BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Umum Pariwisata

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Secara etimologis "pariwisata" berasal dari bahasa sansekerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu "pari" yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan lengkap, dan "wisata" yang berarti perjalanan atau bepergian. Dengan demikian pengertian kata pariwisata dapat disimpulkan sebagai suatu perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain.

Menurut definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat lain, yang bersifat sementara dan dilakukan perorangan atau kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spillane, 1987: 21).

Dalam kegiatan kepariwisataan ada yang disebut subyek wisata yaitu orang-orang yang melakukan perjalanan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan wisatawan. Bermacam-macam pendapat para ahli mengenai pengertian pariwisata diantaranya :

1. Menurut Gamal Suwartono, SH

Kepariwisataan adalah suatu proses kepergian sementara dari seorang, lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan baik karena kepentingan ekonomi, sosial, budaya, polotik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain.

2. BPS 1981. 1984, 1991

Pariwisata adalah seluruh rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan gerakan manusia yang melakukan perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggal, kesuatu atau beberapa tujuan diluar lingkungan tempat tinggal yang didorong beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah tetap.

3. UU RI No. 9 tahun 1990 pasal 7 tentang kepariwisataan

Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata, dan usaha lain dibidang tersebut.

4. Dr.Hubert Gulden dalam Yoeti,1983: 108

Kepariwisataan adalah suatu seni dari lalu lintas orang, dlam mana manusia-manusia berdiam di suatu tempat asing untuk maks ud tertentu, tetapi dengan kediamannya tersebut tidak boleh dimaksudkan akan tinggal menetap untuk melakukan pekerjaan selama-lamanya atau meskipun sementara waktu, sifatnya masih berhubungan dengan pekerjaan

5. Salah Wahab dalam Yoeti, 1983: 106

Pariwisata ialah suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara bergantian diantara orang-orang dalam suatu negara itu sendiri di luar negeri untuk sementara waktu dalam mencari kepuasan yang beraneka ragam dan berbeda - beda dengan apa yang dialaminya di mana ia memp eroleh pekerjaan tetap.

6. E. Guyer Freuler (1996)

Pariwisata 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 dise babkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas masyarakat manusia sebagai hasil dari pada perkembangan perniagaan, industri, perdagangan serta penyempurnaan dari pada alat-alat pengangkutan.

Definisi kepariwisataan ini sangat beragam, maka be ragam pula definisi wisatawan. Beberapa ahli membatasi pengertian wisatawan sebagai seseorang yang melakukan perjalanan sejauh lebih dari 50 atau 100 mil (sekitar 80 atau 160 km) dari lokasi tempat tinggalnya. Sebagian definisi menyatakan bahwa hanya mereka yang menginap di luar rumah terhitung sebagai wisatawan. Definisi yang lebih sederhana menganggap bahwa setiap orang melakukan perjalanan untuk kesenangan dapat dikategorikan wisatawan *(The Dictionary of Tourism, 1981)*

Berdasarkan Smith, & Stephen L.S. (1998), wisatawan dalam kepariwisataan dapat digolongkan kedalam 5 bagian yaitu :

`

1. *Domestik Tourism* adalah pariwisata yang ditimbulkan oleh orang yang bertempat tinggal disuatu Negara yang mempunyai tempat di dalam Negara yang bersangkutan
2. *Inbound Tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan orang – orang yang bukan penduduk di suatu Negara
3. *Outbound tourism* adalah pariwisata sebagai kunjungan penduduk suatu negara ke negara lain
4. *Internal tourism* adalah merupakan kombinasi antara domestik dan *outbound tourism*
5. *Internasional tourism* adalah merupakan kombinasi *inbound* dan *outbound tourism*. Wisatawan dapat dibedakan lagi menjadi wisatawan Internasional *(mancanegara)* adalah yang melakukan perjalanan wisata diluar negerinya, dan wisatawan didalam negerinya. Wisatawan Nasional menurut Biro Pusat Statistik adalah sebagai berikut :

Wisatawan Nasional *(Domestik)* adalah penduduk Indonesia yang melakukan perjalanan di wilayah Indonesia diluar tempatnya berdomisili , dalam jangka waktu sekurang-kurangya 24 jam atau menginap untuk masuk apapun kecuali kegiatan yang mendatangkan nafkah ditempat yang dikunjungi (Direktorat Jendral Pariwisata,1985;17).

World Tourism Organization (WTO) mendefinisikan Wisatawan Nasional adalah sebagai berikut :

"orang – orang yang bertempat tinggal dalam satu Negara, terlepas dari kebangsaannya, yang melakukan perjalanan kesatu tempat dalam Negara tersebut diluar tempat tinggalnya sekurang-kurangnya selama 24 jam/semalam, untuk tujuan apapun. Selain untuk mendapatkan penghasilan ditempat yang dikunjunginya".

2.1.2 Pengertian Wisata Pantai

Pengertian tentang wisata dapat dilihat dalam Undang-Undang Republik Indonesia No. 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisataan, yaitu kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela bersifat sementara. Pantai adalah perbatasan antara daratan dan laut, sedangkan laut

`

adalah kumpulan air dalam jumlah banyak yang membagi daratan atas benua-benua dan pulau-pulau. Jadi, wisata pantai dapat diartikan sebagai wisata yang memanfaatkan potensi sumber daya alam pantai beserta komponen pendukungnya, baik alami maupun buatan atau gabungan keduanya itu (John 0. Simond, 1978).

Obyek wisata pantai adalah elemen fisik dari pantai yang dapat dijadikan lokasi untuk melakukan kegiatan wisata, obyek tersebut yaitu (John 0. Simond, 1978):

1. Pantai, merupakan daerah transisi antara daratan dan lautan. Pantai merupakan primadona obyek wisata dengan potensi pemanfaatan, mulai dari kegiatan yang pasif sampai aktif.
2. Permukaan laut, terdapatnya ombak dan angin sehingga permukaan tersebut memiliki potensi yang berguna dan bersifat rekreatif.
3. Daratan sekitar pantai, merupakan daerah pendukung terhadap keadaan pantai, yang berfungsi sebagai tempat rekreasi dan olah raga darat yang membuat para pengunjung akan lebih lama menikmatinya.

John 0. Simond (1978) juga menyebutkan bahwa pantai dapat dibagi menjadi berbagai wilayah, yaitu:

1. *Beach*, yaitu batas antara daratan dan lautan. Biasanya berupa pantai berpasir dan landai.
2. *Dune*, yaitu daerah yang lebih tinggi dari beach. Biasanya berupa hamparan pasir yang permukaannya bergelombang atau berubah secara perlahan karena aliran laut.
3. *Coastal*, yaitu daerah yang secara periodik digenangi air yang merupakan gabungan antara *beach* dan *dune*.

2.2 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; jas a 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 i a 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.

2.2.1 Obyek 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 *atrrativ 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, t erdapat 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 II.1
Klafikasi Atraksi Berdasarkan Kepemilikan

No	Pemilik dan Pengelola		
	Pemerintah	**Lembaga Swadaya**	**Swasta**
1	Taman Nasional	Tempat bersejarah	Taman hiburan
2	Taman kota	Festival	Pusat pembelanjaan
3	Cagar alam	Bangunan bersejarah	Kapal pesiar
4	Area rekreasi	Teater	Pusat kulineri
5	Monument 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 II.2
Klafikasi Atraksi Berdasarkan Kepemilikan

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 t inggal wisatawan di daerah tujuan wisata tersebut. pengklasifikasian ini dibagi menjadi dua (2) yaitu *touring* dan *long stay* (menginap).

`

Tabel II.3
Klafikasi Atraksi Berdasarkan Kepe milikan

No	Lama Tinggal	
	Touring	**Long Stay**
1	Cagar alam	Resort
2	Gedung bersejarah	Bumi perkemahan
3	Kebun binatang	Convension center
4	Pusat kulineri	Game canter
5	Arena olahraga	Area perternakan 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 dapat 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 wisatawan menjadi rusak.

2.2.2 Sarana Pariwisata

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 pariwisata terbagi menjadi beberapa bagian baik itu sarana dan fasilitas pariwisata, tr ansportasi, travel agent, restoran, penginapan. Sarana wisata merupakan pelengkap daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Pembangunan sarana 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 selam a 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 wi satawan 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 wisat a 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 seseora ng serta lokasi tempat makannya

- Tempat belanja

  Berbelanja merupakan salah satu aktivitas kegiatan wisata dan sebagian pengeluaran wisatawan didistribusikan untuk berbelanja. Penil aian dalam penyediaan fasilitas belanja ini dilakukan terhadap ketersediaan barangbarang 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 tempat parkir, toilet/WC umum, musholla, dan lain lain.

2.3 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.

2.3.1 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.

2.3.2 Daya Tarik Wisata (Atraksi Wisata)

Daya tarik wisata (atraksi wsiata) yaitu hal-hal yang terdapat di obyekobyek 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*).

2.4 Pengunjung dan Karakteristiknya

2.4.1 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 Pantai Matras 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*)

2.4.2 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 pekerjaan
f. 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 bersamasama 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 me lakukan kunjungan perjalanan wisata.

2.4.3 Motivasi Perjalanan Wisata

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

2.4.4 Faktor Yang Mempengaruhi Perjalanan Wisata

Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perjalanan wisata adalah seba gai 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, pekerjaan 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 unsur yang berlawanan ini melahirkan berbagai jenis kegiatan rekreasi yang dapat dinikmati oleh pengunjung di suatu kawasan wisata.

`

2.5 Perencanaan Pariwisata

Perencanaan merupakan suatu rangkaian kegiatan (proses) untuk mencapai suatu tujuan (keadaan yang lebih baik) di masa menda tang 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 da ya dan potensi pariwisata yang tersedia di lokasi tersebut. Dalam suatu konsep perencanaan par iwisata, para pengembang harus memperhatikan semua aspek pendukung pariwisata, karena pariwisata merupakan kegiatan yang berlangsung di atas permukaan tanah dan m enyangkut 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.

2.6 Komponen Pengembang Pariwisata

Untuk melihat perjalanan kepariwisataan secara menyel uruh 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.

2.6.1 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 sebagai 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.

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.

2.6.2 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.

`