

Pengukuran Potensi Wisata Petualangan Berdasarkan *Triple Bottom Line* di Kawasan Wisata Gunung Sangar

Nisa Auliya Mahran¹, Aceng Gima Sugiama^{2*}

¹Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
E-mail: nisa.auliya.upw22@polban.ac.id

²Jurusan Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bandung, Bandung 40012
* Correspondence author e-mail: gima.sugiama@polban.ac.id

ABSTRAK

Kajian mengenai pengukuran potensi wisata petualangan untuk kawasan pegunungan masih sangat langka termasuk untuk kajian di Indonesia, padahal Indonesia memiliki banyak pegunungan yang sangat cocok untuk dijadikan kawasan wisata petualangan. Gunung Sangar adalah satu di antara pegunungan yang memiliki beragam objek yang potensial untuk dikembangkan menjadi kawasan wisata, namun hingga saat ini, belum tersedia paket wisata petualangan yang dirancang secara terstruktur dan berbasis keberlanjutan. Kajian ini bertujuan pertama, untuk mengetahui keragaman objek alami yang potensial dijadikan atraksi wisata alam di Gunung Sangar, dan kedua bagaimana merancang potensi pariwisata petualangan tersebut menjadi sebuah paket wisata yang dapat ditawarkan untuk pasar wisatawan petualangan berdasarkan *Triple Bottom Line* (TBL) yang mencakup aspek lingkungan (*planet*), sosial (*people*), dan ekonomi (*profit*). Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan, terdapat tiga macam paket wisata yang potensial untuk ditawarkan yakni *one day Sangar rush package*, *expedition X package*, dan *Sangar intimate escape package*. Pengembangan ketiga paket tersebut sangat tepat dan dapat menjadi solusi bagi pelestarian lingkungan serta pemberdayaan ekonomi masyarakat setempat.

Kata Kunci: paket wisata, wisata petualangan, *triple bottom line*, keberlanjutan, Gunung Sangar

Studies on measuring the potential of adventure tourism for mountainous areas are still scarce, even though Indonesia has many mountains that are very suitable for making adventure tourism packages. Mount Sangar is one of the mountains that has various objects that have the potential to be developed into a tourist area. Still, until now, no adventure tourism package has been designed in a structured and sustainability-based manner. This study aims, first, to find out the diversity of natural objects that have the potential to be used as natural tourist attractions in Mount Sangar, and second, how to design the potential of adventure tourism into a tour package that can be offered to the adventure tourist market based on the Triple Bottom Line (TBL) which includes environmental (planet), social (people), and economic (profit) aspects. The method used is a qualitative descriptive approach with data collection techniques through observation, interviews, and literature studies. The results of the study show that three types of tour packages have the potential to be offered, namely the one-day Sangar rush package, the expedition X package, and the Sangar intimate escape package. The development of these three packages is very appropriate and is a solution for environmental conservation and economic empowerment of the local community..

Keywords: *tour package, adventure tourism, triple bottom line, sustainability, Gunung Sangar synopsis.*

1. PENDAHULUAN

Kajian mengenai wisata petualangan masih sangat langka. Salah satu indikator paling nyata dari kelangkaan kajian tersebut adalah jumlah publikasi ilmiah yang masih sangat terbatas jika dibandingkan dengan kajian sub-bidang lain dalam kepariwisataan (1). Pada umumnya fokus riset yang hingga saat ini berkembang adalah pada pariwisata massal, ekowisata, dan pariwisata budaya, sedangkan pariwisata petualangan masih belum cukup mendapatkan perhatian para peneliti termasuk di Indonesia. Padahal wisata petualangan menjadi satu di antara jenis wisata yang sangat menarik terutama bagi wisatawan berusia muda (1–3).

Sebagaimana telah diyakini bahwa, pariwisata telah diakui sebagai salah satu sektor ekonomi paling signifikan di berbagai negara termasuk di Indonesia (4,5). Data dari World Travel and Tourism Council (WTTC) menunjukkan bahwa sektor perjalanan dan pariwisata menyumbang 9,1%

terhadap PDB global, mengalami peningkatan sebesar 23,2% dibandingkan tahun sebelumnya, serta menciptakan 27 juta lapangan pekerjaan baru (6). Di Indonesia, pariwisata juga berkontribusi sangat strategis bagi perekonomian (7). Industri pariwisata berhasil menyumbang devisa melalui peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara rekor tertinggi selama lima tahun terakhir hingga 2024, sebanyak 12.658.048 untuk antara Januari sampai November 2024 (8). Khususnya berkenaan dengan wisata petualangan, jenis wisata yang paling disukai adalah wisata petualangan. Secara alamiah, kondisi alam dan geografis Indonesia yang berada di jalur cincin api (*ring of fire*), menjadikannya sebagai negara dengan jumlah gunung yang sangat banyak, yang dapat dijadikan sebagai potensi pariwisata (9).

Potensi geologis tersebut membuka peluang besar bagi pengembangan wisata minat khusus, terutama geotourism dan wisata petualangan bagi wisatawan usia muda (1). Di sisi lain, pengembangan wisata berbasis alam di Indonesia masih belum optimal, meskipun di era digital ini terdapat

kemudahan promosi melalui media sosial. Setelah pandemi COVID-19, tren wisata global pun bergeser dari *mass tourism* menuju *special interest tourism* (6,10) memperkuat urgensi pengembangan destinasi yang fokus pada pengalaman dan keberlanjutan. Di sisi lain, tuntutan perancangan pengembangan pariwisata harus senantiasa memperhatikan strategi bersaing dan keberlanjutan (11).

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) telah menekankan pentingnya integrasi aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan melalui tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Salah satu pendekatan yang relevan dalam hal ini adalah konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang diperkenalkan oleh John Elkington, yang menekankan bahwa keberlanjutan harus mempertimbangkan tiga pilar: planet (lingkungan), people (sosial), dan profit atau ekonomi (12,13).

Pilar *planet* menuntut pembangunan pariwisata yang ramah lingkungan. Namun, peningkatan kunjungan wisatawan seringkali menimbulkan tekanan ekologis, seperti pembuangan sampah, kerusakan flora, dan praktik pembakaran liar. Oleh karena itu, edukasi lingkungan melalui peran pemandu wisata dalam paket wisata menjadi kunci untuk meningkatkan kesadaran konservasi. Pilar *people* menitikberatkan pada partisipasi masyarakat lokal. Dalam pengembangan wisata berbasis komunitas (*community-based tourism*), masyarakat tidak hanya menjadi objek, tetapi juga subjek aktif dalam pengambilan keputusan dan penyediaan jasa (14). Tantangan terbesar pada aspek ini adalah keterbatasan inovasi layanan dan rendahnya akses terhadap pasar wisata.

Sementara itu, pilar *profit* mengacu pada keuntungan ekonomi yang berkelanjutan. Pendapatan wisata tidak hanya bersumber dari tiket masuk, tetapi juga dapat diperluas melalui penjualan produk lokal, penyewaan alat, dan suvenir. Kondisi terkini, masih terdapat keterbatasan dalam promosi, tampilan fisik produk, dan akses informasi, sehingga peluang peningkatan ekonomi lokal belum optimal (9,10).

Gunung Sangar, yang berlokasi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat, memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata petualangan. Daya tariknya meliputi panorama alam, jalur pendakian ramah pemula, dan suasana hutan pinus yang alami. Popularitasnya meningkat signifikan setelah didokumentasikan oleh influencer ternama. Selain aktivitas pendakian, kawasan ini juga telah dimanfaatkan untuk kegiatan perusahaan dan komunitas. Berdasarkan indikasi masalah tersebut, menarik untuk dikaji mengenai potensi wisata petualangan berdasarkan *triple bottom line*. Karena itulah kajian ini bertujuan *pertama*, untuk mengetahui keragaman objek alami yang potensial dijadikan atraksi wisata alam di Gunung Sangar, dan *kedua* bagaimana merancang potensi pariwisata petualangan tersebut menjadi sebuah paket wisata yang dapat ditawarkan untuk pasar wisatawan petualangan.

2. LITERATUR REVIEW

2.1 Wisata Petualangan dan Paket Wisata

Wisata minat khusus merupakan bentuk kegiatan wisata yang didasarkan pada minat, hobi, atau ketertarikan terhadap aktivitas tertentu. Salah satu jenis wisata minat khusus yang berkembang adalah wisata petualangan, seperti pendakian gunung, susur sungai, atau aktivitas ekstrem lainnya (1–3). Dalam mengemas produk wisata tersebut, digunakan pendekatan paket wisata, yaitu penggabungan berbagai komponen layanan meliputi transportasi, akomodasi, konsumsi, hingga pemandu dalam satu kesatuan produk pariwisata yang dijual dengan harga tetap (15).

Jenis-jenis paket wisata diklasifikasikan ke dalam tujuh kategori berdasarkan tujuan, seperti *pleasure tourism*, *recreation tourism*, *cultural tourism*, *adventure tourism*, *sport tourism*, *business tourism*, dan *convention tourism* (4). Selain itu, berdasarkan fleksibilitas komponennya, paket wisata dapat berupa *readymade tour* dan *tailor made tour* (15).

Perancangan paket wisata petualangan berbasis keberlanjutan membutuhkan keseimbangan antara daya tarik (*attraction*), aksesibilitas, fasilitas (*amenities*), dan layanan pendukung atau *ancillary* (4,15). Beberapa tahapan penting dalam penyusunan paket wisata petualangan meliputi analisis potensi 4A, penyusunan *distribution of time* (DOT), *itinerary*, perhitungan *quotation/harga*, dan pembuatan media promosi seperti *e-flyer* (4,16,17).

Paket wisata petualangan sendiri dibedakan menjadi dua jenis, yakni yang bersifat penuh tantangan (seperti *hiking* dan *trekking*) dan yang bersifat hiburan (seperti *offroad* dan *rafting*), yang masing-masing membutuhkan pendekatan dan infrastruktur yang berbeda (1–3,17).

2.2 Konsep Triple Bottom Line (TBL)

Konsep *triple bottom line* telah dikembangkan dan banyak diterapkan dalam pengelolaan pariwisata sejak dua dekade terakhir di mana pendekatan mencakup pada tiga dimensi yaitu *planet* (lingkungan), *people* (sosial), dan *profit* atau ekonomi (12,13). TBL menekankan pentingnya tanggung jawab perusahaan atau pelaku wisata terhadap keberlangsungan sosial dan lingkungan, tidak hanya keuntungan semata (13).

Berkenaan dengan konteks pariwisata alam, TBL menjadi sangat relevan karena pengelolaan destinasi harus mempertimbangkan kesejahteraan masyarakat lokal, pelestarian lingkungan, dan keberlanjutan ekonomi (5,18). Prinsip ini juga mendukung pengembangan pariwisata berbasis masyarakat (CBT) yang menekankan partisipasi aktif seluruh pemangku kepentingan (19–21).

3. METODOLOGI

Pengukuran ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk merancang paket wisata petualangan berdasarkan konsep *triple bottom line* (TBL) di Kawasan Wisata Gunung Sangar. Metode ini dipilih karena sesuai untuk menggambarkan potensi destinasi dan merancang produk wisata secara mendalam berdasarkan data empiris (16). Teknik analisis data yang digunakan mengadaptasi model Miles Huberman yang terdiri dari tiga tahapan utama

yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (22). Wawancara menggunakan pola 5W+1H (16). Informan kunci dalam penelitian ini ialah pengelola utama kawasan wisata Gunung sangar sebanyak 3 (tiga) orang informan. Informan dipilih secara purposive berdasarkan keterlibatan aktif dalam kegiatan wisata yaitu terdiri dari (*who*) ketua pengelola kawasan, satu orang anggota pengelola kawasan yang memiliki peranan aktif, dan satu pendamping lapangan. Selain itu dipilih juga wisatawan untuk mengetahui opini mereka (*what*) antara lain mengenai layanan yang mereka terima dan yang diharapkan saat berkunjung ke Gunung Sangar. Wawancara dilakukan di lapangan (*where*), pada saat mereka mengelola (*when*) layanan, dan bagi informan wisatawan pada saat mereka berwisata. Data didokumentasikan melalui catatan lapangan, rekaman wawancara, dan dokumentasi visual (*how*). Data yang dikumpulkan difokuskan pada potensi atraksi wisata berdasarkan 4A (*attraction, accessibility, amenities, ancillary*), kemudian integrasi aspek lingkungan, sosial serta ekonomi dalam perancangan paket wisata, dan terakhir yaitu penyusunan *itinerary*, DOT (*distribution of time*), serta *quotation* dan alat promosi. Berkenan dengan etika penelitian, sebelum proses wawancara dan observasi dilakukan. Tujuan penelitian dijelaskan di awal, dan partisipasi bersifat sukarela. Penelitian ini telah memperoleh persetujuan dari para informan secara lisan dan tertulis dalam surat permohonan pembuatan proyek paket wisata yang memuat pengambilan data dan mendapatkan balasan persetujuan. Identitas informan dirahasiakan untuk menjaga privasi. Data dikumpulkan dan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademik, serta disimpan secara hati-hati guna mencegah penyalahgunaan.

5. HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Identifikasi Potensi Kawasan Wisata Gunung Sangar

Gunung Sangar berlokasi di Desa Mekarjaya, Kecamatan Arjasari, Kabupaten Bandung, dengan ketinggian 1.690 MDPL. Gunung Sangar ini dikenal memiliki lanskap alam yang menarik, jalur pendakian ramah pemula, serta dikelola oleh masyarakat setempat melalui Kelompok Usaha Perhutanan Sosial. Popularitasnya meningkat pasca unggahan media sosial oleh tokoh publik. Jika dibandingkan dengan Gunung Puntang yang memiliki nilai sejarah dan Gunung Tangkuban Parahu yang bersifat *massal* dan padat kunjungan, Gunung Sangar ini menawarkan pengalaman petualangan yang lebih intim dan *natural*, terlebih Gunung Sangar masih terhitung sebagai Kawasan yang masih baru dibuka jalur pendakiannya sekitar 5 (lima) sampai 6 (enam) tahun terakhir. Selain itu, peran aktif masyarakat dalam pengelolaan dan potensi diversifikasi ekonomi menjadikannya bakal kuat sebagai destinasi wisata petualangan berbasis keberlanjutan yang dapat diandalkan.

Wisata petualangan Gunung Sangar menjadi satu di antara alternatif wisata serupa khususnya di Jawa Barat, yang populer yakni Gunung Tangkuban Parahu dan Gunung Punteng (23,24). Berkenaan dengan tujuan memperkuat pemilihan Gunung Sangar sebagai lokasi perancangan paket wisata petualangan berbasis TBL, dilakukan perbandingan

atau *benchmarking* dengan dua kawasan wisata gunung lain di kawasan Bandung Raya, yakni Gunung Puntang dan Gunung Tangkuban Parahu (23,24). Data dan informasi Gunung Sangar diperoleh melalui triangulasi yakni observasi, wawancara dan dokumen. Adapun data dan informasi mengenai dua kawasan wisata Tangkuban Parahu dan Gunung Punteng diperoleh dari sumber sekunder yakni dari artikel ilmiah (23,24), dan dari media massa (25–28) yang dicerminkan sebagaimana pada Tabel 1.

Tabel 1 Matriks Perbandingan

Aspek	Gunung Sangar (observasi langsung)	Gunung Puntang (data sekunder)	Gunung Tangkuban Parahu (data sekunder)
Status Kawasan	Kelompok Usaha Perhutanan Sosial (KUPS)	Kawasan Alam, Perhutani dan komunitas lokal	Taman Alam (BKSDA Jawa Barat)
Estimasi Kunjungan	±950 orang/bulan (100–250 akhir pekan, 5–20 hari kerja)	Lonjakan ±40% saat Lebaran 2025, ribuan pengunjung (ayobandung.com)	Rata-rata akhir pekan ≈2.000 orang/hari, naik ±30–40% saat libur panjang (rctiplus.com, beritasatu.com)
Jenis Tarik Daya	Hutan pinus, suasana sunyi, jalur ramah pemula	Hutan, sungai, situs sejarah, radio Belanda	Kawah aktif, legenda Sangkuriang, akses mudah
Keterlibatan Masyarakat	Tinggi (pemandu, porter, warung, penyewaan alat oleh warga setempat)	Tinggi (camping dan warung dikelola warga)	Rendah (komersial, dominan dikelola pihak swasta/pemerintah)
Harga Tiket Masuk	Rp10.000–Rp15.000 (<i>camping</i> dan pendakian)	Rp25.000–Rp35.000 (Kompas & TripAdvisor)	Rp30.000 WNI / Rp200.000 WNA (Wikipedia & BKSDA)
Komersialisasi	Rendah menuju sedang (masih alami, belum ada branding besar)	Sedang (mulai dikenal dan dipromosikan komunitas wisata)	Tinggi (branding kuat, kunjungan massal, banyak fasilitas komersial)

Kajian serupa pernah dilakukan pada objek di antaranya Lumbung Stroberi Pandarejo (29) dan kawasan Air Terjun Tapakala (30), yang menunjukkan bahwa pendekatan TBL dapat meningkatkan kelestarian lingkungan dan pendapatan masyarakat. Namun, kedua studi tersebut belum mengintegrasikan desain paket wisata siap jual. Oleh karena itu, proyek ini melangkah lebih lanjut dengan merancang paket wisata petualangan yang terstruktur dan siap dipasarkan.

Berikut ini hasil pengumpulan data melalui observasi (*field research*) untuk masing-masing komponen pariwisata dengan didasari teori 4A (4,18,31): 1) Atraksi (*attraction*): Keindahan hutan pinus yang masih alami serta keindahan *landscape* Kabupaten Bandung dari atas ketinggian. Kemudian Gunung Sangar juga menyediakan *souvenir* berupa hasil bumi yaitu kopi sangar, serta menyediakan penyewaan alat pendakian untuk aktivitas *trekking*; 2) Aksesibilitas (*accessibility*): Aksesibilitas di Gunung Sangar mudah dijangkau dengan akses jalan yang memadai menuju basecamp dan akses trekking puncak yang ramah pemula; 3) Fasilitas (*amenities*): Amenitas di Gunung Sangar tersedia tempat parkir, warung untuk membeli makanan, dan penyewaan tenda serta alat camp sebagai akomodasi; dan yang terakhir adalah 4) Fasilitas tambahan (*ancillary*):

Fasilitas pendukung (*ancillary*) di Gunung Sangar terdapat jasa pemandu lokal dan jasa porter.

5.2 Integrasi Prinsip *Triple Bottom Line*

Didasari oleh teori TBL (12,13), berikut ini data dan hasil analisis masing-masing dimensi: 1). *Planet* (Lingkungan): Integrasi pilar lingkungan dilakukan dengan 3 hal berikut yang termuat dalam paket wisata: a) Penyediaan edukasi lingkungan kepada wisatawan melalui pemandu lokal. Adapun edukasinya terutama mengenai upaya menjaga lingkungan alam; b) Penerapan *leave no trace* dalam *itinerary*; dan c) Pembelian 1 *pax* paket wisata mendukung 1 penanaman pohon endemi di Gunung Sangar; 2). *People* (sosial): Integrasi dalam pilar *planet* (*sosial*) adalah dengan melibatkan masyarakat sebagai pemandu, porter, dan menyediakan kebutuhan konsumsi; 3). *Profit* (Ekonomi): Integrasi pilar *profit* (Ekonomi) melalui strategi diversifikasi pendapatan tidak hanya dari tiket masuk. Diversifikasi meliputi penjualan *souvenir*, penyewaan alat pendakian dan *camping* di Gunung Sangar, serta pemenuhan kebutuhan konsumsi makanan dan minuman bagi wisatawan.

5.3 Perancangan Paket Wisata Petualangan

Berdasarkan data dan analisis pemenuhan kebutuhan wisatawan, serta potensi paket wisata yang dapat ditawarkan, maka kawasan wisata dapat dirancang mencakup 3 (tiga) alternatif paket wisata petualangan:

Paket yang pertama 1) **One day Sangar rush package**: yakni paket wisata satu hari untuk pendakian. Paket wisata satu hari pendakian dinamai dengan “*one-day Sangar rush*” yang bermakna cepat, padat, dan penuh energi dalam satu hari. Kemudian tagline dalam media promosi *flyer* tersebut adalah “*one-day, one peak, full thrill*”, tagline ini bermakna bahwa hanya dalam satu hari, bisa mencapai puncak dengan melewati tantangan trekking jalur pendakian. Dalam *flyer* tersebut memuat informasi mengenai semua komponen yang termasuk dalam paket, yang tidak termasuk, harga dan juga ada *QR code* di mana apabila di-*scan* akan menampilkan detail paket bersangkutan.



Gambar 1. rancangan Sangar adventure package

Paket berikutnya yakni 2) **expedition X package**: paket wisata ini adalah *camping* untuk dua hari satu malam: Paket wisata *camping* dua hari satu malam, dinamai *expedition x* yang bermakna pengalaman ekspedisi eksklusif, misterius, dan luar biasa. Huruf “X” memberi arti kesan eksklusif dan premium. Kemudian memiliki *tagline* “saat eksklusivitas bertemu keagungan alam” memiliki arti perpaduan antara kemewahan fasilitas dan kemegahan *lanskap* Gunung

Sangar. Dalam *flyer* tersebut memuat semua komponen yang termasuk dalam paket wisata, harga, dan yang tidak termasuk. Untuk informasi yang lebih jelas dan detail terdapat *QR code* yang akan menampilkan detail paket wisat.



Gambar 2. flyer Paket Wisata

Paket yang ke 3) **Sangar intimate escape package**: adalah paket wisata satu hari pendakian *private* yang dapat dilakukan bersama pasangan atau sekawan. Paket wisata satu hari pendakian *private* bersama pasangan dinamai “Sangar Intimate Escape” yang berarti pelarian romantis, *private*, dan menyentuh. Dimana pendakian ini disandingkan dengan nama Gunung Sangar untuk menekankan keindahan dan ketenangan alam Gunung Sangar. Paket ini memiliki *tagline* “alam jadi saksi, cinta jadi cerita” yang bermakna bahwa pendakian ini bukan sekedar liburan, tetapi perjalanan batin dan momen cinta yang terekam bersama alam. Dalam *flyer* tersebut memuat informasi mengenai semua komponen yang termasuk dalam paket, yang tidak termasuk, harga, dan juga ada *QR code* dimana apabila di *scan* akan menampilkan detail paket.

Perancangan paket wisata petualangan ini telah mempertimbangkan resiko dan daya dukung kawasan. Berikut ini beberapa resiko dan daya dukung atau mitigasi yang dilakukan:

1. Perubahan Cuaca: menjadi salah satu resiko yang mempengaruhi keamanan pendaki. Strategi mitigasi yang dilakukan dengan pengawasan kondisi cuaca, sehingga menjadi pertimbangan layak dilakukan pendakian atau tidak.
2. Resiko Cedera: dapat terjadi ketika pendaki mengalami kecelakaan ketika *trekking*. Sebagai mitigasi adanya edukasi keselamatan yang dilakukan oleh pemandu dan juga pembekalan alat pendakian untuk memudahkan *trekking* seperti *trekking pole*. Selain itu, Gunung Sangar memiliki tim medis dan tim lapangan yang bisa langsung turun untuk melakukan evakuasi. Secara geografis dengan ketinggian Gunung Sangar 1690 MDPL menjadikan Gunung Sangar memiliki beberapa jalur evakuasi yang tergolong masih cukup mudah dijangkau.
3. Proyeksi Daya Dukung: Berdasarkan hasil observasi lapangan, kunjungan ke Gunung Sangar mencapai 100 hingga 250 pendaki saat akhir pekan, dan 5 hingga 20

orang pada hari kerja. Dengan estimasi total ± 950 pendaki per bulan, kawasan ini menunjukkan potensi wisata yang tinggi.

Perancangan ketiga jenis paket wisata petualangan tersebut mengintegrasikan 3 prinsip TBL, sebagaimana pada Tabel 2.

Tabel 2 Integrasi TBL dalam tiga paket

Dimensi	One Day Sangar Rush	Expedition X	Intimate Escape
Planet	- Pembelian 1 pax sama dengan mendukung 1 penanaman pohon di Gunung Sangar. - Edukasi lingkungan yang terdapat dalam <i>itinerary</i> paket wisata. - Penerapan <i>leave no trace</i> .	- Pembelian 1 pax sama dengan mendukung 1 penanaman pohon di Gunung Sangar. - Edukasi lingkungan yang terdapat dalam <i>itinerary</i> paket wisata. Penerapan	- Pembelian 1 pax sama dengan mendukung 1 penanaman pohon di Gunung Sangar. - Edukasi lingkungan yang terdapat dalam <i>itinerary</i> paket wisata. Penerapan
People	- Pemandu local yang merupakan warga setempat. - Pemesanan konsumsi.	- Pemandu local yang merupakan warga setempat. - Pemesanan konsumsi. - Porter yang merupakan warga setempat	- Pemandu local yang merupakan warga setempat. - Pemesanan konsumsi. - Porter yang merupakan warga setempat
Profit	Diversifikasi pendapatan melalui tiket, penyewaan alat pendakian, souvenir, dan konsumsi.	Diversifikasi pendapatan melalui tiket, penyewaan alat pendakian, penyewaan alat <i>camping</i> , souvenir, dan konsumsi.	Diversifikasi pendapatan melalui tiket, penyewaan alat pendakian, dan konsumsi.

Berdasarkan Tabel 2 menunjukan bahwa ke tiga paket wisata mengintegrasikan 3 prinsip *triple bottom line*.

6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil kajian dan perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa:

1. Kawasan Wisata Gunung Sangar memiliki potensi yang tinggi untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata petualangan berbasis keberlanjutan. Potensi tersebut meliputi keindahan alam, aksesibilitas yang memadai, serta keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam pengelolaan jalur pendakian dan fasilitas wisata.
2. Konsep *Triple Bottom Line* terbukti relevan dalam merancang paket wisata petualangan, dengan memperhatikan aspek kelestarian lingkungan (*planet*), pemberdayaan masyarakat lokal (*people*), dan keberlanjutan ekonomi (*profit*). Ketiga aspek tersebut telah terintegrasi ke dalam elemen paket wisata seperti aktivitas, layanan, harga, dan media promosi.
3. Perancangan tiga jenis paket wisata petualangan yaitu *one day Sangar rush*, *Sangar Expedition-X*, dan *Sangar Intimate Escape* menjadi alternatif produk yang dapat disesuaikan dengan karakteristik pasar wisatawan

petualangan, dan juga mendorong pengembangan destinasi yang lebih inklusif dan bertanggungjawab.

Berdasarkan hasil kajian dan perancangan yang telah dilakukan, saran yang dapat disampaikan Adalah mengacu pada Pengukuran Potensi Wisata Petualangan Berdasarkan *Triple Bottom Line* di Kawasan Wisata Gunung Sangar, khususnya dalam aspek profit, dengan mendorong diversifikasi sumber pendapatan yang berkelanjutan bagi masyarakat dan pengelola. Mitra disarankan untuk meningkatkan daya tarik visual area. Penyewaan alat pendakian dengan penataan yang lebih estetik dan fungsional, agar menciptakan kesan profesional sekaligus nyaman bagi wisatawan yang menggunakan layanan tersebut. Tampilan yang menarik tidak hanya memperkuat citra destinasi, tetapi juga dapat mendorong minat wisatawan dalam menggunakan fasilitas yang tersedia. Selain itu, promosi penjualan souvenir juga perlu ditingkatkan dengan menyediakan *display* fisik yang menonjol dan mudah diakses di area *basecamp*, serta mengoptimalkan media sosial sebagai saluran informasi untuk menarik minat wisatawan secara lebih luas.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pengelola Kawasan Wisata Gunung Sangar atas kerja sama dan bantuan dalam pengumpulan data lapangan.

DAFTAR PUSTAKA

1. Sand M, Gross S. Tourism research on adventure tourism – Current themes and developments. *J Outdoor Recreat Tour*. 2019;28:100261.
2. Hansen M, Hjalager AM, Fyall A. Adventure tourism innovation: Benefitting or hampering operations? *J Outdoor Recreat Tour*. 2019;28:100253.
3. Bichler BF, Peters M. Soft Adventure Motivation: An Exploratory Study of Hiking Tourism. *Tour Rev*. 2021;76(2):473–88.
4. Sugiyama AG. Pengembangan Bisnis dan Pemasaran Aset Pariwisata. 1st ed. Vol. 1. Bandung: Guardaya Intimarta; 2014.
5. Sugiyama AG. The Sustainable Rural Tourism Asset Development Process Based on Natural and Cultural Conservation. 2nd Int Conf Appl Sci Technol. 2019;354.
6. WTTC. Global Travel & Tourism Catapults Into 2023. 2023.
7. Limanseto H. Pemerintah Terus Mendorong Pengembangan Pariwisata Indonesia Sebagai Penggerak Pertumbuhan Ekonomi. Kemenko Perekonomian RI. 2024.
8. Wisnubroto K. Geliat Sektor Pariwisata Pacu Pertumbuhan Ekonomi. Portal Informasi Indonesia. 2025.
9. Cahyadi HS. Risk Management in Volcano Tourism in Indonesia. *ASEAN J Hosp Tour*. 2022;13:125–36.
10. WTTC. Latest research from WTTC shows a 50% increase in jobs at risk in Travel & Tourism. 2020. Available from: <https://wttc.org/News-Article/Latest-research-from-WTTC-shows-a-50-percentage-increase-in-jobs-at-risk-in-Travel-and-Tourism>
11. Soeswoyo DM, Jeneetica M, Dewi L, Dewantara MH, Asparini PS. Tourism Potential and Strategy to Develop

- Competitive Rural Tourism in Indonesia. *Int J Appl Sci Tour Events*. 2021;5(2):131–41.
12. Chalermchaikit V, Kozak M. The Practice of Triple Bottom Line in the Sustainability of Tourism: A Gender Perspective. In: *Gender and Tourism*. Emerald Publishing Limited; 2021. p. 285–300.
 13. Stoddard JE, Pollard CE, Evans MR. The Triple Bottom Line: A Framework for Sustainable Tourism Development. *Int J Hosp Tour Adm*. 2012;13(3):233–58.
 14. Hodijah S, Delis A. Development of Local Community-Based Tourism Potential as an Alternative for Increasing Sources of Community Income in Kerinci Regency, Indonesia. *Russ J Agric Socioecon Sci*. 2019;93(9):167–73.
 15. Solihin S, Budiarta IP, Harmini AAAN, Susanto B. A Review for Creating a Tour Package: A Case Study for Students of Tourism. *J Commer Manag Tour Stud*. 2024;3(1):47–54.
 16. Sugiyama AG. *Metode Riset Bisnis dan Manajemen*. 1st ed. Kartawan, editor. Vol. 1. Bandung: Guardaya Intimarta; 2014.
 17. Carvanche-Franco M, Carvanche-Franco W, Carvanche-Franco O, Alvarez-Risco A, Orden-Mejia M, Recalde-Lino X. Designing an Adventure Tourism Package from the Preferences of the Visitors. *J Environ Manag Tour*. 2022;13(2):305.
 18. Sugiyama AG. *Manajemen Aset Pariwisata: Pelayanan Berkualitas agar Wisatawan Puas dan Loyal*. 1st ed. Vol. 1. Bandung: Guardaya Intimarta; 2013.
 19. Habiba M, Lina FY. *Community-Based Tourism (CBT): A Community Development Tool*. *Eur J Bus Manag*. 2023;15(17):1–9.
 20. Zielinski S, Kim S, Botero C, Yanes A. Factors that Facilitate and Inhibit Community-Based Tourism Initiatives in Developing Countries. *Curr Issues Tour*. 2020;23(6):723–39.
 21. Subadra IN. Alleviating Poverty through Community-Based Tourism: Evidence from Batur Natural Hot Spring Water – Bali. *Afr J Hosp Tour Leis*. 2019;8(5):1–23.
 22. Huberman AM, Saldaña J. *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*. 3rd ed. Los Angeles: SAGE Publications; 2014.
 23. Hutahaean ESH, Khasanah FN, Untari DT, Hidarsah I, Fahrudin A, Perdini TA, et al. Pendampingan Identifikasi Potensi untuk Membentuk Usaha Wisata Adventuring di Gunung Puntang Berdasarkan Community Base. *J Pengabd Masy UBJ*. 2023;6(3):281–8.
 24. Suryana M. Analisis Atraksi Wisata di Taman Wisata Alam Gunung Tangkuban Perahu. *Tour Sci J*. 2017;2(2):134.
 25. Jauharie M, Firdaus P. Implementasi Konsep Triple Bottom Line (TBL) dalam Pengembangan Lumbung Stroberi untuk Pariwisata yang Berkelanjutan. 2024.
 26. Hidayat M. Implementasi Konsep Triple Bottom Line dalam Pengembangan Kawasan Wisata Air Terjun Takapala Malino Gowa. 2023.
 27. Andrianto T, Sugiyama G. The Analysis of Potential 4A's Tourism Component in the Selasari Rural Tourism, Pangandaran, West Java. In: *Proc Asia Tour Forum 2016 - 12th Biennial Conf Hosp Tour Ind Asia*. Paris: Atlantis Press; 2016.