwa perubahan dalam (prioritas) nilai kemungkinan akan menghasilkan perubahan dalam berbagai keyakinan dan [andangan yang akan berpengaruh dengan sikap, niat, dan perilaku secara bersamaan.

Oleh sebab itu untuk memahami dasar nilai dari keyakinan, sikap, norma, niat, dan tindakan seorang individu dispesifikan terhadap *environmental value* dan *environmental belief* peneliti mengajukan hipotesis berupa :

H2. *Environmental value* memiliki pengaruh positif terhadap *environmental belief*.

2.6 Pengaruh *Environmental Belief* terhadap *Ecotourism Attitude*

Pada teori *Value–Belief–Norm* (VBN) yang dikembangkan oleh Stern et al., (1999) menyatakan bahwa terdapat hubungan berurutan antara tentang nilai-nilai dan prinsip yang dimiliki oleh individu yang dapat membangun kecenderungan individu terhadap sikap dan perilaku pro-lingkungan. Teori VBN ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara keyakinan, nilai, dan perilaku dalam rantai hubungan sebab-akibat.

Sikap ekowisata atau *ecotourism attitude* sangat berkaitan dengan *environmental belief*, karena keyakinan, komitmen, dan pengetahuan alam dan ekologi menentukan perilaku pribadi yang bertanggung jawab terhadap lingkungan. Hal ini terlihat dari perilaku orang-orang yang memiliki kesadaran dan keyakinan yang tinggi terhadap keberlanjutan lingkungan menunjukkan lebih banyak minat dalam mengikuti dan menjalankan ekowisata (Thi Khanh & Phong, 2020). Oleh karena itu peneliti mengajukan hipotesis yang spesifik membahas *environmental belief* dan *ecotourism attitudes* berupa :

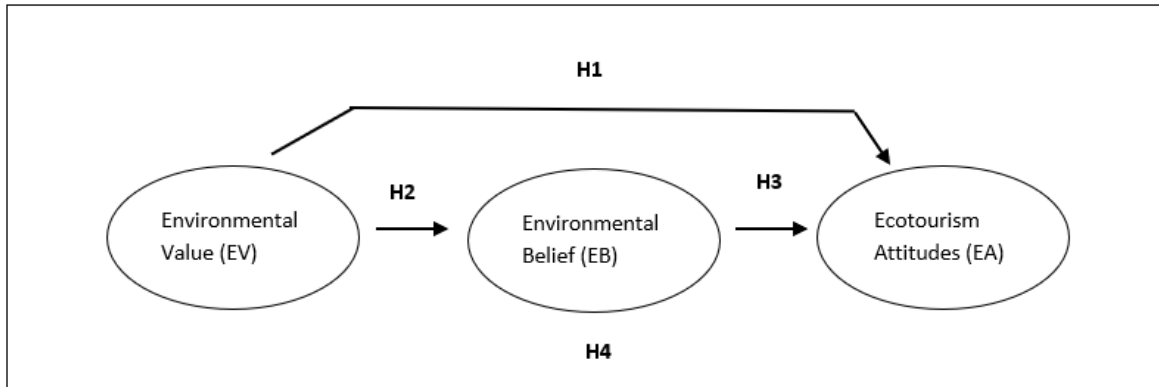
H3. *Environmental belief* memiliki pengaruh positif pada sikap wisatawan terhadap bentuk perjalanan pariwisata yang berkelanjutan.

2.7 Pengaruh *Environmental Belief* terhadap *Environmental Value* dan *Ecotourism Attitude*

Pada teori *Basic Value* yang dikembangkan oleh Schwartz (2012) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang erat antara *belief* terhadap *value* dan bagaimana cara individu bersikap. Karena itu peneliti menghipotesiskan bahwa keyakinan tentang pentingnya alam yang asri (*environmental belief*) dapat menjadi mediasi antara hubungan nilai terhadap keberlanjutan lingkungan (*Environmental Value*) dan sikap wisatawan terhadap bentuk pariwisata yang berkelanjutan (*Ecotourism Attitudes*). Penulis memprediksi bahwa nilai yang positif terhadap keberlanjutan lingkungan akan merangsang pembentukan keyakinan yang mendukung prinsip-prinsip keberlanjutan dalam konteks pariwisata. Selanjutnya, keyakinan ini diharapkan dapat secara signifikan mempengaruhi sikap wisatawan terhadap pariwisata berkelanjutan. Dengan demikian, peneliti percaya bahwa sebagian besar pengaruh nilai terhadap sikap wisatawan dapat dijelaskan oleh keyakinan tentang keberlanjutan lingkungan sebagai mekanisme mediasi. Maka dari itu penulis menghipotesiskan hipotesis sebagai berikut :

H4. *Environmental belief* memiliki pengaruh sebagai mediator dalam hubungan antara *Environmental value* dan sikap wisatawan terhadap bentuk perjalanan pariwisata yang berkelanjutan.

2.8 Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian