BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Pariwisata

Pada umumnya masyarakat mengenal tentang berwisata adalah kegiatan berlibur dan berekreasi untuk suasana santai dalam mencari kepuasan, namun sejauh ini istilah pariwisata yang proses berpergian sementara waktu, tidak hanya alasan bersantai saja adapun berbagai dorongan seseorang untuk berpariwisata seperti kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama dan pendidikan. Secara etymologis pariwisata adalah sebagai usaha promosi atau mendorong melaksanakan tour, dan akomodasi wisatawan. Adapun berbagai teori tentang pariwisata yaitu sebagai berikut:

- Kegiatan dari seseorang di luar lingkungan yang biasanya kurang dari jangka waktu tertentu, dan yang utama tujuan perjalanan adalah selain latihan suatu pekerjaan yang dibayar dari tempat yang dikunjungi. *(Organisasi Perdagangan Dunia)*
- Pariwisata adalah keseluruhan rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan pergerakan manusia yang melakukan pergerakan/perjalanan atau persinggahan sementara dari tempat tinggal ke suatu atau beberapa tempat tujuan di luar lingkungan tempat tinggal yang di dorong oleh beberapa keperluan tanpa bermaksud mencari nafkah tetap.
  (Biro pusat statistik, 1986)

2.2 Pengertian Pariwisata

Ada beberapa pengertian berdasarkan pengertian pariwisata dan berbagai hal yang berkaitan dengan pariwisata yang akan dibahas, antara lain:

1. Potensi wisata adalah kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, mencakup alam dan manusia serta hasil karya manusia itu sendiri (Sujali, 1989).
2. Potensi internal obyek wisataadalah potensi wisata yang dimiliki obyek itu sendiri yang meliputi komponen kondisi fisik obyek, kualitas obyek, dan dukungan bagi pengembangan (Sujali, 1989).

3. Potensi eksternal obyek wisata adalah potensi wisata yang mendukung pengembangan suatu obyek wisata yang terdiri dari aksesibilitas, fasilitas penunjang, dan fasilitas pelengkap. (Sujali, 1989).
4. Atraksi wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. (Oka. A.Yoeti, 1982).
5. Pengembangan adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru.
6. Obyek wisata adalah suatu tempat dimana orang atau rombongan melakukan perjalanan dengan maksud menyinggahi obyek karena sangat menarik bagi mereka. Misalnya obyek wisata pantai, obyek wisata alam, obyek wisata sejarah dan sebagainya.
7. Faktor-faktor adalah segala aspek dan unsur yang terkait dengan permasalahan-permasalahan yang terdapat pada sektor kepariwisataan, dan pada umumnya dibagi menjadi faktor pendukung seperti tersedianya obyek wisata dan daya tarik wisata dan faktor penghambat seperti obyek wisata yang belum dikelola dengan baik, rendahnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata, sarana dan prasarana yang belum memadai, keamanan yang kurang mendukung dan sebagainya.
8. Sektor pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata, termasuk pengusahaan obyek serta usaha-usaha yang terkait dibidang pariwisata.
9. Strategi adalah rencana-rencana atau kebijakan yang dibuat dengan cermat untuk memajukan atau mengembangkan sektor pariwisata sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal.
10. Kontribusi sektor pariwisata adalah sumbangan yang diberikan oleh sektor pariwisata terhadap Pendapatan Asli Daerah (PAD).
11. Potensi wisata adalah kemampuan dalam suatu wilayah yang mungkin dapat dimanfaatkan untuk pembangunan, mencakup alam dan manusia serta hasil karya manusia itu sendiri (Sujali, 1989).

12. Pengembangan adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru.
13. Obyek wisata adalah suatu tempat dimana orang atau rombongan melakukan perjalanan dengan maksud menyinggahi obyek karena sangat menarik. Misalnya obyek wisata pantai, obyek wisata alam, obyek wisata sejarah dan sebagainya.
14. Faktor-faktor adalah segala aspek/unsur yang terkait dengan permasalahan-permasalahan yang terdapat pada sektor kepariwisataan, dan pada umumnya dibagi menjadi faktor pendukung seperti tersedianya obyek wisata dan daya tarik wisata dan faktor penghambat seperti obyek wisata yang belum dikelola dengan baik, rendahnya kesadaran masyarakat dalam mengembangkan sektor pariwisata, sarana dan prasarana yang belum memadai, keamanan yang kurang mendukung dan sebagainya
15. Sektor pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata yaitu kegiatan perjalanan yang dilakukan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata, termasuk pengusahaan obyek serta usaha-usaha yang terkait dibidang pariwisata.
16. Strategi adalah rencana-rencana atau kebijakan yang dibuat dengan cermat untuk memajukan atau mengembangkan sektor pariwisata sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal.
17. Kontribusi sektor pariwisata adalah sumbangan yang diberikan oleh sektor pariwisata terhadap pendapatan asli daerah (PAD).

2.3 Jenis-Jenis Pariwisata

Pada pengembangan pariwisata terdapat beberapa hal yang perlu ditinjau sebagai potensi yang perlu dikembangkan pada tujuan daerah wisata. Potensi ini berpengaruh dengan motivasi wisatawan yang akan menarik untuk datang berkunjung ke lokasi objek wisata tersebut. Adapun berbagai jenis pariwisata berdasarkan motif perjalanan wisata (Spilane, 1985 dan Yoeti, 1996), yaitu:

1. Wisata budaya, motifasinya untuk mengetahui dan mempelajari kebudayaan tertentu.

2. Wisata perjalanan, umumnya berpergian menikmati keindahan alam.
3. Wisata kesehatan dan rekreasi, motifasinya mengunjungi lokasi untuk bersantai dan menikmati serta menyegarkan wisatawan akankondisi jasmani dan rohani.
4. Wisata olahraga, motifasinya untuk berolahraga seperti mendaki gunung, berburu, atau ikut serta dalam kegiatan olahraga seperti Olympiade.
5. Wisata komersil untu urusan dagang, motifasinya mengunjungi pameran-pameran atau pekan raya atau festival yang bersifat komersial menyangkut kebutuhan atau profesi dari wisatawan tersebut.
6. Wisata maritim, motivasinya menyaksikan keindahan laut, pantai, sungai dan danau.

2.4 Tinjauan Konsep Pengembangan Pariwisata

2.4.1 Transportasi

Transportasi dalam bidang kepariwisataan sangat erat hubungannya dengan aksesibilitas. Aksesibilitas yang dimaksud yaitu frekuensi penggunaan kendaraan yang dimiliki dapat mempersingkat waktu dan tenaga serta lebih meringankan biaya perjalanan. Menurut Oka.A.Yoeti (1997) bahwa aksesibilitas adalah kemudahan dalam mencapai daerah tujuan wisata baik secara jarak geografis atau kecepatan teknis, serta tersedianya sarana transportasi ke tempat tujuan tersebut. Kondisi transportasi itu seperti jalan, keberadaan moda angkutan, terminal, stasiun pengisian bahan bakar dan lainnya. Adapun teori menurut James.J.Spilane (1994), ada beberapa usul mengenai pengangkutan dan fasilitas yang berkaitan dengan transportasi yang dapat menjadi semacam pedoman termasuk berikut ini.

1. Informasi lengkap tentang fasilitas, lokasi terminal, dan pelayanan pengangkutan lokal ditempat tujuan harus tersedia untuk semua penumpang sebelum berangkat dari daerah asal.
2. Sistem keamanan harus disediakan di terminal untuk mencegah kriminalitas.
3. Suatu sistem standar atau seragam untuk tanda-tanda lalu lintas dan simbol-simbol harus dikembangkan dan dipasang di semua bandar udara.

4. Sistem informasi harus menyediakan data tentang informasi pelayanan pengangkutan lain yang dapat dihubungi diterminal termasuk jadwal dan tarif.
5. Informasi terbaru dan sedang berlaku, baik jadwal keberangkatan atau kedatangan harus tersedia di papan pengumuman, lisan atau telepon.
6. Tenaga kerja untuk membantu para penumpang.
7. Informasi lengkap tentang lokasi, tarif, jadwal, dan rute dan pelayanan pengangkutan lokal.
8. Peta kota harus tersedia bagi penumpang.

2.4.2 Atraksi/obyek wisata

Menurut Oka.A.Yoeti (1997**)** ada tiga syarat dalam pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam berbagai pasar, yaitu:

a. ***"something to see".***

Artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbedadengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.

b. ***"something todo".***

Artinya di tempat tersebut setiap banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betahtinggal lebih lama di tempat itu.

c. ***"something to buy".***

Artinya di tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja *(shopping),* terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

Ketiga syarat tersebut sejalan dengan pola tujuan pemasaran pariwisata, yaitu dengan promosi yang dilakukan sebenarnya hendak mencapai sasaran agar lebih banyak wisatawan datang pada suatu daerah, lebih lama tinggal dan lebih banyak mengeluarkan uangnya di tempat yang mereka kunjungi. Lebih lanjut lagi menurut Oka.A.Yoeti (2002) atraksi wisata adalah segala sesuatu yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti:

a. Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta, yang dalam istilahnya *Natural Amenities*. Termasuk kelompok ini adalah:
    - Iklim contohnya curah hujan, sinar matahari, panas dan salju.
    - Bentuk tanah dan pemandangan contohnya pegunungan, perbukitan, pantai, air terjun, dan gunung berapi.
    - Hutan belukar
    - Flora dan fauna yaitu tersedia di cagar alam dan daerah perburuan.
    - Pusat pusat kesehatan misalnya: sumber air mineral, sumber air panas, dan mandi lumpur. Dimana tempat tersebut diharapkan dapat menyembuhkan berbagai penyakit.
b. Hasil ciptaan manusia, bentuk ini dapat dibagi dalam empat produk wisata yang berkaitan dengan tiga unsur penting yaitu sejarah, budaya, dan agama.
    - Monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lampau seperti artifak dan situs
    - Museum, gedung kesenian, perpustakaan, kesenian rakyat dan kerajinan tangan
    - Acara tradisional, pameran, festival, upacara adat, upacara keagamaan.
    - Rumah-rumah ibadah, seperti mesjid, gereja, candi, kuil.

Menurut James.J.Spilane (1994), atraksi merupakan pusat dari industri pariwisata. Menurut pengertiannya atraksi mampu menarik wisatawan yang ingin mengunjunginya. Motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat tujuan wisata adalah untuk memenuhi atau memuaskan beberapa kebutuhan atau permintaan. Biasanya mereka tertarik pada suatu lokasi karena ciri-ciri khas tertentu. Ciri-ciri khas yang menarik wisatawan adalah:

- Keindahan alam.
- Iklim dan cuaca.
- Kebudayaan.
- Sejarah.
- Ethnicity atau sifat kesukuan.

- Accessibility atau kemampuan atau kemudahan berjalan atau ketempat tertentu.

Berdasarkan hal tersebut, diketahui bahwa ada tiga jenis atraksi wisata, yaitu benda yang sudah tersedia di alam, hasil ciptaan manusia dan tata cara hidup dalam masyarakat.

2.4.3 Fasilitas pelayanan

Menurut Oka.A.Yoeti (1997) fasilitas dan pelayanan wisata yang dimaksud adalah semua fasilitas yang dibutuhkan dalam perencanaan kawasan wisata. Fasilitas tersebut termasuk *tour and travel operation* (disebut juga pelayanan penyambutan). Fasilitas tersebut misalnya: restoran dan berbagai jenis tempat makan lainnya, toko-toko untuk menjual hasil kerajinan tangan, cinderamata, bank, *moneychanger*, dan fasilitas pelayanan keuangan lainnya, informasi wisata, fasilitas pelayanan kesehatan, fasilitas keamanan umum (kantor polisi dan pemadam kebakaran), pos penjagaan, rambu-rambu peringatan dan fasilitas perjalan untuk masuk dan keluar (seperti kantor imigrasi dan bea cukai).

2.4.4 Informasi dan promosi

Menurut Oka.A.Yoeti (1997) hal terakhir yang diperlukan adalah publikasi atau promosi, kapan iklan dipasang, kemana *leaflets*/brosur disebarkan sehingga calon wisatawan mengetahui tiap paket wisata dan wisatawan cepat mengambil keputusan pariwisata di wilayahnya dan harus menjalankan kebijakan yang paling menguntungkan bagi daerah dan wilayahnya, karena fungsi dan tugas dari organisasi pariwisata pada umumnya:

a. Berusaha memberikan kepuasan kepada wisatawan kedaerahannya dengan segala fasilitas dan potensi yang dimilikinya.
b. Melakukan koordinasi di antara bermacam-macam usaha, lembaga, instansi dan jawatan yang ada dan bertujuan untuk mengembangkan industri pariwisata.
c. Mengusahakan memasyarakatkan pengertian pariwisata pada orang banyak, sehingga mereka mengetahui untung dan ruginya bila pariwisata dikembangkan sebagai suatu industri.

d. Mengadakan program riset yang bertujuan untuk memperbaiki produk wisata dan pengembangan produk-produk baru guna dapat menguasai pasaran di waktu yang akan datang.

Berdasarkan pengertian tersebut yang dimaksud dengan strategi pengembangan daya tarik wisata dalam penelitian ini adalah usaha-usaha terencana yang disusun secara sistimatis yang dilakukan untuk mengembangkan potensi yang ada dalam usaha meningkatkan dan memperbaiki daya tarik wisata sehingga keberadaan daya tarik wisata itu lebih diminati oleh wisatawan.

2.5 Partisipasi Masyarakat

Ada beberapa bentuk partisipasi yang dapat diberikan masyarakat dalam suatu program pembangunan, yaitu partisipasi uang, partisipasi harta benda(materi), partisipasi tenaga, partisipasi keterampilan, partisipasi buah pikiran, partisipasi sosial, partisipasi dalam proses pengambilan keputusan, dan partisipasi representatif. Berdasarkan berbagai bentuk partisipasi yang telah disebutkan diatas, maka bentuk partisipasi dapat dikelompokkan menjadi 2 jenis, yaitu bentuk partisipasi yang diberikan dalam bentuk nyata (memiliki wujud) dan juga bentuk partisipasi yang diberikan dalam bentuk tidak nyata (abstrak). Bentuk partisipasi yang nyata misalnya uang, harta benda, tenaga dan keterampilan sedangkan bentuk partisipasi yang tidak nyata adalah partisipasi buah pikiran, partisipasi sosial, pengambilan keputusan dan partisipasi representatif.

Penjelasan mengenai bentuk-bentuk partisipasi dan beberapa ahli yang mengungkapkannya dapat dilihat dalam tabel II.1 berikut.

Tabel II.1
Pemikiran tentang Bentuk Partisipasi

Nama Pakar	Pemikiran Tentang Bentuk Partisipasi	Bentuk
(Hamijoyo, 2007: 21; Chapin, 2002: 43 & Holil, 1980: 81)	**Partisipasi uang** adalah bentuk partisipasi untuk memperlancar usaha-usaha bagi pencapaian kebutuhan masyarakat yang memerlukan bantuan.	Partisipasi dalam bentuk nyata
(Hamijoyo, 2007: 21; Holil, 1980: 81 & Pasaribu dan Simanjutak, 2005: 11)	**Partisipasi harta benda** adalah partisipasi dalam bentuk menyumbang harta benda, biasanya berupa alat-alat kerja atau perkakas.	Partisipasi dalam bentuk nyata
(Hamijoyo, 2007: 21 & Pasaribu dan Simanjutak, 2005: 11)	**Partisipasi tenaga** adalah partisipasi yang diberikan dalam bentuk tenaga untuk pelaksanaan usaha-usaha yang dapat	Partisipasi dalam bentuk nyata

Nama Pakar	Pemikiran Tentang Bentuk Partisipasi	Bentuk
	menunjang keberhasilan suatu program.	
(Hamijoyo, 2007: 21 & Pasaribu dan Simanjutak, 2005: 11)	**Partisipasi keterampilan**, yaitu memberikan dorongan melalui keterampilan yang dimilikinya kepada anggota masyarakat lain yang membutuhkannya. Dengan maksud agar orang tersebut dapat melakukan kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan sosialnya.	Partisipasi dalam bentuk nyata
(Hamijoyo, 2007: 21 & Pasaribu dan Simanjutak, 2005: 11)	**Partisipasi buah pikiran** adalah partisipasi berupa sumbangan berupa ide, pendapat atau buah pikiran konstruktif, baik untuk menyusun program maupun untuk memperlancar pelaksanaan program dan juga untuk mewujudkannya dengan memberikan pengalaman dan pengetahuan guna mengembangkan kegiatan yang diikutinya.	Partisipasi dalam bentuk abstrak
(Hamijoyo, 2007: 21 & Pasaribu dan Simanjutak, 2005: 11)	**Partisipasi sosial**, Partisipasi jenis ini diberikan oleh partisipan sebagai tanda paguyuban. Misalnya arisan, menghadiri kematian, dan lainnya dan dapat juga sumbangan perhatian atau tanda kedekatan dalam rangka memotivasi orang lain untuk berpartisipasi.	Partisipasi dalam bentuk abstrak
(Chapin, 2002: 43 & Holil, 1980: 81)	**Partisipasi dalam proses pengambilan keputusan**. Masyarakat terlibat dalam setiap diskusi/forum dalam rangka untuk mengambil keputusan yang terkait dengan kepentingan bersama.	Partisipasi dalam bentuk abstrak
(Chapin, 2002: 43 & Holil, 1980: 81)	**Partisipasi representatif**. Partisipasi yang dilakukan dengan cara memberikan kepercayaan/mandat kepada wakilnya yang duduk dalam organisasi atau panitia.	Partisipasi dalam bentuk abstrak

Sumber: http://sacafirmansyah.wordpress.com/2009/06/05/partisipasi-masyarakat/

Sehubungan dengan pendekatan partisipasi, (Mikkelsen, 2001) mendeskripsikan pendekatan-pendekatan dalam pelaksanaan partisipasi menjadi 2 jenis partisipasi yaitu partisipasi pasif dan partisipasi aktif, seperti dalam tabel II.2 berikut.

Tabel II.2
Jenis Partisipasi dan Pendekatan

No	Jenis Partisipasi	Pendekatan	Keterangan
1	Partisipasi pasif, pelatihan dan informasi	Pendekatan" kami lebih tahu apa yang baik bagimu"	Komunikasi satu arah seperti antara guru dan murid yang diterapkan antara staff proyek dan masyarakat.
2	Partisipasi aktif	Pendekatan pelatihan dan	Dialog dan komunikasi dua arah memberikan

No	Jenis Partisipasi	Pendekatan	Keterangan
		Kunjungan".	kepada masyarakat kesempatan untuk berinteraksi dengan petugas penyuluh dan pelatih dari luar.

Sumber: (Mikkelsen, 2001)

2.6 Tipologi Partisipasi

Sekretariat Bina Desa (1999) mengidentifikasikan partisipasi masyarakat menjadi 7 (tujuh) tipe berdasarkan karakteristiknya, yaitu partisipasi pasif/manipulatif, partisipasi dengan cara memberikan informasi, partisipasi melalui konsultasi, partisipasi untuk insentif materil, partisipasi fungsional, partisipasi interaktif, dan *self mobilization*. Adapun penjelasan tipologi partisipasi terdapat pada tabel II.3 berikut.

Tabel II.3
Tipologi Partisipasi

No.	Tipologi	Karakteristik
1.	Partisipasi pasif/ manipulatif	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan cara diberitahu apa yang sedang atau telah terjadi;(b) Pengumuman sepihak oleh manajemen atau pelaksana proyek tanpa memperhatikan tanggapan masyarakat; (c) Informasi yang dipertukarkan terbatas pada kalangan profesional di luar kelompok sasaran.
2.	Partisipasi dengan cara memberikan informasi	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan cara menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian seperti dalam kuesioner atau sejenisnya;(b) Masyarakat tidak punya kesempatan untuk terlibat dan mempengaruhi proses penyelesaian; (c) Akurasi hasil penelitian tidak dibahas bersama masyarakat.
3.	Partisipasi melalui konsultasi	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan cara berkonsultasi;(b) Orang luar mendengarkan dan membangun pandangan-pandangannya sendiri untuk kemudian mendefinisikan permasalahan dan pemecahannya, dengan memodifikasi tanggapan-tanggapan masyarakat; (c) Tidak ada peluang bagi pembuat keputusan bersama; (d) Para profesional tidak berkewajiban mengajukan pandangan-pandangan masyarakat (sebagai masukan)

No.	Tipologi	Karakteristik
		untuk ditindaklanjuti.
4.	Partisipasi untuk insentif materil	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan cara menyediakan sumber daya seperti tenaga kerja, demi mendapatkan makanan, upah, ganti rugi, dan sebagainya;(b) Masyarakat tidak dilibatkan dalam eksperimen atau proses pembelajarannya; (c) Masyarakat tidak mempunyai andil untuk melanjutkan kegiatan-kegiatan yang dilakukan pada saat insentif yang disediakan/diterima habis.
5.	Partisipasi fungsional	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan membentuk kelompok untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan proyek;(b) Pembentukan kelompok (biasanya) setelah ada keputusan-keputusan utama yang disepakati; (c) Pada awalnya, kelompok masyarakat ini bergantung pada pihak luar (fasilitator, dll) tetapi pada saatnya mampu mandiri.
6.	Partisipasi interaktif	(a) Masyarakat berpartisipasi dalam analisis bersama yang mengarah pada perencanaan kegiatan dan pembentukan lembaga sosial baru atau penguatan kelembagaan yang telah ada;(b) Partisipasi ini cenderung melibatkan metode inter-disiplin yang mencari keragaman perspektif dalam proses belajar yang terstruktur dan sistematik; (c) Kelompok-kelompok masyarakat mempunyai peran kontrol atas keputusan-keputusan mereka, sehingga mereka mempunyai andil dalam seluruh penyelenggaraan kegiatan.
7.	*Self mobilization*	(a) Masyarakat berpartisipasi dengan mengambil inisiatif secara bebas (tidak dipengaruhi/ditekan pihak luar) untuk mengubah sistem-sistem atau nilai-nilai yang mereka miliki;(b) Masyarakat mengembangkan kontak dengan lembaga-lembaga lain untuk mendapatkan bantuan-bantuan teknis dan sumberdaya yang dibutuhkan; (c) Masyarakat memegang kendali atas pemanfaatan sumberdaya yang ada.

Sumber: Sekretariat Bina Desa (1999: 32-33)

2.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi partisipasi masyarakat dalam suatu program, sifat faktor-faktor tersebut dapat mendukung suatu

keberhasilan program namun ada juga yang sifatnya dapat menghambat keberhasilan program. Misalnya saja faktor usia, terbatasnya harta benda, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Menurut Ross (1967) partisipasi yang tumbuh dalam masyarakat dipengaruhi oleh banyak faktor. Faktor-faktor yang mempengaruhi kecenderungan seseorang dalam berpartisipasi, yaitu:

2.7.1 Usia

Faktor usia merupakan faktor yang mempengaruhi sikap seseorang terhadap kegiatan-kegiatan kemasyarakatan yang ada. Umumnya mereka dari kelompok usia menengah keatas dengan keterikatan moral kepada nilai dan norma masyarakat yang lebih mantap, cenderung lebih banyak yang berpartisipasi daripada mereka yang dari kelompok usia lainnya.

2.7.2 Jenis kelamin

Nilai yang cukup lama dominan dalam kultur berbagai bangsa mengatakan bahwa pada dasarnya tempat perempuan adalah “di dapur” yang berarti bahwa dalam banyak masyarakat peranan wanita yang terutama adalah mengurus rumah tangga, akan tetapi semakin lama nilai peran perempuan tersebut telah bergeser dengan adanya gerakan emansipasi dan pendidikan perempuan yang semakin baik.

2.7.3 Pendidikan

Pendidikan dikatakan sebagai salah satu syarat mutlak untuk berpartisipasi. Pendidikan dianggap dapat memengaruhi sikap hidup seseorang terhadap lingkungannya, suatu sikap yang diperlukan bagi peningkatan kesejahteraan seluruh masyarakat.

2.7.4 Pendapatan

Pendapatan dalam hal ini tidak dapat dipisahkan dengan pekerjaan. Karena umumnya pekerjaan seseorang akan menentukan berapa penghasilan yang akan didapat. Pekerjaan dan penghasilan yang baik dan mencukupi kebutuhan sehari-hari dapat mendorong seseorang untuk berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan masyarakat. Pengertiannya bahwa untuk berpartisipasi dalam suatu kegiatan,

harus didukung oleh suasana yang mapan perekonomian, sehingga fokusnya lebih kepada pendapatan atau penghasilan dari masyarakat, bukan dari jenis pekerjaan.

2.8 Analisis Deskriptif

Metode analisis deskriptif dengan pendekatan kuantitatif digunakan untuk mendapatkan gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang sedang diselidiki. Menurut Sugiyono (2008) metode analisis deskriptif merupakan metode penelitian dengan cara mengumpulkan data-data sesuai dengan yang sebenarnya kemudian data-data tersebut disusun, diolah dan dianalisis untuk dapat memberikan gambaran mengenai masalah yang ada.

2.9 Teknik Tabulasi Silang

Tabulasi silang menurut Indriatno (1998) merupakan metode analisis kategori data yang menggunakan data nominal, ordinal, interval serta kombinasi diantaranya. Prosedur tabulasi silang digunakan untuk menghitung banyaknya kasus yang mempunyai kombinasi nilai-nilai yang berbeda dari dua variabel dan menghitung harga-harga statistik berserta ujinya.

Metode analisis tabulasi silang (*Crosstab*) memiliki beberapa metode pendekatan yang berbeda dan menggunakan uji statistik yang berbeda pula, bergantung pada banyaknya variabel yang akan diidentifikasi hubungannya satu sama lain. Jika hanya menggunakan dua variabel maka dapat menggunakan metode kontigensi, metode ini merupakan metode yang paling umum digunakan dalam analisis tabulasi silang. Tabulasi silang merupakan metode untuk mentabulasikan beberapa variabel yang berbeda ke dalam suatu matriks. Hasil tabulasi silang disajikan ke dalam suatu tabel dengan variabel-variabel yang tersusun sebagai kolom dan baris.

2.10 Identifikasi Pengembangan Pariwisata di Kawasan Danau Poso

Identifikasi mengenai pengembangan wisata tidak lepas dengan aspek yang bersangkutan, hal ini dikarenakan akan menjadi keterkaitan antara aspek dengan hasil analisis. Untuk itu adapun aspek-aspek yang dipakai sebagai acuan dalam penelitian ini sebagai berikut.

Tabel II.4
Aspek-aspek Pengembangan Wisata

Oka. A.Yoeti (1997)	E.Inskeep (1991)	James.J.Spilane (1994)	Tinjauan Aspek
1. Wisatawan, 2. Transportasi 3. Atraksi 4. Fasilitas Pelayanan 5. Informasi dan Promosi	1. Atraksi dan kegiatan-kegiatan wisata 2. Akomodasi 3. Fasilitas dan Pelayanan 4. Fasilitas dan Pelayanan Transportasi 5. Elemen Kelembagaan	1. Atraksi 2. Fasilitas 3. Infrastruktur 4. Transportasi 5. Keramahtamahan	1. Atraksi Wisata 2. Sarana dan Prasarana Transportasi 3. Fasilitas pelayanan seperti akomodasi, rumah makan, toko souvenir,fasilitas kebersihan 4. Informasidan Promosi

Sumber: Hasil Analisis

Berdasarkan tabel II.4 mengenai aspek-aspek tentang pengembangan wisata hampir semuanya memiliki kesamaan antara masing-masing aspek yang perlu dikembangkan atas pariwisata maka dari itu dapat diambil aspek-aspek yang untuk diteliti dalam penelitian ini diantaranya; aspek atraksi wisata, aspek transportasi, aspek fasilitas pelayanan (akomodasi, rumah makan, souvenir, kebersihan) dan aspek informasi dan promosi.