

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka adalah kumpulan dari beragam teori yang mendukung sebuah penelitian. Tinjauan pustaka juga berfungsi sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan, serta membantu dalam penyusunan instrument penelitian. Teori yang digunakan, bukan sekedar pendapat semata, melainkan teori yang sudah diuji kebenarannya. Pada bab ini membahas tentang teori-teori yang digunakan dalam rangka mendukung pengembangan pariwisata Kecamatan Badau.

#### 2.1 Pengertian Pariwisata

Secara umum, Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan orang untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan suatu perencanaan dan dengan maksud bukan untuk mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk kegiatan bersenang-senang atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta, yaitu; *Pari* yang berarti banyak atau berkali-kali dan *wisata* yang berarti perjalanan atau bepergian. Jadi, *pari-wisata* dapat diartikan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berulang ulang. Secara lebih luas, dalam pengertian kepariwisataan terdapat beberapa faktor penting yang menjadi batasan dalam definisi pariwisata, yaitu: Perjalanan itu dilakukan untuk sementara waktu, Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain, Perjalanan ini berhubungan dengan rekreasi atau bersenang-senang, atau Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya.

Pengertian Wisata menurut *Gunn* (1994) adalah suatu pergerakan temporal manusia menuju tempat selain dari tempat biasa mereka tinggal dan bekerja, selama mereka tinggal di tujuan tersebut mereka melakukan kegiatan, dan diciptakan fasilitas untuk mengakomodasikan kebutuhan mereka.

Menurut *Purwowibowo* (1998), kepariwisataan memiliki arti yang sangat luas, bukan hanya sekedar bepergian dan berwisata saja, tetapi berkaitan pula dengan obyek dan daya tarik wisata yang dikunjungi, sarana transportasi yang digunakan, pelayanan, akomodasi, restoran dan rumah makan, hiburan, interaksi sosial antara wisatawan dengan penduduk setempat serta usaha pariwisata.

Karena itu pariwisata dapat dilihat sebagai suatu lembaga dengan banyak sekali interaksi, kebudayaan dengan sejarahnya, kumpulan pengetahuan, dan jutaan orang yang merasa dirinya sebagai bagian dari kelembagaan ini, sehingga pengertian pariwisata dapat dipandang dari berbagai perspektif yang berbeda.

Menurut *Mc. Intosch* (1990), pariwisata adalah gabungan gejala dan hubungan yang timbul dari interaksi wisatawan, bisnis, pemerintah serta masyarakat tuan rumah dalam proses menarik dan melayani wisatawan serta penunjang lainnya. Untuk mendefinisikan pariwisata dilakukan berdasarkan perspektif dari empat hal, yaitu: wisatawan, usaha penyedia pelayanan dan barang-barang untuk wisatawan, pemerintah atau wilayah dan masyarakat lokal. Pariwisata merupakan gabungan dari berbagai aktivitas, pelayanan, industri biro perjalanan, transportasi, akomodasi, penyedia minuman dan makanan, hiburan, dan pelayanan lainnya dari masyarakat untuk individu atau kelompok yang melakukan perjalanan jauh dari rumah.

Sedangkan pengertian pariwisata menurut *Badan Pusat Statistik (BPS)* (1993) adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggalnya ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggalnya yang didorong oleh beberapa keperluan atau motif tanpa maksud mencari nafkah.

Jika melihat dari beragam pengertian pariwisata itu maka lebih jelasnya kita mengacu pada *Undang-undang No. 10 Tahun 2009* tentang Kepariwisataaan, yang tertera pada Bab I Pasal 1; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Jadi penjabaran pengertian wisata itu mengandung unsur yaitu :

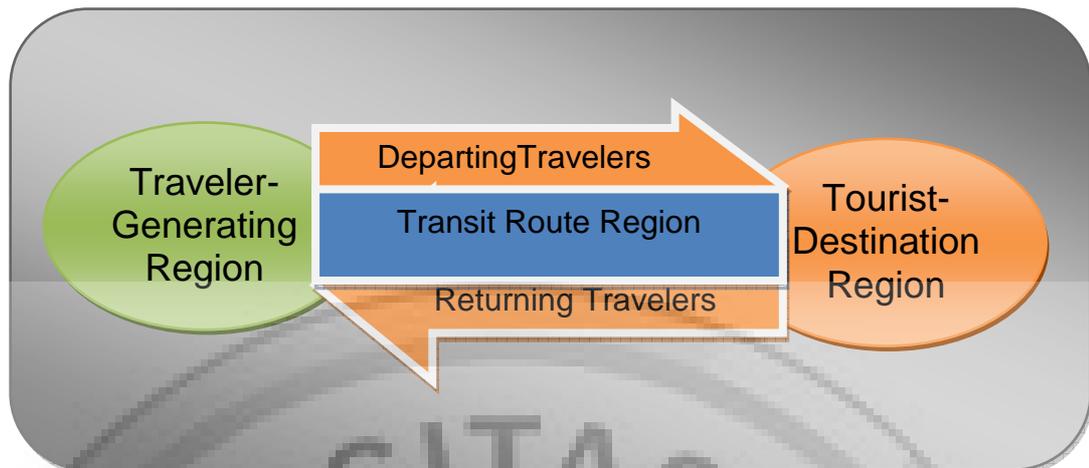
- Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
- Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
- Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam,

budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

- Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
- Kawasan strategis pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.
- Kawasan pariwisata adalah kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

Disamping pariwisata dan wisatawan ada sebuah elemen penting pariwisata yang dikenal dengan sistem pariwisata. Beberapa ahli telah mencoba melihat model sistem dari fenomena yang berkembang di dalam pariwisata meskipun masing-masing ahli tidak menggunakan pendekatan sistem yang formal dan sama, namun terhadap nuansa yang mengerucut yaitu keharusan menggunakan pendekatan sistem dalam mempelajari pariwisata.

Menurut Leiper (1990: 22 - 23) dan Cooper, et al., (1999 4 - 8), elemen-elemen dari sebuah sistem pariwisata yang sederhana menyangkut sebuah daerah/Negara asal wisatawan, sebuah daerah/Negara tujuan wisata, dan sebuah tempat transit serta sebuah *generator* yang membalik proses tersebut sebagaimana dapat dilihat pada **Gambar 2.1**. berikut:



**Gambar 2.1**  
**Model Sederhana Sistem Pariwisata**

*Sumber: Leiper, 1990*

Pada gambar diatas terlihat lima elemen pokok, yaitu *traveler generating region*, *departing travelers*, *transit route region*, *tourist-destination region*, dan *returning travelers*. Inti penjelasan dari kelima elemen pokok tersebut sebenarnya hanya menyangkut tiga hal pokok, yaitu:

a. Elemen Wisatawan

Ia adalah aktor dalam kegiatan wisata. Berwisata menjadi sebuah pengalaman manusia untuk menikmati, mengantisipasi dan mengingatkan masa-masa di dalam kehidupan.

b. Elemen geografi

Pergerakan wisatawan berlangsung pada tiga area geografi, seperti berikut ini.

1. Daerah Asal Wisatawan (DAW)

Daerah tempat asal wisatawan berada, tempat ketika ia melakukan aktivitas keseharian, seperti bekerja, belajar, tidur dan kebutuhan dasar lain. Rutinitas itu sebagai pendorong untuk memotivasi seseorang berwisata. Dari DAW, seseorang dapat mencari informasi tentang obyek dan daya tarik wisata yang diminati, membuat pemesanan dan berangkat menuju daerah tujuan.

2. Daerah Transit (DT)

Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah itu. Namun, seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan DT pun penting. Seringkali terjadi, perjalanan wisata berakhir di daerah transit, bukan di daerah

tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hong Kong berupaya menjadikan daerahnya multifungsi, yakni sebagai Daerah Transit dan Daerah Tujuan Wisata.

### 3. Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Daerah ini sering dikatakan sebagai sharp end (ujung tombak) pariwisata. Di DTW ini dampak pariwisata sangat dirasakan sehingga dibutuhkan perencanaan dan strategi manajemen yang tepat. Untuk menarik wisatawan, DTW merupakan pemacu keseluruhan sistem pariwisata dan menciptakan permintaan untuk perjalanan dari DAW. DTW juga merupakan *raison d'être* atau alasan utama perkembangan pariwisata yang menawarkan hal-hal yang berbeda dengan rutinitas wisatawan.

#### c. Elemen Industri pariwisata

Elemen ketiga dalam sistem pariwisata adalah industri pariwisata. Industri yang menyediakan jasa, daya tarik, dan sarana wisata. Industri yang merupakan unit-unit usaha atau bisnis di dalam kepariwisataan dan tersebar di ketiga area geografi tersebut. Sebagai contoh, biro perjalanan wisata bisa ditemukan di daerah asal wisatawan, Penerbangan bisa ditemukan baik di daerah asal wisatawan maupun di daerah transit, dan akomodasi bisa ditemukan di daerah tujuan wisata.

Pariwisata merupakan kegiatan yang dapat dipahami dari banyak pendekatan. Dalam Undang-undang RI nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata dijelaskan bahwa:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi, dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.
4. Kepariwisata adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah dan pengusaha.

5. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
6. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
7. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

## 2.2 Komponen Pariwisata

Kegiatan pariwisata pada dasarnya mencakup komponen-komponen pariwisata yang mempengaruhinya. Komponen pariwisata dibagi atas dua faktor yaitu komponen sediaan atau *supply* dari pariwisata dan komponen permintaan atau *demand* dari pariwisata (Clare A Gunn, 1988). Untuk lebih jelasnya akan dibahas pada sub bab di bawah ini:

### 2.2.1 Penawaran (Supply) Pariwisata

Penawaran pariwisata mencakup segala sesuatu yang ditawarkan kepada wisatawan baik wisatawan yang aktual maupun wisatawan yang potensial. Penawaran dalam pariwisata menunjukkan atraksi wisata alamiah dan buatan, jasa-jasa maupun barang-barang yang diperkirakan akan menarik perhatian orang-orang untuk mengunjungi suatu obyek wisata tertentu dalam suatu negara (Salah Wahab, 1975).

- **Komponen Penawaran Pariwisata**

- a. **Obyek Wisata**

Dalam penurveiian dan pengevaluasian obyek wisata yang harus di pertimbangkan dalam pengembangan wisata, dan bagaimana hal ini dapat di kategorikan untuk tujuan analisis sangat diperlukan (Inskoop, 1991). Dalam laporan yang ditulis oleh *International Council of Societies of Industrial Design* (ICSID, 1997), ada beberapa komponen yang dapat menarik kedatangan para wisatawan ke lokasi wisata, atau menarik minat penduduk setempat untuk turut menikmati atraksi yang ditawarkan oleh obyek wisata tersebut, yaitu:

- **Aktivitas**, misalnya kegiatan berburu, menembak, memancing, berselancar, mendaki gunung, bersepeda, berperahu kano, ski air, hiking, tea-walk, dan sebagainya;

- **Struktur buatan manusia** (man made structure), misalnya etnis dan agama, bangunan-bangunan yang megah dan taman-taman yang indah, arsitektur dan arkeologi, galeri dan museum, dan sebagainya;
- **Berpesiar**, misalnya berkeliling daerah selama sehari-hari dengan keravan, motor, mobil, sepeda, perahu, kapal pesiar, dan sebagainya;
- **Peristiwa atau acara khusus**, seperti misalnya kontes olahraga, pagelaran seni dan budaya, pameran, dapat dijadikan sebagai daya tarik wisata untuk periode yang singkat;
- **Fisik alam**, biasanya merupakan obyek wisata alam seperti gunung, sungai, laut, hutan, flora dan fauna, danau, pantai, lembah, kawah, dan lain-lain.

#### b. Sarana Pariwisata

Sarana pariwisata yang memiliki hubungan cukup penting dengan studi ini meliputi:

- **Tempat makan**; pertimbangan yang perlu dilakukan dalam penyediaan fasilitas makanan dan minuman antara lain adalah jenis dan variasi makanan yang ditawarkan, tingkat kualitas makanan dan minuman, pelayanan yang diberikan, tingkat harga, tingkat higienis, hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang, serta lokasi tempat makan, biasanya dikaitkan dengan lokasi akomodasi dan rute perjalanan wisata (*Inskoop, 1991*).
- **Tempat parkir**; tempat parkir dapat berupa parkir terbuka atau parkir tertutup, dan berdasarkan letaknya, tempat parkir dapat berupa parkir pinggir jalan dan parkir di luar jalan. Parkir di luar jalan dapat dibuat bertingkat pada gedung parkir khusus, atau tidak bertingkat (sebidang) pada lahan yang merupakan bagian dari lahan bangunan fasilitas tertentu. Lokasi dan rancangan parkir di luar jalan harus dapat menimbulkan perhatian khusus bagi pemarkir yang akan menggunakannya (*Ditjen Perhubungan Darat, 1995*).
- **Fasilitas belanja**; berbelanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata, dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk berbelanja. Karenanya fasilitas terhadap aktivitas belanja perlu dipertimbangkan dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, bukan hanya sebagai pelayanan wisata, namun juga sebagai obyek

wisata yang memiliki daya tarik. Fasilitas dan pelayanan belanja disediakan bagi pengunjung yang ingin membeli barang-barang seni, kerajinan tangan, souvenir, barang-barang khas seperti pakaian, perhiasan, dan lain-lain. (*Inskeep, 1991*).

- **Sarana pergerakan;** keterhubungan antara suatu lokasi dengan lokasi lain merupakan komponen penting dalam sistem kepariwisataan. Karenanya untuk menciptakan saling keterhubungan antar berbagai tempat dalam satu kawasan wisata dan untuk memberi kemudahan dalam pergerakan dari satu tempat ke tempat yang lain, perlu adanya prasarana dan sarana pergerakan tersebut harus disesuaikan dengan keberadaannya di suatu lokasi wisata. Artinya, elemen-elemen pergerakan tersebut harus memiliki nilai daya tarik dan berperan dalam mendukung aktivitas wisata (*Gunn, 1988*).
- **Fasilitas umum;** selain sarana yang telah disebutkan di atas, juga diperlukan fasilitas umum sebagai sarana pelengkap. Dalam studi ini fasilitas umum yang dikaji meliputi fasilitas-fasilitas umum yang biasa tersedia di tempat-tempat rekreasi di Indonesia, yaitu: WC umum dan tempat ibadah (*Indriasari, 2002*).

Dengan demikian apabila diklasifikasikan kebutuhan fasilitas kepariwisataan (*Phutut S, 1984: 62*) sebagai berikut:

**Tabel 2.1**  
**Kebutuhan Fasilitas Kepariwisataan**

No	Kebutuhan Fasilitas	Jenis Fasilitas
I	Fasilitas Penunjang	
	A. Kebutuhan fasilitas perjalanan	
	1. Mudah mendapatkan barang penunjang	Toko, Pasar
	2. Mudah mendapatkan barang makanan	Warung, Rumah Makan
	3. Mudah mendapatkan benda bebas	Toko Souvenir
	B. Kebutuhan Pengamanan	
	1. Mudah menanggulangi kecelakaan	Puskesmas/BP, P3K
	2. Kemanan terjamin	Kantor Polisi, Pos Penjagaan
	C. Kebutuhan Fasilitas Pelayanan	
	1. Dapat beribadat	Mesjid, Gereja, Dll
	2. Mudah mencapai MCK	WC, Air Bersih Penginapan/Pondokan

No	Kebutuhan Fasilitas	Jenis Fasilitas
	3. Ada tempat menginap	
II	Fasilitas Penghubung 1. Mudah menyimpan kendaraan 2. Mudah mencapai kendaraan 3. Mudah mendapatkan informasi	Tempat Parkir Halte, Terminal Kantor Pos Telekomunikasi, Kantor Penerangan

Sumber: Phutut S, 1984

### c. Jasa Pariwisata

Jasa pariwisata, sebagaimana jasa lainnya memiliki sifat khas, yaitu tidak biasa ditimbun dan akan dikonsumsi pada saat jasa tersebut dihasilkan (Yoeti, 1996). Dari sifat ini dapat pula dikatakan bahwa jasa pariwisata adalah pelayanan wisata yang diberikan kepada wisatawan. Analisis terhadap pelayanan wisata merupakan hal penting Karena pengeluaran yang dihabiskan oleh wisatawan untuk membayar pelayanan memberikan input utama dalam analisis ekonomi kepariwisataan (Gunn, 1988). Jasa pariwisata meliputi jasa transportasi pariwisata, jasa perjalanan pariwisata, jasa makanan dan minuman, jasa informasi pariwisata, jasa konsultan pariwisata dan jasa pramuwisata. (UU No. 10 Tahun 2009). Komponen pelayanan jasa wisata yang dikaji dalam studi ini meliputi :

- **Pusat informasi;** dalam pengelompokan komponen-komponen pariwisata, informasi dan promosi merupakan pelayanan yang sejalan. Dengan adanya informasi, orang dapat memberikan penilaian yang berkaitan dengan pengalaman dari perjalanan wisata yang akan mereka lakukan, dan penilaian ini akan mempengaruhi keputusan pilihan tujuan wisata mereka (Gunn, 1998). Memberikan nilai promosi yang menggambarkan daya tarik obyek wisata. Untuk memudahkan promosi, dapat digunakan jenis-jenis material promosi seperti brosur, booklets, guide-book, folder, leaflets, dsb (Yoeti, 1996). Material promosi ini juga biasa disediakan oleh biro perjalanan wisata untuk menciptakan koordinasi dan sinkronisasi antara satu kegiatan dengan kegiatan yang lainnya (Indriasari, 2002)
- **Pemandu wisata;** untuk bentuk-bentuk tertentu dalam sistem kepariwisataan mungkin memerlukan jenis-jenis fasilitas dan pelayanan wisata khusus (Indriasari, 2004 : 24). Berkaitan dengan wilayah studi yang memiliki daya tarik wisata berupa aktivitas jelajah

cagar alam, diperlukan suatu jasa pemandu wisata yang berperan sebagai penunjuk jalan bagi pengunjung yang melakukan aktivitas penjelajahan tersebut.

#### d. Prasarana dan Sarana Lingkungan

Prasarana yang cukup merupakan suatu hal yang diperlukan bagi keberhasilan pengembangan pariwisata, dan pada umumnya juga menjadi faktor kritis di negara atau wilayah yang belum berkembang, yang seringkali memiliki keterbatasan infrastruktur (Heraty, 1991). Prasarana dasar yang melayani komunitas penduduk lokal di suatu area seringkali dapat pula melayani kegiatan pariwisata hanya dengan sedikit menambah jumlah pelayanan. Begitu pula sebaliknya, prasarana yang dibangun untuk kegiatan pariwisata dapat melayani kebutuhan penduduk lokal secara umum (Inskeep, 1991). Prasarana kegiatan pariwisata yang dibahas dalam studi ini mencakup jalan, air bersih, air limbah, pengelolaan sampah dan drainase.

Ada lima unsur dari fasilitas dan layanan pariwisata menurut John Lea, yaitu :

- **Daya Tarik Wisata**, merupakan hal yang utama dalam penawaran (*supply*) dari pariwisata. Hal ini dikarenakan bahwa tujuan wisatawan berkunjung ke suatu daerah adalah untuk melihat obyek yang menjadi daya tarik wisata dari daerah tersebut. Daya tarik wisata diklasifikasi menjadi daya tarik alami seperti wisata alam, flora dan fauna serta obyek buatan manusia seperti sejarah atau bersifat modern.
- **Transportasi**, berhubungan/berkaitan erat dengan perkembangan pariwisata. Wisatawan untuk mencapai ke daerah tujuan wisata memerlukan sarana dan prasarana transportasi sehingga perkembangan sarana pariwisata di suatu daerah akan sangat berkaitan dengan pembangunan sarana transportasi. Semakin bagus sarana transportasinya, semakin mudah untuk pergi ke daerah wisata tersebut, sehingga pariwisatanya semakin berkembang.
- **Akomodasi**, merupakan faktor penunjang bagi wisatawan untuk berkunjung ke daerah wisata. Hal ini bisa dibagi menjadi dua sektor yaitu sektor komersial seperti hotel, guest house, holiday camp, dan sektor privat seperti penginapan pribadi atau rumah kedua.

- **Fasilitas dan Layanan lainnya**, yang meliputi hal-hal yang menjadi layanan pendukung seperti toko, restoran, bank, pusat kesehatan, dan lain sebagainya.
- **Infrastruktur**, berguna untuk mendukung fasilitas dan sarana untuk pariwisata seperti jalan, rel kereta api, bandara, listrik, dan lain-lain. Biasanya infrastruktur ini dibangun oleh pemerintah karena biaya pembangunannya yang mahal.

- **Karakteristik Penawaran Pariwisata**

Menurut *Salah Wahab* (1975), penawaran pariwisata memiliki karakteristik sebagai berikut :

- 1) *Penawaran jasa-jasa*, artinya bahwa produk yang di tawarkan tidak bisa dipindahkan sehingga wisatawan harus mendatangi lokasi wisata tersebut.
- 2) *Produk yang ditawarkan bersifat kaku*, artinya bahwa dalam usaha pengadaannya untuk keperluan wisata, sulit sekali untuk mengubah sasaran penggunaannya di luar pariwisata.

Menurut *Mc. Intosh*, 1995, bahwa komponen pembentuk pariwisata diklasifikasikan ke dalam 4 kategori besar yaitu:

- 1) Sumberdaya alam meliputi iklim, bentuk lahan, flora dan fauna, sungai, pantai, pemandangan alam, sumber mata air, sanitasi dan sebagainya.
- 2) Infrastruktur; meliputi jaringan air bersih, air limbah, gas, listrik, telepon, drainase, jalan raya, rel kereta api, bandara, stasiun kereta api, terminal, resort, hotel, motel, restoran, pusat perbelanjaan, tempat-tempat hiburan, museum, pertokoan, dan infrastruktur lainnya.
- 3) Transportasi meliputi kapal laut, pesawat terbang, kereta api, bus dan fasilitas transportasi lainnya.
- 4) Keramah-tamahan dan budaya setempat diwujudkan dalam bentuk sikap ramah tamah dan sopan santun penduduk setempat dalam menerima wisatawan. Dalam hal ini yang termasuk sumberdaya budaya meliputi seni, sejarah, musik, tari-tarian, drama, festival, pameran, pertunjukan, peristiwa spesial, museum, dan art gallery, shopping, olah raga dan aktivitas budaya lainnya.

Menurut *Sameng*, 2000 bahwa komponen pembentuk kegiatan pariwisata meliputi:

1) **Daya Tarik Wisata**; merupakan sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung kesuatu tempat atau daerah atau negara. Daya tarik ini dibagi menjadi tiga kelompok :

- **Obyek wisata alam** meliputi; laut, pantai, gunung, gunung berapi, sungai, danau, flora dan fauna, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan alam dan lain-lain
- **Obyek wisata budaya** meliputi; upacara kelahiran, tari-tarian, musik, pakaian adat, perkawinan adat, upacara panen, cagar budaya, bangunan bersejarah, festival budaya, kain tenun, adat istiadat, museum dan lain-lain.
- **Obyek wisata buatan** meliputi; sarana dan fasilitas olah raga, permainan, hiburan, ketangkasan, kegemaran, kebun binatang, taman rekreasi, taman nasional dan lain-lain.

2) **Kemudahan**, yaitu kemudahan dalam memperoleh informasi, mengurus dokumen perjalanan, membawa uang atau barang dan lain sebagainya

3) **Aksesibilitas**, yaitu kelancaran seseorang dalam melakukan perpindahan dari satu tempat ketempat lainnya, misalnya sarana transportasi baik sarana transportasi darat, laut maupun udara.

- **Unsur - Unsur Penawaran Pariwisata**

Penawaran pariwisata dapat bersifat alamiah atau buatan manusia (Yoeti, 1996 dan Wahab, 1975), yaitu :

1. **Sumber-sumber Alam**, terdiri dari :

- Iklim : udara sejuk, sinar matahari, kering dan bersih.
- Unsur rimba : hutan-hutan lebat dan pohon-pohon langka.
- Tata letak tanah dan pemandangan alam: dataran, daerah gunung berapi, air terjun, pegunungan berpanorama indah, dan gua.
- Flora dan fauna : tumbuhan dan binatang langka, unik, dan beragam kemungkinan orang melakukan penelitian, memancing, dan berburu.
- Pusat-pusat kesehatan : sumber air mineral, dan sumber air panas.

2. **Sumber-Sumber Buatan Manusia**, terdiri atas :

- **Berciri sejarah, budaya, dan agama**; monumen dan peninggalan bersejarah, museum, tempat pertunjukan kesenian tradisional, upacara adat, ziarah, dan lain-lain.

- **Sarana transportasi dan pencapaiannya:** pelabuhan laut, udara, dan darat.
- **Prasarana-prasarana:** sistem penyediaan air bersih, listrik, jalur lalu lintas, sistem pembuangan limbah, telekomunikasi, rumah sakit, apotik, bank, hotel, dan lain-lain.
- **Sarana pelengkap:** bioskop, warung, kedai, dan lain-lain.
- **Pola hidup masyarakat:** cara hidup bangsa, sikap, makanan, pandangan hidup, kebiasaan, adat istiadat, dan tradisi.

### 2.2.2 Permintaan (*Demand*) Pariwisata

Permintaan pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisatawan secara kuantitatif. Permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi permintaan yang potensial dan permintaan yang sebenarnya (*Wahab, 1975*). Permintaan potensial adalah sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu akan melakukan perjalanan wisata. Sedangkan permintaan sebenarnya adalah sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, artinya sejumlah wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

Ada beberapa karakteristik dari permintaan pariwisata (*Wahab, 1975 dan Yoeti, 1996*), yaitu :

#### 1. Elastisitas (*elasticity*)

Pada dasarnya, perjalanan wisata akan dilakukan jika kebutuhan rumah tangga seseorang sudah terpenuhi sehingga pengeluaran yang dilakukan untuk perjalanan wisata tersebut tidak akan mengganggu pengeluaran rumah tangga. Artinya bahwa permintaan menunjukkan elastisitas langsung dengan besarnya pendapatan (*income*) di satu pihak dan perjalanan di pihak lain.

#### 2. Kepekaan (*sensitivity*)

Permintaan terhadap perjalanan wisata sangat peka atau sensitif terhadap keadaan sosial, politik, dan keamanan negara/daerah yang akan dikunjungi. Hal ini dilatar belakangi bahwa wisatawan merupakan orang-orang yang melakukan perjalanan untuk mencari kesenangan.

#### 3. Musim (*seasonality*)

Permintaan terhadap perjalanan wisata juga di tentukan oleh musim ramai (*peak season*) dan musim sepi (*off-season*). Biasanya musim ramai terjadi

pada hari-hari libur seperti libur sekolah, Lebaran, Natal. Pada musim ramai permintaan terhadap perjalanan wisata akan meningkat jika dibandingkan dengan hari biasa.

Permintaan juga dipengaruhi oleh keadaan iklim yang sedang terjadi di lokasi wisata. Banyak obyek wisata yang bahkan mengandalkan daya tarik wisatanya berdasarkan keadaan iklim wisata tersebut seperti suhu udara yang dingin, sinar matahari yang panas, dan lain-lain.

#### 4. Perluasan (*expansion*)

Permintaan terhadap perjalanan wisata cenderung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun meskipun terjadi hambatan akibat ketidak seimbangan antara penyediaan dan permintaan. Kecenderungan ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain :

- Kemajuan teknologi transportasi khususnya teknologi penerbangan
- Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi
- Meningkatnya kegiatan ekonomi di negara-negara asal wisatawan
- Bertambahnya waktu luang (*leisure time*) atau semakin singkatnya waktu kerja (*working hours*)
- Meningkatnya kesadaran masyarakat negara-negara industri terhadap lingkungan
- Semakin padatnya penduduk kota-kota metropolitan
- Meningkatnya kepemilikan kendaraan pribadi.

#### • Komponen Permintaan (Demand)

##### a. Wisatawan

Karena beragamnya definisi mengenai kepariwisataan, maka beragam pula definisi mengenai wisatawan. Beberapa ahli membatasi pengertian wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan sejauh lebih 50 atau 100 mil (sekitar 80 atau 160 km) dari lokasi tempat tinggalnya. Sebagian definisi lain menyatakan bahwa hanya mereka yang menginap diluar rumah yang dihitung sebagai wisatawan.

Definisi yang lebih sederhana menganggap bahwa setiap orang yang melakukan perjalanan dan atau tinggal di suatu tempat di luar wilayah tempat tinggalnya, selama tidak lebih daripada satu tahun, dengan tujuan bisnis, mengisi waktu luang, ataupun tujuan lainnya. Istilah pengunjung

memiliki perbedaan dalam pelaku perjalanan wisatanya (*Inskoop, 1991: 19*), yaitu: (a) wisatawan, yaitu pengunjung sementara yang menetap sedikitnya 24 jam di lokasi kunjungan; serta (b) ekskursionis, yaitu pengunjung sementara yang menetap kurang dari 24 jam di lokasi kunjungan, dan biasanya tidak menginap.

#### **b. Masyarakat Setempat**

Masyarakat lokal adalah pihak yang paling akan menerima dampak dari kegiatan wisata yang akan dikembangkan di daerahnya. Oleh karena itu, aspirasi masyarakat setempat merupakan komponen permintaan yang penting untuk dipertimbangkan dalam pengembangan suatu kegiatan wisata. Hal ini dimaksudkan agar kegiatan wisata yang diselenggarakan tidak akan menimbulkan kerugian-kerugian bagi masyarakat lokal menjadi tersingkir oleh adanya industri pariwisata yang dikembangkan di daerahnya. Sebaliknya, industri pariwisata seharusnya menjadi peluang bagi pemberdayaan sumberdaya dan menjadi stimulant *multiplier effects* positif bagi perekonomian dan kemajuan masyarakat lokal.

### **2.3 Jenis–Jenis Pariwisata**

Ada beberapa alasan yang mendorong seseorang melakukan perjalanan pariwisata, dimana berdasarkan kepentingan dan kebutuhan mereka, sehingga mereka pun memilih berdasarkan kepentingan dan jenis kebutuhan pariwisata yang mereka inginkan. Pariwisata dapat dibedakan jenisnya berdasarkan banyak hal misalnya berdasarkan motif tujuan perjalanan dan jenis pariwisata berdasarkan obyek yang ditawarkan. Studi ini menggunakan definisi jenis pariwisata menurut (*WTO, 2001*), yaitu :

1. ***Cultural Tourism***, merupakan jenis pariwisata yang memiliki daya tarik utama pada kebudayaan masyarakat setempat dan ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah, peninggalan peradaban masa lalu dan sebaliknya penemuan-penemuan besar masa kini, pusat-pusat kesenian, pusat-pusat keagamaan, atau juga ikut serta dalam festival-festival seni musik, teater, tarian rakyat dan lain-lain.

2. **Rural Tourism**, merupakan jenis pariwisata yang menjual suasana pedesaan dan keadaan sosial ekonomi masyarakatnya yang biasanya memiliki keunikan tersendiri.
3. **Sun-beach Tourism**, merupakan jenis pariwisata yang menjual keindahan pantai sebagai daya tarik utamanya.
4. **Business Travel**, tempat yang menjadi daerah tujuan pariwisata, jenis ini biasanya memiliki fasilitas perdagangan yang lengkap, dengan para pengunjungnya biasanya terkait dengan motif *Business Tourism*.
5. **Sport Tourism**, jenis ini dapat dibagi dalam beberapa kategori :
  - a) *Big Sports Events*, yaitu peristiwa-peristiwa olahraga besar seperti olimpiade, kejuaraan olahraga dunia yang menarik perhatian tidak hanya pada olahragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penontonnya.
  - b) *Sporting Tourism of the Practitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih, seperti pendakian gunung, berkuda, berburu, memancing. Negara yang memiliki banyak fasilitas olahraga seperti ini tentu dapat menarik sejumlah besar penggemar wisata seperti ini.
  - c) *Fitness-wellness and Health Tourism*, daya tarik utama yang dicari oleh para pengunjung jenis pariwisata ini adalah berbagai fasilitas yang mendukung kegiatan olahraga maupun pemeliharaan kesehatan, contohnya *fitness center* dan *health spa*.
6. **Nature Tourism**, merupakan pariwisata yang memiliki sumberdaya alam dan keanekaragaman hayati yang sangat beragam dan unik sebagai faktor daya tarik utama bagi pengunjungnya. *Nature Tourism* terbagi atas 2 jenis pariwisata, yaitu:
  - a. *Adventure Tourism*, merupakan pariwisata yang memiliki sumberdaya alam yang relatif belum tersentuh/rusak oleh manusia dengan menawarkan berbagai kegiatan pariwisata yang bersifat tantangan ataupun petualangan.
  - b. *Ecotourism*, merupakan pariwisata yang memiliki interaksi dengan alam yang juga digabungkan dengan keinginan untuk meminimalkan dampak negatif pariwisata

## 2.4 Bentuk Pariwisata

Pariwisata dapat dipelajari tidak hanya dari segi motifasi dan tujuan perjalanannya saja, tetapi juga bisa dilihat dari kriteria lain misalnya bentuk-

bentuk perjalanan wisata yang dilakukan, dan lamanya perjalanan serta pengaruh ekonomi akibat dari perjalanan wisata tersebut.

#### **2.4.1 Pariwisata Individu dan Kolektif**

Pariwisata individu meliputi seseorang atau kelompok orang (teman atau keluarga) yang melakukan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya, sehingga bebas pula melakukan perubahan-perubahan setiap waktu dikehendaki. Seseorang maupun kelompok orang tersebut melakukan sendiri semua persiapan dalam rangka mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan.

Sedangkan pariwisata kolektif meliputi sebuah biro perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan anggota-anggota kelompok yang berminat dengan keharusan membayar sejumlah uang yang telah ditentukan pula untuk keperluan sejumlah perjalanan tersebut. Peserta *organization tour* ini dibebaskan dari segala macam pengurusan karena baik perlengkapan maupun jasa-jasa lain yang diperlukan telah disediakan oleh penyelenggara perjalanan. Alternatif lain adalah bila ada sejumlah biro perjalanan yang menggorganisasi *affinity group* atau kelompok gabung sehingga memungkinkan untuk memanfaatkan keringanan biaya udara (*incentive fares*). Kelompok perjalanan dapat pula diorganisasi untuk keperluan anggota-anggota dari asosiasi-asosiasi yang tidak bersifat mencari keuntungan, seperti bagi anggota-anggota staf perusahaan perorangan.

#### **2.4.2 Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek, dan Pariwisata Ekskursi**

Pembagian menurut lamanya perjalanan dibedakan atas pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Ini mempunyai arti penting bagi tempat-tempat yang dikunjungi, lebih-lebih bila terjadi pada jenis *recreation* atau *cultural tourism*. Selama ini sudah ada *pleasure tourism* sebagai akibat meningkatnya mobilitas wisatawan modern sekarang, terutama yang mempergunakan kendaraan bermotor. Akan tetapi, *pleasure trips* dalam kategori jangka waktu mana pun pada umumnya mencakup kunjungan ke berbagai negara yang terdiri atas kunjungan serta singgah hanya dalam jangka waktu pendek di setiap kota atau negara yang dikunjungi.

Pariwisata jangka pendek atau *short term tourism* mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Secara sosiologis, hal tersebut adalah bentuk perjalanan yang hanya dapat dilakukan oleh mereka yang tidak dapat mengambil liburan panjang. Pariwisata eksekursi atau *excursionist tourism* adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi. Bentuk ini sangat mencolok bagi daerah-daerah perbatasan.

#### 2.4.3 Pariwisata dengan Alat Angkutan

Ada berbagai bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dipakai, misalnya kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus dan kendaraan umum lainnya. Wisatawan yang berjalan kaki atau *pedestrian tourism (hikers)* sampai sekarang masih banyak penggemarnya. Bentuk ini patut diperhatikan terutama untuk kebijaksanaan investasi.

#### 2.4.4 Pariwisata Aktif dan Pasif

Untuk mempelajari pariwisata internasional dan pengaruhnya terhadap neraca pembayaran. Kedatangan wisatawan asing yang membawa devisa untuk suatu negara merupakan bentuk pariwisata yang sering disebut *active tourism (receptive tourism)*. Sedangkan penduduk suatu negara yang pergi ke luar negeri dan membawa uang ke luar negeri dan mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran merupakan *passive tourism*. Hikmah pengaruh pariwisata internasional terhadap neraca pembayaran negara ini dapat kita ambil.

### 2.5 Manajemen Pariwisata

Kegiatan pemasaran dalam kegiatan pariwisata sangat berpengaruh satu sama lain. Bila dalam membicarakan konteks pemasaran maka tidak dapat terlepas dengan produk, harga, distribusi dan promosi wisata. Menurut pendapat *Krippendorf* mengenai pemasaran pariwisata adalah merupakan urutan dari seluruh pengalaman yang dialami secara sistematis dalam semua aktifitas perjalanan, baik secara pribadi atau kelompok, baik lokal maupun nasional serta internasional untuk mencapai atau memenuhi kepuasan yang dibutuhkan sejak ia meninggalkan rumahnya di negara asal sampai dengan akhir perjalanan sampai ia pulang kembali ke negaranya.

### A. Tourism Product (Produk Wisata)

Produk adalah sesuatu yang dapat dipergunakan untuk memenuhi kebutuhan manusia atau organisasi. Maka produk wisata dilihat dan diartikan dalam hubungannya dengan kebutuhan, serta harapan konsumen yaitu wisatawan. Produk wisata merupakan suatu perpaduan di berbagai komponen yang lazim disebut paket Wisata atau Package, yang tidak lain adalah *Inclusive Tour* yang merupakan ramuan seorang *Tour Operator* dengan memadukan elemen-elemen dari suatu liburan menjadi satu dan menjualnya kepada para wisatawan. Berdasarkan motivasi dari wisatawan, maka antara produk-produk wisatawan akan sangat berhubungan erat karena motivasi inilah nantinya dapat menentukan tipe dari produk yang dibutuhkan oleh wisatawan tersebut, oleh karenanya produk tersebut tidak mesti merupakan multi komponen.

Dengan keterangan tersebut maka suatu daerah tujuan wisata akan dapat memiliki sejumlah produk wisata yang ditawarkan dengan menampilkan berbagai jenis atraksi kepada wisatawan yang berkunjung berada dalam suatu atraksi wisata yang khas dari DTW tersebut yang dapat ditonjolkan. Dan semakin banyak atraksi yang dapat ditonjolkan oleh suatu DTW dan ditunjang dengan dapatnya DTW tersebut menciptakan image yang baik maka lebih banyak pula wisatawan yang berkunjung ke DTW tersebut.

Produk wisata merupakan suatu susunan produk yang terpadu terdiri dari:

- Obyek wisata;
- Atraksi wisata;
- Transportasi (jasa angkutan);
- Akomodasi;
- Hiburan.

Dimana tiap unsur diatas telah dipersiapkan oleh masing-masing pengelola wisata dan ditawarkan secara terpisah. Ada tiga unsur yang membentuk produk wisata antara lain:

- Atraksi yang ditampilkan di daerah tujuan dan citra yang dihasilkan diciptakan bagi wisatawan;
- Fasilitas di daerah tujuan antara lain akomodasi, makanan, minuman, hiburan dan rekreasi;
- Kemudahan-kemudahan yang didapat atau dinikmati di daerah tujuan.

### B. Price (Harga)

Harga jual yang rendah akan memberikan kepuasan bagi golongan orang yang disebut dengan golongan "*Economic Man*" atau manusia yang senang

pengiriman. Bagi orang-orang yang memiliki sifat "*Psychologic Man*" yaitu manusia yang bergengsi maka banyak yang tidak menyenangi sesuatu yang berharga rendah. Dalam penentuan harga produk wisata harus disesuaikan dengan kemampuan wisatawan (daya beli), fasilitas atau sarana dan prasarana yang di tawarkan oleh pengelola obyek wisata. Jika suatu obyek wisata dibuat dengan fasilitas yang sangat memadai/lengkap (*Eksklusif*) maka harga produk yang ditawarkan juga akan tinggi, sebaliknya jika fasilitas yang ditawarkan dibuat dengan fasilitas kurang lengkap (*Tidak Eksklusif*) maka harga produk yang ditawarkan akan rendah. Oleh karena itu maka penentuan harga jual haruslah dipikirkan dengan baik dan dalam hal ini terdapat beberapa dasar penetapan harga yaitu:

### 1. Biaya Dasar

Biaya produksi yang dikeluarkan sebagai pertimbangan utama untuk harga jual produknya. Cara penetapan harga yang berdasarkan pada biaya produksinya dengan menambah persentase keuntungan yang diinginkan disebut "*Cost-Plus Pricing*" atau "*Mark-Up Pricing*".

### 2. Dasar Konsumen

Penetapan harga jual atas dasar kondisi selera konsumen atau permintaan konsumen. Penetapan ini untuk membentuk citra atau "*image*" tertentu dari konsumen. Image yang terbentuk oleh harga tinggi pada umumnya disebabkan oleh berlakunya hukum "*Price Quality Relationship*" / (PQR). Hukum ini mengatakan bahwa produk dengan harga tinggi pada umumnya memiliki kualitas yang tinggi pula, sebaliknya harga yang rendah mempunyai kualitas yang rendah. Berlakunya hukum PQR tersebut merupakan kenyataan yang sering dialami oleh setiap orang, dimana pada umumnya seseorang tidak dapat mengetahui dengan pasti tentang kualitas suatu produk. Dengan demikian yang jadi pedoman adalah harga jual produk sebagai jaminan kualitas.

### 3. Dasar Persaingan

Penetapan harga ini menurut kebutuhan pengelola wisata dalam hal persaingan dengan pengelola wisata lain yang sejenis. Dalam situasi tertentu harga jual di bawah biaya produksinya. Produk wisata yang di tawarkan dijual dengan harga di bawah biaya produksinya untuk merebut pasar dikenal dengan "*Politik Dumping*" Cara lain dengan menerapkan harga potongan (pada hari-hari tertentu) dan juga termasuk pemberian

hadiah bagi wisatawan yang datang. Metode ini menekankan atau melihat terhadap apa yang telah, sedang dan akan dilakukan oleh pengelola obyek wisata lain yang sejenis. Dengan cara ini pengelola obyek wisata dapat menentukan harga tertentu, bisa sama, lebih rendah, atau lebih tinggi dari pada pesaing. Dengan demikian masing-masing menebak dan hanya memperkirakan apa yang dilakukannya dengan mengajukan harga dalam penawaran tertutup.

### **C. Place (Distribusi)**

Setelah suatu produk wisata yang ditawarkan itu didesain (dirancang) dengan bagus, disertai dengan penetapan harga yang menarik serta telah didukung dengan kampanye promosi yang menggebu, pemasaran belum akan menjamin terjadinya keberhasilan. Wisatawan justru bisa menjadi sangat kecewa apabila produk wisata yang sudah dipromosikan secara gencar itu ternyata susah untuk menjangkaunya atau mencapainya. Oleh karena itu apabila tidak diikuti dengan kegiatan untuk penyediaan prasarana dalam menjangkau tempat wisata tersebut kepada masyarakat secara cepat dan tepat, maka pemasaran tidak akan bisa berhasil dengan baik. Kegiatan untuk menjangkau tempat-tempat wisata yang ditawarkan itu secara cepat dan tepat kepada masyarakat merupakan kegiatan distribusi.

Distribusi merupakan kegiatan yang harus dilakukan oleh pengelola tempat wisata untuk pencapaian ke tempat produk wisata yang ditawarkan kepada wisatawan. Oleh karena itu maka diperlukan adanya parasarana jalan yang memadai dan baik serta jalur perjalanan yang singkat dan mudah dalam pencapaian tempat obyek wisata yang dapat dilalui oleh kendaraan pribadi maupun bus wisata. Selain itu juga kegiatan distribusi tersebut dapat berupa paket perjalanan wisata yang di sediakan oleh pengelola obyek wisata.

### **D. Promotion (Promosi) Tourism**

Kegiatan promosi merupakan kegiatan yang tidak dapat dilepaskan dari suatu aktivitas pemasaran. Proses komunikasi adalah suatu proses penyampaian formasi dari suatu kondisi tertentu pada produk (*existing condition*) untuk mencapai kondisi yang diharapkan (*expected condition*), yaitu kondisi dimana produk memiliki keunggulan komparatif dan kompetitif yang tinggi sekali. Dalam memasuki persaingan untuk merebut pasar, maka produk dihadapi beberapa hambatan atau *entry barriers*. Salah satu

cara menembus *entry barriers* tersebut dalam mencapai keunggulan kompetitif adalah dengan kegiatan promosi.

Proses promosi atau komunikasi memiliki beberapa aspek pertimbangan untuk mencapai promosi yang efektif, yaitu :

- *Contents, atau isi dari promosi*

Kajian contents ini menampilkan juga tingkat utilitas dari produk. Dalam kajian Pasar Wisata, hal ini berarti kondisi totalitas produk dalam kegiatan tersebut.

- *Character, atau karakter dari promosi*

Bentuk atau tipe karakter spesifik yang mampu menampilkan kualitas dan daya tarik produk serta implikasinya dalam mencapai pasar sasaran.

- *Creativity, atau kreativitas dalam promosi*

Artinya promosi tersebut berbasis pada *product knowledge* dan pemberdayaan sumber.

- *Stakeholders*

Keikutsertaan semua pelaku kepariwisataan baik sebagai *aktor, mediator, transformer, dan audience*.

## 2.6 Dampak Pariwisata

Pengembangan kepariwisataan berhasil atau tidaknya akan sangat terkait dengan besarnya dampak yang diberikan terhadap pemerintah setempat, pengelola ODTW dan terutama masyarakat sekitar. Dampak yang diberikan dapat bersifat positif maupun negatif dalam bidang ekonomi, sosial, dan budaya.

### ◆ Dampak Positif

Adapun dampak positif yang diberikan oleh kegiatan pariwisata (Soekadijo, 1995) adalah:

#### Dampak Ekonomi

- Memberikan pendapatan yang besar (devisa, pajak, dll) bagi suatu negara yang mengembangkan pariwisata sebagai industri.
- Memberikan *multiplier effect* yang besar, diartikan sebagai terciptanya lapangan kerja baru, fasilitas, peningkatan ekonomi dan standar hidup masyarakat lokal serta pembangunan ekonomi regional maupun nasional.

### Dampak Sosial – Budaya

- Meningkatnya interaksi sosial
- Meningkatnya mobilitas sosial ke tempat-tempat yang kegiatan pariwisatanya tinggi.
- Meningkatnya pengetahuan masyarakat terhadap bidang-bidang lain, misalnya pariwisata, transportasi, akomodasi, bahasa, etnik, dll.
- Masuknya budaya baru yang dapat merubah gaya hidup ke arah yang lebih baik.

### Dampak Lingkungan

- Lingkungan lokasi wisata dan sekitarnya akan lebih terawat dengan penataan tanaman yang lebih rapi.
- Mencegah punahnya tanaman-tanaman langka seperti anggrek, dll, yang menjadi ciri khas daerah tersebut karena dirawat untuk dijadikan sebagai obyek wisata.

### ◆ Dampak Negatif

#### Dampak Ekonomi

- Terpuruknya ekonomi suatu daerah yang menjadikan sektor pariwisata sebagai sektor unggulan dalam PAD, karena dipengaruhi oleh ekonomi dan keamanan global dalam suatu negara.
- Ketidaksiapan suatu daerah yang memiliki banyak ODTW dalam pengembangannya mengakibatkan terjadi banyak utang.

### Dampak Sosial – Budaya

- Adanya kesenjangan sosial yang menyebabkan kecemburuan sosial antara wisatawan dan penduduk lokal.
- Way of life (attitude) dari wisatawan yang ditiru oleh masyarakat lokal sehingga merubah nilai-nilai sosial yang ada di masyarakat.
- Terjadinya secara bebas perjudian, pelacuran, narkoba dan minuman keras.

### Dampak Lingkungan

- Pencemaran lingkungan sebagai akibat dari berkurangnya landsekap pertanian alamiah dan areal pertanian.
- Berkurangnya atau punahnya jenis flora dan fauna akibat pemekaran wilayah.

- Industri pariwisata yang melibatkan industri dan lalu lintas yang berat, dampaknya adalah pencemaran udara, tanah dan air.
- Hilangnya panorama lingkungan alami.
- Pencemaran lingkungan sebagai akibat dari pemakaian/ penggunaan bahan makanan atau akomodasi yang menyisakan sampah, misalnya plastik, kaleng, asap dan puntung rokok, dll.

## 2.7 Dampak Pariwisata Bagi Perkembangan Wilayah

Pariwisata berpengaruh kepada pembangunan suatu daerah dengan berbagai dampak yang ditimbulkannya. Pengembangan pariwisata di suatu daerah atau negara akan berpengaruh bagi kehidupan penduduk baik itu berdampak positif maupun berdampak negatif. Faktor-faktor kehidupan yang dipengaruhi oleh perkembangan pariwisata meliputi berbagai aspek kehidupan seperti: aspek kondisi fisik, ekonomi, sosial, kebudayaan, kependudukan, dan aspek lainnya. Hal ini mengakibatkan pengembangan pariwisata harus memaksimalkan dampak positifnya dan meminimalkan dampak negatifnya bagi setiap aspek kehidupan yang terpengaruh agar pengembangan pariwisata dapat membawa daerah tersebut berkembang ke arah positif.

Pengaruh perkembangan pariwisata bagi aspek kondisi fisik daerah objek wisata disebabkan oleh karena kegiatan kepariwisataan tersebut yang meliputi elemen lingkungan alami dan buatan manusia atau lingkungan fisik binaan (*Mathieson dan Wall, 1982*). Dengan adanya pembangunan fasilitas wisata di daerah objek wisata tentunya akan mengubah struktur fisik dari daerah tersebut. Hal ini berdampak berkurangnya jenis flora dan fauna yang ada di daerah wisata akibat perluasan fasilitas wisata. Namun ada hal positif yang didapatkan yaitu dapat mencegah punahnya tanaman dan hewan langka yang ada di daerah tersebut karena bisa dijadikan sebagai objek daya tarik wisata. Oleh karena itu pembangunan fasilitas wisata haruslah memperhitungkan dampak jangka pendek dan jangka panjang bagi lingkungan sekitarnya.

## 2.8 Pertimbangan Dalam Pengembangan Pariwisata

Pembangunan pariwisata diperlukan suatu perencanaan yang matang agar wisata dapat berjalan dengan baik. Arah pengembangan pariwisata dapat dilakukan berdasarkan tiga hal yaitu permintaan (*demand*) wisata, produk (*supply*) wisata dan manfaat ekonomi yang diperoleh secara langsung baik itu

manfaat bagi pemerintah daerah maupun bagi penduduk lokal. Permintaan pariwisata berkaitan dengan wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut.

Bagaimana pengelola wisata dapat menarik wisatawan agar berkunjung ke daerahnya. Hal ini diperlukan promosi yang baik sehingga calon wisatawan tertarik untuk mengunjungi tempat wisata tersebut. Berkaitan dengan produk wisata adalah kondisi objek wisata dan fasilitas pendukung wisata. Pengelolaan objek wisata harus dikelola dengan baik sehingga wisatawan akan tertarik untuk berkunjung ke daerah itu untuk waktu yang akan datang. Maka diperhatikan faktor keamanan dan kebersihan tempat wisata agar wisatawan merasa nyaman untuk berkunjung ke sana.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu bentuk dari perencanaan pembangunan. Pengembangan pariwisata mempunyai dua tujuan pokok yaitu untuk meningkatkan pendapatan daerah dan untuk kepentingan masyarakat setempat. Untuk itu diperlukan keterlibatan keduanya yaitu pemerintah daerah dan masyarakat dalam upaya pengembangan pariwisata di daerahnya.

Pariwisata yang telah berkembang akan meningkatkan pendapatan asli daerah tersebut. Hal ini berdampak positif dalam pembangunan daerahnya. Dengan meningkatnya pendapatan daerah maka dana yang terhimpun semakin bertambah sehingga bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan daerah seperti jalan, listrik, air, dan lain-lain. Dampak bagi masyarakat setempat yang paling utama adalah terciptanya berbagai lapangan pekerjaan yang berkaitan dengan pariwisata. Dengan terbentuknya lapangan kerja akan mengatasi masalah pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan masyarakat.

Berkaitan dengan dampak pariwisata yang berpengaruh bagi pemerintah daerah dan masyarakat sekitar, maka pengembangan pariwisata haruslah menggunakan pendekatan dari bawah (*bottom up approach*) agar memberikan manfaat bagi masyarakat. Pendekatan dari bawah pada dasarnya merupakan keterlibatan masyarakat dalam pembangunan pariwisata daerahnya. Bentuk keterlibatan tersebut dapat diwujudkan dengan partisipasi masyarakat mengenai bentuk pengelolaan pariwisata yang baik dan sesuai dengan kondisi daerahnya. Hal ini dirasa perlu karena masyarakat yang paling kenal masalah di daerahnya dan solusi dari masalah tersebut. Pemerintah daerah harus dapat menampung aspirasi masyarakat dan selanjutnya mengakomodasi berbagai kepentingan masyarakat tersebut kedalam suatu kebijakan yang menguntungkan semua pihak sehingga tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

Konsep dasar pertimbangan pariwisata tersebut antara lain:

### 1. Konsep Pengembangan Objek Pariwisata

Edward Inskeep (1991), mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata yang efektif dapat dicapai dengan menggunakan konsep-konsep pengembangan secara umum tetapi disesuaikan dengan karakteristik kepariwisataan. Pengembangan objek pariwisata tersebut dilakukan melalui beberapa pendekatan pengembangan pariwisata. Pendekatan dasar pengembangan pariwisata bertujuan untuk mengaplikasikan formulasi rencana dan kebijaksanaan pariwisata, proses dasar pengembangan bersifat kontinyu (menerus) dan inkremental, berorientasi memfokuskan pada pencapaian pengembangan yang berkelanjutan. Elemen pendekatan pengembangan pariwisata (*Edward Inskeep, 1991*):

- Pendekatan yang kontinyu, inkremental dan fleksibel, meskipun masuk berdasarkan rencana/kebijaksanaan, pengembangan pariwisata di pandang sebagai suatu proses kontinyu (menerus) dengan menyesuaikan yang dibuat secukupnya berdasarkan pengawasan dan umpan balik, tetapi tetap dalam kerangka pengembangan pariwisata.
- Pendekatan sistem, pariwisata dipandang sebagai sistem yang paling berhubungan dan harus direncanakan sesuai sistem tersebut.
- Pendekatan pengembangan yang berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, kegiatan pariwisata di kembangkan dan dikelola dengan suatu cara yang tidak mengakibatkan penurunan SDA/budaya tetapi tetap dipertahankan supaya kondisi tetap baik pada basis yang permanent untuk penggunaan terus menerus di masa yang akan datang.
- Pendekatan komprehensif (menyeluruh) berhubungan dengan pendekatan sistem, aspek pengembangan pariwisata termasuk elemen kelembagaan, dampak lingkungan dan dampak sosial ekonomi dianalisis dan direncanakan secara menyeluruh.
- Pendekatan berintegrasi berkaitan dengan pendekatan komprehensif dan sistem, dalam pendekatan ini kepariwisataan dikembangkan sebagai suatu sistem yang terintegrasi baik dengan rencana itu sendiri maupun dengan rencana pengembangan secara keseluruhan pada areal yang luas.
- Pendekatan masyarakat dalam proses pengembangan dan pengambilan keputusan tentang kepariwisataan masih layak dan diinginkan, akan terdapat

partisipasi masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan kepariwisataan dan keuntungan sosial ekonominya.

- Pendekatan yang mudah diterapkan, pengembangan kebijaksanaan, rencana dan rekomendasi kepariwisataan dirumuskan agar terealisasi dan dapat diterapkan teknik penerapannya di pertimbangkan selama pembuatan rumusan rencana dan kebijaksanaan. Penerapan teknik-teknik tersebut termasuk dalam pengembangan program-program yang akan dilakukan berdasarkan langkah-langkah kegiatan berurutan.

Pendekatan ini di terapkan secara konseptual, tetapi bentuk aplikasi yang spesifik, bergantung pada berbagai perencanaan yang digunakan. Proses perencanaan akan menspesifikasikan lebih lanjut untuk setiap tingkat perencanaan pariwisata yang diambil secara relevan.

## 2. Konsep Kesatuan Struktur Ruang pengembangan Pariwisata

Konsep pengembangan wisata berdasarkan pusat kelompok pengembangan, dengan pengembangan jaringan penghubung pariwisata dan pengembangan sarana dan prasarana kemudahan wisata masing-masing kelompok pengembangan wisata (*JICA, 1978*), sebagai berikut :

- ***Pola Jaringan Penghubung Wisata***

Konsep pengembangan jaringan perhubungan wisata dalam suatu wilayah pengembangan wisata secara umum ditentukan berdasarkan potensi jaringan perangkutan yang ada serta sifat kebutuhan perjalanan wisatawan. Konsep jaringan perhubungan wisata dalam suatu daerah tujuan wisata (DTW).

Adapun karakteristik dari konsep pengembangan tersebut, adalah :

- a. Secara hirarkis dapat membentuk pola jaringan jalan perhubungan yang dimulai dari pusat yang lebih tinggi dan dihubungkan secara simultan dengan pusat yang lebih mudah.
- b. Dapat juga membentuk pola sirkulasi memusat yang teratur atau efisien di tempuh dari pusat kegiatan wisata menuju pusat lainnya.

- ***Pola Distribusi Sarana dan Prasarana Kemudahan Wisata***

Agar tercapai suatu konsep kesatuan struktur ruang yang terpadu, maka pola distribusi pengembangan sarana dan parasarana. Indikator kurangnya sarana dan prasarana yang seharusnya dimiliki oleh suatu kelompok pengembang

wisata agar wisatawan dapat menikmati potensi atraksi wisata yang dimiliki dengan baik.

### 3. Konsep Perjalanan Wisata

Perjalanan pariwisata yang terbentuk pada suatu objek wisata, akan tergantung pada permintaan serta sifat-sifat dari pada keadaan wisatawan itu sendiri. Selain itu untuk melayani permintaan dari wisatawan perlu dilihat kemampuan objek wisata yang ada, konsep dasar dari perjalanan (*Ruhyat Rukama, 1979*) terdiri dari:

- **Lingkungan Pusat Fasilitas**

Pariwisata lingkungan ini merupakan pusat utama dari wilayah itu, juga merupakan pintu gerbang masuk ke objek lain. Selain sebagai pusat pariwisata juga sebagai pusat fasilitas pelayanan umum lainnya.

- **Lingkungan Objek Wisata**

Lingkungan ini merupakan daerah tujuan dari kegiatan pariwisata dalam melakukan perjalanan pariwisata, lingkungan ini mempunyai atraksi wisata yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Atraksi wisata yang ada di lingkungan objek pariwisata mempunyai kemampuan yang tidak sama untuk memenuhi keinginan wisatawan, lingkungan, objek pariwisata ini merupakan penamaan baru bagi objek wisata

Motif perjalanan pariwisata yang berbentuk akan berhubungan dengan pola yang ada di lingkungan objek wisata dengan gerbang utama adalah lingkungan pusat fasilitas, wisatawan akan keluar dan masuk melalui pintu gerbang utama ini, rute perjalanan pariwisata tersebut, akan mengikuti jaringan pergerakan yang dapat menghubungkan lingkungan pusat fasilitas ke lingkungan objek pariwisata dan menghubungkan antara objek pariwisata yang ada pada satu lingkungan objek wisata.

### 4. Konsep Ekowisata

Definisi ekowisata pertama kali diperkenalkan oleh organisasi *The Ecotourism Society* (1990), yaitu suatu bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan dan kesejahteraan penduduk setempat. Semula ekowisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari di samping budaya dan kesejahteraan masyarakat tetap terjaga.

Pada perkembangannya, bentuk ekowisata ini berkembang karena banyak digemari oleh wisatawan. Wisatawan ingin berkunjung ke areal alami, yang dapat menciptakan kegiatan bisnis. Ekowisata kemudian didefinisikan sebagai bentuk baru dari perjalanan bertanggung jawab ke area alami dan berpetualang yang dapat menciptakan industri pariwisata (Eplerwood, 1999). Dari kedua definisi ini dapat dimengerti bahwa ekowisata dunia telah berkembang sangat pesat. Ekowisata ini dapat dilihat dari tiga perspektif, yakni:

- Ekowisata sebagai produk, merupakan semua atraksi yang berbasis pada sumberdaya alam;
- Ekowisata sebagai pasar, merupakan perjalanan yang diarahkan pada upaya-upaya pelestarian lingkungan;
- Ekowisata sebagai pendekatan pengembangan, merupakan metode pemanfaatan dan pengelolaan sumberdaya pariwisata secara ramah lingkungan.

Sedangkan konsep dasar ekowisata adalah:

- Pertama, perjalanan *outdoor* dan di kawasan alam yang tidak menimbulkan kerusakan lingkungan. Dalam wisata ini orang hanya menggunakan sumberdaya hemat energi, seperti tenaga surya, bangunan kayu, bahan-bahan daur ulang, dan mata air. Sebaliknya kegiatan tersebut tidak mengorbankan flora dan fauna, tidak mengubah topografi lahan dan lingkungan dengan mendirikan bangunan yang asing bagi lingkungan dan budaya masyarakat setempat.
- Kedua, wisata ini mengutamakan penggunaan fasilitas transportasi yang diciptakan dan dikelola masyarakat setempat. Begitu juga dengan akomodasi dan makanan yang ditawarkan semuanya berbasis produk lokal. Oleh sebab itu wisata ini memberikan keuntungan langsung bagi masyarakat lokal.
- Ketiga, perjalanan wisata ini menaruh perhatian besar pada lingkungan alam dan budaya lokal. Wisatawan tidak menuntut masyarakat lokal menciptakan pertunjukan dan hiburan ekstra, tetapi mendorong mereka agar diberi peluang untuk menyaksikan upacara dan pertunjukkan yang sudah dimiliki masyarakat setempat.

## 5. Konsep Pengembangan Perwilayahan Pariwisata

Daya tarik wisata yang dikelompokkan berdasarkan wilayahnya bertujuan:

- a. Memunculkan kekayaan/keragaman produk wisata yang dimiliki agar dapat ditawarkan kepada segmen pasar wisatawan yang lebih beragam
- b. Secara kolektif membentuk atau memunculkan ciri khas yang mengedepankan atau mengangkat jati diri wilayah tersebut
- c. Meningkatkan daya saing produk wisata lokal, baik secara nasional atau bahkan internasional
- d. Menciptakan keterpaduan pengembangan pariwisata antarkawasan
- e. Efisiensi pelaksanaan program pembangunan pariwisata, baik perencanaan, pengelolaan, maupun pemasaran dan promosi.

Faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan pengelompokan wilayah tersebut adalah:

1. Faktor **geografis**, kedekatan geografis merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam menentukan pengelompokan kawasan pariwisata. Perencanaan dan pengembangan pariwisata akan lebih mudah dilakukan jika jarak fisik antar kawasan dekat. Kedekatan geografis juga akan mempermudah koordinasi pihak yang terkait dalam pengembangan kawasan.
2. Faktor **aksesibilitas**, faktor kedekatan geografis harus ditunjang dengan aksesibilitas yang baik. Walaupun letak objek dan daya tarik wisata berdekatan, bila tidak ditunjang oleh aksesibilitas yang mudah, maka pengelompokannya akan dilakukan dengan kawasan wisata lain yang aksesibilitasnya lebih baik. Faktor kemudahan aksesibilitas ini diperlukan agar perkembangan pariwisata di suatu daerah tujuan wisata dapat mempengaruhi perkembangan pariwisata di daerah tujuan wisata lainnya yang berada dalam satu kawasan pengembangan pariwisata.
3. Faktor **pengikat**, merupakan 'tanda' fisik atau nonfisik yang berfungsi sebagai pengikat beberapa daerah tujuan wisata. 'Tanda' fisik dapat berupa bentang alam, jalur jalan, atau batas wilayah, sedangkan nonfisik dapat berupa pengaruh suatu budaya tertentu. Daerah tujuan wisata yang berada dalam satu faktor pengikat yang sama memiliki kecenderungan karakteristik fisik dan nonfisik wilayah yang sama sehingga mempermudah perumusan rencana dan program yang akan dilakukan pada kawasan pengembangan pariwisata tersebut.

4. **Karakteristik produk wisata unggulan**, yang sama dan atau saling melengkapi. Suatu kawasan pariwisata seharusnya memiliki produk wisata unggulan yang dapat dijadikan tema pengembangan sehingga dapat memunculkan identitas kawasan.
5. **Keragaman produk wisata unggulan antarkawasan**, kawasan pariwisata yang terbentuk harus dapat menunjukkan keragaman dan keunikan satu sama lain sehingga kekayaan pariwisata lokal dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai daya tarik wisata utama secara regional.

