



GREEN TOURISM: SEBUAH KONSEP UNTUK MENDUKUNG PARIWISATA BERKELANJUTAN

Oleh

Mahmudah Budiatiningsih¹, Hasnia Minanda² & Ihvana Hulfa³

**Program Studi D3 Pariwisata, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram,
Indonesia**

Email: ¹mahmudahb@unram.ac.id, ²hasnia_minanda@unram.ac.id &

³ihyanahulfa@unram.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan green tourism di Indonesia serta perannya dalam mendukung pariwisata berkelanjutan. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsep green tourism di Indonesia banyak diadopsi dalam pengelolaan destinasi wisata dan industri akomodasi. Konsep ini diterapkan dalam pengelolaan destinasi wisata, wisata pedesaan, kawasan konservasi, dan pengembangan akomodasi ramah lingkungan. Selain itu, pendekatan ini mendukung keterlibatan aktif masyarakat lokal, pemerintah, dan sektor swasta. Dalam memastikan ketercapaian aspek green tourism, usaha pariwisata biasanya mengikuti sertifikasi green tourism. Hal tersebut merupakan bentuk sertifikasi green labelling yang dapat berfungsi sebagai tolok ukur praktik green tourism yang mendukung keberlanjutan. Namun, tantangan seperti biaya sertifikasi, potensi penyalahgunaan green labelling, dan kurangnya pemahaman konsumen masih perlu diatasi agar green labelling efektif. Oleh karena itu, strategi yang komprehensif dan kolaboratif diperlukan untuk mengoptimalkan peran green tourism dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia.

Kata Kunci: *Green Labelling, Green Tourism, Pariwisata Berkelanjutan, Sertifikasi*

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu industri yang mengalami perkembangan cukup pesat. Pertumbuhan pariwisata secara pesat menyebabkan dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang semakin nyata. Dari ketiga aspek tersebut, perhatian pada dampak pariwisata banyak terkonsentrasi pada aspek ekonomi daripada aspek sosial dan lingkungan akibat pariwisata. Salah satunya dikarenakan kemampuan pariwisata dalam mendorong pertumbuhan ekonomi terutama di negara-negara berkembang (Wall, 2006). Di negara berkembang, pariwisata banyak digunakan sebagai salah satu alat pembangunan perekonomian nasional (Wall, 2006). Pada pembangunan pariwisata konvensional, keuntungan ekonomi seringkali menjadi satu-satunya tujuan utama pembangunan, sehingga aspek lingkungan dan sosial banyak diabaikan.

Oleh karenanya, muncul kesadaran berbagai pihak mengenai pentingnya

pembangunan yang lebih memperhatikan aspek lingkungan dan sosial yang dikenal sebagai konsep pembangunan berkelanjutan (Fennel, 2015).

Konsep pembangunan berkelanjutan telah diperkenalkan sejak sebelum tahun 1990'an sebagai pendekatan ideal dalam pembangunan (Batta, 2009). Dalam industri pariwisata juga dikenal sustainable tourism atau pariwisata berkelanjutan. Pendekatan ini memperkenalkan konsep pembangunan sektor pariwisata yang berimbang dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan agar kegiatan pariwisata dapat berkelanjutan. Dalam perkembangannya, bahkan setelah konsep sustainable tourism lama diperkenalkan, masih banyak destinasi dan bisnis wisata yang tidak berkelanjutan (Batta, 2009). Para pelaku usaha kesulitan untuk melakukan praktik yang tepat agar tidak membahayakan lingkungan (Miller dan Szekely, 1995). Miller dan Szekely (1995)



menambahkan bahwa kinerja sosial dan lingkungan sulit diterapkan secara praktis dan sulit untuk diukur. Pada sisi konsumen yang ingin mendukung konsep sustainable tourism juga mengalami kesulitan untuk memilih produk yang ramah lingkungan (Font dan Tribe, 2001). Oleh karenanya diperlukan sebuah pendekatan yang lebih mungkin diterapkan untuk mangakomodasi aspek lingkungan dan sosial (Batta, 2009). Salah satu pendekatan yang dianggap mampu menjembatani kesenjangan ini adalah konsep green tourism. Salah satu yang membedakan green tourism dan pendekatan lainnya adalah penggunaan konsep green product maupun green service melalui akreditasi. Kemampuan konsep green dalam mengukur kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial menjadi salah satu harapan baru penerapan sustainable tourism secara praktis (Batta, 2009).

LANDASAN TEORI

Konsep *Green Tourism*

Konsep *green* seringkali sulit untuk didefinisikan dengan tepat, namun lebih mudah dipahami. Istilah ini menunjukkan bahwa suatu hal baik kegiatan, aktivitas, produk maupun layanan memberikan dampak yang sangat minimal kepada lingkungan (Miller dan Szekely, 1995). Istilah green tourism digunakan untuk menunjukkan bahwa kegiatan wisata tersebut tidak merusak lingkungan (Font & Tribe, 2001; NCC, 1996). Konsep ini juga identik dengan kegiatan wisata di kawasan yang alami, hijau, dan eksotis (Wight, 1994). *Green tourism* didefinisikan oleh Batta (2009) sebagai perjalanan ke destinasi di mana flora, fauna, dan warisan budaya menjadi atraksi utama. Tujuan utamanya adalah menemukan cara untuk menggunakan dan menghargai area tersebut tanpa merusaknya. Jika mengacu pada konsep “*green*”, maka *green tourism* juga dapat dimaksudkan sebagai kegiatan wisata yang terus berusaha mengurangi dampak negatif dan terus berupaya meningkatkan penghargaan pada lingkungan.

Dalam konsep *green tourism* terdapat empat komponen utama (Dodds dan Joppe, 2001), yaitu:

- 1) Tanggung jawab lingkungan, dilakukan dengan melindungi, melestarikan, dan/atau meningkatkan alam dan lingkungan fisik untuk memastikan kesehatan ekosistem yang menopang kehidupan dalam jangka panjang;
- 2) Vitalitas ekonomi lokal, dilakukan dengan mendukung ekonomi lokal, bisnis dan komunitas untuk memastikan vitalitas dan keberlanjutan ekonomi;
- 3) Keragaman budaya, dilakukan dengan menghormati dan menghargai budaya dan keragaman budaya untuk memastikan keberlanjutan kesejahteraan budaya lokal atau budaya tuan rumah;
- 4) Kekayaan pengalaman, dilakukan dengan memberikan pengalaman yang memperkaya dan memuaskan melalui partisipasi aktif, interaksi yang bermakna, dan keterlibatan dengan, alam, orang, tempat dan/atau budaya.

Sertifikasi *Green Tourism*

Skema sertifikasi pariwisata bertujuan untuk menjadikan operasional pariwisata lebih berkelanjutan. Skema ini memungkinkan bisnis bidang pariwisata yang dapat memenuhi atau melebihi standar spesifik yang telah ditetapkan, untuk menggunakan sebuah logo yang berfungsi untuk menunjukkan bahwa bisnis tersebut memiliki kepedulian pada isu lingkungan dan sosial, sehingga memudahkan para konsumen untuk menemukan produk/usaha pariwisata yang bertanggung jawab (Batta, 2009). Oleh karenanya, skema ini menjadi sangat penting karena berperan dalam menyediakan bisnis yang berpartisipasi dengan rencana aksi untuk perbaikan, dengan memperoleh insentif pasar (Batta, 2009).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan studi literatur. Analisis dilakukan dengan membandingkan penerapan *green tourism* di beberapa kota dan destinasi



wisata di Indonesia dengan konsep *green tourism*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Di Indonesia, penerapan *green tourism* banyak ditemukan dalam pendekatan pengembangan wisata pedesaan dan sertifikasi akomodasi. Dalam penerapannya, konsep *green tourism* seringkali masih mengalami tumpang tindih dengan konsep ekowisata. Dalam paparannya mengenai *Ecotourism in Indonesia*, Nirwandar (2015) memberikan contoh praktik dan penghargaan ekowisata di Indonesia. Bali Green Province (BGP) merupakan salah satu contoh praktik ekowisata yang diinisiasi oleh pemerintah lokal Bali dengan mengusung 3 program utama yaitu *green economy*, *green culture*, dan *Bali clean and green*. Konsep ini diinisiasi pada Februari 2010 sebagai wujud komitmen bersama para stakeholder di Bali untuk mendukung terwujudnya Bali sebagai destinasi wisata yang nyaman dan berkelanjutan.

Sementara di Aceh, pemerintah daerah bersama NGO juga menginisiasi *Aceh Green Policy*. Program ini menetapkan strategi penurunan emisi gas rumah kaca melalui konsep *greenhouse*, menetapkan kebijakan untuk menjaga hutan dengan melakukan moratorium penebangan, dan kerja sama antar *stakeholder* untuk menetapkan sistem perlindungan hutan yang melibatkan masyarakat lokal melalui kegiatan dan peran institusi lokal.

Program yang hampir sama juga diterapkan di Gede Pangrango yang diinisiasi secara *joint venture*. Program ini dikenal dengan *Pangrango Tree Adoption Program* yang diawali adanya *green radio* yang berfokus pada isu konsep green bersama Taman Nasional Gede Pangrango. Program ini menghasilkan 600 pohon baru yang berhasil ditanam, peningkatan kualitas tanah, dan menyediakan kesempatan bagi petani lokal untuk memiliki alternatif produk (Nirwandar, 2015).

Konsep *green tourism* tidak hanya diadopsi oleh pemerintah, tetapi juga telah diadopsi dalam pengembangan berbagai destinasi wisata (Prihayati & Veriasa, 2021; Ilyas dkk, 2022; Akbar, 2024). Salah satu kampung wisata yang menerapkan *green tourism* yaitu Kampung Cibulao, Puncak, Bogor. Masyarakat di Kampung Cibulao mengemas *green tourism* dalam bentuk *Community-based Coffee Tourism (CbCT)*. Konsep ini dipilih karena masyarakat mengapresiasi kekayaan alam yang dimilikinya, yang kemudian dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai daya tarik wisata. Dalam pelaksanaanya,

Penerapan *green tourism* di Kampung Cibulao, Puncak-Bogor, dilakukan dengan pengembangan *Community-based Coffee Tourism (CbCT)*. Menurut Prihayati & Veriasa (2021), masyarakat desa mengembangkan konsep pariwisata berkelanjutan yang menggabungkan pertanian kopi organik dengan pelestarian hutan dan budaya lokal sebagai daya tarik utama wisata. Konsep ini mencakup beberapa aspek penting, yaitu: (1) penggunaan praktik pertanian yang ramah lingkungan untuk menghasilkan kopi berkualitas; (2) pelestarian kawasan hutan sebagai bagian dari ekosistem wisata; (3) libatkan aktif komunitas lokal sebagai subjek sekaligus objek dalam pengelolaan pariwisata; (4) penyediaan fasilitas ramah lingkungan; dan (5) pemberian edukasi serta dukungan keterlibatan langsung wisatawan dalam menjaga kelestarian alam dan budaya. Pendekatan *Community-based Coffee Tourism* ini menunjukkan bahwa *green tourism* tidak hanya berfokus pada lingkungan, tetapi juga memperkuat kapasitas sosial dan budaya masyarakat desa. Selain mendatangkan manfaat ekonomi, inisiatif ini memperkuat kesadaran kolektif tentang pentingnya keberlanjutan, baik dari sisi ekologi maupun sosial budaya.

Penerapan *green tourism* juga dilakukan di kawasan konservasi yaitu di kawasan Taman Nasional Gunung Rinjani, Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan Ilyas et al.



(2022), pengelolaan wisata di kawasan ini dilakukan dengan mempertimbangkan kapasitas daya dukung lingkungan, mengurangi dampak negatif dari aktivitas wisata, serta melibatkan masyarakat lokal dalam kegiatan konservasi. Strategi yang diterapkan meliputi pengelolaan sampah secara berkelanjutan, pemanfaatan energi terbarukan, dan edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya menjaga ekosistem pegunungan. Temuan studi ini menekankan pentingnya keterpaduan antara aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan. Masyarakat tidak hanya dilibatkan sebagai pelaku ekonomi dalam sektor wisata, tetapi juga sebagai mitra dalam menjaga kelestarian alam. Misalnya, mereka terlibat dalam pengawasan aktivitas wisata, pengelolaan zonasi kawasan, dan penyediaan fasilitas ramah lingkungan berbasis prinsip reduce-reuse-recycle (3R). Pelatihan ekowisata juga diberikan untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat lokal sekaligus mendorong lahirnya usaha kecil seperti jasa pemandu wisata, homestay, dan produk kerajinan ramah lingkungan. Dengan demikian, keberhasilan *green tourism* sangat bergantung pada sinergi antara kebijakan konservasi, edukasi lingkungan, dan pemberdayaan masyarakat secara langsung.

Selain peran pemerintah dan masyarakat, sektor swasta juga berkontribusi dalam pengembangan pariwisata ramah lingkungan, khususnya di bidang destinasi, akomodasi, dan perhotelan. Hal ini dapat dilihat dari berkembangnya akomodasi dengan konsep *ecolodge* dan environmentally-friendly hotel; serta semakin banyaknya pengembangan destinasi ekowisata (Nirwandar, 2015). Dalam rangka mendukung semangat menerapkan praktik pariwisata yang lebih ramah lingkungan, pemerintah Indonesia juga mengadakan beberapa program penghargaan seperti Indonesia Sustainable Tourism Awards dan Green Hotel Awards. Green Hotel Awards merupakan penghargaan yang diberikan kepada akomodasi perhotelan

yang menerapkan konsep green. Assessment dilakukan dengan mengacu pada ASEAN Green Hotel Standards. Standar ini disusun untuk mempromosikan praktik pariwisata berkelanjutan melalui penerapan ramah lingkungan dan konservasi energi, terdiri atas environmental plan, green product, human resource dan environmental management (ASEAN, 2016).

Green-Labelling dalam Mendukung Sustainable Tourism

Green labelling atau sertifikasi lingkungan adalah proses sertifikasi yang mengidentifikasi praktik ramah lingkungan dalam sektor pariwisata dan berperan penting dalam mendorong pariwisata berkelanjutan. Sertifikasi ini tidak hanya memotivasi pelaku usaha untuk mengadopsi praktik yang lebih hijau, seperti penggunaan energi terbarukan dan pengelolaan limbah, tetapi juga membantu konsumen membuat pilihan yang lebih sadar lingkungan.

Green labelling menjadi tolok ukur standar keberlanjutan di industri pariwisata, dengan berbagai program seperti EarthCheck dan Green Key yang memberikan kerangka kerja bagi pengelola wisata untuk meningkatkan kinerja lingkungan mereka. Hotel-hotel yang menerapkan sertifikasi hijau berhasil menurunkan secara signifikan penggunaan energi dan jumlah limbah yang dihasilkan (Bohdanowicz, 2006).

Dari sisi konsumen, sertifikasi ini memberikan informasi transparan dan dipercaya dapat memengaruhi preferensi wisatawan. Sebuah survei yang dilakukan pada tahun 2019 menunjukkan bahwa 70% pelancong lebih memilih hotel yang ramah lingkungan (Booking.com, 2019). Hal ini menciptakan dorongan positif bagi pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam menjaga keberlanjutan.

Selain manfaat langsung bagi bisnis dan konsumen, *green labelling* juga berkontribusi pada tujuan luas pariwisata berkelanjutan, seperti pelestarian sumber daya alam, perlindungan keanekaragaman hayati, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal.



Contohnya, keuntungan dari ekowisata bersertifikat seringkali diinvestasikan kembali untuk pembangunan komunitas dan konservasi.

Secara konsep, *green-labelling* melalui sertifikasi dapat membantu mengurangi praktik *green-washing* (klaim palsu tentang ramah lingkungan). Hal ini dikarenakan klaim *green-labelling* baru diperoleh setelah melalui tahap assessment dan dinyatakan memenuhi atau melampaui ketentuan standar minimal yang diterapkan. Salah satu fungsi *green-labelling* diunggulkan sebagai nilai tambah yang sangat penting dalam bisnis (Batta, 2009). Maka adanya kemungkinan penyalahgunaan dengan memanfaatkan *green-labelling* sebagai “pelengkap bisnis” agar terlihat “hijau” tidak dapat dihindari. Dalam rangka antisipasi penyalahgunaan, maka pelaksana sertifikasi sebaiknya dilakukan oleh pihak yang netral untuk meminimalkan praktik yang tidak sesuai (Font dan Tribe, 2001).

Selain penyelenggaran sertifikasi, kendala finansial juga menjadi salah satu yang perlu diperhatikan. Tidak semua *stakeholder* memiliki kemampuan finansial yang cukup, baik untuk *mengembangkan* teknologi yang mendukung praktik ramah lingkungan maupun untuk mengikuti program sertifikasi dalam rangka memperoleh *green-labelling* (Miller dan Szekely, 1995). Konsekuensi ekonomi yang cukup mahal dalam memperoleh *green-labelling* belum dapat menjamin efektifitas kinerja *green-labelling* (Font dan Tribe, 2001). Jika program sertifikasi juga terdiri dari banyak jenis dan menghasilkan berbagai logo yang berbeda, belum tentu logo dan narasi ini dipahami customer dengan baik. Beberapa wisatawan yang memiliki perhatian khusus pada isu lingkungan akan sangat mendukung program tersebut, namun ternyata cukup banyak wisatawan yang tidak memperdulikan praktik ramah lingkungan (Font dan Tribe, 2001). Hal ini didukung oleh pendapat Hemmelskamp dan Brockmann (1997) bahwa edukasi lingkungan dan peningkatan kesadaran lingkungan tidak merangsang perilaku

membeli yang bertanggung jawab pada lingkungan, maka potensi untuk mengedukasi wisatawan melalui *green-labelling* juga dapat saja mengalami kegagalan.

Green-labelling merupakan alat penting untuk mendorong pariwisata berkelanjutan dengan menetapkan standar ramah lingkungan dan memotivasi pelaku usaha serta konsumen (Bohdanowicz, 2006; Booking.com, 2019). Meski menghadapi tantangan seperti biaya sertifikasi dan tingkat kesadaran konsumen yang berbeda, keberhasilan *green-labelling* bergantung pada keterlibatan semua pihak dan pelaksanaan sertifikasi yang kredibel (Font dan Tribe, 2001). Dengan begitu, *green-labelling* dapat membantu menjaga lingkungan sekaligus mendukung perkembangan ekonomi lokal secara berkelanjutan.

Penerapan *green tourism* di destinasi wisata maupun industri akomodasi meliputi berbagai praktik ramah lingkungan yang bertujuan mendukung keberlanjutan. Di destinasi, *green tourism* diterapkan melalui pelestarian ekosistem, pengelolaan sampah yang baik, serta keterlibatan aktif masyarakat lokal dalam konservasi dan pengembangan wisata. Sementara di sektor akomodasi, penerapan meliputi penggunaan energi terbarukan, pengurangan limbah, dan sertifikasi lingkungan seperti Green Hotel Awards yang mendorong hotel untuk mengadopsi standar ramah lingkungan. Dengan demikian, *green tourism* tidak hanya menjaga kelestarian alam, tetapi juga memperkuat peran sosial dan ekonomi di industri pariwisata. Secara umum, penerapan *green tourism* dapat mendukung pariwisata berkelanjutan selama penerapan *green tourism* dapat mendukung pertumbuhan ekonomi lokal, mendukung pelestarian budaya, lingkungan, dan sumber daya lainnya, serta tetap menjamin kepuasan tamu/pengunjung.



PENUTUP

Kesimpulan

Penerapan *green tourism* di Indonesia telah menunjukkan perkembangan signifikan melalui berbagai inisiatif di tingkat lokal maupun nasional. Pendekatan ini tidak hanya diterapkan dalam pengembangan wisata pedesaan dan sertifikasi akomodasi, tetapi juga melibatkan kolaborasi antara pemerintah, masyarakat lokal, dan sektor swasta dalam menjaga keberlanjutan lingkungan dan pemberdayaan komunitas. Contoh-contoh praktik seperti Bali Green Province, Aceh Green Policy, Community-based Coffee Tourism di Kampung Cibulao, serta pengelolaan wisata di Taman Nasional Gunung Rinjani menegaskan pentingnya sinergi antara aspek lingkungan, sosial, dan ekonomi dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan. Selain itu, *green labelling* berperan penting sebagai mekanisme sertifikasi yang mendorong pelaku usaha menerapkan praktik ramah lingkungan sekaligus memberikan informasi transparan bagi konsumen. Meski demikian, tantangan seperti risiko *green-washing*, kendala finansial, dan tingkat pemahaman konsumen terhadap sertifikasi yang beragam perlu diatasi agar *green tourism* dapat berjalan efektif dan berkelanjutan. Dengan demikian, keberhasilan *green tourism* di Indonesia sangat bergantung pada komitmen bersama seluruh stakeholder untuk terus mengintegrasikan konservasi lingkungan, pemberdayaan masyarakat, dan inovasi dalam pengelolaan pariwisata. Penerapan *green-labelling* akan efektif mendukung sustainable tourism jika seluruh stakeholder memiliki kepedulian dan kesepakatan yang sama mengenai penerapan praktik “*green*”.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Akbar, A. R. (2024): Implementasi manajemen desa wisata hijau Desa Bilebante, Lombok Tengah (Master's thesis, Politeknik Negeri Bali).
- [2] ASEAN (2016): Asean Green Hotel Standard. Jakarta: ASEAN.
- [3] Batta, R.N. (2009): Green Tourism Certification Manual. Asian Productivity Organization.
- [4] Dankers, C. (2003): Environmental and Social Standards, Certification and Labelling for Cash Crops. Rome: FAO.
- [5] Dodds, R. and Joppe, M. (2001). Promoting urban green tourism: The development of the other map of Toronto. Journal of Vacation Marketing, Vol. 7 (3), 261-267.
- [6] Ilyas, M. N., Astawa, I. P., Ginaya, G., & Erawati, N. M. R. (2022). Application of green tourism in the Mount Rinjani National Park area to support sustainable tourism. International Journal of Green Tourism Research and Applications, 4(1), 16-22.
- [7] Fennel, D.A. (2015): Ecotourism. Routledge: New York.
- [8] Font, X. dan Tribe, J. (2001): Promoting Green Tourism: The Future of Environmental Awards. International Journal of Tourism Research, Vol. 3, 9-21.
- [9] Miller, J dan Szekely, F (1995): What is ‘green’?. European Management Journal, Vol 13 (3), 322-333.
- [10] Morrison, A. M., Hsieh, S., dan Wang, C. Y. (1992): Certification in the travel and tourism industry: The North American experience. Journal of Tourism Studies, 3(2), 32-40.
- [11] NCC (1996). Green Claims: A Consumer Investigation into Marketing Claims about the Environment. National Consumer Council: London.
- [12] Nirwandar, S. (2015). Ecotourism in Indonesia. Jakarta: Ministry of Tourism and Creative Economy.



- [13] Prihayati, Y., & Veriasa, T. O. (2021, October). Developing green tourism to create the sustainable landscape: evidence from Community-based Coffee Tourism (CbCT) in Puncak, Bogor, Indonesia. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (Vol. 879, No. 1, p. 012027). IOP Publishing.
- [14] Sasidharan, V., Sirakayab, E. dan Kerstetter, D. (2002). Developing countries and tourism ecolabels. *Tourism Management*, Vol. 23, 161–174.
- [15] TIES. (2006). Ecotourism Guidelines for Nature Tour Operators. Burlington: International Ecotourism Society.
- [16] Wall, G. (2006): *Tourism: Change, Impact dan Opportunities*. Pearson Education Limited: England.
- [17] Wight, P. (1994): Environmentally responsible marketing of tourism. In *Ecotourism: a Sustainable Option?*, Cater E, Lowman G. (ed.). Wiley: Chichester; 39-53.



HALAMAN INI SENGAJA DI KOSONGKAN