BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan dijelaskan dasar-dasar pariwisata dan hal-hal yang menyangkut tentang pariwisata serta faktor-faktor pendukung kegiatan pariwisata untuk dapat tercapainya pengembangan pariwisata.

2.1 Pariwisata, Jenis dan Kawasannya

Pariwisata dikenal dengan istilah touris, dalam bahasa Indonesia adalaha kepariwisataan. Salah satu definisi tentang kepariwisataan adalah pergerakan temporer ke suatu lokasi di luar tempat kerja dan tempat tinggal, aktifitas yang dilakukan selama tinggal di lokasi tersebut dan fasilitas-fasilitas yang disediakan untuk melayani kebutuhan para wsiatawan (Mathieson dan Wall : 1982).

Definisi lain kepariwisataan adalah seluruh perjalanan yang meliputi daerah yang luas namun bukan yang termasuk dalam ulang-alik (Gunn : 1988). Menurut World Tourism Organization (WTO) bahwa kepariwisataan terdiri dari aktifitas-aktifitas seseorang yang melakukan perjalanan dan menetap di suatu tempat di luar lingkungannya selama tidak lebih dari satu tahun berurutan, untuk bersenang-senang, bisnis atau tujuan lainnya.

Sedangkan definisi pariwisata menurut E. Guyer Freuler merupakan fenomena dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil daripada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari pada alat-alat pengangkutan.

Pengertian pariwisata menurut Prof. Salah Wahab adalah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar yang mendapat pelayanan secara bergantian di antara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri (di luar negeri), meliputi pendiaman orang-orang dari daerah lain (daerah tertentu, suatu negara atau benua)

untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana dia memperoleh pekerjaan tetap.

Sedangkan pengertian pariwisata menurut Yoeti Oka merupakan suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha (*business)* atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan tersebut guna pertamasyaan dan rekreasi atau untuk memenuhi keinginan yang beraneka ragam.

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dilakukan orang mengunjungi daerah lain bukan untuk bekerja tetapi untuk mendapatkan suatu kepuasan dan rekreasi. Selain memenuhi kepuasan dan keinginan dari para wisatawan/ pengunjung, pariwisata juga berdampak pada pertumbuhan dan perkembangan daerah yang menjadi tujuan wisata atau sering disebut objek wisata karena dengan menjadi objek wisata daerah tersebut menjadi tumbuh dan berkembang seiring dengan bertambahnya jumlah pengunjung.

Pariwisata yang tepat merupakan suatu konsep yang diterapkan untuk pengembangan pariwisata pada daerah-daerah yang baru saja mengembangkan potensi pariwisatanya. Definisi pariwisata yang tepat adalah suatu konsep pariwisata yang secara aktif membantu dalam menjaga keabadian suatu daerah kebudayaan sejarah dan alam yang bercirikan pemberdayaan penduduk lokal untuk memfasilitasi pengalaman mereka akan warisan untuk tamu mereka, pemberdayaan ini disediakan melalui pengetahuan akan proses dan kemampuan menafsirkan informasi. Pemberdayaan penduduk sekitar ini bermaksud tidak hanya keuntungan materi semata tetapi anggota masyarakat lokal akan merasa bangga dengan apa yang mereka miliki, apabila pariwisata yang tepat digunakan maka masyarakat lokal akan dapat menggunakan sumber daya yang ada sebaik mungkin.

Pariwisata menurut daya tariknya dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) bagian, yaitu :

1. Daya Tarik Alam

Pariwisata daya tarik alam yaitu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi daerah tujuan wisata yang memiliki keunikan daya tarik alamnya, seperti laut, pesisir pantai, gunung, lembah, air terjun, hutan dan objek wisata yang masih alami

2. Daya Tarik Budaya

Pariwisata daya tarik budaya merupakan suatu wisata yang dilakukan dengan mengunjungi tempat-tempat yang memiliki keunikan atau kekhasan budaya, seperti kampung naga, tanah toraja, kampung adapt banten, kraton kasepuhan Cirebon, kraton Yogyakarta, dan objek wisata buidaya lainnya.

3. Daya Tarik Minat Khusus

Pariwisata ini merupakan pariwisata yang dilakukan dengan mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan minat seperti wisata olah raga, wisata rohani, wisata kuliner, wisata belanja, dengan jenis-jenis kegiatannya antara lain, olah raga gantole, bungee jumping, dan kegiatan lainnya.

2.1.1 Jenis dan Macam Pariwisata

Untuk kepentingan perencanaan dan pengembangan kepariwisataan itu sendiri, perlu dibedakan antara pariwisata dan jenis pariwisata lainnya, sehingga dengan demikian dapat ditentukan kebijakan apa yang perlu mendukung, sehingga jenis dan macam pariwisata yang dikembangkan akan dapat berwujud seperti diharapkan dari kepariwisataan itu.

Jenis dan macam pariwisata antara lain adalah :

1) Menurut letak geografis, dimana kegiatan pariwisata berkembang :
   a. Pariwisata lokal (*Local Tourism*)
   b. Pariwisata Regional (*Regional Tourism*)
   c. Kepariwisataan Nasional (*National Tourism*)
   d. *Regional-International Tourism*

e. *International Tourism*

2) Menurut pengaruhnya terhadap Neraca Pembayaran
   a. *In Tourism* atau Pariwisata Aktif
   b. *Out-going Tourism* atau Pariwisata Pasif

3) Menurut Alasan atau Tujuan Perjalanan
   a. *Business Tourism*
   b. *Vacational Tourism*
   c. *Educational Tourism*

4) Menurut saat atau waktu berkunjung
   a. *Seasonal Tourism*
   b. *Occasional Tourism*

5) Pembagian menurut objeknya
   a. *Cultural Tourism*
   b. *Recuperation Tourism* atau pariwisata kesehatan
   c. *Commercial Tourism* atau pariwisata perdagangan
   d. *Sport Tourism* atau pariwisata olah raga
   e. *Political tourism* atau pariwisata politik
   f. *Religion Tourism*

2.1.2 Faktor yang Mempengaruhi Perjalanan Wisata

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah sebagai berikut (Foster, 1985 : 5) :

a. Profil Wisatawan (*Tourist Profile*)

   Profil wisatawan dapat dikelmpokan menjadi 2 (dua) kategori, yaitu :

   - Karakteristik sosial ekonomi wisatawan (*Sosio-economic characteristic*) yang meliputi umur, pendidikan dan tingkat pendapatan.
   - Karakteristik tingkah laku (*behavioural Characteristic*) yang meliputi motivasi, sikap dan keinginan wisatawan.

b. Pengetahuan untuk melakukan perjalanan (*travel awareness*) yang meliputi informasi tentang daerah tujuan wisata serta ketersediaan fasilitas dan pelayanannya.
c. Karakteristik perjalanan (*trip features*) yang meliputi jarak, waktu tinggal di daerah tujuan, biaya dan waktu perjalanan.
d. Sumber daya dan karakteristik daerah tujuan (*resources and characteristic of destinataon*) yang meliputi jenis atraksi, akomodasi, ketersediaan dan kualitas fasilitas pelayanan, kondisi lingkungan dan sebagainya.

Keempat faktor di atas dirumuskan melalui unsur penawaran (*supply*) dan unsur permintaan (*demand).* Adanya kedua unsure yang berlawanan ini melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata.

Faktor yang mendorong suatu perjalanan wisata dari daya tarik ubyek wisata dihaapkan membentuk citra atau image. Citra wisata adalah gambaran yang diperoleh wisatawan dari berabgai kesan, pengalaman dan kenangan yang didapat sebelum, ketika dan sesudah mengunjungi obyek wisata.

Dengan demikian untuk membentuk citra dari suatu kawasan wisata perlu adanya suatu produk wisata yang dapat mempengaruhi perjalanan seorang wisatawan. Produk tersebut dirumuskan dengan menampilakn obyek yang menarik dan mempunyai nilai kompetisi.

2.1.3 Kawasan Pariwisata

Kawasan menurut kamus umum tata ruang merupakan suatu area dalam unit kesatuan wilayah yang memiliki fungsi utama lindung dan atau budidaya, sedangkan kawasan pariwisata adalah area dalam suatu unit kesatuan wilayah yang memiliki fungsi sebagai aglomerasi kegiatan-kegiatan pariwisata suatu daerah yang memiliki maksud dan tujuan tertentu. Kawasan pariwisata dapat dibedakan berdasarkan jenisnya.

1. Berdasarkan aspek fisik-geografis

- Laut (wisata bahari), seperti kawasan wisata Bunaken, Greet Barier Reef Australia, Nusa Dua Bali, dan lain-lain.
- Pantai (wisata pesisir), seperti pantai Kuta bali, Pantai Pangandaran, Pantai Anyer, Ancol, dan lain-lain.
- Pulau, seperti Pulau Hawaii, Pulau Komodo, Pulau Alcatraz, dan lain-lain.
- Danau/waduk/bendungan, Danau Toba, Danau Sentani, Waduk Jatiluhur,
- Sungai, Sungai Amazon Brazil, Sungai Thames Inggris, Sungai Musi Palembang, dan lain-lain.
- Hutan, Ujung Kulon, Yellow Stone Amerika Utara, dan lain-lain.
- Bukit dan lembah, Ubud Bali, Grand Canyon Colorado, dan lain-lain.
- Gunung, Gunung Himalaya, Pegunungan Alpen, Gunung Jayawijaya, Tangkuban Perahu, dan lain-lain.
- Perkotaan, Milan, Paris, Hongkong, Jakarta, Bandung, dan lain-lain.
- Perdesaan, kampung Naga, Suku adat Banten, dan lain-lain.

2. Berdasarkan aspek sosio-ekonomi

- Sosial Budaya : adat, ritual, tarian, bangunan dan lain-lain.
- Sumber kekayaan alam : tambang, pertanian, kehutanan, perikanan, dan kelautan.

3. Berdasarkan jenis kegiatannya

- Wisata petualangan (*adventure tourism*), arung jeram, berburu, camping.
- Wisata pertanian (*agritourism*), taman buah taman sari, daerah Batu malang, Ciwidey.
- Wisata leluhur (*ancestry teourism*),
- Wisata belanja (*shoping tourism*), orchard road singapura,
- Wisata budaya (*cultural tourism*), kempung naga, suku adat Banten,
- Wisata pendidikan (*educational tourism*), museum, situs bersejarah.
- Wisata bahaya (*extreme tourism*), bungee jumping, scuba diving, sky diving.

- Wisata judi (*gambling tourism*), Macau, Las vegas, Monte Carlo.
- Wisata bencana (*disaster tourism*)
- Ekowisata (*ecotourism*)
- Wisata sejarah (*heritage tourism*)
- Wisata hobi (*hobby tourism*),
- Wisata inklusif (*inklusif tourims*)
- Wisata olah raga (*sport tourim*)
- Wisata udara dan luar angkasa (*space tourism*)

2.2 Dasar-dasar Pariwisata

Leisure (waktu luang) merupakan waktu yang dibutuhkan oleh manusia untuk dapat hidup (*existence*) di luar waktu untu mendapatkan penghidupan (*subsistence*). *Existence* atau waktu untuk dapat hidup merupakan waktu yang dibutuhkan oleh manusia untuk melakukan hal-hal biologis seperti makan, minum, rekreasi, istrirahat, sedangkan *subsistence* merupakan waktu yang dipakai oleh manusia untuk mendapatkan penghidupan atau dikenal dengan bekerja.

Untuk dapat hidup maka manusia memerlukan 2 (dua) waktu ini, salah satu hal yang diperlukan oleh manusia setelah *subsistence* atau bekerja adalah rekreasi. Rekreasi berasal dari bahasa latin yaitu *re-creatio* (restorasi/ pemulihan) atau didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan manusia untuk memperbaharui tubuh, jiwa dan nyawa agar dapat berfungsi sebagaimana mestinya (Kelly, 1990: 17). Rekreasi ini bersifat bergerak terdiri dari kegiatan yang dilakukan sekitar tempat tinggal atau diluar tempat tinggal, sedangkan rekreasi yang dilakukan di luar tempat tinggal disebut dengan pariwisata. Terdapat perbedaan dan juga persamaan antara rekreasi dan pariwisata, dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1

Persamaan dan perbedaan pariwisata dan rekreasi

		Pariwisata	Rekreasi
Perbedaan	Duarasi	>24 jam	< 24 jam
	Jarak tempuh	Jarak jauh; luar kota	Jarak dekat; dalam kota
	Akomodasi	Butuh sarana dan akomodasi	Tidak butuh sarana dan akomodasi
	pengeluaran	Relatif lebih besar	Relatif lebih kecil
Persamaan	• Dilakukan pada waktu luang • Bertujuan untuk refresing dan mendapatkan kesenangan		

Sumber : Gunn, 1998. Kelly, 1990. Lawson, 1977

2.3 Komponen-komponen Pariwisata

Produk wisata bukanlah suatu produk yang nyata, produk ini merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengruhi oleh tingkah laku ekonomi. Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomi) yang berupa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa *tour* dan sebagainya; jasa masyarakat dan pemerintah (segi sosial/psikologis) antara lain prasarana utilitas umum, kemudahan, keramahtamahan, adat istiadat, seni budaya dan sebagainya; dan jasa alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut dan sebagainya.

Menurut Medlik dan Middleton (Yoeti, 1996), yang dimaksud dengan hasil (*product*) industri pariwisata ialah semua jasa-jasa (*services*) yang dibutuhkan wisatawan semenjak ia berangkat meninggalkan tempat kediamannya, sampai ia kembali ke rumah dimana ia tinggal. Produk wisata terdiri dari berbagai unsur dan merupakan suatu *package* yang tidak terpisahkan, yaitu :

a. *Tourist object* atau objek pariwisata yang terdapat pada daerah-daerah tujuan wisata, yang menjadi daya tarik orang-orang untuk datang berkunjung ke daerah tersebut.

b. Fasilitas yang diperlukan di tempat tujuan tersebut, seperti akomodasi perhotelan, bar dan restoran, entertainment dan rekreasi.
c. Transportasi yang menghubungkan negara/daerah asal wisatawan serta transportasi di tempat tujuan ke objek-objek pariwisata.

2.3.1 Objek dan Daya Tarik (Atraksi) Wisata

Produk wisata yang dijual dilengkapi dengan unsur manfaat dan kepuasan. Manfaat dan kepuasan itu ditentukan oleh dua faktor, yaitu *tourism resources* dan *tourism services*. *Tourism resources* yang disebut juga dengan istilah *atrrative spontnee* atau *tourist attraction.* Attraksi atau daya tarik merupakan salah satu komponen penting dalam periwisata. Atraksi merupakan salah satu faktor inti tarikan pergerakan wisatawan menuju daerah tujuan wisata, terdapat dua (2) fungsi dari atraksi yaitu sebagai stimulant dan umpan pariwisata serta sebagai salah satu produk utama pariwisata dan faktor tujuan utama kedatangan pengunjung. Atraksi/daya tarik yang tersedia di daerah tujuan wisata dimaksudkan untuk kepuasan, dan kesenangan pengunjung.

Atraksi/ daya tarik dapat dikelompokan menjadi beberapa kelompok tergantung pada tujuan, manfaat, serta perencanaan pariwisata tersebut. Dalam *Tourism Planning*, bahwa daya tarik wisata dapat dikelompokan menjadi tiga (3) klasifikasi, yaitu :

1. Berdasarkan kepemilikan

Daya tarik yang tersedia dimiliki dan dikelola oleh tiga (3) sektor, yaitu pamerintah, lembaga swadaya, dan swasta. Pengklasifikasian daya tarik berdasarkan kepemilikan dikelompokan menjadi beberapa macam.

Tabel 2.2

Klasifikasi atraksi berdasarkan kepemilikan

No	Pemilik dan pengelola		
	Pemerintah	Lembaga swadaya	Swasta
1	Taman nasinal	Tempat bersejarah	Taman hiburan
2	Taman kota	Festival	Pusat perbelanjaan
3	Cagar alam	Bangunan bersejarah	Kapal pesiar
4	Area rekreasi	Teater	Pusat kulineri
5	Monumen nasional	Museum	Resort
6	Kebun binatang	Parade	Taman golf

Sumber : Clare A. Gunn, *Tourism Planning* : 43

2. Berdasarkan sumber daya yang tersedia

Pengklasifikasian daya tarik wisata dapat dikelompokan sesuai dengan sumber daya wisata yang ada, baik itu seumber daya alam maupun budaya setempat, lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel klasifikasi atraksi berdasarkan sumber daya yang tersedia.

Tabel 2.3

Klasifikasi atraksi berdasarkan sumber daya

No	Sumber daya	
	Daya tarik alam	Daya tarik budaya
1	Resort pantai	Tempat bersejarah
2	Bumi perkemahan	Taman arkeolog
3	Taman	Museum
4	Resort ski	Cagar budaya
5	Taman golf	Teater
6	Cagar alam	Kampung adat

Sumber : Clare A. Gunn, Tourism Planning : 43

3. Berdasarkan lama tinggal

Daya tarik wisata dapat pula diklasifikasikan berdasarkan lamanya tinggal wisatawan di daerah tujuan wisata tersebut. pengklasifikasian ini dibagi menjadi dua (2) yaitu *touring* dan *long stay* (menginap).

Tabel 2.4

Klasifikasi atraksi berdasarkan lamanya tinggal

No	Lama tinggal	
	Touring	Long stay
1	Cagar alam	Resort
2	Gedung bersejarah	Bumi perkemahan
3	Kebun binatang	*Convention center*
4	Pusat kulineri	Game center
5	Arena olah raga	Area peternakan dan perkebunan

Sumber : Clare A. Gunn, Tourism Planning : 43

Daya tarik merupakan salah satu faktor utama dalam pariwsata, bahwa daya tarik dibentuk dan dikelola dengan tujuan untuk menarik wisatawan. Kesalahan yang sering terjadi dalam pengelolaan daya tarik wisata ini biasanya adalaha terlalu premature atau terlalu awal dalam pengeloaan daya tarik yang ada. Untuk dpat menarik wisatawan, atraksi langkah harus dilakukan adalah dengan mengidentifikasi daya tarik yang ada, desain pariwisata yang akan dibangun, pembangunan dan pengelolaan, kebanyakan obyek-obyek wisata yang berada di Indonesia menjadi rusak dikeranakan pengelolaan wisata yang kurang sehingga cagar alam yang seharusnya dilindungi setelah kedatangan wisatwan menjadi rusak.

2.3.2 Fasilitas Wisata (Sarana dan Prasarana)

Faktor kedua dalam produk wisata adalah *tourism service*. Kebanyakan dampak yang berasal dari pariwisata adalah dampak ekonomi, dampak ekonomi ini bukanlah dampak langsung dari kegiatan pariwisata tetapi merupakan multi flier dari kegiatan pariwsata yang berlangsung. Dampak ekonomi yang terjadi

berdampak terhadap masyarakat setempat, pamerintah setempat, penyedia pariwisata, *travel agent*, penyedia transportasi dan pihak-pihak lainnya.

Tourism service atau pelayanan pariwsata terbagi menjadi beberapa bagian baik itu sarana dan fasilitas pariwisata, transportasi, *travel agent*, restoran, penginapan. Sarana dan prasarana wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana dan prasarana wisata di daerah tujuan wisata maupun objek wisata tertentu harus disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan baik secara kuantitatif dan kualitatif.

Sarana pariwisata sebagai ujung tombak usaha kepariwisataan dapat diartikan sebagai usaha yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan pelayanan kepada wisatawan pada suatu daerah tujuan wisata dimana keberadaannya sangat tergantung kepada adanya kegiatan perjalanan wisata. Adapun sarana tersebut adalah sebagi berikut :

- Akomodasi

  Wisatawan akan memerlukan tempat tinggal untuk sementara waktu selama dalam perjalanan untuk dapat beristirahat. Dengan adanya sarana ini, maka akan mendorong wisatawan untuk berkunjung dan menikmati objek dan daya tarik wisata dengan waktu yang relatif lebih lama. Informasi mengenai akomodasi ini mempengaruhi penilaian wisatawan pilihan jenis akomodasi yang dipilih, seperti jenis fasilitas dan pelayanan yang diberikan, tingkat harga, jumlah kamar yang tersedia dan sebagainya.

- Tempat makan dan minum

  Wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata tentunya ingin menikmati perjalanan wisatanya, sehingga pelayanan makanan dan minuman harus mendukung hal tersebut bagi wisatawan yang tidak membawa bekal. Bahkan apabila suatu daerah tujuan wisata mempunyai makanan yang khas, wisatawan yang datang disamping menikmati atraksi wisata juga menikmati makanan khas tersebut. Pertimbangan yang diperlukan 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, dan hal-hal lain yang dapat menambah selera makan seseorang serta lokasi tempat makannya.

- Tempat belanja

  Berbelanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk berbelanja. Penilaian dalam penyediaan fasilitas belanja ini dilakukan terhadap ketersediaan barang-barang yang dijual dan pelayanan yang memadai, lokasi yang nyaman dan akses yang baik serta tingkat yang relatif terjangkau.

- Fasilitas umum di lokasi objek wisata

  Fasilitas umum yang akan dikaji adalah fasilitas yang biasanya tersedia di tempat rekreasi seperti :

  a. Tempat parkir
  b. Wc umum
  c. Mushola/ mesjid
  d. Sarana penggerak di lokasi obyek wisata
  e. Sarana informasi dan papan petunjuk
  f. Sarana rekreasi dan taman bermain
  g. Telepon umum

Sarana wisata secara kuantitatif menunjuk pada jumlah sarana wisata yang harus disediakan dan secara kualitatif yang menunjukan pada mutu pelayanan yang diberikan dan yang tercermin pada kepuasan wisatawan yang memperoleh pelayanan. Dalam hubungannya dengan jenis dan mutu pelayanan sarana wisata di daerah tujuan wisata telah disusun suatu standar wisata yang baku, baik secara nasional dan secara internasional, sehingga penyedia sarana wisata tinggal memilih atua menentukan jenis dan kualitas yang akan disediakannya.

Prasarana wisata yaitu sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata prasarana dasar yang melayani penduduk lokal seringkali juga melayani kegiatan pariwisata, seperti jalan, sumber listrik dan energi, sumber air dan sistem pengairan, fasilitas kesehatan, sistem pembuangan kotoran/sanitasi,

telekomunikasi, terminal angkutan, jembatan, dan sebagianya. Dalam melaksanakan pembangunan prasarana wisata perlu disesuaikan dan mempertimbangkan kondisi dan lokasi yang akan meningkatkan aksesibilitas suatu objek wisata yang pada waktunya dapat meningkatkan daya tarik objek wisata itu sendiri, selan itu juga diperlukan koordinasi dan dukungan antar instansi terkait.

2.3.3 Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan fungsi dari jarak atau tingkat kemudahan untuk mencapai daerah wisata dengan berbagai kawasan tujuan wisata. Aksesibilitas terkait dengan sistem pergerakan pada sistem transportasi di suatu wilayah. Dalam pariwisata, konsumen (wisatawan) harus datang ke daerah dimana terdapat produk wisata untuk mengkonsumsi produk-produk wisata tersebut terutama objek dan daya tarik wisata.

Oleh karena itu, tingkat kemudahan pencapaian ke daerah wisata tersebut akan mempengaruhi perkembangan daerah wisata. Jarak dan ketersediaan sarana dan prasarana transportasi ke daerah wisata merupakan hal terpenting. Jenis, volume, tarif dan frekuensi moda angkutan ke dan dari daerah wisata akan berpengaruh kepada jumlah kedatangan wisatawan. Kenyamanan selama perjalanan menuju daerah wisata dan kawasan wisata harus diperhatikan.

2.4 Tujuan Pariwisata

Tujuan pariwisata atau daerah tujuan wisata telah dijabarkan oleh para ahli di bidang pariwisata sebagai optimalisasi pemanfaatan dan pengembangan sumber-sumber daya pariwisata. Daerah tujuan wisata menurut Surjanto (dalam A. hari Karyono. 1997 : 26) yaitu daerah-daerah yang berdasarkan kesiapan prasarana dan sarana dinyatakan siap menerima kunjungan wisatawan di Indonesia. Daerah tujuan wisata atau destinasi wisata diharuskan memiliki obyek wisata, dan daya tarik wisata (atraksi wisata) sebagai media untuk menarik minat wisatawan.

2.4.1 Obyek Wisata

Obyek wisata merupakan semua obyek (tempat) yang dapat menimbulkan daya tarik bagi wisatan untuk mengunjunginya baik itu alam, bangunan sejarah, kabudayaan dan pusat-pusat rekreasi modern.

2.4.2 Daya Tarik Wisata (Atraksi Wisata)

Daya tarik wisata (atraksi wsiata) yaitu hal-hal yang terdapat di obyek-obyek wisata dan dapat menarik pengunjung untuk datang ke tempat tersebut untuk berwisata. Atraksi-atraksi wisata dapat berupa pagelaran seni, budaya, sejarah, tradisi, kegiatan-kegiatan berpetualang, ziarah, dan kejadian yang tidak tetap. Untuk dapat menarik wisatawan bahwa daerah tujuan wisata (DTW) selain harus memiliki obyek dan atraksi wisata harus mempunyai tiga (3) syarat untuk meningkatkan daya tariknya, yaitu :

1. Sesuatu yang dapat dilihat (*something to see*)
2. Sesuatu yang dapat dikerjakan (*something to do*)
3. Sesuatu yang dapat dibeli (*something to buy*)

Ketiga syarat tersebut merupakan unsur-unsur untuk mempublikasikan pariwisata, karena seorang wisatawan yang datang ke suatu daerah tujuan wisata memiliki tujuan untuk memperoleh manfaat/keuntungan (*benefit*) dan kepuasan (*satisfaction*).

2.5 Pengunjung dan Karakteristiknya

2.5.1 Definisi Pengunjung

Bila diperhatikan, orang-orang yang datang berkunjung pada suatu tempat atau negara, biasanya mereka disebut sebagai pengunjung (*visitor*) yang terdiri dari beberapa orang dengan bermacam-macam motivasi kunjungan termasuk di dalamnya adalah wisatawan, sehingga tidak semua pengunjung termasuk wisatawan.

Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IUOTO), pengunjung yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara atau tempat tinggal

lain dan biasanya dengan maksud apapun kecuali untuk melakukan pekerjaan yang menerima upah.

Pengertian yang sama disampaikan oleh *World Tourism Organization* (WTO) yang dimaksud dengan pengunjung (*visitor*) untuk tujuan statistik , yaitu setiap orang yang mengunjungi suatu negara yang bukan merupakan negaranya sendiri dengan alasan apapun juga kecuali untuk mendapatkan pekerjaan yang dibayar oleh negara yang dikunjunginya.

Dengan demikian ada dua kategori pengunjung, yaitu :

1. Wisatawan (*tourist*) yaitu pengunjung yang tinggal sementara sekurang-kurangnya selama 24 jam di negara yang kunjunginya dan tujuan perjalanannya dapat digolongkan kedalam klasifikasi sebagai berikut :
   a. Pesiar (*leisure*), untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan dan olahraga.
   b. Hubungan dagang (*business*), keluarga, konferensi, misi, dan lain sebagainya.
2. Pelancong (*exursionist*) yaitu pengunjung sementara yang tinggal di suatu negara yang dikunjungi dalam waktu kurang dari 24 jam.

Dari beberapa pengertian tersebut, dalam studi ini yang dimaksud dengan pengunjung adalah seseorang yang melakukan kunjungan pada objek dan daya tarik wisata, yang dalam hal ini adalah objek wisata ilmiah Kebun Binatang Bandung sebagai lokasi penelitian baik dalam pengertian wisatawan.

Pendekatan modern dalam pengembangan pariwisata aspek pengunjung sebagai komponen permintaan ini menjadi pertimbangan utama, pengembangan pariwisata dapat dilakukan dengan pendekatan yang berorientasi pada pasar (wisatawan) dan pada dasarnya wisatawan juga merupakan media dalam mempromosikan produk wisata.

Bentuk promosi terhadap suatu produk wisata yang dilakukan oleh pengunjung antara lain dilakukan dengan saling tukar menukar informasi, berbagai pengalaman dari mulut ke mulut kepada orang-orang disekitarnya. Pengalaman ataupun kepuasan seseorang yang telah menikmati suatu produk atau perjalanan merupakan suatu media yang paling ampuh guna dijadikan media

promosi dalam bentuk *by mouth promotion* yang paling dipercaya kebenarannya (Yusuf, 2005). Dengan demikian pengunjung memiliki peran penting dalam melakukan promosi terhadap suatu objek dan daya tarik wisata, secara tidak langsung ia sebagai agen dalam berpromosi (*agent of promotion*). Proses penyebarluasan pengalaman oleh pengunjung disajikan pada gambar 2.1.

2.5.2 Karakteristik Pengunjung

Karakteristik pengunjung dapat dibedakan kedalam dua jenis, yaitu karakteristik sosial-ekonomi dan karakteristik perjalanan wisata (Smith, 1989 : 24-25, 27-28).

Dalam hal ini karakteristik pengunjung memberikan pengaruh yang tidak langsung terhadap pengembangan pariwisata. Tidak dapat diterapkan secara langsung langkah-langkah yang harus dilakukan hanya dengan melihat karakteristik pengunjung, melainkan perlu dilihat pula keterkaitannya terhadap persepsi pengunjung.

Pengunjung pada suatu objek dan daya tarik wisata masing-masing memiliki karakteristik dan pola kunjungan, kebutuhan ataupun alasan seseorang melakukan kunjungan ke suatu objek dan daya tarik wisata masing-masing berbeda hal ini perlu menjadi pertimbangan bagi penyedia pariwisata, sehingga dalam menyediakan produk dapat sesuai dengan minat dan kebutuhan pengunjung. Karakteristik pengunjung meliputi :

a. Jenis kelamin yang dikelompokan menjadi laki-laki dan perempuan
b. Usia, yaitu umur responden pada saat melakukan survey
c. Kota atau daerah tempat tinggal responden
d. Tingkat pendidikan
e. Status perkawinan
f. Status pekerjaan
g. Pendapatan, dalam hal ini pendapatan per bulan responden.

Sedangkan pola kunjungan responden meliputi :

a. Maksud kunjungan yang merupakan tujuan utama melakukan perjalanan wisata.

b. Frekuensi kunjungan yaitu banyaknya kunjungan wisata yang pernah dilakukan responden.
c. Teman perjalanan adalah orang atau sekelompok orang yang bersama-sama dengan responden melakukan perjalanan wisata.
d. Alat transportasi yang digunakan yaitu alat transportasi yang dipilih untuk melakukan kunjungan wisata.
e. Lama waktu kunjungan adalah jumlah waktu yang dihabiskan responden selama berada di objek wisata.
f. Waktu berkunjung yaitu hari yang dipilih untuk melakukan kunjungan wisata.
g. Besar pengeluaran adalah jumlah pengeluaran atau biaya selama melakukan kunjungan perjalanan wisata.
h. (Martin, Heath, Koswara, dalam Nursusanti, 2005:19).

2.5.3 Motivasi PerjalananWisata

Motivasi seseorang mengunjungi sebuah daerah tujuan wisata dapat dikelompokan menjadi dua (2) faktor, faktor irasional (dorongan bawah sadar) dan faktor rasional (dorongan yang disadari).

a. Faktor irasional
   - Lingkup pergaulan
   - Tingkah laku (*prestige*)
   - Tiruan dan mode
   - Pengalaman pribadi
   - Keagamaan
   - Hubungan masyatakat dan promosi pariwisata
   - Iklan dan penyebaran informasi
   - Kondisi ekonomi
b. Faktor rasional
   - Sumber-sumber wisata (aset wisata)
   - Fasilitas wisata
   - Kondisi lingkungan wisata
   - Keramah-tamahan penduduk sekitar terhadap pendatang

- Situasi politik
- Keadaan geografis

2.6 Perencanaan Pariwisata

Perencanaan merupakan suatu rangkaian kegiatan (proses) untuk mencapai suatu tujuan (keadaan yang lebih baik) di masa mendatang dengan mengelola sumber daya dan potensi yang ada. Suatu perencanaan terdiri dari beberapa rangkaian kegiatan dan juga proses yang dilakukan untuk mencapai suatu tujuan yang telah ditentukan untuk masa depan yang lebih baik dari masa sekarang dengan mengelola dan mengoptimalkan potensi atau sumber daya yang ada sebaik mungkin.

Sedangkan perencanaan pariwisata adalah suatu proses yang dilakukan untuk memajukan sektor/ kegiatan pariwisata di suatu tempat (tujuan/ objek wisata) dengan mengolah sumber daya dan potensi pariwisata yang tersedia di lokasi tersebut. Dalam suatu konsep perencanaan parwisisata, para pengembang harus memperhatikan semua aspek pendukung pariwisata, karena pariwisata merupakan kegiatan yang berlangsung di atas permukaan tanah dan menyangkut semua bentuk-bentuk unsur alam, air, udara, kehidupan liar didalamnya, bentang alam, hutan, iklim, sungai, laut, pantai dan lainnya. Selain faktor alam terdapat pula faktor-faktor lainnya yaitu faktor buatan manusia seperti pasar, transportasi, dan karakteristik masyarakat setempat.

2.7 Komponen Pengembangan Pariwisata

Untuk melihat perjalanan kepariwisataan secara menyeluruh terdapat komponen-komponen pariwisata yang mempengaruhinya. Komponen pengembangan pariwisata terbagi atas dua faktor, yaitu komponen penawaran (*supply*) dari pariwisata dan komponen permintaan (*demand*) dari pariwisata.

Dalam pengembangan pariwisata terdapat sistem keterkaitan antara komponen sediaan (*supply*) pariwisata dan komponen permintaan (*demand*) dalam hal ini pengunjung ataupun wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara.

1. Komponen Sediaan (*Supply*) Pariwisata

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

Sediaan pariwisata merupakan sesuatu yang harus ada mencakup segala sesuatu untuk ditawarkan kepada pengunjung, sediaan ini bisa berupa buatan manusia maupun alami yang memang ada tanpa harus ada campur tangan manusia untuk pengadaannya.

Komponen sediaan pariwisata menurut Gunn, terdiri atas atraksi, servis atau pelayanan, transportasi, informasi dan promosi (Gunn,2002:41-57).

a. Atraksi; merupakan daya tarik utama orang melakukan perjalanan, atraksi memiliki dua fungsi yaitu sebagia daya pikat, perangsang orang untuk melakukan perjalanan dan sebagai pemberi kepuasan kepada pengunjung.
b. Servis; merupakan pelayanan atau fasilitas-fasilitas yang disediakan termasuk didalamnya fasilitas restoran atau rumah makan, agen perjalanan, serta toko-toko yang menyajikan barang khas daerah.
c. Promosi; merupakan kegiatan yang penting dalam pengembangan pariwisata yang dapat dilakukan oleh pemerintah atau swasta. Kegiatan promosi ini dapat dilakukan dengan memasang iklan melalui kegiatan kehumasan maupun memberikan intentif, misalnya potongan tiket masuk.
d. Transportasi; merupakan komponen penting dalam sistem kepariwisataan yang berarti pula sebagai aksesibilitas atau kemudahan untuk mencapai ke suatu lokasi daya tarik wisata.
e. Informasi; adalah adanya informasi perjalanan, informasi dapat disajikan dalam bentuk peta, buku petunjuk, artikel dalam majalah, brosur maupun melalui internet.

Pendapat lain tentang komponen sediaan pariwisata disampaikan oleh Peter Mason yang menyatakan bahwa komponen produk wisata terdiri atas tiga

komponen yaitu daya tarik, fasilitas dan aksesibilitas (Poerwanto, 2004:79) sehingga dalam pengembangan pariwisata mendasarkan pada tiga komponen tersebut.

a. Daya tarik (*attraction*);
b. Fasilitas wisata (*amenitis*);
c. Aksesibilitas;
d. Keamanan.

Sedangkan menurut Direktorat Jendral Pariwisata Republik Indonesia menyebutkan berkembangnya pariwisata sangat tergantung pada empat faktor yaitu :

1. *Attractions* (daya tarik);
   - *Site attractions* (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah).
   - *Event attractions* (kejadian atau peristiwa) misalnya konggres, pameran atau peristiwa lainnya.
2. *Amenities* (fasilitas)
3. Aksesibilitas adalah tempatnya tidak terlampau jauh, tersedianya transportasi ke lokasi tersebut secara teratur, sering, murah, aman dan nyaman.
4. *Tourist organization* untuk menyusun suatu kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata serta mempromosikan daerah sehingga dikenal orang.

Berdasarkan pendapat ahli dan lembaga otoritas pariwisata tersebut diatas maka dapat diketahui bahwa sebenarnya diantara komponen-komponen tersebut maka dalam penelitian ini yang dimaksud dengan komponen sediaan (*supply*) pariwisata dalam pengembangan pariwisata adalah daya tarik wisata, fasilitas wisata, aksesibilitas dan lembaga pariwisata.

2. Komponen Permintaan (*Demand*) Pariwisata

Permintaan atau *demand* pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubung dengan jumlah wisatawan secara kuantitatif. Permintaan pariwisata dapat dibagi menjadi dua (2) komponen, yaitu :

1. Wisatawan/ pengunjung

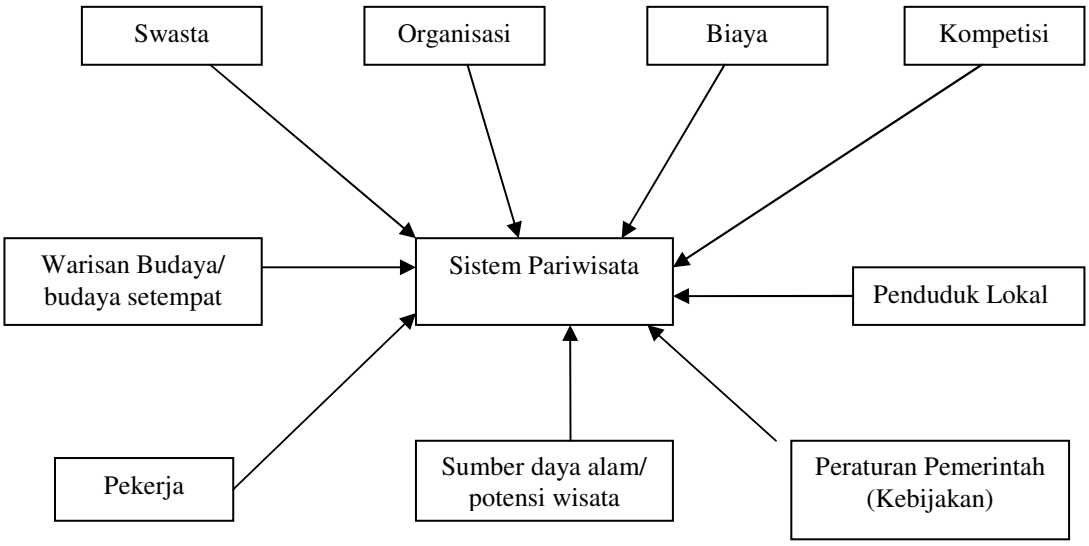
Menurut Salah Wahab (1975) pengunjung terbagi menjadi dua (2), yaitu pengunjung potensial adalah sejumlah orang yang secara potensial sanggup dan mampu melakukan perjalanan wisata. Sedangkan pengunjung sebenarnya/ aktual adalah sejumlah orang yang sebenarnya berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, artinya sejumlah wisatawan yang secara nyata sedang berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata.

2. Masyarakat setempat

Masyarakat lokal adalah pihak yang paling akan menerima dampak dari kegiatan wisata yang dikembangkan di daerahnya. Oleh karena itu aspirasi masyarakat sangatlah penting dan komponen permintaan yang perlu dipertimbangkan dalam pengembangan wisata. Aspirasi masyarakat khususnya masyarakat setempat dalam pengembangan pariwisata sangat dibutuhkan dengan tujuan untuk menimbulkan hubungan saling menguntungkan antara pengelola pariwisata dengan masyarakat sehingga menjadi sebuah *multiplier effect* yang positif bagi perekonomian masyarakat setempat.

2.8 Faktor-faktor Eksternal Pariwisata

Dalam perencanaan pariwisata tidak hanya terkonsentrasi pada hal komponen pariwisata yaitu *tourist attraction* dan *tourist service* tetapi terdapat faktor-faktor eksternal yang juga memiliki dampak yang sama besar dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata.faktor-faktor eksternal ini turut membantu dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, penetapan fungsi wisata, dan kritik perencanaan pariwisata (Gunn, 2002).



Gambar 2.1

Aspek-aspek pendukung sistem pariwisata

1. Sumber daya alam

Dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, sumber daya alam atau potensi wisata alam merupakan salah satu tujuan kedatangan wisatawan ke daerah tujuan wisata. sumber daya alam khususnya potensi alam yang memiliki bentuk unik yang bisa menjadi daya tarik wisata sangat penting nagi wisatawan, bahwa wisatawan tidak hanya memerlukan kunjungan atau wisata yang mengasyikan ke tempat-tempat hiburan seperti pusat perbelanjaan, taman bermain dan pusat kegiatan di kota besar, tetapi wisata bentuk wisata yang berbeda dan menyatu dengan alam. Dalam *tourism planning* (Gunn, 60 : 2002) secara umum, hal-hal yang menjadi daya tarik wisatawan dalam wisata alam terdapat lima (5) aspek, yaitu air, topografi, vegetasi, kehidupan liar dan iklim bentuk-bentuk wisata berdasarkan lima (5) aspek tersebut diantaranya.

Tabel 2.5

Jenis wisata berdasarkan aspek sumber daya alam

Sumber daya	Jenis wisata
Air	Memancing, ski air, piknik, menyelam, festival, fotografie bawah air, berenang, kano, arung jeram, bersampan, boat cruise, dan lain-lain

Topografi	Area olah raga musiman, panjat tebing, paragliding, taman, panorama alam, potografi, dan lain-lain
Vegetasi	Bumi perkemahan, fotografi, taman bunga, hutan, area konservasi, dan lain-lain
Kehidupan liar	Cagar alam, berburu, fotografi, dan lain-lain
Iklim	Area olah raga musiman, *sunbathing*, resort musiman, wisata pantai dan lain-lain

Sumber : Clare E. Gunn, *Tourism Planning* : 43

2. Warisan budaya/ budaya setempat

Seiring dengan perubahan dan perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi, budaya dan adat istiadat mulai memudar dari kehidupan masyarakat. Dengan adanya perubahan ini, nilai-nilai budaya dan adat istiadat dapat dijadikan sebagai salah satu daya tarik wisata baik itu hanya sekedar rasa keingin tahuan ataupun untuk penelitian. Warisan budaya tidak hanya dari sis adat istiada tetapi dapat berupa situs-situs jama prasejarah, penemuan arkeologis, bangunan bersejarah, museum, galeri seni dan hal-hal mengenai budaya.

3. Swasta

Dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata, pihak swasta merupakan salah satu faktor yang sangat dibutuhakn dalam kegiatan ini. Swasta merupakan pihak yang dapat melihat peluang dalam suatu daerah tujuan wisata dan mengembangkannya serta menjadikannya sebagai obyek wisata unggulan. Dengan adanya pihak swasta, kegiatan pariwisata di suati destinasi wisata dapat berkembang karena tujuan utama dati pihak swasta ini adalah pariwisata yang bernilai komersil dan mencari keuntungan.

4. Biaya

Tidak dapt dipungkiri bahwa dalam pengembangan pariwisata biaya sangatlah dibutuhkan, dalam pengembangannya tidak sedikit biaya yang dibutuhkan untuk pengembangan pariwiata ini. Investor/swasta merupakan salah satu pihak yang dapat diandalkan dalam pengembangan pariwisata.

5. Pekerja

Ketersediaan sumber daya yang terdidik dan terlatih sangat mempengaruhi dalam pengembangan dan perencanaan pariwisata. Kebutuhan pasar akan sumber daya manusia yang terdidik, terlatih dan berkompeten dalam bidang pariwisata sangat dibutuhkan.

6. Kompetisi

Pariwisata sebagai suatu sistem menjadikannya sebagai kegiatan ekonomi yang siap bersaing. Bahwa persaingan merupakan salah satu faktor yang dibutuhakan untuk kemajuan dan perbaikan pariwisata, karena jika terdapat pesaing yang menawarkan produk yang lebih baik dan sesuai dengan permintaan pasar, maka akan terjadi perubahan jumlah pengunjung dan sudah menjadi keharusan bagi suatu obyek wisata untuk dapat bersaing dan berkreatifitas dengan menawarkan produk-produk wisata yang berbeda sehingga tetap eksis dan berkembang.

7. Komunitas/ penduduk lokal setempat

Sebagaimana telah dibahas pada sub-bab sebelumnya, bahwa masyarakat setempat merupakan faktor yang menjadi obyek langsung dari dampak kegiatan pariwisata, baik itu dampak lingkunga, ekonomi, social maupun budaya. Dengan berkembangnya kegiatan pariwisata dilingkungan masyarakat setempat, maka berubah pula system kehiduoan didalamnya, lingkungan, budaya, ekonomi. Jadi dengan berkembangnya kegiatan pariwisata harus berdampak positif terhadap kehidupan masyarakat setempat.

8. Kebijakan pemerintah

Dari pemerintahan pusat menuju pemerintah daerah, kebijakan dan hukum yang berlaku berdampak terhadap pariwisata yang ada.

9. Organisasi

Berdasarkan pada faktor-faktor eksternal di atas, organisasi merupakan actor yang berperan penting dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata. Organisasi yang turut berperan penting dalam perencanaan dan pengembangan pariwisata adalah konsultan perencanaan. Tidak hanya pihak pemerintah yang menggunakan jasa konsulktan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata di wilayahnya tetap pihak swasta pun menggunakan jasa konsultan perencanaan. Pihak organisasi konsultan ini sangatlah berperan karena pihak ini yang merupakan penentu dalam perencanaan dan pengembangan suatu daerah tujuan wisata.

2.9 Pesisir

Pesisir merupakan suatu wilayah yang sangat penting dan berarti bagi kehidupan manusia di bumi. Menurut Edgreen tahun 1993 memperkirakan sekitar 50-70% dari 5,2 milyar penduduk bumi tinggal di pesisir (Asbar IPB, 2002).

2.9.1 Definisi Pesisir

Dalam pengertiannya maka terdapat beberapa definisi mengenai pesisir, menurut Ketchum pesisir didefinisikan sebagai daerah dimana daratan dan lautan bertemu, dengan bagian daratan yang kering dan lautan yang berdekatan dengan air dan tanah yang terbenam dimana proses-proses daratan dan guna lahan secara langsung mempengaruhi proses-proses di lautan dan penggunaanya dan sebaliknya.

Sedangkan menurut administrasi pesisir adalah daerah yang relatif kecil menyangkut hubungan antara darat dan laut yang bisa daerah seluas beberapa ratus meter sampai beberapa kilometer atau mulai dari daerah darat terus mencapai batas laut ke daerah lepas pantai menurut jurisdiksi nasional.

Kesepakatan internasional mendefinisikan bahwa pesisir merupakan wilayah peralihan antara lautan dan daratan ke daerah darat mencakup daerah yang masih terkena pengaruh percikan air laut atau pasang surut, ke arah laut meliputi daerah paparan benua.

Maka dari definisi-definisi di atas bisa disimpulkan bahwa pesisir merupakan suatu daerah yang didalamnya mencakup wilayah daratan dan lautan dengan wilayah daratan yang masih terkena pengaruh laut dan wilayah lautan yang meliputi daerah paparan benua, dimana proses-proses guna lahan yang terjadi akan saling mempengaruhi kedua wilayah (daratan dan lautan) tersebut.

2.9.2 Pariwisata Pesisir

Dalam pengembangan pariwisata perlu ditinjau jenis-jenis pariwisata yang potensial untuk dikembangkan yang berada pada daerah tujuan wisata, karena hal ini akan sangat berpengaruh terhadap motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan wisata pada objek wiata tersebut. Maka salah satu jenis pariwisata yang potensial untuk dikembangkan adalah pariwisata pesisir, yaitu suatu kegiatan mengunjungi daerah lain khususnya daerah sekitar pantai untuk melakukan kegiatan lain selain bekerja untuk mendapatkan kepuasan dan rekreasi.

2.10 Dampak Pariwisata

Pengembangan pariwisata menciptakan lapangan kerja dan kesempatan berusaha, mempertahankan dan meningkatakan lingkungan, serta meningkatakan pertumbuhan ekonomi wilayah. Akan tetapi pengembangan pariwisata juga dapat menjadi hal yang sangat merugikan, terutama jika berhubungan degan penurunan nilai kelestarian lingkungan. Berikut dipaparkan dampak negatif yang dihasilkan pariwisata terhadap lingkungan fisik alami (Hartanto, dalam Seminar Planning Sustainable Tourism, 1996).

1. Flora dan fauna

- Adanya ganguan terhadap perkembangbiakan spesies tertentu yang diakibatkan oleh aktivitas dan kegiatan para wisatawan.
- Lenyapnya populasi spesies tertentu
- Perusakan vegetasi yang disebabkan oleh pembangunan

2. Masyarakat setempat

Masyarakat lokal adalah pihak yang paling akan menerima dampak dari kegiatan wisata yang dikembangkan di daerahnya. Oleh karena itu aspirasi

masyarakat sangat dibutuhkan dan merupakan salah satu komponen yang sangat penting dalam pengembangan pariwisata.

3. Polusi

- Timbulnya polusi air karena kegiatan-kegiatan para wisatawan
- Polusi udara yang disebabkan oleh emisi kendaraan bermotor
- Polusi suara yang disebabkan oleh sesaknya kegiatan manusia dan kemacetan lalu lintas serta tidak terkontrolnya kehidupan malam.

4. Erosi

- Timbulnya landslide yang diakibatkan oleh terkontrolnya daerah terbangun dan penggundulan hutan.
- Kerusakan tepi sungai duakibatkan oleh tak terawasinya aktivitas pelayaran sungai

5. Sumber daya alam

- Surutnya sumber daya air tanah dan penipisan tanah dikarenakan terlalu padatnya daerah terbangun dan rusaknya sumber daya mata air
- Bahaya kebakaran disebabkan oleh wisatawan yang tidak bertanggung jawab

6. Dampak visual

- Daerah terbangun yang tida asri disebabkan oleh kurangnya perencanan dan pengawasan
- Pemandangan kumuh yang disebabkan oleh sampah dan kurangnya kesadaran akan kebersihan

2.11 Kebijakan Yang Berpengaruh Terhadap Wilayah Studi

Pada sub bab ini akan dibahas mengenai kebijakan-kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan yaitu mengenai pariwisata di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Tasikmalaya.

2.11.1 Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Tasikmalaya

Kebijakan tata ruang Kabupaten Tasikmalaya mengacu pada RTRW Kabupaten Tasikmalaya tahun 2004-2014, dimana dalam RTRW disebutkan bahwa wilayah pesisir Kabupaten Tasikmalaya yang menjadi wilayah studi termasuk ke dalam salah satu Wilayah Pengembangan Utama (WPU), yaitu Wilayah Pengembangan Utama Selatan (WPU-S). fungsi dari pembentukan Wilayah Pengembangan Utama (WPU) ini adalah untuk :

1. Membentuk satuan wilayah pembangunan yang memiliki keterkaitan fungsional antara pusat pertumbuhan di suatu wilayah pengembangan lainnya secara terintegrasi dalam suatu sistem perwilayahan.
2. Mengarahkan orientasi pergerakan ekonomi yang berorientasi pemasaran dan pemenuhan kebutuhan pertumbuhan wilayah sendiri.
3. Mengarahkan penyebaran kegiatan pelayanan yang proporsional dan terstruktur berdasarkan skala dan tingkat pelayanannya untuk mencapai pemerataan pelayanan.

Wilayah Pengembangan Utama Selatan (WPU-S) ini terdiri dari 2 (dua) Satuan Wilayah Pengembangan (SWP), yaitu Satuan Wilayah Pengembangan (SWP) V dengan luas ±70.576,08 ha yang mencakup Wilayah Kecamatan Karangnunggal, Bantarkalong, Culamega, Bojongasih, Parungponteng, Cibalong, dan Cipatujah. Satuan Wilayah Pengambangan (SWP) VI dengan luas ±47.634,17 ha yang meliputi Wilayah Kecamatan Cikatomas, Cikalong dan Pancatengah. Pusat kegiatan dari WPU-S ini adalah Kota Kecamatan Karangnunggal, dengan fungsi utama dari WPU-S ini adalah sebagai wilayah pengambangan kegiatan kepariwisataan dan produk kelautan, dimana dalam RTRW disebutkan bahwa Kabupaten Tasikmalaya ditetapkan sebagai Pusat Kegiatan Wilayah (PKW). RTRTW Provinsi Jawa Barat tahun 2003 juga menetapkan rencana pengembangan yang meliputi darat, laut dan udara, sumber daya air dan irigasi, listrik dan telekomunikasi, serta prasarana perumahan dan pemukiman. Dalam kaitannya dengan penataan ruang maka wilayah pesisir Kabupaten Tasikmalaya ditetapkan wilayah pengembangannya dapat dilihat pada **tabel 2.2.**

Tabel 2.6

Program Pengembangan Wilayah Pesisir Kab. Tasikmalaya

No	Kecamatan	Pengembangan wilayah
1	Kec. Cipatujah	1. Pariwisata pantai 2. Perikanan laut dan pengembangan hasil laut 3. Konservasi wilayah pantai 4. Jasa transportasi laut 5. Pelabuhan cabang pangkalan pendaratan ikan (PPI) (Pamayangsari, Cikawunggading) 6. Perkebunan kelapa
2	Kec. Karangnunggal (Desa Cidadap)	1. Perkebunan karet 2. Industri 3. Pertanian 4. Industri pertambangan
3	Kec. Cikalong	1. Pariwisata pantai 2. Konservasi wilayah pantai 3. Pelabuhan cabang pangkalan pendaratan ikan (PPI) (Cimanuk) 4. Budidaya rumput laut 5. Perkebunan kelapa dan karet 6. Pengolahan hasil tambang

Sumber : RTRW Kabupaten Tasikmalaya 2004, BAPEDA Kabupaten Tasikmalaya

2.11.2 Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPDA) Kabupaten Tasikmalaya

Berdasarkan pada Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPDA) Kabupaten Tasikmalaya tahun 2007 bahwa kawasan yang akan dikembangkan sebagai destinasi wisata diulas dalam kawasan cepat tumbuh yaitu kawasan yang memiliki sektor potensial untuk tumbuh dan berkembang, meliputi :

- Kawasan Pantai Cipatujah dengan arahan dikembangkan sebagai sektor wisata pantai,

- Kawasan Pantai Sindangkerta dengan arahan dikembangkan sektor wisata pantai dan kawasan lindung,
- Kawasan Pantai Pamayangsari dengan arahan dikembangkan sektor wisata pantai dan pelabuhan perikanan,
- Kawasan Pantai Karangtawulan dengan arahan dikembangkan sektor wisata pantai,
- Kawasan Kampung Naga dengan arahan dikembangkan sektor wisata budaya,
- Kawasan Rajapolah dengan arahan dikembangkan sektor industri.

Dengan melihat pada Rencana Induk Pengembangan Pariwisata (RIPPDA) Kabupaten Tasikmalaya tahun 2007, bahwa Kabupaten Tasikmalaya berpotensi untuk dikembangkan menjadi salah satu tujuan wisata unggulan Provinsi Jawa Barat bagian selatan dengan ditopang oleh ketersediaan dan variasi produk wisata alam, sejarah, budaya, dan pendidikan yang didukung prasarana dan sarana pariwisata yang perlu dikembangkan. Dengan memanfaatkan posisi yang berada di jalur selatan Jawa dan potensi yang dimiliki, dapat tumbuh berkembang fasilitas dan sarana pendukung pariwisata, seperti hotel, sarana makan-minum atau restoran, lokasi perbelanjaan dan sebagainya. Dalam perkembangannya, ketersediaan sarana wisata ini bisa menjadi daya tarik wisata yang kuat bagi Kabupaten Tasikmalaya.

2.12 Analitycal Hierarchy Process (AHP)

Metode AHP dikembangkan oleh Thomas L. Saaty, seorang ahli matematika. Metode ini adalah sebuah kerangka untuk mengambil keputusan dengan efektif atas persoalan yang kompleks dengan menyederhanakan dan mempercepat proses pengambilan keputusan dengan memecahkan persoalan tersebut kedalam bagian-bagiannya, menata bagian atau variabel ini dalam suatu susunan hirarki, member nilai numerik pada pertimbangan subjektif tentang pentingnya tiap variabel dan mensintesis berbagai pertimbangan ini untuk menetapkan variabel yang mana yang memiliki prioritas paling tinggi dan bertindak untuk mempengaruhi hasil pada situasi tersebut. Metode AHP ini membantu memecahkan persoalan yang kompleks dengan menstruktur suatu

hirarki kriteria, pihak yang berkepentingan, hasil dan dengan menarik berbagai pertimbangan guna mengembangkan bobot atau prioritas. Metode ini juga menggabungkan kekuatan dari perasaan dan logika yang bersangkutan pada berbagai persoalan, lalu mensintesis berbagai pertimbangan yang beragam menjadi hasil yang cocok dengan perkiraan kita secara intuitif sebagaimana yang dipresentasikan pada pertimbangan yang telah dibuat. (Saaty, 1993).

AHP dapat digunakan dalam memecahkan berbagai masalah diantaranya untuk mengalokasikan sumber daya, analisis keputusan manfaat atau biaya, menentukan peringkat beberapa alternatif, melaksanakan perencanaan ke masa depan yang diproyeksikan dan menetapkan prioritas pengembangan suatu unit usaha dan permasalahan kompleks lainnya. Secara umum, langkah-langkah dasar dari AHP dapat diringkas dalam penjelasan berikut ini:

1. Mendefinisikan masalah dan menetapkan tujuan. Bila AHP digunakan untuk memilih alternatif atau penyusunan prioritas alternatif, maka pada tahap ini dilakukan pengembangan alternatif.
2. Menyusun masalah dalam struktur hirarki. Setiap permasalahan yang kompleks dapat ditinjau dari sisi yang detail dan terstruktur.
3. Menyusun prioritas untuk tiap elemen masalah pada tingkat hirarki. Proses ini menghasilkan bobot elemen terhadap pencapaian tujuan, sehingga elemen dengan bobot tertinggi memiliki prioritas penanganan. Langkah pertama pada tahap ini adalah menyusun perbandingan berpasangan yang ditransformasikan dalam bentuk matriks, sehingga matriks ini disebut matriks perbandingan berpasangan.

Menurut Saaty, ada tiga prinsip dalam memecahkan persoalan dengan AHP, yaitu prinsip menyusun hirarki (*Decomposition*), prinsip menentukan prioritas (*Comparative Judgement*), dan prinsip konsistensi logis (*Logical Consistency*). Hirarki yang dimaksud adalah hirarki dari permasalahan yang akan dipecahkan untuk mempertimbangkan kriteria-kriteria atau komponenkomponen yang mendukung pencapaian tujuan. Dalam proses menentukan tujuan dan hirarki tujuan, perlu diperhatikan apakah kumpulan tujuan beserta kriteria-kriteria yang

bersangkutan tepat untuk persoalan yang dihadapi. Dalam memilih kriteria-kriteria pada setiap masalah pengambilan keputusan perlu memperhatikan kriteria-kriteria sebagai berikut:

a. Lengkap, kriteria harus lengkap sehingga mencakup semua aspek yang penting, yang digunakan dalam mengambil keputusan untuk pencapaian tujuan.
b. Operasional, operasional dalam artian bahwa setiap kriteria ini harus mempunyai arti bagi pengambil keputusan, sehingga benar-benar dapat menghayati terhadap alternatif yang ada, disamping terhadap sarana untuk membantu penjelasan alat untuk berkomunikasi.
c. Tidak berlebihan, menghindari adanya kriteria yang pada dasarnya mengandung pengertian yang sama.
d. Minimum, diusahakan agar jumlah kriteria seminimal mungkin untuk mempermudah pemahaman terhadap persoalan, serta menyederhanakan persoalan dalam analisis.

1. Prinsip Menyusun Hirarki (*Decomposition*)

Setelah persoalan didefinisikan maka perlu dilakukan *decomposition*, yaitu memecah persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya. Jika ingin mendapatkan hasil yang akurat, pemecahan juga dilakukan terhadap unsur-unsurnya sehingga didapatkan beberapa tingkatan dari persoalan tadi. Karena alasan ini maka proses analisis ini dinamai hirarki (*Hierarchy*). Pembuatan hirarki tersebut tidak memerlukan pedoman yang pasti berapa banyak hirarki tersebut dibuat, tergantung dari pengambil keputusan-lah yang menentukan dengan memperhatikan keuntungan dan kerugian yang diperoleh jika keadaan tersebut diperinci lebih lanjut. Ada dua jenis hirarki, yaitu hirarki lengkap dan hirarki tidak lengkap. Dalam hirarki lengkap, semua elemen pada semua tingkat memiliki semua elemen yang ada pada tingkat berikutnya. Jika tidak demikian maka dinamakan hirarki tidak lengkap.

2. Prinsip Menentukan Prioritas (*Comparative Judgement*)

Comparatif Judgement, prinsip ini berarti membuat penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkat yang diatasnya. Penilaian ini merupakan inti dari AHP, karena akan berpengaruh terhadap prioritas elemen-elemen. Hasil dari penilaian ini akan ditempatkan dalam bentuk matriks yang dinamakan matriks *pairwise comparison*. Dalam melakukan penialaian terhadap elemen-elemen yang diperbandingkan terdapat tahapan-tahapan, yakni:

a. Elemen mana yang lebih (penting/disukai/berpengaruh/lainnya)
b. Berapa kali sering (penting/disukai/berpengaruh/lainnya). Agar diperoleh skala yang bermanfaat ketika membandingkan dua elemen, perlu dipahami tujuan yang diambil secara umum. Dalam penyusunan skala kepentingan, Saat menggunakan patokan pada tabel berikut.

Intensitas Kepentingannya	Definisi	Penjelasan
1	Kedua elemen sama pentingnya	Dua elemen menyumbangnya sama besar pada sifat itu
3	Elemen yang satu sedikit lebih penting ketimbang yang lainnya	Pengalaman dan pertimbangan sedikit menyokong satu elemen atas yang lainnya
5	Elemen yang satu esensial atau sangat penting ketimbang elemen yang lainnya	Pengalaman dan pertimbangan dengan kuat menyokong satu elemen atas elemen yang lainnya
7	Satu elemen jelas lebih penting dari elemen yang lainnya	Satu elemen dengan kuat disokong, dan dominannya telah terlihat dalam praktek
9	Satu elemen mutlak lebih penting ketimbang elemen yang lainnya	Bukti yang menyokong elemen yang satu atas yang lain memiliki tingkat penegasan tertinggi yang mungkin menguatkan
2,4,6,8	Nilai-nilai diantara dua pertimbangan yang berdekatan	Kompromi diperlukan antara dua pertimbangan
Kebalikan	Jika untuk aktivitas *i* mendapat satu angka bila dibandingkan dengan suatu aktivitas *j*, maka *j* mempunyai nilai kebalikannya bila dibandingkan dengan aktivitas *i*.	

Dalam penilaian kepentingan relatif dua elemen berlaku aksioma reciprocal, artinya jika elemen i dinilai 3 kali lebih penting dibanding j, maka elemen j harus sama dengan 1/3 kali pentingnya dibanding elemen i. Disamping

itu, perbandingan dua elemen yang sama akan menghasilkan angka 1, artinya sama penting. Dua elemen yang berlainan dapat saja dinilai sama penting. Jika terdapat m elemen, maka akan diperoleh matriks *pairwise comparison* berukuran m x n. Banyaknya penilaian yang diperlukan dalam menyusun matriks ini adalah n(n-1)/2 karena matriks *reciprocal* dan elemen-elemen diagonalnya sama dengan 1.

Setelah didapat hasil dari *pairwise comparison*, dilakukan *synthesis of priority* dari setiap matriks *pairwise comparison* kemudian dicari nilai *eigen vector*nya untuk mendapatkan *local priority*. Karena matriks-matriks *pairwise comparison* terdapat pada setiap tingkat, maka untuk mendapatkan *global priority* harus dilakukan sintesis antara *local priority*. Pengurutan elemen-elemen menurut kepentingan relatif melalui prosedur sintesis dinamakan *priority setting*.

3. Prinsip Konsistensi Logis (*Logical Consistency*)

Konsistensi memiliki dua makna, pertama adalah objek-objek yang serupa dapat dikelompokkan sesuai dengan keseragaman dan relevansi. Arti kedua adalah menyangkut tingkat hubungan antara objek-objek yang didasarkan pada kriteria tertentu. Pada tahapan terakhir ini maka akan didapat hasil prioritas akhir dari semuaalternatif dan criteria-kriteria yang telah ditentukan dalam hirarki.