

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Kepariwisata, Pariwisata, Wisata dan Wisatawan

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Suwantoro (2004:3) mendefinisikan istilah pariwisata, yaitu suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha lainnya. Potensi wisata adalah semua obyek (alam, budaya, buatan) yang memerlukan banyak penanganan agar dapat memberikan nilai daya tarik bagi wisatawan (Janianto Damanik dan Helmut F.Weber, 2006:11).

Istilah Pariwisata berhubungan erat dengan pengertian perjalanan wisata, yaitu sebagai suatu perubahan tempat tinggal sementara seseorang diluar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan merupakan kegiatan yang menghasilkan upah. Dengan demikian dapat dikatakan pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kenikmatan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu. Dapat juga karena kepentingan yang berhubungan dengan kegiatan olah raga untuk kesehatan, konvensi, keagamaan, dan keperluan usaha yang lainnya (Gamal, 2004: 3)

Kepariwisata didefinisikan sebagai 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 {UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata (revisi dari UU No. 9 Tahun 1990 Kepariwisata).

Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah daerah {UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata(revisi dari UU No. 9 Tahun Kepariwisata). Istilah “pariwisata”konon untuk pertama kali di gunakan oleh Presiden Soekarno dalam suatu percakapan sebagai pandangan dari istilah asing tourism “Arti pariwisata ialah bahwa kalau semua kegiatan itu dianggap gagal”. Tanda adanya wisatwan semua kegiatan pembangunan Hotel, persediaan angkutan dan sebagainya itu tidak memiliki makna kepariwisataan. (Soekadijo.R.G,2000:1).

Setiap usaha Pariwisata yang ada, membutuhkan berbagai sarana yang memadai untuk menunjang kebutuhan para wisatawan, yaitu salah satunya adalah sarana akomodasi. Karena tanpa adanya sarana akomodasi yang memadai, usaha pariwisata tidak dapat berjalan dengan baik dan begitupun sebaliknya tanpa kegiatan pariwisata usaha akomodasi tidak akan berjalan secara optimal. Diantara bermacam-macam bentuk jasa kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap ialah yang bisanya disebut Hotel.

Keseluruhan kegiatan dunia usaha dan masyarakat yang ditujukan untuk menata kebutuhan perjalanan dan persinggahan wisatawan. Menurut Soekadji (1996:86), terdapat tiga potensi Kepariwisata, yaitu :

1. Modal dan potensi alam,
2. Modal dan potensi Kebudayaan,
3. Modal dan potensi manusia

Melihat beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan kegiatan yang dilakukan orang atau kelompok dengan melakukan perjalanan yang berpindah dari tempat tinggal ke tempat lain dan tinggal dalam kurun waktu yang tidak lama dengan tujuan bersenang-senang, bisnis, dan tujuan lainnya. Kata kunci dari pengertian ini adalah berpindah, melakukan perjalanan, bersenang-senang dan menetap dalam kurun waktu yang tidak lama.

2.1.2 Wisata

Menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Bab 1 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, pengertian wisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan; dilakukan secara sukarela; bersifat sementara; perjalanan itu seluruhnya atau sebagian bertujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Wisata berdasarkan jenis-jenisnya dapat dibagi kedalam dua kategori, yaitu:

- a. Wisata Alam, yang terdiri dari:
 1. Wisata pantai (*Marine tourism*), merupakan kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk berenang, memancing, menyelam, dan olahraga air lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum.
 2. Wisata Etnik (*Etnik tourism*), merupakan perjalanan untuk mengamati perwujudan kebudayaan dan gaya hidup masyarakat yang dianggap menarik.
 3. Wisata Cagar Alam (*Ecotourism*), merupakan wisata yang banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, Kesegaran hawa di pegunungan, keajaiban hidup binatang (margasatwa) yang langka, serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain.
 4. Wisata Buru, merupakan wisata yang dilakukan di negri-negri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan.
 5. Wisata Agro, merupakan jenis wisata yang mengorganisasikan perjalanan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, dan ladang pembibitan di mana wisata rombongan dapat mengadakan kunjungan

peninjauan untuk tujuan studi maupun menikmati segarnya tanaman di sekitarnya.

b. Wisata Sosial-Budaya, yang terdiri dari:

1. Peninggalan sejarah kepurbakalaan dan monumen, wisata ini termasuk golongan budaya, monumen nasional, gedung bersejarah, kota, desa, bangunan-bangunan keagamaan, serta tempat-tempat bersejarah lainnya seperti bekas pertempuran (*battle fields*) yang merupakan daya tarik wisata utama di banyak negara.
2. Museum dan fasilitas budaya lainnya, merupakan wisata yang berhubungan dengan aspek alam dan kebudayaan di suatu kawasan atau daerah tertentu. Museum dapat dikembangkan berdasarkan pada temanya, anantara lain museum arkeologi, sejarah, entologi, sejarah alam, seni dan kerajinan, ilmu pengetahuan dan teknologi, industri, ataupun dengan tema khusus lainnya.

2.1.3 Wisatawan

Seseorang atau sekelompok orang yang melakukan suatu perjalanan wisata disebut dengan wisatawan (*tourist*), jika lama tinggalnya sekurang-kurangnya 24 jam di daerah atau negara yang dikunjungi. Apabila mereka tinggal di daerah atau negara yang dikunjungi dengan waktu kurang dari 24 jam maka mereka disebut pelancong (*excursionist*). UIOTO (The international Union of Travel Organization) menggunakan batasan mengenai wisatawan secara umum. Pengunjung (*visitor*), yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal lain dan biasanya dengan maksud apapun terkecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah. Ada dua kategori mengenai sebutan pengunjung, yakni :

Wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan paling tidak sejauh 80 km (50 mil) dari rumahnya dengan tujuan rekreasi. Menurut Nyoman (2003:14), wisatwan adalah “orang yang melakukan kegiatan wisata atau orang yang melakukan perjalanan untuk sementara waktu ke tempat atau

daerah yang sama sekali masih asing baginya”. Menurut Yoeti jenis dan macam wisatawan, yaitu :

- a. Wisatawan asing
- b. *Domestic foreign tourist*
- c. *Destic Tourist*
- d. *Indigeneous Tourist*
- e. *Transit Tourist*
- f. *Bussines Tourist*

Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa asal wisatawan yang melakukan wisata di Indonesia terdapat dua kelompok, yaitu wisatawan domestik (warga negara Indonesia) dan wisatawan asing (warga negara asing).

2.2 Kawasan Wisata

Menurut Nyoman (1987:148), kawasan wisata adalah “sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat; atau sesuatu yang dapat menjadi daya tarik bagi seseorang atau wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata”.

Kawasan dan daya tarik wisata alam/ODTWA adalah segala sesuatu yang menjadi sasaran wisata. Kawasan wisata alam adalah :

Suatu kawasan yang mempunyai potensi dan menjadi bahan perhatian wisatawan untuk dikembangkan menjadi tempat kunjungan wisatawan seperti zona pemanfaatan TN, blok pemanfaatan wisata dan TAHURA, TWA, SM dan TB. Kawasan Daya Tarik Wisata menurut Undang-undang No. 10 tahun 2009 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.

2.3 Minat Wisatawan

Minat menurut Crow dan Crow (1989) dapat dipahami untuk menunjukkan kekuatan motif yang menyebabkan seseorang memberikan perhatian kepada

orang, benda, atau aktifitas tertentu. Minat menggambarkan alasan-alasan mengapa seseorang lebih tertarik kepada benda, orang atau aktifitas tertentu dibandingkan dengan yang lain. Minat juga dapat membantu seseorang untuk memutuskan apakah ia akan melaksanakan aktifitas yang akan ia lakukan. Minat merupakan pernyataan psikis yang belum dapat diamati secara langsung, yang dapat diamati adalah dinamikanya atau manifestasinya dalam perbuatan atau tingkah laku seseorang.

Dari berbagai pendapat tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa minat merupakan aspek psikis yang berperan sangat dominan dalam menimbulkan tingkah laku. Minat merupakan rasa ketertarikan pada suatu objek karena didasari oleh rasa suka sehingga timbul perhatian yang mengakibatkan ingin terlibat dengan objek tersebut sekaligus menjadi pendorong yang kuat untuk berhubungan lebih dekat, aktif dan mendalam secara wajar, spontan dan selektif. Di dalam minat terdapat dua unsur penting yaitu motif dan perhatian. Motif merupakan daya gerak meliputi dorongan dan kemauan yang timbul dari dalam diri seseorang yang menyebabkan ia berbuat sesuatu yang berhubungan dengan minatnya. Sedangkan perhatian merupakan pemusatan kesadaran pada suatu objek. Minat timbul dan meningkat setelah individu mendapatkan informasi mengenai suatu objek, oleh karena itu objek minat umumnya berkisar pada hal – hal yang sudah dikenali sebelumnya. Semakin berminat individu terhadap suatu objek maka semakin aktif ia terlibat di dalam objek tersebut.

Aspek-aspek Minat Pintrich dan Schunk (1996) menyebutkan aspek – aspek minat adalah sebagai berikut:

- a. Sikap umum terhadap aktivitas (*general attitude toward the activity*), sikap umum disini maksudnya adalah sikap yang dimiliki oleh individu, yaitu perasaan suka atau tidak suka terhadap aktivitas.
- b. Pilihan spesifik untuk menyukai aktifitas (*specific preference for or liking the activity*). Individu akan memutuskan pilihannya untuk menyukai aktivitas tersebut.

- c. Merasa senang dengan aktivitas (*enjoyment of the activity*), yaitu perasaan senang individu terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitasnya.
- d. Aktivitas tersebut mempunyai arti atau penting bagi individu (*personal importance or significance of the activity to the individual*). Individu merasab bahwa aktivitas yang dilakukan sangat berarti.
- e. Adanya minat intrisik dalam isi aktivitas (*intrinsic interest in the content of activity*). Dalam aktivitas tersebut terdapat perasaan yang menyenangkan.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas (*reported choice of or participation in the activity*). Individu akan berpartisipasi dalam aktivitas itu karena menyukainya.

Selanjutnya Crow dan Crow menyatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi minat, yaitu;

- a. Faktor dorongan atau keinginan dari dalam (*inner urges*), yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu akan menimbulkan minat tertentu. Termasuk di dalamnya berkaitan dengan factor-faktor biologis yaitu factor-faktor yang berkaitan dengan kebutuhan-kebutuhan fisik yang mendasar.
- b. Faktor motif sosial (*social motive*), yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktifitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, harga diri, prestise dan sebagainya.
- c. Faktor emosional (*emotional motive*), yaitu motif yang berkaitan dengan perasaan dan emosi yang berupa dorongan-dorongan, motif-motif, respon-respon emosional dan pengalaman-pengalaman yang diperoleh individu.

Minat wisatawan merupakan ketertarikan seseorang dari orang-orang yang ingin melakukan suatu perjalanan untuk mengetahui sesuatu yang unik disuatu

daerah. Biasanya orang-orang yang melakukan perjalanan dinamakan tourist. Minat seorang wisatawan adalah adanya minat khusus. Namun dunia pariwisata mengidentifikasi bahwa adanya minat khusus wisatawan dikarenakan adanya suatu keunikan (Fandeli, 1995). Minat wisatawan biasanya dipandang sebagai suatu kebutuhan, dan wisatawan dipandang sebagai konsumen.

Untuk itu, adanya minat wisatawan maka ada pula pengembangan atas suatu obyek daya tarik dari pariwisata adalah kategori atraksi wisata. Wisata minat khusus adalah suatu bentuk perjalanan wisata dimana wisatawan mengunjungi suatu tempat, karena memiliki minat atau tujuan khusus mengenai suatu jenis obyek atau kegiatan yang dapat ditemui atau dilakukan dilokasi atau daerah tujuan wisata tersebut (Read, 1980, Hall dan Weiler, 1992 dalam anonym, 1995).

Secara umum potensi obyek dan daya tarik wisata yang menjadi basis bagi pengembangan minat khusus dapat berupa (anonym, 1995) :

- a. Aspek-aspek alam seperti flora, fauna, fisik geologi, vulkanologi, hidrologi, hutan alam, atau taman nasional maupun kelautan. Atraksi ini kemudian dikemas dalam bentuk wisata arung jeram, penjelajah hutan, pengamatan burung, scuba diving, penjelajahan gua-gua alam, berselancar, menyelam, dan sebagainya.
- b. Wisatawan akan terlihat secara fisik, mental, dan emosional terhadap yang dikunjungi tersebut. Obyek dan daya tarik wisata budaya meliputi budaya peninggalan sejarah, dan budaya kehidupan masyarakat. Atraksi budaya dikemas dalam bentuk wisata budaya peninggalan sejarah, wisata pedesaan, wisata budaya eksotik, dan sebagainya. Wisatawan akan berinteraksi langsung dalam kehidupan budaya masyarakat.
- c. Obyek rekreasi buatan, yang paling dominan adalah wisata petualangan, terutama yang berbasis pada potensi obyek dan daya tarik wisata alam

Gamal Suwanto (2004) menjelaskan beberapa motif alasan banyaknya wisatawan datang berkunjung sebagai berikut :

1. Dorongan kebutuhan untuk berlibur dan berekreasi,
2. Dorongan kebutuhan pendidikan dan penelitian,

3. Dorongan kebutuhan keagamaan,
4. Dorongan kebutuhan kesehatan,
5. Dorongan atas minat terhadap kebudayaan dan kesenian,
6. Dorongan kepentingan keamanan,
7. Dorongan kepentingan hubungan keluarga,
8. Dorongan Kepentingan politik

Dari definisi-definisi minat di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa minat wisatawan adalah motivasi atau faktor yang menjadi pendorong seseorang melakukan perjalanan wisata ke suatu obyek wisata yang menurutnya akan memberikan rasa suka, senang, gembira dan puas.

Dari berbagai motif melatar belakangi seseorang datang berkunjung maka ini bisa menjadi sebuah referensi bagi obyek dan para pelaku bisnis pariwisata agar bisa memenuhi akan kebutuhan, minat dan kepentingan dari seseorang yang sedang berkunjung.

2.4 Fasilitas Wisata

Fasilitas menurut kamus besar bahasa Indonesia (2002:415) adalah sesuatu yang dapat membantu memudahkan sesuatu. Fasilitas bisa pula dianggap sebagai suatu alat. Fasilitas biasanya dihubungkan dalam pemenuhan umum yang terdapat dalam suatu perusahaan-perusahaan ataupun organisasi tertentu. Fasilitas wisata merupakan sarana yang bertujuan untuk melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukannya untuk mendapat pengalaman rekreasi, Marpaung (2002:69). Adapun tujuannya yaitu untuk memberikan pelayanan kepada wisatawan. Fasilitas yang diberikan kepada wisatawan tidak hanya dalam bentuk berwujud (*tangible*) tetapi juga dalam bentuk jasa pelayanan (*intangiable*) yang diberikan oleh para karyawan di obyek wisata.

Menurut Bukart dan Medlik (1974:133), fasilitas bukanlah merupakan factor utama yang dapat menstimulusi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata. Akan tetapi ketiadaanya dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Maka dari itu fasilitas wisata sangat dibutuhkan sebagai upaya

dalam melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan di tempat yang mereka kunjungi.

Menurut Lawson dan Baud-Bovy dalam bukunya *tourism and recreation handbook of planning and design* (1997:17) membagi fasilitas kedalam 2 jenis yaitu :

- a. Fasilitas dasar untuk semua jenis resort atau kompleks rekreasi dimanapun berada, yang memberikan pelayanan kepada wisatawan secara umum seperti akomodasi, makanan dan minuman, hiburan, bersantai dan juga infrastruktur dasar untuk pengelolaan sebuah objek wisata.
- b. Fasilitas khusus sesuai dengan karakteristik yang tersedia yang menunjukkan karakter alamiah sebuah obyek wisata. Obyek wisata pantai, gunung, spa, dan objek wisata dengan tema lainnya memerlukan fasilitas khusus yang berbeda.

Lawson dan Boud-Bovy (1997:65) juga membagi fasilitas pendukung wisata ke dalam enam jenis, yaitu :

1. Akomodasi (hotel, motel, cottage, apartemen dan lain-lain)
2. Makan dan minuman (restoran, coffe shop, snack bar, dan lain-lain)
3. Sanitasi
4. Aksesibilitas (jalan akses, setapak, pintu masuk atau gerbang utama dan tempat parkir)
5. Fasilitas aktif yaitu fasilitas yang dijadikan sebagai salah satu penunjang kegiatan wisata yang dapat dilakukan oleh wisatawan.
6. Fasilitas lainnya seperti kantor administrasi, pos keamanan, pos penjaga dan lain-lain.

Adapun sesuatu yang disebut dengan motivasi perjalanan wisata Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal. Dari berbagai motivasi yang mendorong perjalanan, McIntosh (1977) dan Murphy (1985) mengatakan bahwa motivasi dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar yaitu sebagai berikut:

- a. Physical or physiological motivation (motivasi yang bersifat fisik atau fisiologis), antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olah raga, bersantai dan sebagainya.
- b. Cultural motivation (motivasi budaya), yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. Termasuk juga ketertarikan akan berbagai objek tinggalan budaya (bangunan bersejarah).
- c. Social motivation atau interpersonal motivation (motivasi yang bersifat sosial), seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal yang dianggap mendatangkan gengsi (nilai prestise), melakukan ziarah, pelarian dari situasi-situasi yang membosankan dan sebagainya.
- d. Fantasy motivation (motivasi karena fantasi), yaitu adanya fantasi bahwa di daerah lain seseorang kan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan, dan ego-enhancement yang memberikan kepuasan psikologis. Disebut juga sebagai status and prestige motivation.

Motivasi perjalanan seseorang dipengaruhi oleh faktor internal wisatawan itu sendiri dan faktor eksternal. Secara intrinsik, motivasi terbentuk karena adanya kebutuhan dan/atau keinginan manusia itu sendiri, sesuai dengan teori hirarki kebutuhan Maslow. Kebutuhan tersebut dimulai dari kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan sosial, kebutuhan prestise dan kebutuhan akan aktualisasi diri. Motivasi ekstrinsik adalah motivasi yang terbentuknya dipengaruhi oleh faktor-faktor eksternal, seperti norma sosial, pengaruh atau tekanan keluarga dan situasi kerja yang terinternalisasi dan kemudian berkembang menjadi kebutuhan psikologis.

Motivasi wisatawan untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin berfungsi untuk melepaskan diri sejenak dari kegiatan rutin untuk mengembalikan harmoni di masyarakat, sehingga pariwisata dapat dipandang sebagai salah satu bentuk terapi sosial.

Motivasi merupakan faktor penting bagi calon wisatawan di dalam mengambil keputusan mengenai daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Calon wisatawan

akan mempersepsi daerah tujuan wisata yang memungkinkan, di mana persepsi ini dihasilkan oleh preferensi individual, pengalaman sebelumnya dan informasi yang didapatkannya.

Apapun motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata, maka bagi seorang wisatawan perjalanan tersebut akan mempunyai beberapa manfaat, antara lain sebagai berikut:

- a. Perjalanan wisata merupakan wahana penyegaran dan regenerasi fisik dan mental.
- b. Perjalanan wisata merupakan kompensasi terhadap berbagai hal yang melelahkan, sekaligus juga sebagai wahana integrasi sosial bagi mereka yang di rumahnya merasa teralienasi.
- c. Perjalanan wisata merupakan pelarian dari situasi keseharian yang penuh ketegangan, rutinitas yang menjemukan, atau kejenuhan-kejenuhan karena beban kerja.
- d. Perjalanan wisata merupakan mekanisme bagi seseorang untuk dapat mengeluarkan perasaannya, melalui komunikasi dengan orang lain termasuk dengan masyarakat lokal.
- e. Perjalanan wisata merupakan wahana untuk mengembangkan wawasan.
- f. Perjalanan wisata merupakan wahana untuk mendapatkan kebebasan.
- g. Perjalanan wisata merupakan wahana untuk realisasi diri.
- h. Perjalanan wisata memang merupakan sesuatu yang menyenangkan, membuat hidup lebih bahagia.

2.5 Standar Fasilitas Wisata

Menurut Roger A Lancaster (1983:51) dalam buku standarisasi fasilitas mengemukakan mengenai pengertian standar fasilitas adalah “sebagai jumlah fasilitas rekreasi dengan segala kelengkapannya, yang perlu disediakan bagi kebutuhan masyarakat untuk berbagai macam aktivitas rekreasi”. Lancaster juga menyebutkan beberapa persyaratan yang menjadi dasar panduan dalam pengembangan standar fasilitas wisata, diantaranya :

- a. Standar harus realistis dan mudah di capai : menetapkan standar yang terlalu muluk dengan cara yang sulit dicapai dan teknologi yang belum bisa di terapkan di suatu daerah mengakibatkan standar tersebut hanya akan menjadi bahan yang menghiasi laporan studi namun tidak dapat di impelmentasikan
- b. Standar harus dapat di terima dan berguna bagi pengguna maupun pengambilan keputusan : standar yang baik artinya harus menjadi pegangan bersama baik perencanaan maupun pelaksanaan, sehingga suatu standar tidak akan menjadi benda mati yang kadang kala menjadi beban bagi pengguna.
- c. Standar harus didasarkan pada analisa yang sesuai berdasarkan informasi terbaik yang dapat diperoleh : sudah barang tentu ketersediaan informasi bagi analisis penentuan penetapan suatu standar bagi fasilitas wisata yang akan dibangun salah satu syarat yang sulit dikarenakan data dan infomasi yang terbiak kadang kala menjadi beban dalam proses perencanaan.

Standar fasilitas dapat pula digunakan sebagai alat untuk mengukur efektivitas dan penciptaan pengalaman rekreasi pada beberapa atraksi wisata yang sejenis atau dapat pula di gunakan untuk membangun keseimbangan antara pembangunan yang di prakarsai oleh swasta maupun pemerintah. Oleh karena tidak ada satupun atraksi wisata yang akan memiliki standar fasilitas yang sama. maka dalam menentukan standar fasilitas suatu objek perlu terlebih dahulu memperhatikan beberapa hal di bawah ini :

- a. Tema dasar dari objek wisata ini akan sangat bergantung kepada aktivitas yang akan berkembang di objek ini.
- b. Tingkat perkembangan, apakah objek wisata ini telah berkembang atau belum berpotensi atau tidak. Kondisi ini akan mempengaruhi langkah penentuan arah dalam penetapan standar fasilitas yang dibutuhkan.
- c. Atrakasi dan pola aktivitas, setelah ditentukan tema dasar maka akan teridentifikasi atrakasi dan pola aktivitas apa saja yang dapat dikembangkan di objek wisata tersebut.

2.6 Pengembangan Kawasan Wisata

Berdasarkan peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 20 Tahun 2005 Pasal 1 ayat 3 : Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru.

Pengertian pengembangan menurut Damantik dan Weber (2006:11) merupakan segala sesuatu hal mengenai kegiatan dan usaha yang terkoordinasi untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa serta semua fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Segala kegiatan dan perkembangan pariwisata meliputi segi-segi yang amat luas dan menyangkut berbagai segi kehidupan dalam masyarakat, mulai dari kegiatan angkutan, akomodasi, atraksi wisata, makanan dan minuman, cinderamata, suasana kenyamanan serta pelayanan yang diberikan terhadap wisatawan itu sendiri.

Pengembangan suatu daerah tujuan wisata sangat bergantung pada tiga faktor utama yaitu atraksi, aksesibilitas, dan amenitas. Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat di lihat atau disaksikan melalui pertunjukan yang khusus diselenggarakan untuk para wisatawan. Amenitas yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas seperti penginapan, restoran, hiburan, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan untuk dapat bepergian ditempat itu serta alat komunikasi yang dapat menunjang kepuasan para wisatawan.

Aksesibilitas sangat berperan penting, untuk menjangkau suatu obyek wisata diperlukan suatu system transportasi yang dapat mendukung keberadaan suatu objek dan daya tarik wisata tersebut dan juga memberikan kemudahan bagi para wisatawan yang hendak mengunjungi ibjek wisata tersebut (Damanik dan Weber, 2006:11).

Sejumlah faktor yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata antara lain adalah pihak swasta, peran serta masyarakat dan promosi bagi objek wisata lainnya. Peran serta pihak swasta di dalam sektor pariwisata yaitu didalam

meningkatkan investasi promosi dan pemasaran. Peran serta masyarakat untuk dapat mengelola infrastruktur yang memadai juga merupakan salah satu pendukung yang sangat penting dalam rangka mendukung fungsi sarana sarana dan prasarana wisata.

2.7 Konsep Pengembangan Prowisata

Menurut Undang-undang No 25 Tahun 2000 tentang program Pembangunan Nasional, maka tujuan pembangunan pariwisata adalah :

- a. Mengembangkan dan memperluas diversifikasi produk dan kualitas pariwisata nasional.
- b. Berbasis pemberdayaan masyarakat, kesenian dan sumber daya (pesona) alam loka dengan memerhatikan kelestarian seni dan budaya tradisional serta kelestarian lingkungan hidup setempat.
- c. Mengembangkan serta memperluas pasar pariwisata terutama pasar luar negri.

Pada dasarnya pengembangan pariwisata adalah suatu proses yang berkesinambungan untuk melakukan matching dan adjustment yang terus menerus antara sisi *supply* dan *demand* kepariwisataan yang tersedia untuk mencapai misi yang telah ditentukan (Nuryanti, 1994).

Sedangkan pengembangan potensi pariwisata mengandung makna upaya untuk lebih meningkatkan sumber daya yang dimiliki oleh suatu objek wisata dengan cara melakukan pembangunan unsur-unsur fisik maupun non fisik dari unsur pariwisata sehingga meningkatkan produktivitas, dalam hal yang dimaksud produktivitas objek wisata berupa meningkatnya pendapatan daerah yang diperoleh dari kunjungan wisata yang masuk.

Disamping itu untuk dapat melakukan pengembangan perlu memperhatikan berbagai aspek, suatu kawasan wisata yang akan dikembangkan harus diperhatikan syarat-syarat pengembangan daerah menjadi objek dan kawasan wisata yang dapat diandalkan, yaitu:

- a. Seleksi terhadap potensi, hal ini dilakukan untuk memilih dan menentukan potensi obyek.

- b. Wisata yang memungkinkan untuk dikembangkan sesuai dengan dana yang ada.
- c. Evaluasi letak potensi terhadap wilayah, pekerjaan ini mempunyai latar belakang pemikiran tentang ada atau tidaknya atau kesalah pahaman antar wilayah administrasi yang terkait.
- d. Pengukuran antar jarak potensi, pekerjaan ini untuk mendapatkan informasi tentang jarak antar potensi, sehingga perlu adanya penagihan potensi obyek wisata.

Dalam merumuskan strategi yang tepat bagi pembangunan kawasan wisata Darajat Pass (*water park*) Kabupaten Garut ini meliputi analisis terhadap nilai-nilai strategis yang dimiliki oleh daerah itu sendiri. Faktor tersebut harus diidentifikasi dan diperhitungkan dengan melakukan analisis yang bersifat strategis.

a. Strategi dalam manajemen

Strategi merupakan sejumlah keputusan dan aksi yang ditujukan untuk mencapai tujuan (*goal*) dan menyesuaikan sumber daya organisasi dengan peluang dan tantangan yang dihadapi dalam lingkungan industrinya (Coulter, 2002: 7 dalam Kuncoro, 2005: 12). Dengan demikian beberapa ciri strategi yang utama adalah: (1) *goal-directed actions*, yaitu aktivitas yang menunjukkan apa yang diinginkan dan bagaimana mengimplementasikannya; (2) mempertimbangkan semua kekuatan internal (sumber daya dan kapabilitas), serta memperhatikan peluang dan tantangan.

b. Proses Manajemen Strategis

Manajemen strategi sebagai suatu proses meliputi sejumlah tahapan yang saling berkaitan dan berurutan. Tahapan utama proses manajemen strategi, dan evaluasi kinerja menurut Pearce & Robbins, (2003:11-16) dalam Kuncoro (2005: . Memperllihatkan tahapan proses manajemen strategi, yaitu:

1. Analisis lingkungan, meliputi deteksi dan evaluasi konteks organisasi, lingkungan eksternal dan internal organisasi
2. Formulasi strategi, mencakup desain dan pilihan strategi yang sesuai.

3. Implementasi strategi, adalah proses bagaimana melaksanakan strategi yang telah diformulasikan dengan tindakan nyata.
4. Evaluasi strategi, adalah proses mengevaluasi bagaimana strategi diimplementasikan dan sejauh mana mempengaruhi kinerja.

c. Perumusan strategi

Perumusan strategi adalah pengembangan rencana panjang untuk manajemen efektif dari kesempatan dan ancaman lingkungan, dilihat dari kekuatan dan kelemahan organisasi. Perumusan strategi meliputi menentukan misi organisasi, menentukan tujuan-tujuan yang ingin dicapai, pengembangan strategi dan penetapan pedoman kebijakan. (J. David Hunger & Thomas)

d. Implementasi strategi

Implementasi strategi (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:17) adalah proses dimana manajemen mewujudkan strategi dan kebijaksanaan dalam tindakan melalui pengembangan program, anggaran, dan prosedur. Proses tersebut meliputi perubahan budaya secara menyeluruh, struktur dan atau system manajemen dari organisasi secara keseluruhan. Sebagai perencanaan operasional, implementasi strategi sering melibatkan keputusan sehari-hari dalam alokasi sumber daya.

e. Evaluasi dan pengendalian

Evaluasi dan pengendalian (J. David Hunger & Thomas L. Wheelen, 2003:19) adalah proses yang melaluinya aktivitas-aktivitas organisasi dan hasil kerja dimonitor dan kinerja sesungguhnya dibandingkan dengan kinerja yang diinginkan. Walaupun evaluasi dan pengendalian merupakan elemen akhir yang utama dari manajemen strategis, elemen itu juga dapat menunjukkan secara tepat kelemahan-kelemahan dalam implementasi strategi sebelumnya dan mendorong proses keseluruhannya untuk dimulai kembali.

f. Perumusan Strategi Pengembangan Pariwisata

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, seimbang, dan bertahap.

Langkah pokok dalam strategi pengembangan kepariwisataan (Suwantoro,

2004 : 55). Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, terutama untuk mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan, meningkatkan mutu tenaga kerja, meningkatkan mutu pengelolaan, memanfaatkan produk yang ada, memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada dalam jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, terutama dalam mementapkan cara kepariwisataan Indonesia, mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan, mengembangkan, dan diversifikasi produk. Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja dalam jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam pengembangan kemampuan pengelolaan, pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan, pengembangan pasar pariwisata baru, Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

g. Strategi Peningkatan Kunjungan Wisata

Strategi peningkatan kunjungan wisata adalah upaya yang dilaksanakan untuk meningkatkan pembangunan atau pengembangan objek wisata. Pengembangan suatu objek wisata harus dilakukan wisata harus dilakukan berdasarkan konsep pengembangan pariwisata berkelanjutan yang artinya pengembangan sumber daya (atraksi, aksesibilitas, amenities) pariwisata yang bertujuan untuk memberikan keuntungan optimal bagi pemangku kepentingan (*stakeholder*) dan nilai kepuasan optimal bagi wisatawan dalam jangka panjang (Janianton Damanik dan Helmut F.Weber, 2006)

h. Unsur-unsur Pokok Pengembangan pariwisata

Unsur pokok yang dapat menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi :

1. Atraksi

Atraksi merupakan pusat dari industri pariwisata. Atraksi dapat timbul dari keadaan alam, obyek buatan manusia, ataupun unsur-unsur dan peristiwa budaya.

2. Amenitas

Fasilitas ini maksudnya memberikan pelayanan dan menyediakan sarana yang dibutuhkan para wisatawan. Fasilitas dan pelayanan yang harus disediakan meliputi fasilitas pelayanan jasa kebutuhan sehari-hari, untuk menginap, tempat makan dan minum, keamanan dan lain sebagainya yang menyangkut kebutuhan wisatawan. Satu hal yang harus diperhatikan dalam kaitannya dengan menginap, sebaiknya konsep penginapan tersebut disesuaikan dengan budaya setempat sehingga para wisatawan dapat benar-benar menikmati kehidupan dan budaya setempat.

3. Aksesibilitas.

Aksesibilitas adalah kemudahan untuk mencapai untuk bergerak dari satu tempat ke tempat lain dari satu wilayah. Dalam kegiatan pariwisata hanya mungkin berkembang dengan teknologi modern khususnya di bidang transportasi dan komunikasi. Transportasi ini sangat penting guna membantu para wisatawan, mengantar dari tempat asal atau tempat penginapan ke obyek wisata. Namun pengguna transportasi ini tergantung kepada jarak dan kebutuhan komunikasi antara tempat dimulainya suatu kunjungan ke obyek wisata yang akan dikunjungi. (Nyoman S.Pendit, 1986:21).

4. Infrastruktur

Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi fasilitas pelayanan, baik berupa system pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah maupun dibawah tanah. Penyediaan infrastruktur tersebut meliputi saluran air bersih, pembangunan sarana transportasi seperti jalan dan terminal, penyediaan penerangan listrik, system komunikasi dan juga saluran pembuangan limbah.

5. Akomodasi

Penyediaan akomodasi atau tempat menginap merupakan salah satu sarana penting bagi para wisatawan. Akomodasi merupakan rumah kedua bagi para wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata dengan tujuan menginap. Fasilitas akomodasi menjadi kebutuhan yang sangat penting bagi keberadaan suatu obyek wisata.

2.8 Daya Tarik Wisata

Daya Tarik Wisata sejatinya merupakan kata lain dari obyek wisata namun sesuai peraturan pemerintah Indonesia tahun 2009 kata obyek wisata sudah tidak relevan lagi untuk menyebutkan suatu daerah tujuan wisatawan maka digunakanlah kata “ Daya Tarik Wisata” maka untuk mengetahui apa arti dan makna dari daya tarik wisata di bawah ini adalah beberapa definisi/pengertian mengenai Daya Tarik Wisata menurut beberapa ahli :

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

A. Yoeti dalam bukunya “Pengantar Ilmu Pariwisata” tahun 1985 menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “tourist attraction”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu

Nyoman S. Pendit dalam bukunya “ Ilmu Pariwisata” tahun 1994 mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat.

Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Suatu daerah untuk menjadi DTW (Daerah Tujuan Wisata) yang baik harus dikembangkan 3 (tiga) hal agar daerah itu menarik untuk dikunjungi, yaitu :

a. Adanya *something to see*

Maksudnya adalah sesuatu yang menarik untuk dilihat.

b. Adanya *something to buy*

Maksudnya adalah sesuatu yang menarik dan khas untuk dibeli.

c. Adanya *something to do*

Maksudnya adalah sesuatu aktivitas yang dapat dilakukan di tempat itu.

Ketiga hal di atas merupakan unsur-unsur yang kuat untuk daerah tujuan wisata sedangkan untuk pengembangan suatu daerah tujuan wisata harus ada beberapa hal yang harus diperhatikan, antara lain: Harus mampu bersaing dengan obyek wisata yang ada dan serupa dengan objek wisata di tempat lain. Harus tetap, tidak berubah dan tidak berpindah-pindah kecuali dari bidang pembangunan dan pengembangan.

Harus memiliki sarana dan prasarana yang memadai serta mempunyai ciri-ciri khas tersendiri. Harus menarik dalam pengertian secara umum (bukan pengertian dari subjektif) dan sadar wisata masyarakat setempat. (Editor: N. Raymond Frans),-

Kerangka Pemikiran



