

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Permintaan

Menurut Sukirno (2005), teori permintaan adalah jumlah barang yang diminta oleh pembeli dalam pasar pada berbagai tingkat harga. Sedangkan menurut McEachern (Salma dan Susilowati, 2004) permintaan pasar suatu sumber daya merupakan penjumlahan seluruh permintaan atas berbagai macam penggunaan sumber daya tersebut.

Hukum Permintaan berbunyi “pada harga yang lebih tinggi, jumlah barang yang diminta akan semakin berkurang, *ceteris paribus*” atau sebaliknya “pada harga yang lebih rendah, jumlah barang yang diminta akan semakin bertambah, *ceteris paribus*”, sehingga dapat disimpulkan bahwa jumlah barang yang diminta pada suatu periode tertentu berhubungan terbalik dengan harga barangnya dengan asumsi bahwa hal-hal lain diasumsikan (Iswardono, 1989)

Hukum permintaan pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa makin rendah harga suatu barang maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut, sebaliknya makin tinggi harga suatu barang maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut (Sukirno, 2005). Sedangkan hukum permintaan menurut Putong (2003) pada hakikatnya merupakan suatu hipotesis yang menyatakan bahwa semakin rendah harga suatu barang maka semakin banyak pula suatu permintaan terhadap barang tersebut, dan begitu pula sebaliknya.

Teori permintaan menerangkan tentang ciri hubungan antara jumlah permintaan dan harga, dalam menganalisa permintaan analisis ekonomi dianggap bahwa permintaan suatu barang dipengaruhi oleh tingkat harga.

Faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (Iswardono, 1989) :

a. Perubahan Harga Barang Sendiri

Perubahan harga barang sendiri akan menyebabkan perubahan jumlah barang yang diminta dengan asumsi *ceteris paribus*. Ini berarti bahwa perubahan harga akan menyebabkan pergeseran kurva permintaan.

b. Pendapatan Konsumen

Kenaikan pendapatan akan cenderung meningkatkan permintaan. Ini berarti bahwa kurva permintaan menunjukkan kuantitas yang diminta lebih besar pada setiap harga.

c. Harga Barang Terkait (Substitusi dan Komplementer)

Kedua macam barang tersebut didefinisikan dalam kaitannya dengan perubahan harga terhadap permintaan pada suatu barang. Misalkan ada dua barang X dan Y, jika barang X dan Y merupakan barang substitusi maka jika harga barang Y turun dan harga barang X tetap, kurva permintaan barang X akan bergeser ke kiri dan terjadi penurunan permintaan. Sedangkan jika barang X dan Y, maka hubungannya akan negatif yang berarti bahwa jika barang Y naik maka akan menurunkan permintaan akan barang X dan sebaliknya.

d. Selera dan Preferensi Konsumen

Selera dan preferensi memiliki arti yang hampir sama dalam menentukan permintaan, namun karena ada kesulitan dalam pengukuran dan tidak ada teori tentang perubahan selera maka dianggap bahwa selera konstan meskipun tidak secara khusus karena akan mempengaruhi perilaku bila ada pengenalan barang baru.

e. Perubahan Pengharapan Harga Relatif

Harapan akan perubahan harga relatif penting dalam menentukan posisi kurva permintaan, jika harga barang naik 10% per tahun maka tidak ada pengaruh terhadap pergeseran kurva permintaan untuk satu barang (pengharapan akan harga relatif bukan harga absolut).

f. Penduduk

Seringkali kenaikan jumlah penduduk akan menggeser kurva permintaan kekanan, hal ini disebabkan karena kenaikan jumlah penduduk cenderung meningkatkan jumlah pembeli di pasar dan sebaliknya.

Menurut Gilarso (2001: 25), faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan antara lain:

a. Jumlah pembeli: jika jumlah pembeli suatu barang tertentu bertambah, maka pada harga yang sama jumlah yang mau dibeli bertambah banyak juga, dan kurva permintaan akan bergeser ke kanan.

b. Besar penghasilan: yang tersedia untuk dibelanjakan jelas berpengaruh sekali lebih banyak dan segala macam barang dan jasa. Dalam hal ini ada satu pengecualian, yaitu yang disebut *inferior goods*, yaitu barang-barang yang permintaannya justru berkurang bila penghasilan konsumen naik. Semua barang

lain disebut *normal goods*, yaitu barang yang permintaannya naik apabila pendapatan konsumen naik.

c. Harga barang-barang lain: kenaikan harga barang lain itu memperbesar atau justru memperkecil permintaan masyarakat akan suatu barang tersebut, itu tergantung apakah barang lain itu ada keterkaitan dengan barang tersebut.

d. Musim, selera, mode, kebiasaan, perubahan zaman, dan lingkungan sosial juga berpengaruh terhadap permintaan. Misalnya permintaan akan payung pada awal musim hujan, mode pakaian dapat berubah dalam waktu singkat, dan sebagainya.

e. Harapan/pandangan tentang masa yang akan datang dan faktor-faktor psikologis lainnya dapat menyebabkan perubahan-perubahan yang mendadak dalam permintaan masyarakat. Misalnya desas-desus bahwa harga-harga akan naik mendorong orang untuk segera membeli banyak sehingga jumlah yang diminta akan naik pada harga yang sama.

2. Permintaan Pariwisata

Menurut Sinclair dan Stabler (1997) permintaan pariwisata berpengaruh terhadap semua sektor perekonomian yaitu lain perorangan (individu), usaha kecil menengah, perusahaan swasta, dan sektor pemerintah.

Berbeda dengan permintaan terhadap barang dan jasa pada umumnya, permintaan industri pariwisata memiliki karakter sendiri. Beberapa ciri atau karakter permintaan pariwisata menurut Yoeti (2008) adalah sebagai berikut.

- a. Sangat dipengaruhi oleh musim
- b. Terpusat pada tempat-tempat tertentu
- c. Tergantung pada besar kecilnya pendapatan

- d. Bersaing dengan permintaan akan barang-barang mewah
- e. Tergantung tersedianya waktu luang
- f. Tergantung teknologi transportasi
- g. *Size of family* (jumlah orang dalam keluarga)
- h. Aksesibilitas

Menurut Yoeti (2008) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi permintaan pariwisata antara lain sebagai berikut :

1. *General Demand Factors*

Secara umum permintaan terhadap barang dan jasa industri pariwisata tergantung pada hal-hal sebagai berikut:

- a) *Purchasing power* yaitu kekuatan untuk membeli banyak ditentukan oleh pendapatan, semakin besar pendapatan maka semakin besar kemungkinan perjalanan yang diinginkan.
- b) *Demographic structure and trends* yaitu besarnya jumlah penduduk dan pertumbuhan penduduk akan mempengaruhi permintaan produk industri pariwisata, negara yang memiliki penduduk banyak namun pendapatan perkapitanya kecil maka kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata sangat kecil.
- c) *Sosial and cultural factor* yaitu Industrialisasi tidak hanya menghasilkan struktur pendapatan masyarakat relatif tinggi, namun juga dapat meningkatkan pemerataan pendapatan di masyarakat sehingga memungkinkan untuk memiliki kesempatan dalam melakukan perjalanan wisata.

- d) *Travel motivations and attitudes* yaitu motivasi untuk melakukan perjalanan wisata berhubungan erat dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya.
- e) *Opportunities to travel and tourism marketing intensity* yaitu adanya insentif untuk melakukan perjalanan wisata akan memberi kesempatan kepada keluarga ikut melakukan perjalanan wisata.

2. *Factors Determining Specific Demand*

Faktor yang akan mempengaruhi permintaan khusus terhadap suatu daerah tujuan wisata tertentu yang akan dikunjungi ditentukan oleh beberapa faktor, yaitu:

1) Harga

Pada suatu industri jasa, harga biasanya menjadi masalah kedua karena yang terpenting adalah kualitas yang harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan sesuai dengan waktu yang diinginkan.

2) Daya Tarik Wisata

Pemilihan ini ditentukan oleh daya tarik wisata yang terdapat pada suatu daerah yang akan dikunjungi.

3) Kemudahan dalam Berkunjung

Kemudahan dalam mencapai suatu tempat tujuan wisata yang akan dikunjungi dapat mempengaruhi pilihan wisatawan, hal ini terjadi karena biaya transportasi dapat mempengaruhi biaya perjalanan secara keseluruhan.

4) Informasi dan Layanan Sebelum Berkunjung

Wisatawan atau pengunjung biasanya membutuhkan *pre-travel service* dan *tourist information service* pada suatu daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi untuk menjelaskan tempat-tempat yang akan dikunjungi dan keperluan-keperluan yang dibutuhkan wisatawan.

5) Citra

Wisatawan atau pengunjung memiliki kesan tersendiri terhadap daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Oleh karena itu, suatu obyek wisata harus memiliki citra yang dapat menguntungkan suatu obyek wisata agar wisatawan atau pengunjung memiliki minat untuk berkunjung kembali.

Menurut Medlik (2000) faktor yang mempengaruhi permintaan pariwisata adalah sebagai berikut :

- a. Harga, jika harga tinggi pada daerah tujuan wisata maka akan mempengaruhi permintaan pariwisata, sehingga permintaan wisatawan akan turun dan begitu pula sebaliknya.
- b. Pendapatan, jika pendapatan nasional meningkat maka kecendrungan untuk memiliki daerah tujuan wisata sebagai tempat berlibur akan semakin meningkat.
- c. Sosial Budaya, jika suatu daerah memiliki sosial budaya yang unik dan memiliki ciri khas yang berbeda dari calon wisata berasal maka peningkatan permintaan terhadap wisata akan tinggi.
- d. Sosial politik, dampak sosial politik belum akan terlihat jika keadaan suatu daerah tujuan wisata masih dalam kondisi dan situasi aman serta

tentram, akan tetapi jika hal tersebut berbanding terbalik dengan kenyataan maka pengaruh dan dampak sosial politik baru akan terasa dalam permintaan.

- e. Intensitas yaitu banyak atau sedikitnya wisatawan yang datang berkunjung disuatu obyek wisata juga berperan dalam permintaan wisata.
- f. Harga barang substitusi, selain kelima aspek diatas, harga barang pengganti juga termasuk kedalam aspek permintaan yang dimana barang pengganti tersebut memiliki kepuasan yang sama bagi para wisatawan.
- g. Harga barang komplementer yaitu sebuah barang yang saling membantu atau barang yang saling melengkapi, dimana jika dikaitkan dengan pariwisata barang komplementer ini sebagai salah satu objek wisata yang saling melengkapi dengan objek wisata lain.

3. *Leisure dalam Labor Economics*

Menurut Flanagan et.al (1984) dalam buku *Labor Economics and Labor Relation* teori tentang keputusan bekerja (*A theory o decision to work*) menyatakan bahwa keputusan untuk bekerja pada akhirnya adalah keputusan tentang bagaimana untuk menghabiskan waktu. Ada dua hal yang bisa dilakukan untuk mengalokasikan waktu yaitu dengan bekerja atau menggunakan waktu luangnya (*leisure*). Bekerja adalah untuk mendapatkan upah, sedangkan dalam semua pekerjaan membutuhkan membutuhkan waktu luang (*leisure*).

Menurut Flanagan et.al (1984) ada tiga faktor yang perlu dipertimbangkan dalam mengalokasikan waktu untuk bekerja atau *leisure*, yaitu :

- a. Biaya kesempatan (*the opportunity cost*).

Dilihat dari seseorang dalam mengalokasikan waktunya untuk bekerja, maka memerlukan waktu untuk tidak bekerja, dimana harga dari waktu luang yang dimiliki tergantung dari besarnya tingkat upah yang diterima. Apabila penghasilan seseorang bertambah dan biaya kesempatan waktu luang tetap maka akan memilih menghabiskan lebih banyak waktu luang.

- b. Tingkat kesejahteraan seseorang (*one's level of wealth*).

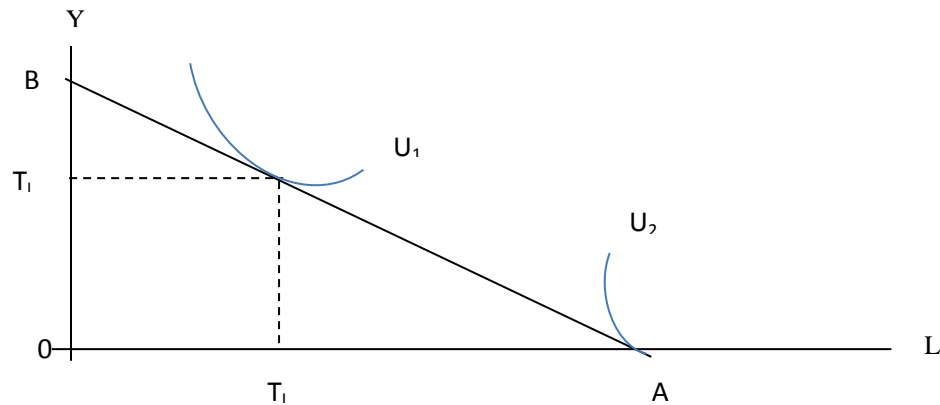
Tingkat kesejahteraan seseorang dapat dilihat dari jumlah tabungannya di bank, investasi finansial, dan harta benda fisik lainnya. Apabila seseorang pekerja memiliki banyak tabungan yang dapat dihargakan maka akan memilih meningkatkan waktu luang dibandingkan waktu kerja.

- c. Seperangkat pilihan seseorang (*one's set of preferences*).

Pilihan-pilihan tersebut biasanya ditentukan sendiri dan tidak secara sengaja. Apabila seseorang memutuskan untuk menggunakan waktunya lebih banyak untuk bekerja atau lebih banyak waktu luang maka akan tergantung pada pilihan-pilihan yang tersedia.

Secara ekonomi dapat dikatakan seseorang yang menggunakan waktunya untuk *leisure* dapat disebut mengkonsumsi waktu luang maka akan memperoleh kepuasan atau utilitas, sedangkan seseorang yang menggunakan sebagian

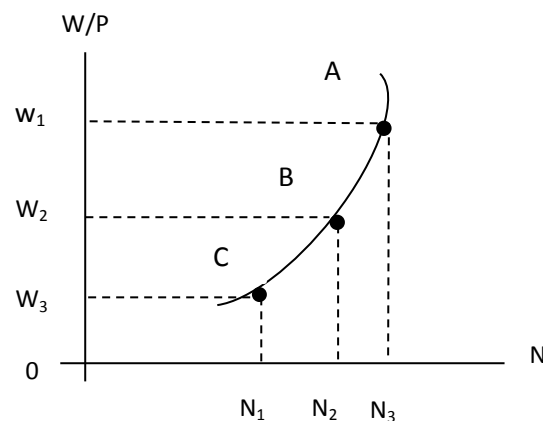
waktunya untuk bekerja juga akan memperoleh kepuasan atau utilitas karena dapat mengkonsumsi barang dan jasa dari upah yang didapat karena bekerja.



Sumber : Brouwer and Sendi (2004)

Gambar 2.1
Labor-Leisure Choise of individuals

Gambar diatas menunjukkan bahwa garis AB mewakili garis anggaran dan kemiringan jika kurva indiferen U_1 berada pada titik singgung. Individu pada kurva indiferen U_1 akan mengalokasikan T_1 untuk bekerja dan T_L untuk *leisure* dan kemudian untuk memaksimalkan utilitas mereka. Seorang individu pada kurva indiferen U_2 , disisi lain mereka akan memaksimalkan utilitas mereka dengan memutuskan untuk tidak bekerja sama sekali.



Sumber : Ricard T.Froyen (1990)

Gambar 2.2
Kurva Penawaran Tenaga Kerja

Froyen (1990) Gambar diatas mencerminkan jumlah penawaran jam kerja individu pada setiap tingkat upah, berdasarkan dua ciri teori penawaran kerja klasik yaitu pertama variabel tingkat upah adalah tingkat upah riil dimana kepuasan akhir yang diterima oleh pekerja adalah konsumsinya atas barang dan jasa, dan dalam menentukan pilihan untuk bekerja atau mendapat waktu luang seseorang akan mempertimbangkan jumlah barang dan jasa yang akan diterima dari satu unit tenaga kerja yang seseorang tawarkan. Jika tingkat upah naik dua kali lipat namun harga produk juga naik dua kali lipat maka seseorang tidak akan merubah jam kerja tersebut.

Kedua, kurva penawaran tenaga kerja memiliki lereng positif, semakin tinggi tingkat upah riil maka semakin banyak jumlah tenaga kerja yang ditawarkan. Dimana hal ini mencerminkan bahwa harga waktu luang semakin tinggi jika tingkat upah riil juga tinggi, pada tingkat harga yang tinggi para pekerja akan memilih untuk mengurangi waktu luangnya. Sedangkan, pada saat tingkat upah riil meningkat maka pekerja akan menerima upah yang lebih tinggi. Ketika tingkat upah riil lebih tinggi dan terus meningkat, maka pekerja akan semakin memilih waktu luang nya.

Berdasarkan teori menurut Torkildsen (2005) dalam bukunya yang berjudul "*leisure and recreation management*" waktu luang dibagi menjadi lima, yaitu :

a. *Leisure as time* (waktu luang sebagai waktu)

Menggambarkan bahwa waktu luang sebagai waktu senggang setelah melaksanakan berbagai kegiatan dalam memenuhi kebutuhan,

dimana ada waktu lebih yang dimiliki untuk melakukan kegiatan yang bersifat positif.

b. *Leisure as activity* (waktu luang sebagai aktivitas)

Waktu luang terbentuk melalui kegiatan yang bersifat mengajar dan menghibur, didukung dari pengakuan pihak *the international group of the social of leisure* yang menyatakan bahwa “waktu luang berisikan berbagai kegiatan dimana seseorang mengikuti keinginannya sendiri baik untuk beristirahat, menghibur diri sendiri, menambah pengetahuan atau mengembangkan keterampilan secara objektif”.

c. *Leisure as an end in itself or a state of being* (waktu luang sebagai suasana hati atau mental yang positif)

Waktu luang harus dimengerti sebagai suatu hal yang berhubungan dengan sikap dan kejiwaan seperti hal-hal bersangkutan dengan keagamaan, bukan disebabkan oleh faktor-faktor yang datang dari luar (liburan, akhir pekan, liburan panjang).

d. *Leisure as an all embracing* (waktu luang sebagai sesuatu yang memiliki arti luas)

Waktu luang merupakan ekspresi dari seluruh aspirasi manusia dalam mencari kebahagiaan, berhubungan dengan tugas baru, etnik baru, kebijakan baru serta kebudayaan yang baru.

e. *Leisure as a way of living* (waktu luang sebagai suatu cara untuk hidup)

Waktu luang merupakan suatu kehidupan yang bebas dari tekanan-tekanan yang berasal dari luar kebudayaan seseorang dan lingkungannya,

sehingga mampu untuk bertindak sesuai perasaan yang bersifat menyenangkan, pantas dan keyakinan.

Sedangkan menurut Sukadji (2000) yang melihat arti istilah waktu luang dari 3 dimensi, yaitu:

a. Dilihat dari dimensi waktu

Waktu luang dilihat sebagai waktu yang tidak digunakan untuk bekerja atau mencari nafkah, melaksanakan kewajiban, dan mempertahankan hidup.

b. Dari segi cara pengisian

Waktu luang adalah waktu yang dapat diisi dengan kegiatan sesuai pilihan sendiri atau waktu yang digunakan dan dimanfaatkan sesuka hati.

c. Dari sisi fungsi

Waktu luang adalah waktu yang dimanfaatkan sebagai sarana mengembangkan potensi, sebagai selingan hiburan, sarana rekreasi, sebagai kompensasi pekerjaan yang kurang menyenangkan, atau untuk pengetahuan.

Dapat disimpulkan bahwa waktu luang merupakan waktu senggang yang dimiliki seseorang dan waktu tersebut bersifat diluar kegiatan rutin sehari-hari, sehingga waktu luang tersebut dapat digunakan dengan mengisi kegiatan-kegiatan positif agar dapat meningkatkan produktifitas secara efisien dan efektif.

4. *Mass Tourism*

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia *Mass tourism* adalah kegiatan kepariwisataan yang meliputi jumlah orang yang banyak dari berbagai tingkat sosial ekonomi.

Menurut Kodhyat (1997) dalam buku *Tourism Technology and Competitive Strategies*, pariwisata massal sebagai pariwisata modern atau konvensional, dimana jenis pariwisata ini memiliki ciri-ciri yaitu kegiatan wisata dalam jumlah besar, biasanya dalam satuan paket wisata, pembangunan sarana dan fasilitas kepariwisataan dengan skala besar dan memerlukan tempat yang strategis serta tempat yang cukup luas.

Diawal abad ke 20, sebagian besar orang mulai menikmati manfaat waktu luang sehingga mereka mengisinya dengan berlibur, terjadinya *mass tourism* diawali oleh Thomas Cook yang menyelenggarakan paket wisata pertama pada tanggal 5 juli 1841, yang kemudian disusul oleh tur operator lainnya. Dengan demikian Thomas Cook menjadi *tour operation* yang pertama didunia yang menyelenggarakan paket wisata dan disebut sebagai bapak pariwisata modern” (Williams, 2010)

Menurut Weaver (2012) pariwisata massal adalah salah satu bentuk pariwisata yang melibatkan puluhan ribu orang pergi ketempat yang sama pada waktu yang sama. Wisata massal memiliki kelebihan untuk daerah namun perlu ada strategi untuk mengurangi kemungkinan terjadinya kerusakan pada kawasan wisata yang menarik banyak pengunjung dapat menunjukkan efek positif dan negatif. Efek positifnya semakin banyak pengunjung maka pendapatan tempat

wisata yang diterima semakin banyak dan pendapatan tersebut dapat direalisasikan pada fasilitas serta layanan untuk wisatawan yang berkunjung, sedangkan efek negatifnya dapat merusak lingkungan tempat wisata karena tingkat kesadaran setiap wisatawan berbeda.

Menurut Vainikka (2015) pariwisata massal adalah konsep yang telah digunakan selama puluhan tahun lalu, sering digunakan untuk merujuk pada tahap awal pariwisata massal berbasis udara sejak tahun 1960-an. Hal ini juga digunakan untuk menekan motivasi, perilaku dan nilai tertentu dalam pariwisata yang dipandang khas untuk pariwisata massal yang memisahkannya dari bentuk pariwisata kontemporer atau alternatif lainnya.

Aramberri (2010) dalam Vainikka (2015) menyatakan bahwa dalam membicarakan pariwisata massal saat ini orang harus memahaminya dalam artian pariwisata *mass modern*, meski pariwisata massal dapat dikaitkan dengan konsumsi massal dan produksi suatu periode tertentu berdasarkan masyarakat massal. Mengingatkan bahwa meskipun pariwisata merupakan fenomena yang berkembang, pariwisata massal modern masih merupakan fenomena regional dimana jumlah domestik melebihi jumlah wisatawan yang berwisata. Pariwisata massal ada jika kondisi berikut ini berlaku (Vainikka, 2015) yaitu:

1. Liburan yang terstandarisasi (tidak fleksibel) dimana tidak ada bagian dari liburan yang bisa diubah kecuali dengan membayar dengan harga lebih tinggi
2. Liburan di produksi dengan skala ekonomi sebagai motor penggerak

3. Liburan dipasarkan secara massal ke pelanggan yang tidak berdiferensiasi
4. Liburan dikonsumsi secara massal dengan tidak adanya pertimbangan oleh wisatawan untuk normal lokal budaya orang atau lingkungan tujuan wisata.

Gagasan tentang pariwisata massal tidak terlahir dalam ruang hampa namun secara historis dan kontekstual, pariwisata massal dikontekstualkan dengan istilah ruang, waktu dan ukuran. Pada konsep pariwisata massal harus lebih fleksibel, terpusat dan kohesif, harus ditengah-tengah tidak boleh dikategorikan *mass tourism* adalah apa yang orang lain tuju, dan bukan hanya fenomena.

5. Pariwisata

a. Definisi Pariwisata

Menurut definisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ketempat yang lainnya, yang bersifat sementara, dilakukan oleh perseorangan ataupun berkelompok, sebagai usaha untuk mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup didalam dimensi sosial, budaya, alam serta ilmu.

Kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuanmendapatkan kenikmatan, mencari kepuasan atau mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah dan lain-lain (Spillane, 1997). Sedangkan menurut Yoeti (2008) Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain

dengan tujuan tidak untuk berusaha atau mencari nafkah ditempat yang dikunjungi, namun semata-mata hanya untuk menikmati suatu perjalanan tersebut.

Menurut World Tourism Organization (WTO) dalam Marpaung (2000) Pariwisata adalah suatu aktifitas perjalanan ke suatu tempat dan tinggal di luar lingkungan mereka sehari-hari tidak lebih dari setahun dan bertujuan untuk istirahat atau bersenang-senang, bisnis dan tujuan lainnya yang tidak terkait dengan aktifitas sehari-hari. WTO merupakan organisasi internasional yang bertanggung jawab pada bidang pariwisata. WTO mengklasifikasi bahwa wisatawan terbagi menjadi dua yaitu wisatawan domestik dan wisatawan asing. Wisatawan domestik merupakan wisatawan yang melakukan wisata didalam ruang lingkup negaranya sendiri, sedangkan wisatawan asing merupakan wisatawan yang melakukan wisata keluar dari ruang lingkup negaranya.

Selain itu beberapa pengertian dasar tentang wisata, pariwisata dan kepariwisataan berdasarkan UU RI No. 10 Th 2009 tentang kepariwisataan:

- 1) Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
- 2) Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.

- 3) Kepariwisataan adalah segala sesuatu kegiatan yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata dan bersifat multidimensi.

Jadi berdasarkan beberapa definisi dari pariwisata diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan salah satu kegiatan atau perjalanan yang dilakukan oleh manusia yang bersifat hanya untuk sementara waktu yang kemudian dilakukan berdasarkan keinginan sendiri, dengan tujuan tidak untuk menghasilkan uang, namun hanya sekedar untuk melihat atau menikmati suatu obyek yang tidak didapatkan ketika sedang berada di tempat tinggalnya dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan baik oleh masyarakat maupun pemerintah daerah.

b. Jenis-Jenis Pariwisata

Perjalanan wisata mempunyai berbagai macam motif dan tujuan, oleh sebab itu dengan perbedaan motif tersebut menyebabkan Pariwisata memiliki banyak jenis-jenis pariwisata. Jenis Pariwisata menurut Pendit (1999) jenis pariwisata yang dikenal saat ini antara lain:

- a) Wisata Budaya adalah jenis wisata yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pengetahuan, dengan mempelajari keadaan /kebiasaan adat istiadat serta mempelajari budaya dan seni daerah wisata tersebut baik dalam maupun luar negeri.
- b) Wisata Kesehatan adalah jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk kepentingan jasmani dan rohani dengan mengunjungi tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan. Misanya sumber mata air panas yang mengandung mineral yang dapat menyembuhkan.

- c) Wisata Olahraga adalah jenis pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk berolahraga.
- d) Wisata Komersial adalah jenis pariwisata yang perjalanannya dilakukan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial. Seperti pameran industri, dan sebagainya.
- e) Wisata Industri adalah jenis pariwisata yang dilakukan oleh rombongan pelajar, mahasiswa atau orang awam ke suatu wilayah perindustrian dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan maupun penelitian.
- f) Wisata Politik adalah jenis pariwisata yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian dengan aktif dalam kegiatan atau peristiwa politik.
- g) Wisata Konvensi adalah jenis pariwisata yang biasanya negara menyediakan fasilitas seperti bangunan dengan ruang tempat sidang bagi para peserta konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan yang bersifat nasional maupun internasional.
- h) Wisata Sosial adalah jenis pariwisata yang pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberikan kesempatan pada golongan masyarakat yang memiliki ekonomi terbatas untuk melakukan perjalanan. Organisasi ini berusaha untuk membantu mereka yang mempunyai kemampuan terbatas dari segi keuangannya.
- i) Wisata Pertanian adalah jenis pariwisata yang pengorganisasian perjalanan yang dilakukan untuk ke proyek-proyek pertanian.
- j) Wisata Maritim atau Bahari adalah jenis pariwisata yang sering dikaitkan dengan kegiatan olahraga di air dengan pemandangan indah dibawah

permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang terdapat di daerah-daerah maritim.

- k) Wisata Cagar alam adalah jenis pariwisata yang biasanya dilakukan oleh agen/biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan perjalanan yang mengatur wisata ke daerah wisata cagar alam.
- l) Wisata Buru adalah jenis pariwisata yang dilakukan di daerah yang memiliki tempat berburu yang telah memiliki izin sebagai daerah perburuan.
- m) Wisata Pilgrim adalah jenis pariwisata yang biasanya dikaitkan dengan agama, sejarah, adat-istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.
- n) Wisata Bulan madu adalah jenis pariwisata dengan adanya penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

Serta jenis-jenis wisata lainnya tergantung situasi dan kondisi perkembangan dunia kepariwisataan pada suatu daerah, yang memang ingin industri pariwisatanya terus berkembang. Sedangkan jenis-jenis pariwisata menurut Spillane (1997) terdiri dari enam jenis yaitu sebagai berikut:

1. Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar, untuk

mendapatkan ketenangan serta kedamaian, untuk menikmati keindahan alam, dan menikmati suatu hal baru.

2. Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*)

Jenis pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang memanfaatkan hari libur untuk beristirahat, dan untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani serta rohaninya.

3. Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*)

Jenis pariwisata ditandai oleh adanya motivasi seperti keinginan untuk belajar dipusat pengajaran atau riset, untuk mengetahui kebudayaan suatu daerah dengan mempelajari adat-istiadat, kemudian mengunjungi monumen bersejarah peninggalan masa lalu, mengunjungi pusat-pusat kesenian serta keagamaan, dan ikut serta dalam festival-festival.

4. Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sports Tourism*)

Jenis pariwisata dibagi dalam dua kategori yaitu,

a) *Big sports events*, yaitu adanya peristiwa olahraga besar seperti *Olympiade Games*, kejuaraan tinju dunia, dll yang dapat menarik perhatian tidak hanya olah ragawannya tetapi juga penonton atau penggemarnya.

b) *Sporting tourism of the Parctitioners*, yaitu pariwisata olahraga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri seperti pendakian gunung, berburu, memancing, dan lain-lain. Negara yang

memiliki banyak tempat olahraga seperti ini dapat menarik penggemar jenis pariwisata ini.

5. Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)

Jenis pariwisata merupakan wisata yang dilakukan oleh wisatawan dengan menghadiri konvensi atau konferensi.

6. Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)

Jenis pariwisata ini merupakan kegiatan wisata yang dilakukan oleh orang-orang yang secara bentuk profesional melakukan travel atau perjalanan untuk bisnis.

c. Unsur Pariwisata

Terdapat lima unsur industri pariwisata yang sangat penting menurut Spillane (1997), yaitu :

a) *Attractions* (daya tarik wisata)

Setiap destinasi wisata memiliki daya tarik wisata yang berbeda-beda. *Attractions* dapat terbagi menjadi dua yaitu *site attractions* dan *event attractions*. *Site attractions* seperti museum atau kebun binatang, sedangkan *event attractions* seperti festival atau pameran kebudayaan.

b) *Facilities* (fasilitas-fasilitas yang diperlukan)

Selain daya tarik wisata, dalam melakukan kegiatan wisatawan juga membutuhkan fasilitas yang dapat menunjang perjalanan tersebut. Fasilitas yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan perjalanan wisatawan tergantung pada karakteristik dan bentuk perjalanan wisata yang dilakukan oleh wisatawan. Misalnya fasilitas penginapan bagi

wisatawan yang ingin beristirahat(tidur). Selain itu juga diperlukan adanya *support industries* seperti toko *souvenir*.

c) *Infrastructure* (infrastruktur)

Perkembangan infrastruktur perlu dilakukan untuk meningkatkan perkembangan pariwisata. Infrastruktur ini tidak hanya dinikmati baik oleh wisatawan namun masyarakat yang juga tinggal di daerah wisata dapat merasakannya.

d) *Transportations* (transportasi)

Dalam suatu perjalanan wisata, kemajuan transportasi sangat dibutuhkan karena dapat menentukan jarak serta waktu dalam suatu destinasi wisata. Transportasi baik melalui darat, udara maupun laut merupakan unsur utama langsung pada tahap dinamis gejala pariwisata.

e) *Hospitality* (keramahtamahan)

Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan wisata dan berada di tempat yang tidak mereka kenali maka mereka sangat memerlukan jaminan keamanan. Khususnya bagi wisatawan asing yang memerlukan gambaran tentang daerah tujuan wisata yang akan mereka datangi. Maka kepastian keamanan harus disediakan serta keramahtamahan tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan agar para wisatawan dapat merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

d. Bentuk Pariwisata

Bentuk-bentuk pariwisata menurut Pendit (1999) adalah sebagai berikut:

1. Menurut Asal Wisatawan

Perlu diketahui asal wisatawan dari dalam atau luar negeri, kalau asalnya adalah dalam negeri sendiri maka dinamakan pariwisata domestik, sedangkan kalau wisatawan datang dari luar negeri maka dinamakan pariwisata internasional.

2. Menurut Akibatnya Terhadap Neraca Pembayaran

Kedatangan para wisatawan dari luar negeri dengan membawa mata uang asing dapat memberikan dampak positif terhadap neraca pembayaran luar negeri suatu negara karena adanya pemasukan valuta asing. Sedangkan kepergian warga negara ke luar negeri dapat memberikan dampak negatif terhadap neraca pembayaran luar negeri negaranya.

3. Menurut Jangka Waktu

Kedatangan wisatawan disuatu daerah/negara diperhitungkan juga waktu lamanya wisatawan tinggal di daerah/negara yang bersangkutan. Hal ini menimbulkan istilah-istilah pariwisata jangka pendek dan pariwisata jangka panjang, dan tergantung pada suatu negara dalam memberikan ketentuan untuk mengukur waktu yang dimaksud.

4. Menurut Jumlah Wisatawan

Adanya perbedaan yang diperhitungkan atas jumlah wisatawan yang datang, apakah wisatawan datang sendiri atau rombongan, maka akan timbul istilah pariwisata tunggal atau pariwisata rombongan.

5. Menurut Alat Angkut Yang Dipergunakan

Apabila dilihat dari segi sarana transportasi yang digunakan oleh para wisatawan, maka kategori ini dapat dibagi menjadi transportasi udara, laut, dan darat.

Sedangkan menurut Spillane (1997) bentuk-bentuk pariwisata adalah sebagai berikut :

a) Pariwisata Individu dan Kolektif

Baik pariwisata dalam negeri maupun luar negeri dapat dibagi menjadi dua kategori, yaitu yang pertama pariwisata perorangan dan yang kedua pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik. Kategori pertama mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri segala persiapan untuk mendapatkan perlengkapan serta jasa-jasa yang diperlukan. Kategori kedua meliputi biro perjalanan dengan adanya program dan waktu yang ditentukan terlebih dahulu.

b) Pariwisata Jangka Panjang, Pariwisata Jangka Pendek Dan Pariwisata Ekskursi

Pariwisata jangka panjang yang dimaksudkan adalah suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan, Pariwisata jangka pendek yaitu mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari, dan Pariwisata ekskursi adalah suatu perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam serta tidak menggunakan fasilitas akomodasi.

c) Pariwisata dengan Alat Angkutan

Ada beberapa bentuk pariwisata dengan alat angkutan yang dapat dipakai misalnya kereta api, bus, pesawat, kapal laut dan kendaraan umum lain.

d) Pariwisata Aktif dan Pasif

Active tourism yaitu kedatangan wisatawan mancanegara yang membawa devisa untuk suatu negara, sedangkan *passive tourism* yaitu penduduk suatu negara yang pergi keluar negeri, dengan membawa uang ke luar negeri dan yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran.

6. Wisatawan

a. Definisi Wisatawan

Menurut *International Union of Official Travel Organization* (IUOTO) istilah Wisatawan pada prinsipnya diartikan sebagai orang-orang yang sedang mengadakan perjalanan dalam jangka waktu minimal 24 jam dan maksimal 3 bulan didalam satu negeri yang bukan merupakan negeri dimana biasanya ia tinggal.

Menurut Spillance (1997) Wisatawan ialah pengunjung sementara yang tinggal sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi. Sedangkan menurut J. Christopher Holloway dalam buku "Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana" Pendit (1999) Wisatawan adalah seorang yang mengadakan perjalanan untuk melihat sesuatu yang lain dan kemudian mengeluh apabila ia membayar sesuatu yang tidak sesuai.

Wisatawan adalah orang-orang yang melakukan kegiatan wisata (Undang-Undang nomor 10 tahun 2009). Jadi berdasarkan pengertian ini

semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan wisatawan. Apapun tujuannya, yang terpenting perjalanan tersebut tidak untuk menetap dan tidak untuk mencari nafkah ditempat yang dikunjungi.

b. Tipologi Wisatawan

Menurut Murphy (1985) dalam Pitana dan Diarta (2009) Wisatawan dapat diklasifikasikan dengan menggunakan berbagai dasar, pada prinsipnya dasar klasifikasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu atas dasar interaksi dan atas dasar kognitif-normatif. Pada tipologi atas dasar interaksi penekannya yaitu sifat-sifat interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, sedangkan tipologi atas dasar kognitif-normatif lebih menekankan pada motivasi yang melatarbelakangi perjalanan.

Cohen (1972) dalam Pitana dan Diarta (2009) mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat familiarisasi dari daerah yang akan dikunjungi, serta tingkat pengorganisasian perjalanan wisatanya. Atas dasar ini, Cohen menggolongkan wisatawan menjadi empat, yaitu:

- 1) *Drifter*, yaitu wisatawan yang ingin mengunjungi daerah yang sama sekali belum diketahuinya, berpergian dalam jumlah kecil.
- 2) *Explorer*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan mengatur perjalanannya sendiri, tidak mengikuti wisata yang sudah umum. Wisatawan ini bersedia memanfaatkan fasilitas dengan standar lokal dan tingkat interaksinya terhadap masyarakat lokal tinggi.

3) *Individual Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang menyerahkan pengaturan perjalanannya pada agen perjalanan, dan daerah tujuan wisata yang dikunjungi sudah terkenal.

4) *Organized-Mass Tourist*, yaitu wisatawan yang hanya mau mengunjungi daerah tujuan yang sudah dikenal, dengan fasilitas seperti yang terdapat di tempat tujuannya, dan menggunakan pemandu wisata. Wisatawan seperti ini disebut *environmental bubble*.

Sedangkan menurut Smith (1977) dalam Pitana dan Diarta (2009) yang melakukanklasifikasi terhadap wisatawan dengan menggolongkan wisatawan menjadi tujuh, yaitu :

1) *Explorer*, yaitu wisatawan yang mencari perjalanan baru dan berinteraksi secara intensif dengan masyarakat lokal, serta bersedia menerima fasilitas seadanya dengan menghargai norma dan nilai-nilai lokal

2) *Elite*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata yang belum dikenal, namun dengan pengaturan terlebih dahulu, dan berpergian dalam jumlah skala kecil.

3) *Off-beat*, yaitu wisatawan yang mencari atraksi sendiri, tidak mengikuti tempat-tempat yang sudah ramai dikunjungi, biasanya wisatawan seperti ini menerima fasilitas seadanya di tempat lokal.

4) *Unusual*, yaitu wisatawan yang dalam perjalanannya sekali waktu juga mengambil aktivitas tambahan, untuk mengunjungi tempat-

tempat baru atau melakukan aktivitas yang berisiko. Meskipun dalam melakukan aktivitas tambahannya bersedia menerima fasilitas apa adanya, namun program pokoknya tetap harus memberikan fasilitas standar.

- 5) *Incipient mass*, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan secara individu atau dalam kelompok kecil, mencari daerah tujuan wisata yang memiliki fasilitas standar tetapi masih memberikan kesulitan.
- 6) *Mass*, yaitu wisatawan yang berpergian ke daerah tujuan wisata dengan fasilitas yang sama seperti di daerahnya, atau berpergian ke daerah tujuan wisata dengan *environmental bubblei* yang sama. Interaksi pada masyarakat lokal kecil, terkecuali dengan mereka yang berhubungan langsung dengan usaha pariwisata.
- 7) *Charter*, yaitu wisatawan yang mengunjungi daerah tujuan wisata dengan lingkungan yang mirip dengan daerah asalnya, dan biasanya hanya untuk bersantai atau bersenang-senang. Biasanya berpergian dalam kelompok besar dengan standar fasilitas internasional

7. Intensitas Kunjungan Wisatawan

Dalam Kamus Praktis Bahasa Indonesia, intensitas adalah keadaan atau tingkatan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Intensitas adalah keadaan tingkat atau ukuran intens. Intens disini menggambarkan seberapa sering wisatawan melakukan kunjungan wisata di suatu obyek wisata.

8. Pendapatan

Sukirno (2005) menyatakan bahwa teori tingkah laku konsumen adalah teori yang menerangkan perilaku konsumen di dalam menggunakan dan membelanjakan pendapatan yang diperolehnya, seseorang konsumen yang rasional akan berusaha memaksimalkan kepuasan dalam menggunakan pendapatannya untuk membeli barang dan jasa.

Menurut Gilarso (2002) Pendapatan atau biasa disebut sebagai penghasilan merupakan bentuk balas karya yang diperoleh sebagai imbalan atau balas jasa atas sumbangan seseorang terhadap suatu proses produksi. Jenis-jenis sumber pendapatan dapat berasal dari : a) usaha sendiri atau wiraswasta, b) bekerja dengan orang lain (swasta atau pemerintah), (c) hasil dari milik pribadi yang disewakan

Menurut Yuliadi (2007) Salah satu tujuan dari pembangunan ekonomi untuk masyarakat adalah bagaimana agar dapat mewujudkan suatu keadilan dan kemakmuran bagi seluruh lapisan masyarakat yang ditentukan oleh kapasitas dan kemampuan ekonomi suatu negara dalam menghasilkan barang dan jasa yang diperlukan bagi kebutuhan hidup masyarakat. Pendapatan yang merata sangat sulit dicapai karena terdapat perbedaan tingkat pendapatan pada setiap masyarakat, namun dapat berkurangnya kesenjangan adalah salah satu tolok ukur dari keberhasilan pembangunan. Faktor-faktor penyebab perbedaan tingkat pendapatan penduduk adalah pangkat atau jabatan pekerjaan, lapangan usaha, tingkat pendidikan, produktivitas, prospek usaha, permodalan dan lain-lain.

9. Biaya Perjalanan

Menurut Garrod dan Willis (Salma dan Susilowati, 2004) Konsep dasar dari metode *travel cost* adalah waktu dan pengeluaran biaya perjalanan yang harus dibayarkan oleh para wisatawan atau pengunjung untuk mengunjungi suatu obyek wisata yaitu harga untuk akses ke suatu tempat obyek wisata. Terdapat beberapa pendekatan yang di gunakan untuk memecahkan permasalahan melalui metode *travel cost* menurut Garrod dan Willis (Salma dan Susilowati, 2004), yaitu:

1. Pendekatan Zona Biaya Perjalanan (*A simple zonal travel cost approach*).

Pendekatan ini menggunakan data sekunder dan pengumpulan data dari para pengunjung menurut daerah asal, diterapkan dengan mengumpulkan informasi pada jumlah kunjungan ke suatu tempat dari jarak yang berbeda, karena biaya perjalanan dan waktu akan bertambah sesuai dengan bertambahnya jarak, informasi ini memperkenankan peneliti untuk menghitung jumlah kunjungan “yang dibeli” pada “harga” yang berbeda.

2. Pendekatan Biaya Perjalanan Individu (*An individual travel cost approach*).

Penelitian dengan menggunakan metode biaya perjalanan individu (*individual travel cost method*) biasanya dilaksanakan melalui survey kuisisioner pengunjung mengenai biaya perjalanan yang harus dikeluarkan

ke lokasi wisata, kunjungan ke lokasi wisata lain (*substitute sites*), dan faktor-faktor sosial ekonomi

Menurut Fauzi (2010) Metode biaya perjalanan biasanya digunakan untuk menganalisis permintaan terhadap rekreasi di alam terbuka seperti memancing, berburu, hiking dan lain-lain. Secara prinsip metode ini menganalisis tentang biaya-biaya yang dikeluarkan setiap individu untuk mengunjungi tempat-tempat daerah wisata tersebut. Metode biaya ini dapat digunakan untuk mengatur manfaat dan biaya akibat:

1. Perubahan harga tiket masuk suatu obyek wisata
2. Penambahan tempat rekreasi baru
3. Perubahan kualitas lingkungan obyek wisata
4. Wisatawan akan memberi respon yang sama terhadap perubahan harga karcis, dan jumlah biaya perjalanan yang dikeluarkan saat perjalanan.
5. Perjalanan tidak merupakan suatu kepuasan, kepuasan di tempat rekreasi sama untuk setiap pengunjung tanpa melihat asal pengunjung
6. Setiap rekreasi alternatif mempunyai kepuasan maksimum
7. Selera, preferensi dan pendapatan pengunjung dianggap sama.

Dapat disimpulkan bahwa biaya perjalanan adalah biaya yang dikeluarkan pengunjung untuk sampai di objek wisata Biaya perjalanan meliputi biaya transportasi, biaya retribusi masuk, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, dan biaya-biaya lainnya.

10. Jarak

Pada umumnya semakin besar jarak objek wisata, semakin besar ketidakinginan kunjungan wisatawan (McIntosh, 1995: 298). Jarak yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Suparmoko (2000) menyatakan bahwa semakin jauh jarak tempat tinggal wisatawan dari lokasi suatu objek wisata atau tempat rekreasi tersebut maka akan semakin rendah permintaannya terhadap jasa taman rekreasi tersebut atau permintaan akan suatu objek wisata akan rendah, dan begitu pula sebaliknya semakin dekat jarak tempat tinggal wisatawan dari lokasi objek wisata atau taman wisata tersebut maka akan semakin tinggi permintaannya terhadap jasa taman rekreasi tersebut dengan biaya yang lebih murah dan ini semua tercermin pada biaya perjalanan yang dikeluarkan.

Menurut Anasthacia (2014) Jarak antara daerah tempat tinggal dengan tempat objek wisata juga dapat mempengaruhi permintaan akan kunjungan, karena seseorang cenderung akan memilih tujuan wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya agar dapat menekan biaya pengeluaran ketika sedang berwisata. Oleh sebab itu, semakin dekat jarak objek wisata terhadap tempat tinggal maka orang akan tertarik mengunjungi objek wisata tersebut dengan memanfaatkan lingkungan yang ada terhadap biaya perjalanan yang dikeluarkan lebih murah.

11. Fasilitas Pariwisata

Selain daya tarik objek wisata, fasilitas merupakan salah satu unsur yang sangat penting dan dibutuhkan untuk menunjang nilai industri suatu obyek wisata, karena apabila fasilitas suatu objek wisata tidak memadai maka akan menurunkan minat wisatawan untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.

Menurut Yoeti (2008), sarana prasarana adalah sebagai berikut:

1. Prasarana kepariwisataan (*tourism infrastructures*) adalah semua fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beranekaragam. Prasarana wisata dapat berupa:

- a) Prasarana umum: jalan, air bersih, terminal, lapangan udara, komunikasi dan listrik.
- b) Prasarana ketertiban dan keamanan agar kebutuhan terpenuhi dengan baik seperti polisi, bank, rumah sakit, dan lain-lain.

2. Sarana kepariwisataan (*tourism superstructure*) adalah perusahaan atau tempat yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Sarana kepariwisataan dapat berupa :

- a) Sarana pokok, yaitu seperti perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung kepada arus kedatangan wisatawan (travel agen, restoran, dll).
- b) Sarana pelengkap, yaitu perusahaan atau tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana

pokok kepariwisataan, namun yang terpenting adalah untuk membuat agar wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah tujuan wisata (olah raga, dll).

c) Sarana penunjang, yaitu sarana pelengkap dan sarana pokok yang berfungsi agar tidak hanya membuat wisatawan tinggal lebih lama pada suatu daerah tujuan wisata, tetapi juga adalah agar wisatawan mengeluarkan atau membelanjakan uang lebih banyak di tempat yang dikunjunginya.

Menurut Spillane (1997) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu juga ada kebutuhan akan toko *souvenir*, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi, karena dengan ketersediaan fasilitas dilokasi wisata akan membuat wisatawan merasa nyaman untuk lebih lama lagi dalam melakukan perjalanan wisata.

12. Pentingnya Industri Pariwisata dalam Perekonomian

Spillane (1997) pariwisata merupakan suatu bentuk ekspor yang dianggap menguntungkan, terutama bagi ekonomi nasional suatu negara. Bagi suatu negara, sektor pariwisata dapat menghasilkan banyak devisa yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunannya. Indonesia sebagai negara yang sedang berkembang dalam tahap pembangunannya, berusaha membangun industri pariwisata sebagai salah satu cara untuk mencapai neraca perdagangan

luar negeri yang berimbang. Melalui industri ini diharapkan pemasukan devisa dapat bertambah (Pendit, 1999).

Pariwisata bukan saja sebagai sumber devisa, tetapi juga merupakan faktor dalam menentukan lokasi industri dalam perkembangan daerah-daerah yang miskin sumber-sumber alam sehingga perkembangan pariwisata adalah salah satu cara untuk memajukan ekonomi di daerah-daerah yang kurang berkembang tersebut sebagai akibat kurangnya sumber-sumber alam (Yoeti, 2008).

Mengelolah kepariwisataan menjadi suatu industri bagi negara Indonesia merupakan sesuatu yang baru, karena pengembangan industri pariwisata dapat mengerakkan sektor-sektor ekonomi lainnya dengan jangkauan yang luas(dapat menyerp tenaga kerja secara langsung maupun yang bekerja disektor pendukung). Dengan demikian, industri pariwisata dapat memajukan dan meratakan perekonomian negara. Karena, kegitan pariwisata mempunyai daya serap yang besar terhadap pengangguran dan dapat meningkatkan pendapatan penduduk (Spillance, 1997).

13. Sejarah Perkembangan Kebijakan Pariwisata Dunia

Sejarah perkembangan kebijakan pariwisata dunia dimulai seiring perkembangan industri pariwisata sendiri, pada era 1980-an terjadi perubahan paradigma dari pariwisata massal ke pariwisata alternatif yang mana industri telah memasuki era globalisasi, supersegmentsi, teknologi baru, dan meningkatnya kepedulian, tanggung jawab sosial serta ekologi. Persaingan menjadi fungsi utama

dalam industri pariwisata, kualitas dan efisiensi menjadi kunci utama dalam pariwisata (Pitana dan Diarta, 2009).

Menurut Fayos-Sola (1996) dalam Pitana dan Diarta (2009, perkembangan kebijakan pariwisata dunia telah mengalami tiga tahapan generasi yang berbeda, yaitu :

1. Paradigma kebijakan pariwisata massal (*mass tourism*)

Generasi ini didasarkan pada target pencapaian jumlah wisatawan sebesar-besarnya, pencapaian pendapatan pariwisata yang sebesar-besarnya, dan penciptaan lapangan kerja di sektor pariwisata.

2. Paradigma kebijakan pariwisata untuk kesejahteraan sosial

Pada periode ini dampak sosial, ekonomi, dan ekologi akibat keberadaan pariwisata sudah mulai disadari sementara fokus pada pertumbuhan ekonomi melalui pengembangan pariwisata mulai didefinisikan. Peran pariwisata mulai bergeser ke pencapaian kesejahteraan sosial, tidak hanya pada pertumbuhan ekonomi saja.

3. Paradigma kebijakan pariwisata terpadu (*holistik*)

Pada periode ini mulai disadari bahwa sisi persaingan memegang peran menentukan dalam industri pariwisata. Kerjasama antara pemerintah, swasta, dan lembaga swadaya masyarakat harus lebih ditekankan sehingga dapat mendorong hubungan yang saling menguntungkan antarsektor. Dalam hal ini kebijakan yang bergeser dari konvensional (seperti pemasaran, promosi, pajak, insentif, akomodasi, dan transportasi) menuju isu yang lebih *holistik* yang

berkaitan dengan lingkungan, dampak sosial, pemeratan, serta pariwisata internasional yang menyangkut keamanan dan kesehatan.

B. Hubungan Antar Variabel

Hubungan antar variable menjelaskan tentang adanya hubungan keterkaitan antara variable dependen dengan variable independen.

1. Hubungan antara Pendapatan Wisatawan dengan Intensitas Kunjungan Wisatawan.

Permintaan pariwisata dipengaruhi oleh pendapatan dan harga (Sinclair dan Stabler, 1997). Pendapatan sangat berpengaruh terhadap keputusan seseorang dalam melakukan wisata, dengan kata lain semakin besar pendapatan seorang wisatawan maka semakin besar kemungkinan orang tersebut akan melakukan perjalanan wisata. Dalam hal ini membuat adanya hubungan signifikan pada hubungan antara jumlah pendapatan dengan intensitas kunjungan wisata, yang dimana jika adanya perubahan dari jumlah pendapatan akan menimbulkan perubahan pada kunjunganwisatawan.

2. Hubungan antara Biaya Perjalanan dengan Intensitas Kunjungan Wisatawan

Semakin tinggi jarak ekonomi, semakin tinggi perlawanan untuk tujuan tersebut, dan konsekuensinya permintaan semakin rendah, jika waktu dan biaya perjalanan dapat dikurangi maka permintaan akan naik (Mc.Intosh, 1995). Biaya perjalanan (*travel cost*) merupakan salah satu alasan dari wisatawan dalam memilih tujuan wisatanya, sebab wisatawan cenderung memperhatikan tingkat biaya sebelum melakukan perjalanan. Hal ini terjadi karena setiap wisatawan

memiliki tingkat budget yang tidak sama, apabila seorang wisatawan memiliki budget yang rendah maka wisatawan akan memiliki lokasi wisata yang dekat dengan tempat tinggalnya sehingga dapat mengurangi biaya perjalanan.

3. Hubungan antara Jarak dengan Intensitas Kunjungan Wisatawan

Pada umumnya semakin besar jarak obyek wisata, semakin besar ketidakinginan kunjungan wisatawan (Mc. Intosh, 1995: 298). Jarak yang harus ditempuh oleh wisatawan untuk mengunjungi suatu obyek wisata merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kunjungan wisatawan. Oleh sebab itu, semakin dekat jarak tempat tinggal terhadap objek wisata maka umumnya wisatawan akan lebih memilih lokasi objek wisata yang lebih dekat untuk dicapai.

4. Hubungan antara Fasilitas dengan Intensitas Kunjungan Wisatawan

Fasilitas merupakan salah satu unsur yang sangat penting dan dibutuhkan untuk menunjang nilai industri suatu objek wisata. Menurut Spillane (1994) fasilitas cenderung berorientasi pada daya tarik di suatu lokasi karena fasilitas harus terletak dekat dengan pasarnya. Fasilitas yang dimaksud adalah seperti fasilitas ibadah, restoran, taman bermain, panggung hiburan, kamar kecil, dan fasilitas-fasilitas pendukung lainnya. Para wisatawan biasanya sangat memperhatikan fasilitas yang ada di suatu objek wisata karena bila fasilitas suatu obyek wisata tidak memadai maka akan dapat mempengaruhi keinginan para wisatawan untuk berwisata.

C. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Canti, dkk (2012) yang berjudul “Analisis Intensitas Kunjungan Objek Wisata Air Terjun Linggahara Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas kunjungan wisatawan dan variable apa saja yang berpengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatawan di Objek Wisata Air Terjun Linggahara Kabupaten Labuhanbatu Sumatera Utara. Dalam penelitian ini intensitas kunjungan sebagai variabel dependen sedangkan biaya perjalanan, pendapatan, jarak tempuh dan pendidikan sebagai variabel independennya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dan menggunakan alat analisis analisis regresi linear berganda dengan aplikasi SPSS17. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah metode *accidental sampling*, hasil dari penelitian ini adalah dari empat variabel hanya dua variabel yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap intensitas kunjungan yaitu biaya perjalanan dan pendapatan sedangkan dua variabel tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan yaitu jarak tempuh dan pendidikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Khasani (2014) dengan judul “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisatawan Di Pantai Cahaya, Weleri, Kabupaten Kendal”. Dalam penelitian ini variabel independen yang diduga berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu jumlah kunjungan wisatawan ke Pantai Cahaya adalah pendapatan wisatawan, biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain, lama perjalanan dan fasilitas. Penelitian ini menggunakan teknik *accidentalsampling*, data yang digunakan adalah data primer

yaitu berdasarkan kuesioner. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pendapatan dan fasilitas berpengaruh positif terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya, sedangkan biaya perjalanan, biaya perjalanan ke obyek wisata lain dan lama perjalanan tidak berpengaruh terhadap jumlah kunjungan wisatawan di Pantai Cahaya.

Penelitian yang dilakukan oleh Santosa dan Budi (2013) dengan judul “Analisis Permintaan Objek Wisata Masjid Agung Semarang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah biaya perjalanan ke Masjid Agung Semarang, biaya perjalanan ke objek wisata lain (Demak), pendapatan individu, jarak, waktu, umur, fasilitas dan keindahan Masjid Agung Semarang berpengaruh terhadap jumlah permintaan pariwisata ke objek wisata Masjid Agung Semarang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari delapan variabel adapula variabel yang mempengaruhi permintaan objek pariwisata ke Masjid Agung Semarang adalah biaya perjalanan ke Masjid Agung Semarang, jarak, dan fasilitas.

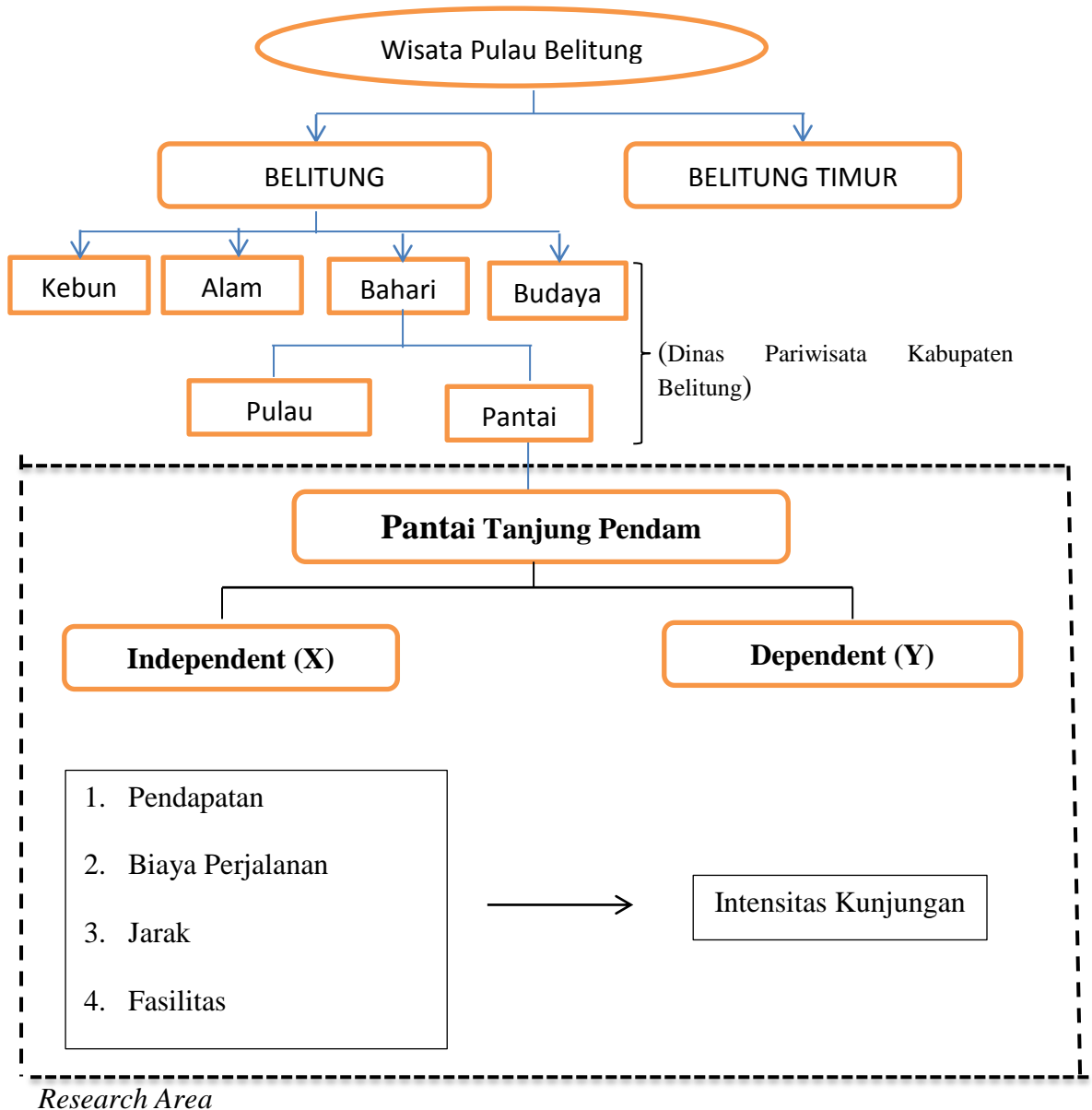
Penelitian yang dilakukan oleh Salma dan Susilowati (2004) dengan judul “Analisis nilai ekonomi yang Wisata Alam Curug Sewu, Kab. Kendal”. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan enam variabel independennya yaitu biaya perjalanan ke objek wisata curug, biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, jarak, dan pendidikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari keenam variabel independen hanya dua

variabel yaitu variabel biaya perjalanan ke objek wisata curug dan jarak yang signifikan, sedangkan variabel biaya perjalanan ke objek wisata lain, pendapatan, umur, dan pendidikan tidak berpengaruh signifikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Saputri (2016) dengan judul “Determinan Yang Mempengaruhi Intensitas Kunjungan Wisatawan Di Pantai Depok, Kabupaten Bantul, Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dan menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari variabel pendapatan, biaya perjalanan, fasilitas, dan waktu luang terhadap intensitas kunjungan wisatawan di Pantai Depok. Sedangkan untuk variabel jarak tempuh tidak terdapat pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatawan di Pantai Depok, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Mudakir dan Baskoro (2013) dengan judul “Analisis Kunjungan Objek Wisata Lawang Sewu di Kota Semarang”. Penelitian ini menggunakan metode *quota accidental sampling* (100 responden) dan menggunakan alat analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari lima variabel (biaya perjalanan ke objek wisata lawang sewu, pendapatan, jarak, biaya perjalanan ke objek wisata lain dan fasilitas) hanya empat variabel yaitu biaya perjalanan ke objek wisata lawang sewu, pendapatan, jarak, dan fasilitas yang signifikan terhadap frekuensi jumlah kunjungan ke objek wisata Lawang Sewu.

D. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.3
Kerangka pemikiran

E. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap hubungan antar variabel dalam penelitian yang kebenarannya harus diuji secara empiris.

Berdasarkan landasan teori diatas maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

1) Pendapatan

H_0 : Diduga pendapatan tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

H_1 : Diduga pendapatan memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

2) Biaya perjalanan

H_0 : Diduga biaya perjalanan tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

H_1 : Diduga biaya perjalanan memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

3) Jarak

H_0 : Diduga jarak tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

H_1 : Diduga jarak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan

4) Fasilitas

H_0 : Diduga fasilitas tidak memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan.

H_1 : Diduga fasilitas memiliki pengaruh terhadap intensitas kunjungan wisatwan