
BUKU AJAR GEOGRAFI PARIWISATA



AGUS SUTEDJO
SRI MURTINI

Edisi 2023

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah swt, yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga Buku Ajar Geografi Pariwisata ini dapat terselesaikan. Buku ajar ini sebenarnya merupakan perbaikan dari Buku Ajar Geografi Pariwisata sebelumnya, setelah penulis memperoleh berbagai pengalaman setelah sekian tahun mengajar Geografi Pariwisata dan tambahan ilmu dari berbagai buku. Terjadi perubahan susunan materi, penambahan maupun pengurangan materi sesuai dengan kebutuhan saat ini dan beberapa tahun mendatang. Proses penyusunan buku ajar ini memakan waktu cukup panjang karena banyaknya pertimbangan dan keraguan mengenai cakupan ilmiah yang semestinya. Buku ajar ini harus terwujud karena kebutuhan akan literatur geografi pariwisata yang masih jarang dan terlebih lagi berbahasa Indonesia khususnya bagi mahasiswa S1 kependidikan.

Kekurangan dan cacat pada Buku Ajar Geografi Pariwisata ini tentu masih banyak terjadi meskipun telah berkali-kali dibaca dan diedit ulang. Kekurangan dalam cakupan materi terdapat dalam banyak hal terutama contoh-contoh penerapan pendekatan geografis dalam kepariwisataan dan perhitungan-perhitungannya. Penulis mempertimbangkan bahwa buku ini tidak perlu tebal sehingga mudah dijangkau mahasiswa namun cakupan isinya yang serba cakup. Pembahasan yang mendalam bagi mahasiswa geografi kependidikan belum begitu diperlukan mengingat jumlah sks yang tersedia tidak banyak (2 sks). Paling tidak buku ini dapat digunakan sebagai pengantar untuk mempelajari lebih lanjut tentang Geografi Pariwisata secara lebih mendalam.

Tentu banyak kekurangan yang masih luput dari pencermatan penulis, semata-mata karena kekurangmampuan penulis dalam hal bahasa maupun penguasaan materi secara komperhensif. Kritik, masukan, dan saran yang konstruktif sangat diharapkan oleh peneliti dalam perbaikan Buku Ajar Geografi Pariwisata di masa mendatang. Harapan penulis semoga buku ajar ini bermanfaat. Aamiin.

Surabaya, Nopember 2023

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	ii
BAB I. GEOGRAFI DAN PARIWISATA	1
1.1. Pendahuluan	1
1.2. Geografi	3
1.2.1. Konsep Esensial Geografi	4
1.2.2. Pendekatan Geografi	11
1.3. Pariwisata	13
1.3.1. Istilah-istilah dalam pariwisata	14
1.3.2. Jenis-jenis Pariwisata	15
1.4. Geografi Pariwisata	17
1.5. Wisatawan	18
1.5.1. Asal Wisatawan	20
1.5.2. Karakter Wisatawan	21
1.5.3. Motivasi Wisatawan	23
1.6. Daerah Tujuan Wisata	25
1.7. Latihan	26
1.8. Ringkasan	27
1.9. Evaluasi	30
DAFTAR PUSTAKA	31
BAB II. INDUSTRI PARIWISATA	32
2.1. Pendahuluan	32
2.2. Bahan Dasar Pariwisata	33

2.2.1. Objek Wisata Alam	33
2.2.2. Objek Wisata Budaya	34
2.2.3. Objek Wisata Buatan	35
2.3. Perusahaan Industri Pariwisata	36
2.4. Produk Industri Pariwisata	39
2.5. Aspek-aspek kepariwisataan	42
2.5.1. Atraksi	43
2.5.2. Fasilitas	46
2.5.3. Transportasi	52
2.5.4. Keramahtamahan	53
2.6. Pemasaran Pariwisata	54
2.6.1. Ciri-ciri Pemasaran Pariwisata	54
2.6.2. Promosi	56
2.7. Latihan	60
2.8. Ringkasan	62
2.9. Evaluasi	64
DAFTAR PUSTAKA	66
BAB III. PENDEKATAN GEOGRAFIS	67
3.1. Pendahuluan	67
3.2. Pendekatan Keruangan	68
3.2.1. Analisis Pola Keruangan	69
3.2.2. Analisis Struktur Keruangan	70
3.2.3. Analisis Proses Keruangan	71
3.2.4. Analisis Interaksi Keruangan	72
3.2.5. Analisis Kecenderungan Keruangan	72

3.2.6. Analisis Komparasi Keruangan	74
3.2.7. Analisis Asosiasi Keruangan	74
3.2.8. Analisis Organisasi/Sistem Keruangan	75
3.2.9. Analisis Sinergisme Keruangan	75
3.3. Pendekatan Ekologis	76
3.3.1. Human Behaviour-Environment Theme of Analisis.....	77
3.3.2. Human Activity (performance)-Environment Theme of Analisis	78
3.3.3. Physico Natural Features -Envorinmant Theme of Analisis	79
3.3.4. Physico Artificial Features -Envorinmant Theme of Analisis.....	79
3.4. Pendekatan Kompleks Wilayah	81
3.4.1. Pengertian Wilayah (region)	83
3.4.2. Identifikasi Wilayah	83
3.4.2.1. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Keseragaman	84
3.4.2.2. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Keanekagaman	84
3.4.2.3. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Tema Kajian	86
3.4.2.4. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Jumlah Topik	86
3.4.2.5. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Hirarki	89
3.5. Latihan	91
3.6. Ringkasan	92
3.7. Evaluasi	95
DAFTAR PUSTAKA	96
BAB IV. PENERAPAN PENDEKATAN GEOGRAFIS DALAM BIDANG KEPARIWISATAAN	98
4.1. Pendahuluan	98
4.2. Gravitasi dan Interaksi Dalam Ruang	99
4.3. Teori Titik Henti (Breaking Point Theory)	101

4.4. Gravitasi dan Potensi Lokasi Wisata	102
4.5. Teori Kutub Pertumbuhan	106
4.6. Kesesuaian Lahan/Overlay Peta	112
4.7. Analisis Statistik	113
4.8. Latihan	119
4.9. Ringkasan	120
4.10. Evaluasi	122
DAFTAR PUSTAKA	123
BAB V. PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN	125
5.1. Pendahuluan	124
5.2. Daerah Tujuan Wisata	125
5.3. Ekowisata	127
5.4. Kepariwisata Berkelanjutan	132
5.5. Dampak Pengembangan Kepariwisata	138
5.5.1. Dampak Fisik	139
5.5.2. Dampak Non Fisik	140
5.5.3. Daya Dukung Lingkungan	144
5.6. Latihan	146
5.7. Ringkasan	147
5.8. Evaluasi	150
DAFTAR PUSTAKA	151
GLOSARIUM	153

TINJAUAN MATAKULIAH

Matakuliah Geografi Pariwisata mempunyai tujuan untuk memperkenalkan ilmu pariwisata dalam sudut pandang geografi atau menerapkan ilmu geografi dalam bidang kepariwisataan. Dalam buku ajar ini diperkenalkan berbagai macam aspek kepariwisataan, seperti industri pariwisata, jenis-jenis pariwisata, pemasaran pariwisata dan wisatawan serta berbagai pendekatan geografi sehingga mahasiswa dapat memahami tentang geografi pariwisata. Pada buku ajar ini juga disertai dengan beberapa contoh penerapan pendekatan geografis dalam bidang kepariwisataan untuk memperjelas pemahaman tentang geografi pariwisata. Dengan adanya pengembangan lokasi pariwisata tentu akan menimbulkan berbagai dampak baik terhadap alam maupun manusia sehingga materi ini perlu disampaikan dan untuk mengukur kemampuan pembaca dalam menguasai materi diberikan soal-soal evaluasi.

Pada Bab I dijelaskan tentang geografi dan pariwisata, pada materi geografi dijelaskan tentang konsep-konsep esensial yang berhubungan dengan pariwisata, sedangkan materi pariwisata berisi tentang jenis-jenis pariwisata dan beberapa istilah yang sering muncul dalam dunia kepariwisataan. Wisatawan yang merupakan unsur paling pokok dalam kepariwisataan menjelaskan tentang motivasi, karakter dan asal wisatawan untuk menjawab apa latar belakang wisatawan melakukan perjalanan wisatanya.

Pada Bab II dijelaskan tentang industri pariwisata yang terdiri dari bahan dasar industri pariwisata, perusahaan industri pariwisata, dan produk industri pariwisata. Juga dibahas tentang aspek-aspek kepariwisataan yang akan berpengaruh terhadap kelangsungan industri pariwisata misalnya atraksi, transportasi, fasilitas pariwisata, dan keramahtamahan. Untuk meningkatkan kegiatan industri pariwisata dibahas pula tentang ciri-ciri pemasaran pariwisata serta berbagai macam kegiatan promosi.

Selanjutnya pada Bab III membahas tentang pendekatan geografis yang terdiri dari pendekatan keruangan, pendekatan ekologis, dan pendekatan kompleks wilayah. Pendekatan keruangan membahas tentang sembilan tema analisis yaitu tema pola keruangan, interaksi keruangan, proses keruangan, struktur keruangan, komparasi

keruangan, sinergisme keruangan, kecenderungan keruangan, asosiasi keruangan, dan organisasi/sistem keruangan. Pendekatan ekologis membahas 4 tema analisis yaitu tema analisis hubungan antara perilaku manusia dengan lingkungan, kegiatan manusia dengan lingkungan, kenampakan fisik alami dengan lingkungan, kenampakan artifisial dengan lingkungan. Sedangkan pada pendekatan kompleks wilayah yang dibahas adalah pengertian dan identifikasi wilayah beserta contoh pendekatannya.

Berbagai macam contoh penerapan untuk bidang geografi pariwisata diberikan pada Bab IV dengan maksud untuk meningkatkan pemahaman tentang geografi pariwisata sekaligus kegunaannya. Beberapa contoh penerapann yang diberikan adalah penerapan teori gravitasi dan interaksi dalam ruang, teori gravitasi dan potensi lokasi wisata, teori titik henti dan teori kutub pertumbuhan. Beberapa analisis stastistik deberikan untuk menerapkan pendekatan keruangan dan pendekatan ekologis, serta overlay peta untuk analisis kesesuaian lahan dalam rangka mengetahui lokasi yang sesuai untuk peruntukan tertentu.

Untuk lebih memperdalam pemahaman tentang geografi pariwisata beberapa materi diuraikan pada Bab V. Pengembangan kepariwisataan lokasi wisata memerlukan persyaratan tertentu tergantung dari lokasi wisatanya. Dalam bab ini diuraikan tentang berbagai macam dan persyaratan untuk pengembangan kepariwisataan untuk daerah tujuan wisata secara umum, ekowisata, dan kepariwisataan berkelanjutan. Dampak yang mungkin terjadi di suatu kawasan wisata akibat adanya pengembangan kepariwisataan baik positif maupun negatif, dampak terhadap alam maupun manusia, langsung maupun tidak langsung diuraikan secara detail dalam bab ini. Materi mengenai daya dukung lingkungan dapat memberikan pemahaman yang lebih berarti terhadap mahasiswa sehubungan dengan dampak pengembangan kepariwisataan.

BAB I

GEOGRAFI DAN PARIWISATA

KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat memahami bidang ilmu geografi dan bidang ilmu pariwisata.

INDIKATOR

1. Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep esensial geografi untuk kepariwisataan
2. Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep dalam kepariwisataan
3. Mahasiswa mampu memahami konsep-konsep wisatawan
4. Mahasiswa mampu memahami motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan.
5. Mahasiswa mampu memahami daerah tujuan wisata

1.1. PENDAHULUAN

Pada dasarnya ilmu geografi mempelajari tentang bumi dengan segala isinya serta hubungan antar keduanya. Ilmu geografi mempunyai konsep-konsep esensial atau unsur-unsur dasar dalam pembahasannya, dan pada setiap topik pembahasan yang sesuai dengan pembangunan yang diinginkan, penggunaan konsep esensial tidak sama. Ahli geografi dituntut untuk mampu memanfaatkan bumi dan isinya tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan manusia yang selalu meningkat, jadi tidak berhenti pada mengetahui dan mempelajari saja.

Masalah pembangunan yang begitu kompleks akhir-akhir ini, ahli geografi tidak boleh membatasi diri dalam menggunakan analisis untuk pemecahan masalahnya. Analisis apapun dapat digunakan asalkan dapat menyelesaikan masalah yang muncul sebagai akibat interaksi manusia dengan lingkungannya, dan tidak boleh meninggalkan hakekat ilmu geografi, dengan demikian pemahaman yang baik dan benar tentang geografi sangat diperlukan. Dalam memecahkan masalah apapun di suatu wilayah, kadang-kadang dengan hanya menggunakan ilmu geografi tidaklah cukup sehingga memerlukan ilmu lain sebagai ilmu pendukung.

Salah satu sifat dasar manusia adalah serba ingin mengetahui segala sesuatu yang ada di dalam maupun di luar lingkungannya. Manusia ingin tahu tentang kehidupan orang nun jauh disana, keindahan alam, dan berbagai hal yang

tidak terdapat di lingkungannya sendiri. Keinginan seperti itu akan menimbulkan adanya suatu perjalanan manusia baik perorangan maupun berkelompok untuk mendapatkan sesuatu yang berbeda dengan kehidupan sehari-harinya. Perjalanan seperti itulah yang kemudian memunculkan istilah pariwisata yang dikemudian hari berkembang pesat dari segala aspek berkaitan dengan aktivitas manusia dan kebutuhan yang semakin beragam. Zaman kehidupan manusia modern seperti saat ini, pariwisata telah menjadi suatu kebutuhan dan cenderung menjadi keharusan karena aktivitas atau kesibukan manusia yang luar biasa sehingga memerlukan adanya relaksasi. Kesibukan manusia yang luar biasa akan meningkatkan tekanan jiwa yang berdampak pada kesehatan jiwa yang akhirnya juga akan berpengaruh terhadap fisiknya

Pada awal mulanya pariwisata berkembang pada ilmu ekonomi dalam rangka memfasilitasi kebutuhan wisatawan selama melakukan perjalanannya. Dalam pelaksanaannya diperlukan pengelolaan yang tepat tentang transportasi, fasilitas wisata, waktu, biaya, dan wisatawan itu sendiri agar supaya keinginan atau kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi. Pada perkembangan pariwisata terakhir tidak hanya faktor ekonomi yang berperan tetapi bidang ilmu lain juga berperan sehingga pariwisata menjadi bidang ilmu interdisipliner.

Geografi Pariwisata merupakan bagian dari geografi sistematis yang menitikberatkan kepada unsur manusia sebagai fokus bahan kajiannya, namun dalam geografi terpadu atau geografi mutakhir, dalam kajian kepariwisataan tidak memisahkan antara manusia dengan fisik. Dalam kajiannya digunakan pendekatan geografis yakni pendekatan keruangan, pendekatan ekologis, ataupun pendekatan kompleks wilayah tergantung dari macam masalah kepariwisataan yang terjadi di suatu tempat.

Permasalahan dalam dunia kepariwisataan dapat dipastikan berkaitan dengan wisatawan yang merupakan unsur paling pokok dalam mengembangkan kepariwisataan di suatu wilayah. Oleh karena itu karakteristik dan motivasi wisatawan yang berkunjung di Daerah Tujuan Wisata perlu dikaji, jenis atraksi tertentu yang dikembangkan akan disukai oleh wisatawan tertentu pula. Kajian karakteristik wisatawan akan berkaitan dengan aspek pengembangan pariwisata

yang lain misalnya promosi, pengembangan fasilitas penunjang kepariwisataan, disamping atraksi itu sendiri. Motivasi akan mendorong wisatawan untuk mengunjungi objek wisata yang sesuai dengan keinginannya.

1.2. GEOGRAFI

Seiring dengan perkembangan jaman, definisi geografi juga mengalami perubahan dari waktu ke waktu, namun sayangnya tidak ada satu definisi pun yang dapat memuaskan semua ahli geografi. Perbedaan perkembangan lingkungan geografi, ekonomi maupun teknologi di suatu wilayah berdampak pada konsep berfikir seseorang. Hasilnya adalah konsep geografi yang berbeda-beda karena ahli geografi dipastikan mengiatkan dirinya dengan permukaan bumi. Akan tetapi semua ahli geografi mengakui adanya elemen yang sama dalam kajiannya. Elemen tersebut adalah: pertama, ahli geografi memandang bahwa permukaan bumi bukan merupakan ruang yang abstrak, permukaan bumi sebagai lingkungan hidup manusia yaitu lingkungan yang mampu mempengaruhi kehidupan manusia dan manusia dapat mengubah dan membangun lingkungannya. Kedua, ahli geografi akan memperhatikan penyebaran manusia dalam ruang dan berusaha mengetahui hubungan/kaitan manusia dengan lingkungannya yaitu akan mencari cara bagaimana ruang dan sumberdaya dapat dimanfaatkan dan menekankan pengelolaan wilayah untuk mencapai tujuan tersebut. Ketiga, dalam kajian geografi terdapat konsep-konsep esensial seperti jarak, lokasi, interaksi, aksesibilitas, gerakan, dan unsur penyebaran.

Berbagai permasalahan yang muncul akibat intervensi manusia terhadap lingkungan hidupnya tidak akan tuntas penyelesaiannya apabila hanya dikaji dari salah satu aspek, yakni aspek fisik atau aspek manusia saja. Lebih baik menggunakan pendekatan terintegrasi atau pendekatan terpadu yakni pendekatan yang tidak memisahkan atau tidak membedakan antara unsur fisik dan non fisik. Pendekatan terpadu telah dilakukan oleh banyak ahli geografi saat ini yang sebenarnya tidak jauh berbeda dengan geografi ortodok namun berbeda dalam cara analisisnya. Pada dasarnya geografi terintegrasi adalah suatu pendekatan

dengan mengintegrasikan geografi fisik, geografi manusia, geografi regional dan geografi teknik.

Dalam ilmu geografi dengan pendekatan secara terintegrasi, terdapat 3 pendekatan utama yaitu *spatial approach*, *ecological approach* dan *regional complex approach*. Ketiganya tidak muncul secara instan, namun melalui proses perkembangan yang sangat lama. Hagget (1983) membahasnya dalam sub judul *The Legacy of the Past*, yang menjelaskan perkembangan paradigma keilmuan geografi dan kemudian menelorkan bentuk-bentuk pendekatan yang menjadi acuan utama studi geografi kontemporer, meskipun pada saat ini, muncul bentuk-bentuk pendekatan baru yang berasal dari bidang kajian lain (bukan geografi) dan kemudian bidang kajian geografi mengadopsinya. Hal itu diperbolehkan dalam suatu bidang kajian selama bidang kajian tersebut tidak kehilangan jatidirinya. Untuk memberi warna sebuah karya ilmiah sebagai bentuk *scientific dignity* dalam bidang geografi, maka apapun pendekatan baru yang dikemukakan atau diadopsi, peneliti harus berorientasi pada salah satu gabungan dari ketiga macam pendekatan utama geografi yang menekankan pada *space* sebagai *variable*; *man-environment inter-relationship* atau *regional complex system* agar fitrah geografi tidak hilang (Goodall, 1987).

1.2.1. KONSEP ESENSIAL GEOGRAFI

Konsep-konsep dalam geografi seperti jarak, interaksi, lokasi, dsb sering digunakan dalam berbagai kajian, dalam bidang kepariwisataanpun demikian. Berbagai konsep dapat digunakan untuk membantu pemikiran dalam pengembangan kepariwisataan, terutama dalam penerapan pendekatan geografis. Tidak semua konsep esensial geografi dapat digunakan untuk itu, di bawah ini beberapa konsep esensial geografi yang dapat diterapkan untuk bidang kepariwisataan.

Jarak

Jarak merupakan garis penghubung terpendek antara dua titik. Dalam kepariwisataan, jarak antara dua objek wisata dapat diketahui dengan mengukur jalur jalan yang menjadi penghubung dua objek wisata tersebut. Apabila terdapat

beberapa jalur jalan penghubung maka dipilih jalur jalan yang paling pendek. Satuan jarak dinyatakan dalam kilometer namun dapat juga dinyatakan dengan menggunakan satuan waktu, misalnya menit atau jam. Untuk pengukuran dengan satuan waktu hanya dapat dilakukan di lapangan, sedangkan pengukuran jarak dengan satuan kilometer dapat dilakukan dengan menggunakan peta, citra ataupun pengukuran lapangan.

Salah satu elemen penting dalam kepariwisataan adalah jarak, karena akan menjadi bahan pertimbangan oleh wisatawan untuk memutuskan jadi tidaknya melakukan perjalanan wisata. Jarak akan berpengaruh langsung terhadap besarnya biaya yang akan dikeluarkan oleh seorang wisatawan, jarak perjalanan lebih jauh akan memerlukan biaya dan waktu perjalanan lebih banyak pula. Secara tipikal, jarak akan dilihat sebagai faktor yang negatif artinya semakin jauh jarak tempat tujuan wisata maka makin sedikit perjalanan wisata yang akan terjadi. Pengurangan waktu tempuh dan biaya cenderung meningkatkan perjalanan antara dua tempat objek wisata. Akan tetapi pada sejumlah kasus, jarak jauh secara fisik dapat menjadi daya tarik tersendiri.

Jarak dapat menjadi faktor pembatas yang bersifat alami namun juga bersifat relatif sehubungan dengan tingkat ekonomi/kehidupan wisatawan dan teknologi yang berkembang pada saat itu. Sehubungan dengan itu, secara relatif, jarak dapat berubah-ubah dari waktu ke waktu dan mempunyai kecenderungan makin pendek waktu tempuhnya dan makin murah biayanya. Sebagai contoh perjalanan dari Jakarta menuju Banyuwangi, sebelum tahun 2017 perjalanan hanya dapat dilakukan melalui darat atau laut sehingga memerlukan waktu lama, namun saat ini dapat ditempuh lebih cepat dengan menggunakan pesawat udara. Tentang biaya perjalanan juga relatif, sehubungan dengan kemampuan ekonomi yang meningkat, biaya perjalanan juga dirasakan lebih murah.

Aksesibilitas

Dalam kepariwisataan, aksesibilitas atau keterjangkauan merupakan mudah tidaknya lokasi objek wisata untuk dikunjungi oleh wisatawan. Lokasi objek wisata yang mudah untuk dijangkau atau dikunjungi oleh wisatawan berarti mempunyai aksesibilitas yang tinggi. Aksesibilitas tidak selalu berkaitan dengan

jarak, namun lebih berkaitan dengan kondisi medan, ada tidaknya sarana transportasi atau saran komunikasi, dan kadang-kadang budaya. Aksesibilitas suatu tempat dapat berubah dengan adanya perkembangan perekonomian dan kemajuan teknologi. Seorang wisatawan akan mudah menjangkau suatu daerah tujuan wisata apabila sarana transportasi dan komunikasi menuju daerah tersebut tersedia dengan kalitas baik, juga prasarana transportasi maupun kondisinya sangat mendukung, hal itu karena pengaruh perekonomian dan teknologi. Lokasi objek wisata tertentu tidak boleh dikunjungi oleh sembarang wisatawan kecuali mendapatkan ijin dari yang berwenang, misalnya daerah Badui Dalam.

Pengukuran aksesibilitas dapat dilakukan dengan beberapa cara yakni dengan cara deskriptif atau dengan indeks konektivitas. Pengukuran dengan cara deskriptif menghasilkan kategori aksesibilitas rendah-tinggi atau aksesibilitas sulit-mudah untuk dijangkau. Pengukuran dengan cara tersebut mempertimbangkan jarak tempuh, waktu tempuh, biaya, kondisi medan menuju lokasi daerah tujuan wisata berdasarkan pandangan wisatawan. Indeks Konektivitas digunakan untuk mengetahui tingkat aksesibilitas yang dikembangkan oleh K.J. Kansky dengan rumus seperti berikut.

$$\beta = \frac{e}{v} \quad \text{Dalam hal ini :}$$

β = nilai indeks konektivitas yang besarnya antara 0 – 1, nilai 0 berarti tanpa konektivitas, sedangkan nilai 1 adalah konektivitas maksimum.

v = jumlah titik (objek wisata, kota).

e = jumlah jalan yang langsung menghubungkan objek

Pearce (1986), menjelaskan bahwa terdapat dua tipe akses yang saling berhubungan dan sangat penting untuk menilai potensi objek wisata untuk menjadi daerah tujuan wisata yaitu akses fisik dan akses pasar. Akses fisik tergantung dari baik buruknya infrastruktur yang ada, misalnya jalan raya dan jalan kereta api, jalur jalan masuk ke lokasi objek wisata, jauh dekatnya pelabuhan laut atau pelabuhan udara yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap wisatawan (yang merupakan akses pasar). Pada lokasi wisata yang terisolir, hanya akan

memberi keuntungan apabila penekanannya pada wisatawan dalam jumlah besar (bersifat massal) dan mewah.

Aksesibilitas merupakan kemudahan tidaknya wisatawan untuk menjangkau objek wisata yang diukur dengan jarak perjalanan, waktu perjalanan atau biaya perjalanan. Pada tingkat lokal, diukur dari jauh dekatnya daerah tujuan wisata dengan kota-kota kecil atau setingkat ibu kota kabupaten atau propinsi. Untuk tingkat regional atau nasional adalah jauh dekatnya daerah tujuan wisata dengan urban yang besar dan karakteristik penduduk seperti umur dan penghasilan, sedangkan tingkat internasional diukur dari jauh dekatnya dari negara-negara industri atau negara maju dengan standar kehidupan yang tinggi.

Lokasi

Konsep lokasi digunakan untuk menjawab pertanyaan geografis yakni “dimana” daerah tujuan wisata berada. Pertanyaan tersebut dapat dijawab dengan beberapa macam cara yakni berdasarkan lokasi absolut atau lokasi relatif. Lokasi absolut menunjukkan kedudukan suatu tempat berdasarkan koordinat lintang dan bujur (paralel dan meridian), atau dengan koordinat UTM, sedangkan lokasi relatif menunjukkan kedudukan suatu tempat dipandang dari tempat yang lain. Dalam kepariwisataan, lokasi relatif lebih bermakna daripada lokasi absolut karena dapat menjelaskan kerugian maupun keuntungan suatu lokasi akibat keberadaannya terhadap lokasi lain di sekitarnya.

Lokasi atau letak merupakan salah satu konsep geografi yang cukup penting dalam pengembangan kepariwisataan. Lokasi objek wisata yang berjarak dekat dengan pusat-pusat perbelanjaan, letak strategis dan mudah dijangkau oleh wisatawan merupakan daerah yang potensial untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi daerah tujuan wisata. Manusia yang disibukkan dengan segala kegiatan sehari-hari memerlukan relaksasi untuk mengurangi rasa jenuhnya dan mendapatkan kesegaran kembali baik fisik maupun psikisnya. Untuk itu diperlukan tempat wisata yang sesuai dengan kondisinya, wisatawan yang dibatasi oleh waktu maupun biaya akan memilih tempat wisata yang tidak jauh dari tempat kegiatannya sehari-hari. Dari aspek yang lain, lokasi wisata yang berbatasan atau sangat dekat dengan permukiman akan mempunyai banyak pertimbangan dalam

pengembangannya, keuntungan atau kerugian yang lebih banyak keuntungan begitu pula dengan dampak yang ditimbulkan.

Gerakan

Gerakan merupakan perpindahan barang atau informasi dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Dalam kepariwisataan, perpindahan barang yang dimaksud adalah berpindahnya atau perjalanan wisatawan dari tempat tinggalnya menuju ke lokasi objek wisata atau perjalanan wisata dari lokasi objek wisata yang satu ke objek wisata yang lain. Kegiatan promosi merupakan usaha memindahkan informasi tentang karakteristik atau kondisi objek wisata kepada wisatawan, dengan kata lain terjadi perpindahan informasi dari suatu objek wisata ke wisatawan dimanapun berada.

Dalam pembuatan paket-paket wisata, pemilihan objek-objek wisata mempengaruhi, mobilitas atau perjalanan wisatawan. Mobilitas yang tinggi lebih disukai oleh wisatawan karena dalam waktu yang lebih singkat akan diperoleh pengalaman atau kesan dari objek wisata yang lebih banyak. Mobilitas tinggi mengakibatkan terjadi efisiensi waktu dan biaya, yang dijadikan sebagai pertimbangan wisatawan dalam melaksanakan perjalanan wisatanya. Dengan demikian keterjangkauan merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi gerakan wisatawan dari tempat tinggalnya atau dari satu objek wisata menuju ke objek wisata lain.

Berbagai macam cara dan atau media promosi dapat digunakan untuk menyampaikan karakteristik objek wisata kepada wisatawan yang diinginkan. Ketepatan pemilihan cara atau media promosi dikaitkan dengan karakteristik wisatawan yang diinginkan akan menentukan tingkat keberhasilan mobilitas wisatawan. Dimungkinkan pula mengkaji tentang karakteristik penduduk di suatu wilayah dikaitkan dengan kesukaan atau nilai kegunaan objek wisata tertentu untuk menentukan metode promosi yang harus dilakukan sehingga terjadi mobilitas wisatawan yang cukup tinggi.

Interaksi / interdependensi

Interaksi merupakan proses atau peristiwa saling mempengaruhi atau saling tarik menarik antara tempat, daya, atau objek yang satu dengan yang lain.

Apabila dua tempat atau objek yang berinteraksi tersebut juga saling tergantung dinamakan interdependensi. Interaksi juga dapat diartikan sebagai suatu hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi antara wilayah yang satu dengan wilayah yang lain dengan memunculkan adanya gejala, kenampakan, atau permasalahan baru. Bukti adanya interaksi antara dua wilayah atau lebih adalah adanya mobilitas atau pergerakan manusia, pergerakan barang atau materi, dan atau pergerakan informasi.

Besarnya potensi masing-masing wilayah yang berinteraksi dan tidak adanya faktor penghambat akan meningkatkan dan mempercepat hubungan antar wilayah, dua hal tersebut akan mempengaruhi kekuatan interaksi. Menurut Ullman, terdapat tiga faktor yang mempengaruhi timbulnya interaksi antara dua wilayah, yaitu: 1) *Regional Complementary*, yakni adanya wilayah-wilayah yang saling melengkapi. Terjadinya interaksi antar wilayah karena adanya saling ketergantungan untuk memenuhi kebutuhan masing-masing, salah satu pihak sebagai produsen suatu barang sementara pihak yang lain sebagai konsumennya, dan untuk barang yang lain terjadi sebaliknya. 2) *Intervening Opportunity*, yakni adanya peluang untuk melakukan intervensi. Pada faktor ini, dimungkinkan adanya perantara yang dapat menghambat terjadinya interaksi antar wilayah. Interaksi tetap akan terjadi namun perantara akan berfungsi sebagai alternatif pengganti sebagian sumberdaya yang dibutuhkan oleh suatu wilayah sehingga dapat mengurangi peran wilayah lain. 3) *Spatial Transfer Ability*, yakni adanya kemudahan transfer dalam ruang. Interaksi yang terjadi antar wilayah dipengaruhi oleh kemudahan (fasilitas) yang ada meliputi jarak tempuh, kelancaran transportasi dan biaya transportasi antara wilayah yang satu ke wilayah yang lain.

Dalam kepariwisataan, bukti adanya interaksi antar lokasi objek wisata adalah adanya gerakan wisatawan dari dan ke objek wisata yang satu ke objek wisata yang lain. Intensitas gerakan wisatawan (mobilitas) akan makin tinggi, artinya bahwa wisatawan yang melakukan perjalanan dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain semakin banyak, apabila daya tarik masing-masing objek wisata juga tinggi disertai dengan karakter objek wisata yang berbeda. Hal ini dapat terjadi karena pada dasarnya setiap wisatawan menginginkan hal yang

berbeda dalam sekali periode kunjungannya, oleh karena itu dalam setiap kali kunjungan pada lokasi objek wisata harus berbeda atraksinya dengan lokasi objek wisata lainnya.

Interaksi juga akan terjadi antara wisatawan dengan unsur-unsur lingkungan pada lokasi objek wisata. Aktivitas wisatawan di lokasi objek wisata dapat menimbulkan dampak positif ataupun negatif terhadap alam dan wisatawan itu sendiri. Pada umumnya aktivitas wisatawan di lokasi objek wisata akan mengarah ke dampak negatif bagi kondisi yaitu berupa kerusakan alam yang mungkin terjadi karena kurang sadarnya wisatawan dalam memelihara alam. Kerusakan alam yang terjadi di lokasi objek wisata ini akhirnya juga akan merugikan wisatawan sendiri. Interaksi akan terjadi juga antara wisatawan dengan penduduk setempat dimana wisatawan berkunjung. Hasil interaksi antara keduanya dapat bersifat positif ataupun negatif baik bagi penduduk setempat maupun wisatawan. Penduduk setempat dapat terpengaruh oleh pola hidup wisatawan yang mungkin tidak sesuai, namun mereka dapat memperoleh keuntungan material maupun non material dari kedatangan wisatawan.

Nilai Kegunaan

Sumberdaya yang terdapat di permukaan bumi sangat beragam jenisnya, masing-masing sumberdaya mempunyai peran yang berbeda dalam menyokong kebutuhan hidup manusia. Setiap jenis sumberdaya dibutuhkan oleh manusia dengan karakter yang berbeda, dengan demikian setiap sumberdaya mempunyai nilai kegunaan bagi manusia yang sifatnya relatif. Sebagai contoh, aliran sungai yang tenang dan dalam, kondisi seperti ini akan disukai oleh orang yang kegemarannya memancing atau berdayung sampan, namun dipastikan tidak akan disukai oleh orang yang kegemarannya arung jeram (rafting). Masyarakat kota pantai yang panas dan sangat sibuk dengan pekerjaannya lebih menyukai daerah pegunungan yang sejuk dan sepi, hal ini berarti bahwa pegunungan mempunyai nilai kegunaan yang lebih tinggi dalam memanfaatkan waktu liburannya dibandingkan dengan pantai yang panas. Daerah pegunungan yang sepi juga mempunyai nilai kegunaan yang lebih tinggi bagi masyarakat kota dibandingkan masyarakat pedesaan yang sudah terbiasa dalam suasana sepi.

Nilai kegunaan objek wisata dapat diketahui dari seberapa banyak wisatawan memilih dan memanfaatkan objek wisata sebagai tempat kegiatan wisatanya dibandingkan dengan objek wisata yang lain. Agar supaya objek wisata menjadi pilihan yang tepat dan mempunyai nilai kegunaan yang tinggi bagi wisatawan diperlukan strategi pemasaran yang tepat pula. Kajian tentang karakter wisatawan di berbagai daerah perlu dikembangkan yang selanjutnya digunakan sebagai dasar untuk melakukan promosi yang efektif dan efisien. Pengukuran nilai kegunaan dapat dilakukan dengan cara melakukan wawancara terhadap penduduk atau wisatawan tentang kepuasan, ketertarikan, kesenangan, harapan objek wisata untuk menjadi daerah tujuan wisata.

1.2.2. PENDEKATAN GEOGRAFI

Dalam ilmu geografi, terdapat 3 pendekatan utama yaitu *spatial approach*, *ecological approach* dan *regional complex approach*. Ketiganya tidak muncul secara instan, namun melalui proses perkembangan yang sangat lama. Hagget (1983) membahasnya dalam sub judul *The Legacy of the Past*, yang menjelaskan perkembangan paradigma keilmuan geografi dan kemudian menelorkan bentuk-bentuk pendekatan yang menjadi acuan utama studi geografi kontemporer, meskipun pada saat ini, muncul bentuk-bentuk pendekatan baru yang berasal dari bidang kajian lain (bukan geografi) dan kemudian bidang kajian geografi mengadopsinya. Hal itu diperbolehkan dalam suatu bidang kajian selama bidang kajian tersebut tidak kehilangan jatidirinya. Untuk memberi warna sebuah karya ilmiah sebagai bentuk *scientific dignity* dalam bidang geografi, maka apapun pendekatan baru yang dikemukakan atau diadopsi, geografer harus berorientasi pada salah satu gabungan dari ketiga macam pendekatan utama geografi yang menekankan pada *space* sebagai *variable; man-environment inter-relationship* atau *regional complex system* agar fitrah geografi tidak hilang (Goodall, 1987).

Berdasarkan perkembangan paradigma keilmuan geografi, dikenal ada 4 macam paradigma dengan karakteristiknya masing-masing dan hal inilah yang kemudian mendasari kemunculan pendekatan-pendekatan geografi yang dikenal

saat ini. Paradigma Geografi dan keterkaitannya dengan Pendekatan Geografi dapat dilihat pada Tabel 1. di bawah ini.

Tabel 1. Keterkaitan Paradigma Keilmuan Geografi dengan Pendekatannya

PARADIGMA	KARAKTERISTIK	PENDEKATAN
Paradigma Eksplorasi (Eksploration Paradigm)	Pemetaan dan penggambaran daerah baru yang memotivasi penelitian dan menghasilkan tulisan-tulisan sederhana tentang daerah baru	Belum mempunyai ciri khusus karena belum dianggap belum berupa metode ilmiah
Paradigma Environmentalisme (Environmentalism Paradigm)	Analisis yang lebih sistematis tentang peranan elemen lingkungan terhadap pola kegiatan manusia. Analisis Morfometrik dan kausalitas mendominasi dan difokuskan hanya pada wilayah tertentu	Ecological Approach
Paradigma Regionalisme (Regionalism Paradigm)	Analisis lebih mendalam dan lebih luas dengan membandingkan wilayah satu wilayah lainnya dengan penekanan pada keterkaitan antara elemen lingkungan dengan kegiatan manusianya.	Regional Complex Approach
Paradigma Analisis Spasial (spatial analysis Paradigm)	Analisis pada ruang yang lebih khusus dimana space dianggap sebagai variabel lain yang banyak dilibatkan. Teknik-teknik analisis kuantitatif mendominasi pada awalnya dan kemudian terjadi penggabungan teknik analisis kuantitatif dan kualitatif	Spatial Approach

Keempat paradigma tersebut di atas dalam perkembangannya dibagi menjadi 2 periode yaitu 1) perkembangan paradigma keilmuan tradisional dan 2) perkembangan paradigma keilmuan kontemporer (Hebert and Thomas. 1982). Perkembangan paradigma tradisional ditandai oleh 3 macam perkembangan paradigma yaitu perkembangan paradigma eksplorasi, perkembangan paradigma environmentalisme (kelingkungan) dan perkembangan paradigma regionalisme (kewilayahan) yang terjadi sampai pertengahan abad XX yang didominasi oleh analisis kualitatif. Pada tahun 60-an terjadi revolusi kuantitatif yang mempunyai

pengaruh sangat hebat terhadap pendekatan keilmuan dalam bidang geografi. Periode setelah tahun 60-an disebut sebagai periode kontemporer dan didominasi oleh analisis keruangan yang banyak dilakukan peneliti geosfera dan memunculkan babakan baru dalam studi geografi. Perkembangan selanjutnya ternyata memunculkan perubahan pandangan yang berbeda, setelah hampir dua dekade pandangan yang menganggap analisis kuantitatif lebih baik daripada analisis kualitatif.

1.3. PARIWISATA

Mill (2000) mengatakan bahwa pariwisata merupakan suatu istilah yang diberikan pada aktivitas yang terjadi apabila seseorang melakukan perjalanan. Sementara itu, pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, terdiri dari kata *pari* yang berarti penuh, lengkap, berkeliling; *wis (man)* yang berarti rumah, kampung, komunitas, dan *ata* yang berarti pergi terus menerus, mengembara. Secara lengkap pariwisata mempunyai arti meninggalkan rumah untuk mengadakan perjalanan tanpa mencari nafkah di tempat-tempat yang dikunjungi sambil menikmati kunjungannya (Pemerintah Indonesia dalam Pendit, 2002). Sementara itu dalam UU No 10 tahun 2009 tentang Pariwisata, menjelaskan bahwa pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah dan pemerintah daerah. Sedangkan wisata mempunyai arti kegiatan perjalanan yang dilakukan 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. Selain itu masih banyak definisi tentang pariwisata yang memungkinkan tidak memuaskan semua pihak.

Aktivitas dalam melakukan perjalanan wisata meliputi banyak hal, mulai dari perencanaan perjalanan itu sendiri, tempat yang akan dituju beserta tempat tinggal sementara apabila diperlukan, waktu kembali, dan kenangan yang didapat sesudahnya baik dengan pembelian souvenir ataupun interaksi yang terjadi dengan tuan rumah. Dari aktivitas perjalanan tersebut terdapat empat aspek utama

dalam pariwisata yaitu atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan. Aspek-aspek tersebut sangat berperan dalam kajian pengembangan kepariwisataan selanjutnya.

1.3.1. Istilah-istilah dalam Pariwisata

Dalam dunia kepariwisataan banyak ditemukan istilah yang mempunyai pengertian yang hampir sama, namun sering mengalami kerancuan dalam mengartikan pengertian yang satu dengan yang lain. Diperlukan kejelian untuk membedakannya, di bawah ini disampaikan beberapa istilah dengan penjelasannya.

Leisure (waktu senggang)

Waktu senggang atau waktu santai adalah waktu yang dimiliki oleh seseorang untuk melakukan apa saja secara leluasa sesuai dengan apa yang diinginkan. Waktu senggang yang dimiliki seseorang dapat terjadi kapan saja, akan tetapi umumnya terjadi pada jam-jam istirahat ditengah melakukan pekerjaannya atau setelah selesai jam kerja. Waktu senggang juga terjadi pada hari-hari libur atau diluar kegiatan pekerjaannya sehari-hari. Durasi waktu senggang tidak ada batasan tertentu, mungkin hanya beberapa jam atau lebih lama dari itu bahkan sampai beberapa hari.

Recreation (rekreasi)

Kegiatan yang dilakukan orang-orang pada waktu senggang dinamakan rekreasi, agar supaya kegiatan disebut rekreasi, hendaknya kegiatan tersebut hendaknya konstruktif atau menyenangkan, baik tindakan yang aktif ataupun pasif. Kegiatan dilakukan untuk menciptakan suasana hidup yang baru dengan berusaha menghilangkan atau mengurangi beban seluruh kegiatan yang dilakukan sebelumnya. Kegiatan dapat dilakukan di dalam rumah (*home base recreation*) atau di luar rumah (*outdoor recreation*), dan tidak ada aspek waktu maupun jarak dalam melakukan rekreasi ini.

Tourism (pariwisata)

Gerakan orang atau penduduk secara sementara dalam batas daerah tertentu dengan melakukan aktivitas. Tujuan melakukan kegiatan atau aktivitas adalah

untuk mendapatkan kesenangan atau kepuasan baik yang bersifat lahir atau batin (jasmani dan rohani).

Visitor (pengunjung)

Orang yang melakukan kunjungan ke suatu tempat dengan tujuan untuk menikmati dan mendapatkan kesenangan dalam kunjungan itu, bukan untuk bekerja mendapatkan penghasilan di tempat/negara yang dikunjunginya. Dikatakan sebagai pengunjung (visitor) apabila periode waktu (durasi) maksimum kunjungan ke suatu negara adalah satu tahun. *Visitor* terdiri dari dua kelompok *traveller* (orang yang melakukan perjalanan wisata) yaitu *tourist* dan *excursionist*. Tujuan kunjungannya adalah rekreasi, bisnis, keluarga, seminar atau konferensi, dan sebagainya.

Tourist (wisatawan)

Orang yang melakukan perjalanan sedikitnya 24 jam untuk menikmati perjalanan dan mencari kesenangan serta tidak mencari nafkah atau pekerjaan di tempat tujuan, biasanya memerlukan penginapan untuk bermalam.

Excursionist (pelancong)

Orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat atau daerah tujuan untuk menikmati perjalanan dan mendapatkan kesenangan dari perjalanannya itu namun tidak lebih dari 24 jam sehingga tidak harus bermalam di tempat itu, biasanya ada tujuan lain yaitu untuk belajar.

1.3.2. Jenis-jenis Pariwisata

Berdasarkan apa yang ingin diketahui, dicari, diperoleh, dituju selama melakukan perjalanan wisata, pariwisata dapat dibedakan menjadi beberapa jenis. Di bawah ini beberapa jenis pariwisata beserta penjelasannya.

Wisata Budaya

Perjalanan wisatawan dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan dengan mengetahui kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya, seni masyarakat dengan cara mengunjungi dan mempelajari masyarakatnya

Wisata Pilgrim

Perjalanan wisatawan yang berkaitan dengan agama, adat istiadat dan kepercayaan masyarakat, sejarah. Wisata pilgrim banyak dihubungkan dengan

niat wisatawan untuk memperoleh keteguhan iman, restu, kekuatan batin dan tidak jarang untuk tujuan memperoleh berkah.

Wisata Petualangan

Perjalanan wisata yang penuh resiko dengan tujuan untuk mendapatkan pengalaman yang menegangkan dan keberanian. Biasanya dilakukan oleh anak-anak muda.

Wisata Bulan Madu

Perjalanan Wisata yang dilakukan oleh pengantin baru selama sebulan setelah pernikahan dilangsungkan, ke tempat-tempat romantis. Fasilitas yang diberikan serba khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka.

Wisata Olahraga

Perjalanan wisatawan dengan tujuan berolahraga atau sengaja bermaksud mengikuti secara aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara. Beberapa cabang olahraga yang bukan pesta olahraga misalnya berburu, mancing, olahraga air, mendaki gunung, dsb.

Wisata Kesehatan

Perjalanan wisata dengan tujuan beristirahat dalam arti jasmani maupun rokhani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas, tempat dengan iklim sejuk.

Wisata Komersial

Perjalanan untuk mengunjungi pameran atau pekan raya yang bersifat komersial. Pada mulanya kunjungan tersebut tidak termasuk perjalanan wisata, namun saat ini dalam acara pameran perdagangan ataupun pekan raya kebanyakan orang bertujuan untuk mencari hiburan, terlebih lagi di dalam pameran juga diselenggarakan adanya berbagai macam atraksi yang sifatnya menghibur.

Wisata Politik

Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik, dimana dalam kegiatan tersebut biasanya disertai dengan berbagai macam atraksi yang dapat dinikmati oleh pengunjung.

Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar, mahasiswa atau orang awam ke suatu kompleks perindustrian dengan tujuan untuk mengadakan penelitian atau peninjauan.

Wisata Konvensi

Perjalanan yang dilakukan untuk mengikuti sidang suatu konferensi, musyawarah, atau pertemuan lain yang bersifat nasional atau internasional. Dalam penyelenggaraannya tidak hanya melakukan sidang tetapi juga disertai dengan menyajikan atraksi yang menarik.

Wisata Cagar Alam

Perjalanan wisata menuju ke tempat-tempat yang dilindungi oleh undang-undang agar tetap terjaga kelestariannya, seperti cagar alam, hutan lindung, dsb. Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam tentang, flora dan fauna langka, kesegaran hawa udara.

Wisata Buru

Jenis wisata yang diatur dalam bentuk safarai buru ke daerah yang telah ditetapkan pemerintah, seperti hutan, savana. Wisatawan boleh menembak binatang yang telah ditentukan dengan maksud untuk menjaga keseimbangan alam.

1.4. GEOGRAFI PARIWISATA

Dari pengertian geografi dan pariwisata seperti dijelaskan di atas maka dapat disimpulkan bahwa geografi pariwisata merupakan ilmu pengetahuan yang mempelajari hubungan antara aktivitas manusia dengan lingkungan fisik tempat beraktivitas selama perjalanan wisatanya. Perlu dipahami bahwa geografi pariwisata tidak sekedar sebagai media untuk mendapatkan informasi tentang lokasi objek wisata, kuliner, atraksi maupun transportasi. Fokus kajian geografi pariwisata adalah objek wisata dan wisatawan sebagai konsumen obyek wisata tersebut, selanjutnya dilakukan analisis untuk menyelesaikan masalah yang ditimbulkan akibat interaksi antara wisatawan dengan lingkungan objek wisata.

Seperti yang dikemukakan oleh Wrigley, bahwa geografi merupakan disiplin ilmu yang berorientasi pada masalah (*problem oriented*) sebagai akibat

interaksi antara manusia dengan lingkungannya. Dalam geografi pariwisata akan mengkaji permasalahan dalam kepariwisataan dengan sudut pandang geografi, masalah yang terjadi akan diselesaikan dengan pendekatan geografis, apakah menggunakan pendekatan keruangan, pendekatan ekologis, atau pendekatan kompleks wilayah tergantung pada masalah yang terjadi.

1.5. WISATAWAN

Wisatawan merupakan elemen yang paling penting dalam kepariwisataan, oleh karena itu mengkaji tentang wisatawan perlu dilakukan terlebih lagi jika ingin mengembangkan kepariwisataan. Semua kegiatan dalam kepariwisataan bertujuan untuk melayani kebutuhan wisatawan, kenyamanan dan kepuasan wisatawan menjadi hal yang sangat penting untuk dicapai oleh siapapun yang berkecimpung dalam bisnis bidang kepariwisataan. Wisatawan yang berasal dari berbagai tempat dan berbagai latar belakang mempunyai motivasi yang berbeda dalam melakukan perjalanan wisata.

Siapakah turis atau wisatawan itu? Belum ada definisi tentang wisatawan/turis yang memuaskan semua pihak, namun beberapa ketentuan dapat digunakan apakah seseorang dapat disebut wisatawan atau bukan wisatawan. Prinsip wisatawan dalam melakukan perjalanan adalah mencari kesenangan dengan berbagai motif perjalanan tidak untuk mencari nafkah sedangkan perjalanan yang dilakukan oleh bukan wisatawan karena pekerjaan, mencari suka, sekolah, atau migrasi. Berikut ini adalah orang-orang yang dianggap sebagai wisatawan atau bukan wisatawan menurut Perserikatan Bangsa Bangsa.

Orang-orang yang dianggap sebagai wisatawan.

- Orang yang melakukan perjalanan untuk kesenangan, untuk alasan keluarga, untuk alasan kesehatan, dan berbagai alasan lain.
- Orang yang melakukan perjalanan untuk pertemuan-pertemuan dalam bidang keilmuan, administrasi, diplomatik, keagamaan, budaya, dsb.
- Orang yang melakukan perjalanan karena bisnis
- Orang yang tiba dengan kapal laut

Orang yang tidak dianggap sebagai wisatawan.

- Orang yang tiba dengan atau tanpa kontrak kerja untuk mengisi sebuah posisi atau terlibat dalam kegiatan bisnis dalam sebuah negara
- Orang lain yang datang untuk mendirikan tempat tinggal dalam negara itu
- Mahasiswa/siswa dan orang lain yang bersekolah
- Penduduk yang tinggal di zona orang asing dan orang yang berdomisili di sebuah negara dan bekerja pada negara yang bersebelahan
- Perjalanan yang melintasi sebuah negara tanpa berhenti, meskipun perjalanan itu membutuhkan waktu lebih dari 24 jam.

Plog (2001) menegaskan tentang konsep wisatawan berdasarkan *psychographic groups* yang terdiri dari *allocentric* dan *psychocentric*. Wisatawan yang masuk ke dalam kelompok *allocentric* adalah wisatawan yang suka mencari pengalaman baru ke tempat-tempat yang belum terjamah dan cenderung beresiko tinggi. Mereka biasanya tidak ingin terikat dan tidak suka dengan jadwal perjalanan yang sudah diatur oleh agen perjalanan wisata. Kelompok *psychocentric* adalah wisatawan yang suka berkunjung ke tempat-tempat wisata yang sudah dikenal sebelumnya. Kelompok ini dibedakan menjadi: 1) wisatawan yang kemampuan keuangan dan pengalamannya sangat terbatas, sehingga lebih menyukai kegiatan paket-paket wisata yang dibuat oleh agen perjalanan wisata, 2) wisatawan yang sudah memiliki pengalaman wisata secara mandiri dan percaya diri, namun masih terbatas pada lingkup yang belum luas, 3) wisatawan yang lebih mandiri dan cakupan daerah tujuan wisata lebih luas sampai ke penjuru dunia, 4) wisatawan yang mau memburu dengan kebudayaan asing di tempat mereka berkunjung.

Dimensi utama yang membedakan kategori wisatawan seperti di atas adalah waktu, spasial (ruang dan jarak), tujuan wisata. Dengan mempelajari wisatawan berdasarkan dimensi tersebut, maka karakteristik wisatawan dapat dipelajari khususnya terhadap produk dan jasa pariwisata yang mereka inginkan. Selain itu dapat mempelajari motivasi dibalik perjalanan yang mereka lakukan, apakah jarak, waktu, atau atraksi yang mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan perjalanan.

1.5.1. Asal Wisatawan

Asal wisatawan merupakan suatu daerah atau negara darimana wisatawan berasal. Penjelasan di atas pada dasarnya ditujukan kepada wisatawan internasional atau wisatawan asing, yakni setiap orang yang melakukan perjalanan dari suatu negara ke negara lain lebih dari 24 jam dan tidak bertujuan untuk mendapatkan upah (bekerja). Jika orang tersebut tinggal hanya beberapa saat, yakni kurang dari 24 jam maka dinamakan pelancong.

Dimungkinkan seseorang dalam melakukan perjalanan melintasi sebuah negara dalam kurun waktu lebih dari 24 jam tanpa berhenti, atau kurang dari 24 jam, berhenti dalam waktu singkat tetapi bukan untuk keperluan wisata dinamakan "pejalan transit". Orang seperti itu di negara tempat transit bukan termasuk wisatawan internasional, namun di negara tujuan dapat disebut wisatawan apabila mempunyai maksud berwisata. Kadang-kadang tempat transit mempunyai objek wisata yang menarik dan orang melakukan kunjungan ke tempat tersebut maka orang tersebut bukan lagi disebut pejalan transit.

Wisatawan domestik atau wisatawan dalam negeri, di Indonesia dikenal dengan nama Wisatawan Nusantara, adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dalam negara tersebut selain dari tempat tinggalnya selama kurun waktu lebih dari 24 jam atau semalam untuk keperluan selain bekerja (mendapatkan upah) di tempat yang dikunjunginya. Tujuan perjalanan wisatawan domestik adalah mendapatkan kesenangan melalui berbagai aktivitas (rekreasi, liburan, belajar, keagamaan, olahraga, kesehatan, bisnis, pertemuan, keluarga, dsb). Apabila aktivitas tersebut dilakukan selama kurang dari 24 jam maka orang tersebut dinamakan pelancong sedangkan aktivitasnya dinamakan ekskursi.

Beberapa negara menyebutkan bahwa wisatawan domestik adalah orang yang dengan berbagai alasan, kecuali alasan bekerja, melakukan perjalanan sekali jalan sejauh paling tidak 75 km dari rumahnya. Bahkan ada negara yang mensyaratkan jarak perjalanan sejauh paling tidak 40 km dari tempat tinggalnya. Pendapat berberda menjelaskan bahwa sebuah perjalanan berarti seseorang pergi

ke sebuah tempat paling tidak berjarak 100 mil dari rumah dan kembali pulang. Semua pendapat tersebut berkaitan dengan perjalanan wisatawan domestik.

Negara tertentu akan memberikan informasi tentang berbagai gambaran kondisi wisatawan secara umum, misalnya tingkat pendapatan, karakter, kesukaan, kebiasaan penduduknya, dan sebagainya. Semua informasi tersebut sangat berguna dalam perencanaan pengembangan kepariwisataan karena wisatawan merupakan elemen yang paling penting. Daerah tujuan wisata akan hidup dan berkembang jika banyak dikunjungi wisatawan, dan hal itu dapat terjadi apabila semua kebutuhan wisatawan dapat terpenuhi di tempat tersebut.

1.5.2. Karakter Wisatawan

Seorang wisatawan barangkali sangat perhatian dan menyenangi air terjun sementara itu air terjun tidak disenangi oleh wisatawan yang lain namun akan lebih memperhatikan dan menyenangi perkemahan. Sehubungan dengan kesenangan atau perhatiannya terhadap apa yang disajikan kepada wisatawan akan ditanggapi tidak sama oleh semua wisatawan, karakter wisatawan yang tidak sama adalah penyebabnya. Pengetahuan tentang karakter wisatawan yang akan menjadi sasaran akan membantu penyelenggara pariwisata maupun pemerintah dalam mengembangkan kepariwisataan yang sesuai dengan permintaan pasar. Wisatawan sebagai konsumen akan menginginkan apa yang disenangi dan menjadi fokus perhatian dalam melakukan perjalanannya, oleh karena itu penelitian tentang karakter wisatawan sangat penting untuk dilakukan.

Sebagai konsumen atraksi dan fasilitas wisata, sikap wisatawan akan mempengaruhi keberadaan dan keberlangsungan daerah tujuan wisata dan berbagai fasilitas yang telah dibangun untuk meningkatkan daya tarik wisatanya. Wisatawan yang menyenangi apa yang disajikan di daerah tujuan wisata tersebut akan kembali mengunjunginya dan dimungkinkan mengajak teman untuk menikmati atraksi dan fasilitas wisata yang ada. Hal ini berarti akan memberi sumbangan terhadap kelangsungan hidup daerah tujuan wisata melalui biaya yang dibayarkan. Makin banyak wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata

tersebut akan makin menguntungkan, selanjutnya keuntungan yang diperoleh dapat digunakan untuk pengembangan kepariwisataan selanjutnya.

Bangsa-bangsa tertentu mempunyai karakter tertentu yang akan mempengaruhi cara wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya. Bangsa-bangsa tertentu menyukai pantai atau laut untuk menikmati sinar matahari sementara bangsa yang lain lebih menyukai udara pegunungan yang menyegarkan, ada bangsa yang hemat dalam membelajakan uang sakunya, namun terdapat pula yang boros. Menggeneralisir karakter manusia seperti itu sebenarnya sangat berisiko terhadap pengembangan daerah tujuan wisata, namun karakter nasional sebuah bangsa dapat menunjukkan jenis liburan apa yang penting bagi mereka

Penelitian tentang karakteristik wisatawan dilakukan terhadap wisatawan domestik maupun wisatawan luar negeri yang menyangkut asal wisatawan, perilaku dan psikografis. Konsep dasar karakteristik wisatawan tidak akan terlepas kaitannya dengan siapa, darimana, akan kemana, dengan siapa, dengan apa, kenapa kesana, dan masih banyak lagi pertanyaan yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran wisatawan. Dari karakter wisatawan itulah akan dapat diperkirakan kebutuhan serta keinginan wisatawan selama melakukan perjalanan wisatanya. Karakteristik wisatawan dapat dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanan (trip descriptor), karakter demografis, dan karakter sosial ekonomi.

Karakteristik perjalanan wisatawan yang perlu diketahui adalah tentang tujuan melakukan perjalanan dan macam perjalanan yang diinginkan. Tujuan perjalanan apakah merupakan perjalanan rekreasi, mengunjungi keluarga atau teman, melakukan bisnis, seminar atau konvensi, petualangan, dan tujuan-tujuan yang lain. Macam perjalanan yang diinginkan meliputi durasi melakukan perjalanan, kapan/waktu melakukan perjalanan, lokasi atau jarak perjalanan, akomodasi yang diinginkan, sarana transportasi yang diinginkan, biaya yang disediakan, organisasi perjalanan diinginkan.

Karakteristik demografis sering digunakan untuk keperluan perencanaan, pemasaran dan analisis lain yang berkaitan dengan kepariwisataan karena jelas definisinya dan relatif mudah pembagiannya. Karakteristik demografis yang perlu

diketahui meliputi jenis kelamin, umur, status perkawinan, jumlah anggota keluarga, tipe keluarga. Lebih lanjut karakteristik demografis ini perlu dilengkapi dengan lokasi tempat tinggalnya yang dibedakan menjadi desa-kota, propinsi, maupun negara, dan diperinci lagi berdasarkan ukuran kota tempat tinggal (kota kecil, menengah, besar/metropolitan/megapolitan), dan kepadatan penduduknya.

Karakter sosial ekonomi wisatawan juga dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis kepariwisataan, yang meliputi pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Tingkat pendidikan, tingkat pendapatan, dan jenis pekerjaan wisatawan akan mengarah kepada jenis wisata yang tidak sama dengan lokasi dan durasi atau lama perjalanan wisata yang berbeda-beda pula. Perbedaan-perbedaan tersebut akan berpengaruh terhadap perencanaan pengembangan kepariwisataan yang akan dilakukan, terutama promosi dan atraksi.

1.5.3. Motivasi Wisatawan

Calon wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata ke suatu tempat sangat ditentukan oleh motivasi. Jawaban terhadap pertanyaan mengapa wisatawan datang ke suatu tempat (destinasi wisata) merupakan informasi yang mendasar dalam pengembangan kepariwisataan. Tujuan wisatawan berwisata pada umumnya untuk mendapatkan kesenangan, namun wisatawan modern saat ini, dalam melakukan perjalanan wisatanya ingin meraih beberapa manfaat. Terdapat 2 faktor penting yang menentukan kepergian seseorang untuk melakukan perjalanan wisata yaitu faktor pendorong dan faktor penarik. Faktor pendorong, yaitu ingin terlepas dari kerutinan hidup setiap harinya, kesibukan, ataupun terlepas dari lingkungan yang tercemar meskipun hanya sejenak. Faktor Penarik, faktor ini berkaitan dengan atraksi yang menarik di daerah tujuan wisata sehingga mendorong seseorang untuk mengunjungi atraksi tersebut.

Keputusan seseorang ingin melakukan perjalanan wisata ke Daerah Tujuan Wisata (DTW) berbeda antara orang yang dengan yang lain, hal itu dipengaruhi oleh kondisi tempat wisata, kondisi sosial ekonomi dan perilaku wisatawan. Kondisi tempat wisata yang dapat mempengaruhi keinginan wisatawan untuk berkunjung ke DTW adalah kemudahan untuk dijangkau (aksesibilitas), fasilitas

pelayanan wisata, infrastruktur yang ada, kondisi geografi dan lingkungan, potensi sumber daya manusia, sosial budaya masyarakat setempat. Kondisi sosial ekonomi dan perilaku wisatawan berkaitan dengan beberapa faktor yang menyebabkan wisatawan berkeinginan untuk melakukan perjalanan wisata atau tidak. Faktor-faktor tersebut adalah jarak tempuh perjalanan, biaya perjalanan, lama perjalanan, resiko dan ketidak pastian perjalanan, tanggapan penduduk lokal, kemantaban dalam perjalanan, acara perjalanan.

Kondisi tempat wisata tentu saja tidak diketahui oleh wisatawan sebelum wisatawan sampai ke tempat yang dituju, namun dapat diketahui melalui banyak informasi baik dari media masa atau elektronik, dan agen perjalanan, bahkan teman. Informasi yang didapat oleh wisatawan akan memberi kesan negatip atau positif terhadap tempat wisata. Berdasarkan pengalaman dan pengetahuan perjalanan, serta hasil analisis alternatif perjalanan selanjutnya dilakukan evaluasi apakah wisatawan berkeinginan berwisata atau tidak.

Seseorang yang melakukan perjalanan wisata akan merasa dapat memenuhi keinginan dan beragam kebutuhan, dan dalam berwisata kebutuhan untuk mengetahui, memahami dan kebutuhan estetika dapat terpenuhi. Orang akan tergerak untuk melakukan perjalanan wisata karena dalam diri mereka mempunyai motivasi yang kuat untuk berwisata. Motivasi akan muncul jika orang tergerak untuk memenuhi kebutuhannya.

Aspek motivasi merupakan aspek yang terdapat pada diri seseorang/wisatawan, untuk menimbulkan motivasi tersebut sangat tergantung pada diri pribadi seseorang yang berkaitan dengan umur, pengalaman, pendidikan, emosi, kondisi fisik dan psikis. Faktor yang mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata ada yang bersifat internal (datang dari diri sendiri) ada pula yang bersifat eksternal (datang dari luar). Terdapat beberapa kelompok motivasi yang berkaitan dengan keinginan untuk melakukan perjalanan wisata, yaitu motivasi fisik, motivasi kebudayaan, motivasi individu, motivasi prestasi dan status.

Pada motivasi Fisik, wisatawan berkeinginan untuk menyegarkan kembali badan dan jiwanya, untuk istirahat karena alasan kesehatan, untuk melakukan

olahraga supaya kebugaran meningkat, untuk rekreasi dan bersenang-senang dengan berbelanja, melihat pertunjukan kesenian, dan sebagainya. Motivasi Kebudayaan, wisatawan berkeinginan untuk mengetahui budaya, seni, arsitektur, sejarah negara lain; mengetahui peristiwa penting seperti pekan perdagangan, olahraga, dan peristiwa penting lain baik yang teraf nasional atau internasional. Motivasi Individu, wisatawan berkeinginan untuk mengunjungi keluarga, teman, atau mencari teman baru, untuk kunjungan spiritual seperti ziarah, untuk memperoleh pengalaman baru pada lingkungan baru, untuk bersenang-senang. Motivasi prestasi dan Status, wisatawan berkeinginan untuk menyalurkan hobi, untuk melanjutkan sekolah, untuk mengikuti konferensi dan seminar, untuk menjalin hubungan personal.

1.6. DAERAH TUJUAN WISATA (DTW)

Definisi tentang Daerah Tujuan Wisata sangat banyak dan beragam, namun dari banyak definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa Daerah Tujuan Wisata merupakan suatu lokasi atau daerah yang dapat dijadikan untuk melakukan kegiatan wisata oleh wisatawan dan dapat memberikan kepuasan, kesenangan, kenyamanan dan kegembiraan bagi wisatawan. Daerah Tujuan Wisata merupakan lokasi atau daerah yang cukup menarik karena situasinya, araksinya, hubungannya dengan lalu lintas, dan fasilitas kepariwisataannya sehingga menyebabkan lokasi atau daerah tersebut menjadi kebutuhan wisatawan. Sementara dalam UU No 10 tahun 2009 tentang Pariwisata dijelaskan bahwa Daerah Tujuan Wisata atau Destinasi Wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam atau lebih wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Terdapat tiga syarat yang harus dipenuhi oleh suatu daerah untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata, yaitu: 1) memiliki atraksi yang menarik, 2) mudah dicapai dengan kendaraan, 3) menyediakan tempat untuk tinggal sementara.

Di Daerah Tujuan Wisata atau sering dinamakan destinasi wisata, tiga kebutuhan pokok wisatawan perlu dipenuhi di sini yaitu 1) *something to see*:

sesuatu yang ingin dilihat, ditonton atau disaksikan bersifat unik dan atraktif, 2) *something to do*: sesuatu yang ingin dilakukan berupa kegiatan yang menghibur dan menyenangkan, 3) *something to buy*: sesuatu yang ingin dibeli sebagai cenderamata berupa produk lokal (khas daerah) yang mudah dikemas. Kebutuhan nomor 1 dan 2 berkaitan dengan atraksi yang ada sedangkan kebutuhan no 3 berkaitan dengan produk lokal yang khas. Selanjutnya dalam mengembangkan Daerah Tujuan Wisata, setiap atraksi yang dikembangkan memerlukan kriteria tertentu dengan berbagai pertimbangan yang tepat.

Daerah Tujuan Wisata dapat dikelompokkan berdasarkan keperluan tertentu, misalkan berdasarkan alam, kebudayaan, lalu lintas, kegiatan ekonomi, kegiatan politik. Namun dalam kenyataannya tidak mudah untuk menggolongkan suatu daerah ke dalam golongan tertentu. Hal ini disebabkan karena suatu daerah akan mempunyai banyak atraksi dan itu yang paling baik, sehingga sulit memisahkannya dan hasil penggolongannya tidak banyak berarti. Untuk menghindari penanaman modal yang sis-sia, penggolongan tetap penting dan diperlukan jika dilihat dari segi investasi modal industri pariwisata.

1.7. LATIHAN

1. Apa yang dimaksud dengan
 - a. Wisatawan
 - b. Jarak
 - c. Leisure
 - b. Pilgrim
2. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara
 - a. Visitor dengan tourist
 - b. Leisure dengan recreation
3. Jelaskan bagaimana pengukuran jarak dalam bidang kepariwisataan
4. Jelaskan kaitan antara konsep gerakan dengan interaksi dalam bidang kepariwisataan
5. Untuk pengembangan kepariwisataan karakter wisatawan perlu dipelajari .Jelaskan dan apa saja yang perlu dipelajari tentang karakter ini .
6. Motivasi individu dapat mendorong seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Jelaskan mengapa demikian.

7. Berikan salah satu contoh masalah dalam kepariwisataan khususnya berkaitan dengan lingkungan, jelaskan cara mengatasi masalah tersebut.
8. Siapakah orang-orang yang dianggap sebagai wisatawan.
9. Apa yang dimaksud dengan Daerah Tujuan Wisata, persyaratan apa saja yang diperlukan untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata. Berikan 2 contoh DTW.
10. Faktor apa saja yang dapat mempengaruhi timbulnya interaksi antara dua kawasan wisata. Jelaskan masing-masing.
11. Dalam Konsep nilai kegunaan merupakan salah satu konsep esensial geografi yang cukup penting dalam pengembangan kepariwisataan. Jelaskan mengapa penting dan bagaimana pengukurannya.

1.8. RINGKASAN

Ilmu geografi merupakan ilmu terus berkembang terus menerus dilingkungan yang berbeda, hasilnya adalah konsep geografi yang berbeda-beda karena ahli geografi mengikatkan dirinya dengan permukaan bumi. Akan tetapi semua ahli geografi mengakui adanya elemen yang sama dalam kajiannya. Elemen tersebut adalah, pertama ahli geografi memandang bahwa permukaan bumi bukan merupakan ruang yang abstrak, akan tetapi sebagai lingkungan hidup manusia yang mampu mempengaruhi kehidupan manusia dan manusia dapat mengubah lingkungannya. Kedua, ahli geografi akan memperhatikan penyebaran manusia dalam ruang dan berusaha mengetahui hubungan manusia dengan lingkungannya dengan tujuan pengelolaan wilayah. Ketiga, dalam kajian geografi terdapat konsep-konsep esensial seperti jarak, lokasi, interaksi, aksesibilitas, gerakan, nilai kegunaan.

Berdasarkan perkembangan paradigma keilmuan geografi, dikenal ada 4 macam paradigma dengan karakteristiknya masing-masing, yang kemudian mendasari kemunculan pendekatan-pendekatan geografi yang dikenal saat ini. Perkembangan paradigma tersebut adalah 1) paradigma eksplorasi, 2) paradigma environmentalisme, 3) paradigma regionalisme, 4) paradigma analisis spasial, masing-masing paradigma mempunyai karakter dan pendekatan yang berbeda dalam

kajiannya. Keempat paradigma tersebut dibagi menjadi 2 periode yaitu perkembangan paradigma keilmuan tradisional, dan 2) perkembangan paradigma keilmuan kontemporer dengan batas waktu tahun enam puluhan sehubungan dengan revolusi kuantitatif. Setelah periode itu didominasi oleh analisis keruangan yang banyak dilakukan peneliti geografi dan memunculkan babak baru dalam studi geografi

Pariwisata merupakan salah satu istilah yang diberikan pada aktivitas yang terjadi apabila seseorang melakukan perjalanan. Aktivitas dalam melakukan perjalanan meliputi banyak hal, mulai dari perencanaan, tempat yang akan dituju, tempat tinggal sementara apabila memerlukan, waktu kembali dan kenangan yang didapat. Dari aktivitas tersebut terdapat empat aspek utama dalam pariwisata yaitu atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan. Aspek-aspek tersebut sangat berperan dalam kajian pengembangan kepariwisataan selanjutnya.

Dalam dunia kepariwisataan terdapat berbagai istilah yang mempunyai pengertian yang hampir sama, misalnya waktu senggang, rekreasi, pariwisata, wisatawan, pengunjung, pariwisata, pelancong. Diperlukan kecermatan untuk dapat membedakan istilah-istilah tersebut sehingga terlihat perbedaannya. Jenis-jenis pariwisata yang berkembang sampai saat ini juga cukup banyak, tergantung kebutuhan wisatawan misalnya wisata budaya, wisata pilgrim, wisata petualangan, wisata kesehatan, wisata komersial, wisata konvensi, wisata kuliner, wisata olah raga, dan sebagainya.

Wisatawan merupakan elemen yang paling penting dalam kepariwisataan, oleh karena itu mengkaji wisatawan perlu dilakukan. Wisatawan yang berasal dari berbagai tempat dan berbagai latar belakang mempunyai motivasi yang berbeda dalam melakukan perjalanan wisata. Pada prinsipnya, wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya adalah mencari kesenangan dengan berbagai motif perjalanan dan tidak untuk mencari nafkah. Mempelajari wisatawan berdasarkan psikografik, maka produk dan jasa yang mereka inginkan dapat dipelajari lebih lanjut disamping motivasi dibalik perjalanan pariwisata yang mereka lakukan, apakah jarak, waktu atau atraksi yang mempengaruhi keputusan mereka untuk melakukan perjalanan.

Asal wisatawan merupakan daerah atau negara wisatawan berasal, wisatawan domestik adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dalam negara tersebut selain dari tempat tinggalnya selama kurun waktu lebih dari 24 jam untuk keperluan selain bekerja. Tujuan wisatawan domestik adalah mendapatkan kesenangan melalui berbagai aktivitas (rekreasi, kesehatan, bisnis, pertemuan, dsb), apabila aktivitas tersebut dilakukan selama kurang dari 24 jam maka orang tersebut dinamakan pelancong sedangkan aktivitasnya dinamakan ekskursi. Beberapa negara menyebutkan bahwa wisatawan domestik adalah orang yang dengan berbagai alasan, kecuali alasan bekerja, melakukan sekali perjalanan sejauh paling tidak 75 km dari rumahnya.

Pengetahuan tentang karakter wisatawan yang akan menjadi sasaran akan membantu penyelenggara pariwisata dalam mengembangkan kepariwisataan yang sesuai permintaan pasar. Wisatawan sebagai konsumen akan menginginkan apa yang disenangi dan menjadi fokus perhatian dalam melakukan perjalanan wisatanya. Bangsa-bangsa tertentu mempunyai karakter tertentu yang akan mempengaruhi cara wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya, sedangkan karakter nasional sebuah bangsa dapat meunjukkan jenis liburan apa yang penting bagi mereka.

Penelitian tentang karakteristik wisatawan menyangkut asal wisatawan, perilaku dan psikografis, dan konsep dasar karakteristik wisatawan tidak akan terlepas kaitannya dengan siapa, darimana, akan kemana, dengan siapa, dengan apa, dan sebagainya yang dapat digunakan untuk mengetahui gambaran wisatawan. Dari karakter wisatawan akan dapat diperkirakan kebutuhan dan keinginan wisatawan selama melakukan perjalanan wisatanya. Karakter wisatawan juga dapat dibedakan berdasarkan karakteristik perjalanan, karakteristik demografis, dan karakter sosial ekonomi.

1.9. EVALUASI

1. Apa yang dimaksud dengan
 - a. Recreation
 - b. Tourism
 - c. Leisure
 - d. Aksesibilitas
 - e. Pilgrim

c. Nilai Kegunaan

f. Daerah Tujuan Wisata

2. Jelaskan perbedaan dan persamaan antara
 - a. Leisure dengan recreation
 - b. Wisatawan dengan bukan wisatawan
3. Jelaskan kondisi fisik, umur dan emosi seseorang dapat menimbulkan motivasi dan keinginan untuk berwisata.
4. Jelaskan ada berapa cara mengukur jarak dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain. Jelaskan masing-masing langkah pengukuran yang harus dilakukan.
5. Dalam mengembangkan kepariwisataan, mengetahui karakter wisatawan sangat penting Jelaskan mengapa demikian.
6. Jelaskan kaitan antara jarak, gerakan dan interaksi dalam dunia kepariwisataan.
7. Jelaskan pentingnya konsep lokasi objek wisata dalam pengembangan kepariwisataan dan lokasi objek wisata bagaimana yang dapat mendorong berkembangnya kepariwisataan.
8. Berikan salah satu contoh permasalahan dalam dunia kepariwisataan, dan jelaskan bagaimana cara mengatasi masalah tersebut berdasarkan pendekatan geografis.
9. Jelaskan aksesibilitas objek wisata dapat mengalami perubahan akibat perkembangan teknologi dan peningkatan ekonomi.
10. Jelaskan perbedaan diantara tourist (wisatawan) dengan excursionist (pelancong).DF

DAFTAR PUSTAKA

- Arajana, I.G.B., 2015, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bintarto dan Hadi Sumarno, S., 1991. *Metode Analisis Geografi*. Jakarta:LP3ES
- Fooster, D.L., 2000, *First Class An Introduction to Travel and tourism. Second Edition. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakkarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goodall, B., 1987, *Dictionary of Human Geographphy*. New York: Penguin Book.
- Gunn, Clare A., 2002, *Tourism Planning. Basics, Concept, Cases. Fourth Edition*. Nwyork and London: Routledge.
- Hagget, P., 1997, *Geography. A Modern Synthesis*. London: Harper and Row.
- Hall, L.M. and Page, S.J., 1999. *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London: Routledge.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Widya Sarana.
- Mill, C.R., 2000, *Tourism. The International Business. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Pendit, N.S., 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar* ,Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rimsky, K.J., 2017, *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan. Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan*, Jakarta:Gramedia pustaka Utama.
- Yunus, H.S., 2010, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

BAB II

INDUSTRI PARIWISATA

KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat memahami industri wisata dengan benar

INDIKATOR

1. Mahasiswa dapat memahami bahan dasar industri pariwisata
2. Mahasiswa dapat memahami perusahaan industri pariwisata
3. Mahasiswa dapat memahami produk industri pariwisata
4. Mahasiswa dapat memahami aspek-aspek pariwisata
5. Mahasiswa dapat memahami pemasaran pariwisata

2.1. PENDAHULUAN

Industri pariwisata tidak jauh berbeda dengan industri yang lain, karena dalam industri pariwisata juga mengandung komponen-komponen industri seperti modal, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran. Selanjutnya bahan baku dalam industri pariwisata juga perlu diolah agar supaya dapat dinikmati oleh wisatawan. Terdapat sedikit perbedaan antara bahan baku dalam industri pariwisata dengan industri yang lain pada umumnya, tidak ada unsur mengubah bahan baku menjadi bentuk lain dalam industri pariwisata, justru sebaliknya melakukan pelestarian agar tidak mengalami perubahan.

Bagaimana industri pariwisata dapat berkembang dan berhasil, bahan baku atau bahan dasar kepariwisataan merupakan sesuatu yang mutlak diperlukan sebagai modal awal untuk dikembangkan menjadi produk industri pariwisata yang selanjutnya dapat dinikmati oleh wisatawan. Kepariwisataan bukanlah menggali atau menghilangkan kekayaan alam dan atau budaya di suatu tempat atau daerah, melainkan memanfaatkan kekayaan alam dan budaya tersebut di tempatnya untuk dikembangkan lebih lanjut menjadi suatu produk pariwisata atau atraksi yang lebih menarik. Industri pariwisata harus mampu mengolah, menyediakan, mengembangkan, mempromosikan, memasarkan kepada wisatawan produk yang dimilikinya, sehingga produk dari industri pariwisata dapat terbeli oleh banyak wisatawan.

Wisatawan yang berkunjung ke daerah tujuan wisata akan memerlukan berbagai macam barang dan pelayanan dimulai dari tempat pemberangkatan

sampai pulang kembali. Hal ini merupakan suatu peluang baik yang dapat dimanfaatkan oleh banyak orang dalam memenuhi kebutuhan wisatawan. Oleh karena jumlah barang atau bantuan yang diperlukan wisatawan dalam jumlah besar tidak mudah penanganannya, maka untuk penanganan yang lebih efektif dan efisien diperlukan adanya suatu industri. Untuk mengenal lebih jauh tentang industri pariwisata, bacalah dengan seksama uraian seperti berikut.

2.2. BAHAN DASAR INDUSTRI PARIWISATA

Bahan Dasar atau sering dinamakan bahan baku merupakan komponen yang diolah menjadi produk yang diinginkan, yang selanjutnya dijual kepada wisatawan untuk dinikmati. Bahan Dasar utama dalam industri pariwisata adalah atraksi dalam berbagai bentuk misalnya pemandangan alam, adat istiadat, candi, dan sebagainya. Bahan Dasar ini perlu dimiliki oleh suatu daerah untuk diolah dan dikembangkan lebih lanjut agar menjadi daerah tujuan wisata yang menarik.

Atraksi atau juga dinamakan objek wisata, secara umum dapat dibedakan menjadi tiga bentuk. Ketiga bentuk objek wisata tersebut banyak tersebar di permukaan bumi dan merupakan bahan dasar untuk menjalankan kehidupan industri pariwisata di daerah tujuan wisata. Penjelasan masing-masing bentuk objek wisata adalah seperti di bawah ini.

2.2.1. Objek Wisata Alam

Wujud atau bentuk dari objek ini berupa pemandangan alam yang terbentuk di lingkungan daratan, lingkungan pantai, lingkungan perairan, lingkungan hidup berupa kehidupan flora dan fauna atau bentuk yang lain. Pemandangan alam yang terbentuk di lingkungan tersebut disebabkan karena adanya proses endogen dan eksogen, sedangkan iklim lebih dominan berpengaruh pada lingkungan kehidupan flora atau fauna. Perpaduan antara proses endogen dan eksogen yang berada di permukaan bumi akan membentuk berbagai macam penampakan yang indah baik di darat, di pantai maupun di laut.

Pemandangan alam yang terdapat di lingkungan daratan banyak tersebar di daerah dataran dan pegunungan dengan berbagai bentuk misalnya lembah (ngarai, canyon), air terjun, sumber air panas (geyser, mata air hangat), landform di

perbukitaan kapur /karst (goa kapur, pinnacle, polje), landform di gurun pasir (sand dune, mushroom rock, ripple mark, numulit). Danau, waduk dan bahkan sungai dapat dijadikan objek wisata dengan karakteristik atraksi masing-masing, disamping menikmati pemandangan alamnya juga dapat melakukan kegiatan yang lain pada masing-masing tempat, apakah dengan mendayung, rafting, memancing. Tidak jauh berbeda adalah pantai dan laut, disamping dapat menikmati keindahan alamnya juga dapat melakukan kegiatan lain misalnya memancing, surfing, wind surfing, berjemur, mendayung, snorkeling, diving, dan sebagainya. Wisatawan dapat menikmati pemandangan lingkungan kehidupan flora dan fauna, misalnya di hutan, sabana, steppa, bahkan gurun.

2.2.2. Objek Wisata Budaya

Wujud dari objek wisata budaya lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan atau kehidupan manusia antara lain berbentuk adat istiadat, festival, kesenian, tarian, upacara adat, upacara pemakaman atau bentuk yang lain. Budaya merupakan ciptaan manusia dalam suatu komunitas atau bangsa yang menjadi penciri dari komunitas (masyarakat) itu. Budaya merupakan hasil rasa, daya, cipta dan karsa manusia sehingga karakteristik budaya antara masyarakat yang satu berbeda dengan masyarakat yang lain dan masing-masing mempunyai keunikan. Keunikan inilah yang menjadi daya tarik seseorang melakukan perjalanan wisata untuk melampiasikan keingintahuannya.

Pola kehidupan masyarakat tertentu yang berlangsung secara turun temurun akan menjadi adat kebiasaan bahkan menjadi tradisi masyarakat tersebut. Secara kasat mata, tradisi dapat diamati dan dapat bersifat atraktif sehingga menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk diamati dan didokumentasikan. Jika fenomena ini dikembangkan maka dapat dijadikan unggulan dalam pengembangan kepariwisataan. Kehidupan masyarakat Bali merupakan contoh yang ideal pada pengembangan wisata budaya.

Menurut Ismayati (2010), budaya dibedakan menjadi 3 wujud yaitu dalam wujud gagasan, aktivitas, dan artefak. Gagasan merupakan kumpulan ide, nilai, peraturan yang bersifat abstrak, tidak dapat diraba atau disentuh. Karya sastra yang

biasa disimpan dalam museum dapat disebut sebagai atraksi wisata yang merupakan wujud dari gagasan manusia. Budaya yang merupakan bentuk aktivitas adalah suatu tindakan berpola dari manusia dalam suatu komunitas yang saling berinteraksi dan sudah menjadi tradisi, misalnya upacara adat, tarian, dan sebagainya. Artefak merupakan wujud kebudayaan berupafisik yang merupakan hasil aktivitas dan hasil karya manusia berupa benda-benda yang sifatnya nyata, dapat diraba dan dapat dilihat. Contoh artefak yang dapat dijadikan objek wisata adalah candi dan berbagai peninggalan dari generasi dahulu yang merupakan sisem kehidupan kerajaan.

2.2.3. Objek Wisata Buatan

Wujud objek wisata buatan dipengaruhi oleh aktivitas dan kreativitas manusia yang sengaja dibangun untuk tempat rekreasi, misalnya museum, taman ria, pemandian, kebun binatang, taman, hutan raya, dan sebagainya. Beberapa tahun terakhir telah dikembangkan lokasi objek wisata alam dengan tujuan sebagai tempat rekreasi dengan memanfaatkan keindahan alam, pelestarian lingkungan hidup, dan tempat pembelajaran adalah *ecotourism*, sebagai contoh adalah kebun raya, hutan mangrove, agrowisata, taman laut, dan sebagainya. Objek-objek wisata tersebut pada umumnya dibangun tidak jauh dari kota-kota besar untuk memenuhi kebutuhan penduduknya akan relaksasi karena kesibukan sehari-hari.

Selain 3 bentuk wisata seperti di atas, saat ini telah berkembang berbagai macam event atau kegiatan yang sekaligus dapat dimanfaatkan untuk menarik wisatawan. Kegiatan Olahraga (*sport events*) seperti PON, SEA Games, Asian Games, dan Olimpiade seringkali dimanfaatkan pula sebagai kegiatan wisata. Karnaval, kegiatan seni, institusi tradisional seperti subak di Bali, upacara ritual, dan sebagainya dapat dijadikan atraksi yang menarik untuk kepariwisataan karena keunikannya. Semua event tersebut hanya terjadi pada waktu-waktu tertentu, artinya tidak dapat setiap saat disaksikan wisatawan sehingga sebagai bagian dari industri pariwisata memerlukan pengelolaan yang khusus.

Wisata belanja dan wisata kuliner mengalami perkembangan cukup pesat akhir-akhir ini, dan mengalahkan perkembangan wisata yang lain. Wisata tersebut merupakan bentuk objek wisata alternatif yang banyak diminati oleh para wisatawan karena berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pokok sehari-hari dan sekaligus rekreasi. Pada umumnya lokasi wisata alternatif ini lebih banyak berkembang di daerah perkotaan atau dekat perkotaan karena konsumen (wisatawan) adalah orang kota, misalnya super market, mall, plaza, department store. Bentuk yang lain adalah agrowisata dan ekowisata yang berlokasi di luar kota yang jauh dari keramaian atau kebisingan. Tempat tersebut disamping untuk rekreasi juga tempat untuk belajar.

Bahan dasar industri pariwisata seperti diuraikan di atas perlu dijaga kelestarian atau keberadaannya agar supaya industri pariwisata di suatu daerah tetap terjaga kelangsungan hidupnya. Cara yang dapat dilakukan agar tetap terjaga kelangsungannya adalah: pertama, menjaga agar sumber bahan dasar dihindarkan dari orang yang tidak bertanggung jawab, kedua, melakukan pengawasan perwatan yang intensif, ketiga, mengetahui dan memahami tentang proses terjadinya sumber bahan tersebut. Mempelajari bagaimana dan dimana sumber bahan terbentuk akan menjaga kelestarian industri pariwisata dengan cara mengganti sumber bahan dari tempat lain apabila di tempat aslinya mengalami kehancuran atau kerusakan.

2.3. PERUSAHAAN INDUSTRI PARIWISATA

Selama melakukan perjalanan wistanya, mulai dari rumah menuju ke tempat wisata dan kembali ke rumah, wisatawan memerlukan berbagai macam kebutuhan misalnya makan minum, penginapan, kendaraan, dan sebagainya. Semua kebutuhan tersebut akan disediakan oleh berbagai macam perusahaan sesuai dengan produk yang dihasilkan. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, wisatawan dapat mengusahakan kebutuhannya secara terpisah atau diserahkan sepenuhnya kepada pihak lain untuk mengurusnya sehingga wisatawan tidak perlu susah payah mengusahakan semua kebutuhannya. Pihak yang dapat mengusahakan tersebut adalah perusahaan yang disebut dengan *package tour*.

Di dalam package tour tersebut terjadi kerjasama berbagai perusahaan yang saling melengkapi sehingga merupakan produk wisata terpadu yang siap ditawarkan ke konsumen yaitu wisatawan. Perusahaan-perusahaan yang dimaksud adalah :

Travel Agent

Travel Agent atau Tour Operator sering juga dinamakan Biro Perjalanan Wisata yaitu perusahaan yang menyelenggarakan atau menjual perjalanan wisata (paket wisata) secara langsung kepada konsumen. Layaknya dalam menjual paket wisata, travel agent juga akan memberikan informasi dan advis kepada wisatawan, melakukan reservasi, mengurus tiket masuk dan voucher apabila ada, pengurusan transportasi, dokumen perjalanan dan produk-produk lain yang berhubungan dengan perjalanan wisata.

Travel Agent Local

Suatu perusahaan yang menyelenggarakan sightseeing, tour dalam wilayah relatif kecil, entertainment atau atraksi-atraksi lainnya. Travel Agent Local sifatnya lebih kecil daripada Travel Agent, dan merupakan pelaksana Travel Agent yang bergerak di lokasi tertentu. Perusahaan ini juga dapat membuat paket wisata sendiri dan dijual langsung ke konsumen atau travel agent.

Perusahaan Transportasi

Merupakan perusahaan yang berperan dalam menangani transportasi wisatawan selamamelakukan perjalanan wisatanya, mulai dari keberangkatan sampai kembali pulang di tempat semula. Alat pengangkutan dapat berupa alat transportasi darat, transportasi laut, atau transportasi udara. Perusahaan transportasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menyediakan jadwal perjalanan yang nyaman, tepat, dan teratur sehingga perpindahan antar alat transportasi yang satu dengan yang lain sesuai dengan jadwal yang dibuat dan tidak menimbulkan penundaan atau pembatalan. Transportasi yang lancar merupakan hal yang sangat penting bagi wisatawan, perusahaan transportasi yang tidak baik akan banyak merugikan wisatawan.

Perusahaan Akomodasi

Merupakan suatu perusahaan yang mengurus wisatawan untuk mendapatkan tempat menginap atau istirahat untuk sementara waktu, pada waktu wisatawan berada di daerah tujuan wisata. Akomodasi dalam dunia pariwisata lazimnya berupa motel, hotel, pension, bungalow, homestay, pondok, sanatorium, perkemahan, dan sebagainya. Akomodasi merupakan tempat tinggal sementara bagi wisatawan selama melakukan perjalanan, dengan harapan memperoleh pelayanan yang baik, enak, dan nyaman, mendapatkan sanitasi yang menjamin kesehatan, mendapatkan kebutuhan hidup sehari-hari yang layak dalam pergaulan internasional.

Bar dan Restoran

Merupakan perusahaan yang menyediakan makan dan minum para wisatawan selama dalam perjalanan wisatanya maupun selama di daerah tujuan wisata. Terutama hotel-hotel berbintang di dalamnya terdapat bar dan restoran terdapat dalam satu atap, namun lebih banyak merupakan perusahaan tersendiri, bahkan bar terpisah dengan restoran. Untuk wisatawan tertentu biasanya juga tersedia bar maupun restoran tertentu. Wisatawan dalam jumlah banyak atau rombongan, untuk keperluan makan dan minumannya dapat dilayani oleh perusahaan *catering*.

Souvenirshop dan Handycraft

Merupakan tempat wisatawan membelanjakan uangnya untuk mendapatkan oleh-oleh sebagai kenang-kenangan yang akan dibawa pulang. Tempat-tempat tersebut berupa toko-toko besar maupun kecil yang menjual barang-barang kerajinan tangan atau makanan khas daerah setempat sebagai souvenir.

Perusahaan dan industri jasa lainnya

Perusahaan ini hanya kadang-kadang diperlukan oleh wisatawan namun perlu disediakan di daerah tujuan wisata, misalnya bank, money changer, laundry, kantor pos, dsb. Industri pariwisata yang akhir-akhir ini sangat berkembang adalah jasa boga/kuliner, jasa hiburan, jasa pramuwisata, dan jasa penyelenggaraan pertemuan. Jasa boga atau kuliner semakin beragam, meliputi makanan tradisional atau khas daerah maupun *franchise* dari manca negara,

begitu besar perkembangan industri jasa ini sehingga memunculkan bentuk wisata baru yaitu *wisata kuliner*. Industri jasa hiburan sangat dibutuhkan oleh wisatawan karena salah satu tujuan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya adalah mendapatkan hiburan. Jasa hiburan terkait dengan berbagai produk seni, kehidupan budaya dan tradisi. Jasa dari pramuwisata (*guide*) sangat diperlukan terutama untuk wisatawan asing yang menginginkan berbagai macam informasi tentang daerah tujuan wisatanya. Pramuwisata merupakan salah satu unsur penting dari industri pariwisata dan bertugas memberikan jasa pelayanan berbagai informasi yang dibutuhkan wisatawan. Pertemuan dalam bentuk seminar, konferensi, simposium, kongres, dan sebagainya yang melibatkan banyak orang dari berbagai kota atau negara dapat dijadikan menjadi kegiatan pariwisata. Dalam kegiatan tersebut biasanya terdapat kegiatan relaksasi dengan mengunjungi tempat-tempat wisata dan juga melibatkan usaha perhotelan, dan transportasi. Usaha jasa yang belum begitu berkembang namun sebenarnya diperlukan adalah jasa konsultasi pariwisata. Jasa konsultan akan memberikan saran atau rekomendasi mengenai perencanaan, penelitian, pengelolaan usaha, pemasaran, dan studi kelayakan di bidang pariwisata.

Dalam upaya untuk meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, peran perusahaan yang tergabung dalam package tour ini sangat besar. Package Tour tidak hanya mencari keuntungan untuk dirinya sendiri, akan tetapi apabila dalam pelayanannya juga bagus dan memuaskan, keuntungan juga akan diperoleh negara melalui devisa yang dibayarkan oleh wisatawan.

2.4. PRODUK INDUSTRI PARIWISATA

Produk industri pariwisata tidak jauh berbeda dengan industri yang lain yakni berupa barang atau jasa, dalam industri pariwisata adalah berupa barang atau jasa yang diperlukan wisatawan selama melakukan perjalanan wisatanya. Industri yang terlibat dalam hal ini adalah perusahaan transportasi, akomodasi, pangan, dan jasa yang menyediakan barang dan jasa baik yang bersifat material maupun non material yang diperoleh dari alam maupun hasil ciptaan manusia.

Barang dan jasa yang dihasilkan digunakan untuk pelayanan kepada wisatawan agar diperoleh rasa puas, menyenangkan, nyaman selama perjalanannya maupun kesan baik yang diperolehnya.

Produk industri wisata terdiri dari berbagai macam unsur, antara unsur yang satu dengan yang lain saling melengkapi sehingga merupakan suatu paket wisata. Bentuk atau jenis produk-produk industri pariwisata tergantung dari perkembangan kepariwisataan yang dipengaruhi oleh kebijakan politik pemerintah, penyediaan akomodasi, perasaan ingin tahu wisatawan, fasilitas transportasi dan komunikasi, promosi, tarif, souvenir yang tersedia, jarak dan waktu tempuh ke objek wisata, aksesibilitas wisatawan keluar-masuk daerah tujuan wisata, keramah-tamahan tuan rumah. Terdapat tiga unsur utama yang membentuk produk industri pariwisata, yaitu atraksi, fasilitas kepariwisataan, dan aksesibilitas daerah tujuan wisata, sedangkan unsur penunjangnya adalah lokasi, sumberdaya manusia, teknologi, manajemen dan pemasaran pariwisata.

Sifat atau ciri-ciri industri pariwisata sangat unik, berbeda dengan industri yang lain karena melibatkan berbagai komponen dan jaringan yang luas. Ciri-ciri tersebut adalah:

a. Tidak dapat dipindahkan

Produk yang dihasilkan, misalnya pemandangan alam, kesenian, dan sebagainya yang merupakan produk khas daerah setempat tidak mungkin dibawa ke tempat lain, sehingga wisatawan yang ingin menikmati produk pariwisata tersebut harus mendatanginya. Oleh karena itu dalam menjual produknya konsumen harus dibawa ke tempat produk tersebut dihasilkan. Pada intinya produk yang ditawarkan adalah yang tidak berbentuk secara fisik dan tidak dapat dibawa, kombinasi keduanya sangat unik dan tidak mudah diukur. Produk industri pariwisata yang ditawarkan dikatakan tidak bertuan (no ownership), karena konsumen tidak dapat memilikinya meskipun telah membeli dan menikmatinya.

b. Peranan perantara tidak diperlukan

Konsumen (wisatawan) dan produsen (penyedia/pembuat jasa) tidak dapat dipisahkan, karena transaksi terjadi ketika konsumen kontak dengan produk

pariwisata. Produk-produk pariwisata seperti kesenian, budaya, dan sebagainya pada saat diproduksi bersamaan dengan konsumsi sehingga konsumen dapat langsung menikmatinya tanpa melalui perantara. Sebagai contoh, pada saat pertunjukan berlangsung wisatawan sekaligus menikmatinya, begitu pula dengan produk-produk lain yang tidak mungkin dipindahkan. Beberapa barang tertentu lokasi pemasarannya tidak jauh dari tempat produksi, misal catering, akomodasi sehingga produsen dapat secara langsung memasarkan ke konsumen. Namun Tour Operator atau Travel Agent merupakan satu-satunya perantara yang dapat menjual produk pariwisata, misalnya paket wisata.

c. Produksi industri pariwisata tidak dapat ditimbun

Produk pariwisata berupa berbagai jenis jasa wisata merupakan barang yang tidak kelihatan/berwujud (*intangible*) atau bukan barang sehingga tidak mungkin ditimbun yang berdampak pada biaya produksi, namun dapat memberikan pengalaman atau kesan yang menyenangkan dan menimbulkan rasa puas. Jenis produksi pariwisata tertentu yang dibutuhkan wisatawan dan memungkinkan untuk ditimbun mengandung resiko yang tinggi untuk ditimbun karena keinginan wisatawan dan jumlah wisatawan yang dapat berubah-ubah. Produk industri pariwisata yang tidak dapat ditimbun untuk dikonsumsi di kemudian hari merupakan salah satu sifat industri pariwisata yang rapuh (*perishable*).

d. Produknya tidak mempunyai ukuran objektif

Karakter wisatawan yang berbeda-beda mengakibatkan produk pariwisata yang harus disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan juga beragam karena selera mereka dimungkinkan tidak sama. Barang dan jasa yang diperlukan akan sangat sulit dibuat standarnya, baik tentang kualitas, bentuk, dan ukurannya, karena setiap wisatawan ingin selalu dipenuhi kebutuhannya dan tidak ingin dibuat generalisasi mengenai kepuasannya. Patokan yang dapat digunakan untuk mengetahui keinginan konsumen tentang produk industri pariwisata yang ditawarkan hanyalah menarik-tidak menarik, bagus-jelek, khas-tidak khas, puas-tidak puas. Terkait dengan selera konsumen yang

mengalami perubahan, produk jasa wisata sifatnya menjadi dinamis karena harus mengikuti apa yang diinginkan oleh wisatawan.

e. Permintaan terhadap produk bersifat elastis

Faktor-faktor non ekonomi, seperti situasi politik, kesehatan, keamanan, atau bencana alam berpengaruh terhadap jumlah wisatawan yang berkunjung sehingga permintaan produk-produk industri wisata cepat mengalami perubahan. Pada saat terjadi gangguan keamanan, permintaan terhadap produk industri pariwisata akan mengalami penurunan karena jumlah wisatawan mengalami penurunan, namun pada saat kondisi sudah pulih kembali atau pada saat liburan panjang permintaan akan naik kembali. Perubahan permintaan produk tersebut merupakan salah satu sifat rapuh (*perishable*) dari industri pariwisata. Perubahan permintaan juga dapat terjadi karena faktor musiman, baik karena faktor alami (musim) atau faktor budaya yang memerlukan waktu-waktu tertentu untuk pelaksanaannya.

f. Produknya tidak dapat dicoba di tempat konsumen

Produk industri pariwisata berupa barang dapat dicoba di lokasi objek wisata atau di tempat produsen, namun untuk produk berupa jasa, konsumen (wisatawan) tidak mungkin mencoba terlebih dahulu produk yang ditawarkan. Wisatawan dapat melihat dan membaca keterangan-keterangan melalui media promosi yang diperolehnya.

g. Diperlukan biaya yang besar

Permintaan terhadap produk-produk industri pariwisata mudah mengalami perubahan, tergantung dari kondisi di lokasi objek wisata dan sikap wisatawan. Sementara itu dalam mengembangkan sarana kepariwisataan memerlukan biaya yang cukup besar sehingga resiko tinggi dihadapi terhadap pengembalian modal yang telah dikeluarkan.

2.5. ASPEK-ASPEK KEPARIWISATAAN

Seperti halnya dengan usaha-usaha yang lain, beberapa aspek perlu dikaji dalam rangka pengembangan usahanya. Dalam bisnis kepariwisataan terdapat 4 aspek utama yang akan berpengaruh terhadap berkembang tidaknya

kepariwisataan, yaitu atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan. Aspek lain sebenarnya masih ada namun pengaruhnya relatif kecil, misalnya aksesibilitas, lokasi objek wisata, sumberdaya manusia, dsb. Berikut ini dijelaskan masing-masing aspek utama untuk memberikan gambaran pentingnya masing-masing dalam mengembangkan industri pariwisata.

2.5.1. Atraksi

Atraksi akan menarik orang untuk datang ke sebuah kawasan tujuan wisata, dan dimungkinkan atraksi menjadi alasan pertama untuk datang ke tempat tersebut. Dalam aspek pembangunan kepariwisataan, atraksi sebagai agen penyebab pertumbuhan sehingga cenderung dikembangkan terlebih dahulu daripada fasilitas atau transportasi. Atraksi merupakan elemen penawaran yang cukup penting dalam kepariwisataan dan dapat digunakan untuk pengukuran potensi wisata.

Atraksi merupakan produk yang dijual, sehingga harus memenuhi selera konsumen yang memerlukannya yaitu wisatawan, tidak hanya kuantitas atraksi tetapi juga kualitasnya karena dapat mempengaruhi keputusan wisatawan untuk berkunjung atau tidak. Dengan demikian suatu lokasi objek wisata dimungkinkan akan banyak dikunjungi oleh wisatawan apabila tersedia beraneka atraksi dengan kualitas atraksi yang baik/tinggi. Dalam kegiatan pariwisata, berbagai atraksi harus dikoordinasikan dalam suatu penyajian yang terpadu, harmonis dan menarik pada satu paket atraksi wisata.

Pada aspek lain, dengan tersedianya banyak atraksi, wisatawan dapat didistribusikan secara merata pada semua tempat atraksi untuk menghindari terjadi kepadatan dan kejenuhan wisatawan pada tempat atraksi tertentu. Pada satu lokasi tujuan wisata biasanya terdapat satu atraksi utama yang merupakan daya tarik utama lokasi wisata tersebut dan beberapa atraksi tambahan untuk penampungan sementara bagi wisatawan yang menginginkan atraksi utama pada saat-saat jumlah wisatawan sangat padat. Paket atraksi wisata dapat digunakan untuk mengatur gerakan wisatawan di daerah tujuan wisata agar wisatawan tidak

terkonsentrasi pada tempat dan waktu yang sama sehingga kenyamanan wisatawan tetap terjaga.

Kajian tentang atraksi merupakan hal yang cukup rumit karena berkaitan dengan wisatawan yang mempunyai selera yang berbeda. Atraksi yang menarik bagi seseorang belum tentu menarik bagi orang lain, sehingga dalam pengembangan atraksi menjadi tidak mudah. Dalam pengembangan kepariwisataan, perlu dilakukan penelitian jenis atraksi yang memang cocok dan dikembangkan lebih lanjut, terutama atraksi tambahan yang nantinya serasi dengan atraksi utamanya.

Peperoglou (dalam Pearce, 1986) memberikan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk melakukan penelitian atraksi, yaitu :

1. Penelitian pasar

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apa yang disukai wisatawan tentang atraksi, wisatawan yang menyukai jenis atraksi tertentu diarahkan untuk mengunjungi lokasi-lokasi tertentu yang sesuai dengan keinginan wisatawan. Penelitian ini berkaitan dengan strategi promosi yang akan dilakukan pada waktu mendatang agar tepat sasaran.

2. Identifikasi dan evaluasi keinginan wisatawan

Di daerah penelitian, pemenuhan kebutuhan wisatawan harus diutamakan selama melakukan perjalanan wisatanya. Dari hasil identifikasi dan evaluasi dapat diketahui berbagai kebutuhan yang diperlukan wisatawan di lokasi penelitian, sehingga dapat dilakukan langkah-langkah tertentu untuk mengatasi kekurangan yang ada.

3. Penetapan wilayah-wilayah dalam terminologi sumberdaya keruangan

Menetapkan tapak (site) atau lokasi bangunan tempat atraksi yang dapat dikembangkan di masa mendatang harus dilakukan. Penetapan ini dapat dilakukan dengan melakukan pemetaan kondisi fisik daerah penelitian seperti topografi, iklim, batuan, keairan, dsb sesuai dengan kebutuhan selanjutnya dilakukan tumpang tindih (overlay) peta. Atraksi yang dikembangkan sesuai dengan kondisi alam akan terjaga kelestariannya.

4. Pengecekan kapasitas wilayah kajian

Lokasi atraksi di daerah penelitian perlu dijaga agar tetap dalam kondisi terbaik, hal ini dapat dilakukan jika pengaruh aktivitas wisatawan terhadap lokasi wisata diminimalisir yakni dengan membatasi jumlah wisatawan yang berkunjung. Jumlah wisatawan yang terlalu banyak dapat menimbulkan ketidaknyamanan dan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan lokasi wisata. Perhitungan dengan metode tertentu perlu dilakukan untuk mengetahui kapasitas maksimum lokasi wisata dalam menampung sejumlah wisatawan pada periode waktu tertentu, agar supaya wisatawan merasa nyaman dan puas dalam menikmati atraksi wisatanya.

Segala sesuatu yang menarik atau bernilai untuk dikunjungi dan dilihat, dalam kepariwisataan dinamakan atraksi, dan sesuatu tersebut merupakan suatu benda atau kejadian yang menjadi sasaran wisatawan maka disebut objek wisata. Daerah tujuan wisata dengan atraksi atau objek wisata yang mengagumkan akan banyak menarik orang dan menjadi tempat tujuan primer/utama. Sedangkan tempat tujuan sekunder merupakan tempat singgah yang ke dua atau terlebih dahulu disinggahi sebelum menuju ke tempat tujuan primer karena jarak dari rumah terlalu jauh.

Atraksi merupakan tontonan atau suguhan yang dapat dinikmati oleh wisatawan, dapat berupa sumberdaya alam, budaya, etnisitas, ataupun hiburan. Sumberdaya alam dengan karakter tertentu merupakan hasil bentukan dari kombinasi dari iklim, morfologi, tanah dan batuan, perairan sehingga terbentuk alam yang indah di suatu kawasan. Setiap kawasan mempunyai karakter dan daya tarik sendiri yang berbeda dengan kawasan lain, perbedaan ini menjadikan kekayaan alam yang patut disyukuri sebagai modal pengembangan kepariwisataan. Atraksi yang ditimbulkan oleh ragam pemandangan alam, perbedaan suhu atau iklim dan sejumlah ciri rekreasional lain dari fisik alami merupakan ciri terpenting bagi pariwisata berbasis sumberdaya alam.

Budaya suatu masyarakat merupakan hasil ciptaan masyarakat itu yang ditunjukkan oleh tempat-tempat bersejarah, cara-cara hidup, cara mereka diperintah, tradisi-tradisi mereka baik di masa lalu maupun sekarang. Budaya merupakan hasil rasa, daya, cipta, dan karsa manusia, sehingga karakteristik

budaya masyarakat berbeda antara satu dengan lainnya dan masing-masing mempunyai keunikan sendiri. Keunikan inilah yang menimbulkan rasa ingin tahu orang untuk mengetahui dan melihat budaya masyarakat lain dan menjadi faktor penarik melakukan kegiatan wisata.

Etnisitas ada kaitannya dengan kunjung mengunjungi teman atau keluarga/kerabat yang sering digunakan untuk memperbaharui ikatan kekeluargaan karena sudah terpisah jauh baik karena jarak ataupun waktu. Pola kunjungan yang dilakukan dapat berbeda antara masyarakat yang satu dengan yang lain, sebagai contoh adalah mudik yang dilakukan oleh masyarakat perkotaan di Indonesia. Pada umumnya waktu liburan seringkali digunakan untuk memperbaharui ikatan dengan keluarga maupun dengan teman-teman.

Wisatawan seringkali tertarik pada daerah tujuan wisata karena hiburan yang tersedia di tempat itu, bukan karena atraksi utamanya. Hiburan tersebut biasanya diadakan secara temporer meskipun dengan frekuensi yang tinggi setiap tahunnya dan hiburan tersebut dapat menjadi ciri permanen daerah tujuan wisata tersebut. Pada hiburan yang diadakan, kadangkala wisatawan dituntut untuk berpartisipasi aktif dalam kegiatan rekreasinya sehingga hiburan yang ditampilkan menjadi lebih menarik dan diminati banyak wisatawan.

2.5.2. Fasilitas

Fasilitas yang tersedia di daerah tujuan wisata merupakan sarana yang digunakan untuk melayani wisatawan selama tinggal di tempat tersebut. Dukungan fasilitas pariwisata yang memadai akan menumbuhkan sebuah tempat tujuan wisata menjadi tempat yang lebih menarik dan cepat berkembang. Fasilitas pariwisata dibedakan menjadi tiga macam yaitu fasilitas utama, fasilitas pendukung, dan fasilitas infrastruktur.

Fasilitas utama, meliputi tempat menginap, restoran makan dan minum, merupakan faktor yang sangat penting dan menjadi rumah sementara bagi wisatawan terutama bagi wisatawan dengan perjalanan jauh serta waktu lama. Istilah akomodasi ditujukan kepada tempat menginap, sementara makan dan minum dapat menjadi satu kesatuan dengan tempat menginap namun dapat pula tidak termasuk, tergantung dari perusahaan yang menyediakan. Agar berhasil,

daerah tujuan wisata memerlukan akomodasi yang cukup dan cocok untuk menarik kedatangan wisatawan. Jenis akomodasi yang harus disediakan tergantung pasar yang akan dilayani yakni wisatawan.

Akomodasi dalam dunia industri pariwisata berbentuk hotel, yang merupakan perusahaan penyedia penginapan sekaligus hidangan dan fasilitas lain untuk kenyamanan yang lebih berkualitas. Hotel dapat diklasifikasikan menjadi beberapa kategori misalnya berdasarkan fasilitas yang tersedia di hotel sehingga dikenal hotel bintang satu, bintang dua, dan seterusnya. Dapat pula dikategorikan berdasarkan lokasi hotel (terdapat city hotel, suburb hotel, resort hotel, dan airport hotel) dan lamanya wisatawan menginap (transient hotel, semi residential hotel, residential hotel).

Selain hotel, terdapat akomodasi jenis lain yang sifatnya hampir sama dengan hotel yaitu tempat menginap namun tidak adanya aturan atau ketentuan yang mengikat Bergeraknya tamu seperti di hotel dan biasanya lebih murah. Akomodasi tersebut misalnya:

- **Motel**, yaitu singkatan dari motor-hotel, merupakan penginapan bagi wisatawan yang sedang melakukan perjalanan jauh menggunakan kendaraan mobil, dengan menyediakan tempat parkir atau garasi mobil termasuk juga bahan bakar.
- **Pension**, yaitu penginapan yang hanya menyediakan makan pagi bagi para tamu dengan tarif tertentu, seperti hotel berukuran kecil dengan satu atau dua lantai dan tidak menyediakan ruangan umum.
- **Inn** atau **Herberg**, yaitu penginapan yang relatif sederhana, biasanya hanya menyediakan minuman tanpa makanan dan letaknya di pinggiran kota atau di daerah pedalaman.
- **Kurhotel** atau **Kurpension**, yaitu hotel kecil atau pension yang terletak di kawasan wisata kesehatan dan mempunyai berbagai fasilitas hiburan.
- **Apartement**, yaitu penginapan yang penggunaannya dalam jangka waktu relatif lama, sering dipergunakan secara berombongan yang akan melakukan kegiatan tertentu.

- **Cottage** atau **Pondok**, yaitu penginapan dengan bangunan-bangunan gaya lokal dengan bahan-bahan lokal sehingga menimbulkan suasana lokal. Ruangan terdiri dari ruang tidur dan ruang untuk bercengkerama, jika terdiri dari dua lantai ruang atas untuk tidur dan ruang bawah untuk bercengkerama dan dimungkinkan dapur, biasanya terdapat di daerah pantai atau daerah pegunungan.
- **Bungalow**, yaitu bangun untuk penginapan biasanya untuk keluarga, menyediakan atau tidak menyediakan makanan, lokasinya di pinggiran kota atau di luar kota.
- **Mess**, yaitu penginapan dengan atau tanpa makan, biasanya disediakan bagi pegawai suatu instansi namun dapat juga masyarakat umum, biaya penginapan relatif murah.
- **Homestay**, yaitu rumah tinggal penduduk di daerah tujuan wisata yang menyiapkan beberapa kamar untuk digunakan sebagai penginapan sementara. Tuan rumah dan wisatawan dapat berinteraksi.
- **Hostel** atau **Asrama**, yaitu penginapan yang digunakan oleh pemuda-pemudi (remaja) secara berombongan, dengan kamar terpisah untuk waktu tertentu, menyediakan makan dan biaya sewa yang sangat murah.
- **Resort**, yaitu penginapan bagi wisatawan yang ingin istirahat atau relaksasi atau olah raga rekreasi, dan memberikan pelayanan untuk makan dan minum.
- **Losmen**, yaitu penginapan dengan fasilitas sederhana dengan memberikan makan dan minum di pagi hari secara sederhana, dan biaya rendah/murah.
- **Chalet**, yaitu pondik-pondok yang dibuat dominan dari kayu untuk penginapan bagi wisata pendakian, berlokasi di pegunungan.
- **Villa**, yaitu rumah untuk penginapan keluarga, sehingga wisatawan adalah rombongan keluarga, biasanya terletak di luar kota.
- **Boutique Hotel**, merupakan konsep baru jasa penginapan dengan fasilitas dan pelayanan prima, banyak dimanfaatkan oleh wisatawan kaya.
- **Youth Hotel**, yaitu hotel yang diperuntukkan bagi para remaja yang melakukan wisata secara berombongan.

Selain bentuk penginapan seperti dijelaskan, masih terdapat fasilitas yang dapat digunakan untuk penginapan oleh wisatawan, misalnya *caravan*, yaitu berupa mobil yang dapat dipindahkan ke tempat-tempat wisata sesuai dengan keinginan wisatawan. Bagi wisatawan yang menyukai kemah (*camping*) dapat melakukan di *Camping Ground* (bumi perkemahan), biasanya berupa tenda-tenda di tempat terbuka.

Fasilitas utama yang lain adalah fasilitas makan dan minum, disediakan oleh perusahaan pangan atau catering trade. Perusahaan tersebut saat ini sudah berkembang sehingga perlu dipisahkan dari perusahaan akomodasi, karena perusahaan pangan mempunyai pengertian menyiapkan dan menyajikan makanan dan minuman bukan menyiapkan dan menyediakan kamar untuk para tamu meskipun hotel juga menyediakan makanan dan minuman. Begitu berkembangnya perusahaan pangan di berbagai tempat dengan kekhasan masing-masing, saat ini muncul wisata model baru yaitu wisata kuliner.

Dalam dunia masak-memasak muncul istilah *Gastronomi*, yaitu ilmu masak-memasak atau seni membuat makanan dan minuman termasuk juga cara menghidangkannya dan cara pelayanannya. Beberapa kegiatan dalam Gastronomi dapat dijual kepada wisatawan agar wisatawan memperoleh pengalaman yang menyenangkan, mendapatkan makan dan minum enak, dan dapat tidur nyenyak. Gastronomi dapat dijadikan sebagai salah satu atraksi yang menarik dengan menyajikan jenis makanan dan minuman khas daerah setempat.

Masyarakat di daerah tujuan wisata dapat memanfaatkan Perusahaan Pangan untuk memenuhi kebutuhan makan minum sehari-hari. Bagi Perusahaan Pangan sendiri, dalam waktu lama, masyarakat sebagai konsumen produhnya lebih menguntungkan daripada hanya mengandalkan pemanfaatan oleh wisatawan, kecuali pada saat-saat tertentu. Perusahaan pangan sangat bervariasi jenisnya, diantaranya adalah restoran, rumah makan, warung, cafetaria, kantin, bar, cofferoom, teahouse, pub, chophouse, estaminet, luncheonet, dsb.

Selama di daerah tujuan wisata, dimungkinkan wisatawan mengalami hal-hal yang tidak menguntungkan misalnya mengalami gangguan keamanan, kecelakaan, namun juga memerlukan berbagai kebutuhan sesuai dengan

keinginannya. Seringkali motivasi wisatawan hanyalah untuk berbelanja, akan tetapi jika mempunyai motivasi lain adalah tetap penting bagi kebanyakan wisatawan untuk membeli barang-barang sebagai cenderamata untuk dijadikan kenangan bagi perjalanan yang dilakukannya. Oleh karena itu fasilitas pendukung harus selalu tersedia di daerah tujuan wisata agar supaya tidak mengecewakan wisatawan yang berkunjung.

Pelayanan kepada wisatawan dengan menawarkan kualitas dan harga yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah sangat penting. Fasilitas pendukung yang berfungsi untuk pelayanan kepada wisatawan meliputi toko cinderamata, toko-toko bebas pajak, jasa pencucian, pramuwisata, fasilitas rekreasi seperti pos keamanan, tempat kesehatan, tempat ibadah, taman, tempat olah raga, dsb. Fasilitas pendukung seperti tersebut dapat diusahakan oleh berbagai pihak, terutama oleh masyarakat karena sebagian usahanya dalam skala kecil.

Infrastruktur merupakan fasilitas pariwisata yang penting, namun pembangunan infrastruktur kadang-kadang tidak diutamakan karena biaya yang harus dikeluarkan cukup besar. Meskipun tanpa infrastruktur yang memadai Daerah Tujuan Wisata dapat berkembang meskipun sangat lambat. Tersedianya infrastruktur yang memadai dan menyenangkan secara estetika akan lebih diperhatikan dan disenangi wisatawan. Infrastruktur meliputi sistem tata air, sumber tenaga listrik, jaringan komunikasi, terminal transportasi, sistem saluran dan pembuangan, dsb. Berikut ini penjelasan tentang sarana infrastruktur yang relatif penting untuk diadakan di daerah tujuan wisata.

Air Bersih

Untuk sarana kebersihan air bersih merupakan hal yang penting baik secara kuantitas maupun kualitas, harus tersedia secara mudah dan berkesinambungan untuk digunakan wisatawan selama tinggal di kawasan objek wisata. Kebutuhan air bersih harus selalu tercukupi dalam kondisi apapun terutama pada puncak kedatangan wisatawan, dengan kualitas air yang selalu terjaga.

Fasilitas Kesehatan

Fasilitas ini perlu disediakan di daerah tujuan wisata namun jenis fasilitas harus disesuaikan dengan kegiatan-kegiatan yang dilakukan wisatawan,

prediksi jumlah wisatawan, dan kelompok umur wisatawan. Lokasi fasilitas kesehatan perlu disesuaikan dengan lokasi wisata, yang terpenting jangan mengelompok di satu tempat.

Fasilitas Keamanan

Ketika wisatawan sedang menikmati liburannya, mereka harus aman dari segala macam gangguan baik gangguan manusia maupun gangguan alam. Petugas keamanan harus dapat mengantisipasi gangguan keamanan yang mungkin akan timbul, petugas yang dipersiapkan berbeda karakteristik antara gangguan manusia dengan gangguan alam dengan peralatan yang berbeda pula.

Tenaga Listrik

Listrik harus tersedia secara terus menerus dalam jumlah cukup, dan memperhatikan masa-masa puncak kedatangan wisatawan agar tetap merasa nyaman. Kadang-kadang diperlukan sistem perlistrikan khusus yang dirancang untuk memenuhi beban puncak.

Jaringan Komunikasi

Komunikasi antara wisatawan dengan wisatawan atau dengan teman maupun kerabat di tempat jauh kadang-kadang masih diperlukan, oleh karena itu, jaringan komunikasi harus terjaga baik. Tidak dapat dipungkiri saat ini sudah banyak telephon pribadi sehingga peran telephon umum mulai berkurang peranannya.

Taman dan tempat Rekreasi

Tempat ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan, misalnya untuk pertemuan antara wisatawan dengan wisatawan atau dengan teman, penduduk setempat, untuk kegiatan wisata, atau untuk beristirahat.

Sistem Pembuangan Limbah dan Air

Untuk menjaga kebersihan lingkungan daerah tujuan wisata diperlukan sistem pembuangan limbah dan air. Sistem ini dibuat berdasarkan perkiraan jumlah wisatawan terbesar dan luas daerah wisata. Sistem pembuangan limbah dan air diusahakan dalam kondisi tertutup agar tidak menyebarkan bau dan pemandangan yang tidak mendukung.

Jalan Raya

Jalan raya yang dapat dimanfaatkan untuk lalu lintas kepariwisataan terdapat dalam berbagai kondisi. Jalan bebas hambatan yang terpisah dari pola arus lalu lintas umum sering digunakan secara khusus untuk kegiatan pariwisata. Kebanyakan kendaraan pariwisata lebih bebas dalam memanfaatkan jalur-jalur jalan yang ada.

Pendidikan

Fasilitas pendidikan diperlukan bagi karyawan dan penduduk setempat yang terlibat dalam kegiatan pariwisata. Fasilitas ini digunakan untuk meningkatkan ketrampilan dalam melayani wisatawan.

2.5.3. Transportasi

Keinginan orang untuk mengetahui tempat-tempat yang berbeda, budaya yang berbeda, iklim yang berbeda, pemandangan yang berbeda, suasana yang berbeda dengan tempat tinggalnya menyebabkan orang untuk melakukan perjalanan. Seseorang yang melakukan perjalanan wisata akan memerlukan sarana transportasi untuk mencapai tempat tujuan yang diinginkan, tentu saja dengan perjalanan yang nyaman. Melakukan perjalanan wisata perlu mempertimbangan beberapa hal yakni kondisi perjalanan, jarak, dan waktu perjalanan yang akhirnya akan menentukan sarana transportasi yang akan digunakan.

Ada hubungan yang signifikan antara transportasi dan pariwisata, peningkatan transportasi yang lebih baik akan meningkatkan pariwisata sementara peningkatan pariwisata akan meningkatkan kebutuhan akan transportasi. Faktor transportasi merupakan hal yang sangat penting dalam melakukan perjalanan wisata terlebih lagi apabila jarak dari tempat tinggal cukup jauh. Perjalanan wisata dapat diukur dengan satuan jarak, waktu tempuh, dan biaya, bagi seseorang ketiganya sangat berhubungan. Jarak tempuh kadang-kadang menjadi faktor paling penting yang dipertimbangkan dalam membuat keputusan untuk melakukan perjalanan wisata.

Banyak sekali jenis alat-alat transportasi yang dapat digunakan dalam melakukan perjalanan wisata, tergantung jarak dari dimulai kunjungan wisata ke objek wisata yang akan dikunjungi. Jarak jauh atau jarak dekat menentukan alat

transportasi yang akan digunakan dan akan berpengaruh terhadap waktu dan biaya, namun perjalanan wisata tidak akan terjadi apabila waktu yang diperlukan terlalu lama atau biaya yang harus dikeluarkan terlalu mahal, meskipun alat transportasi ada dan faktor penghambat tidak ada. Bagaimanapun juga perjalanan wisata akan ditentukan oleh kondisi wisatawan.

Berfikir tentang perjalanan wisata dari sudut pandang wisatawan sangat penting dilakukan, terutama adalah perjalanan dari rumah, perjalanan pada dan sekitar objek wisata, perjalanan pulang kerumah dan route perjalanan darat. Jenis transportasi yang dapat digunakan bermacam-macam, masing-masing jenis mempunyai kelebihan dan kekurangan sesuai dengan karakteristik masing-masing jenis. Apabila wisatawan melakukan penerbangan cukup lama, perlu dihindari perjalanan berikutnya yang relatif jauh jaraknya sehingga diperlukan akomodasi yang relatif dekat untuk beristirahat.

2.5.4. Keramahtamahan

Sambutan baik yang diterima wisatawan dari masyarakat di daerah tujuan wisata seperti penduduk setempat, karyawan restoran, hotel, toko, dan sebagainya merupakan bentuk keramahtamahan. Wisatawan tidak ingin pergi ke suatu tempat apabila tuan rumah tidak menyambut dengan baik, apa yang seringkali dipikirkan wisatawan setelah melakukan perjalanan wisata adalah orang-orang yang berinteraksi dengannya, bukan pemandangan atau atraksinya. Dengan keramahan, wisatawan akan benar-benar merasa sebagai tamu yang diharapkan kedatangannya dan hal ini dapat berdampak positif terhadap pengembangan kepariwisataan. Perlu diingat, keramahtamahan tidak boleh dieksploitasi, keramahtamahan yang dibuat-buat dapat berakibat negatif, dan keramahtamahan yang diperdagangkan dapat menjadi bumerang bagi industri pariwisata, semuanya harus secara artifisial.

Interaksi positif antara tuan rumah, yaitu penduduk setempat atau karyawan, dengan wisatawan merupakan saat-saat pembuktian bagi wisatawan tentang keramahan yang harus diberikan tuan rumah. Bagaimana cara tuan rumah berinteraksi dengan wisatawan, dapat meningkatkan makna sebuah kunjungan wisata atau sebaliknya dapat merusak semua promosi yang telah dilakukan

agar wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata tersebut. Oleh karena itu latihan keramahtamahan mungkin diperlukan untuk meningkatkan kualitas diri tuan rumah, namun modal dasar keramahtamahan artifisial tetap diperlukan.

2.6. PEMASARAN PARIWISATA

Pemasaran merupakan keseluruhan aktivitas yang dilibatkan dalam mendapatkan produk dan pelayanan dari produsen untuk konsumen. Hal ini berarti bahwa produk yang tepat dikembangkan dengan harga yang tepat dan dipromosikan melalui cara yang tepat untuk menghasilkan pelanggan yang merasa puas dan menguntungkan bagi produsen. Dalam kepariwisataan produsen adalah tempat tujuan wisata, perusahaan transportasi, atau hotel. Pemasaran pariwisata, orientasinya adalah produk dari produsen, yakni menyediakan atraksi terbaik, kamar terbaik, transportasi terbaik, dan sebagainya beserta pelayanan terbaik pula. Diasumsikan bahwa dengan hal-hal yang ‘terbaik’ tersebut, wisatawan akan secara otomatis memanfaatkan produk-produk tersebut.

Dalam melakukan pemasaran, tindakan difokuskan pada wisatawan, harus difikirkan “apa yang diinginkan oleh wisatawan dan dapatkah kita menyediakannya”. Keputusan tentang produk yang harus disediakan, bagaimana menyampaikan berbagai pesan melalui promosi, bagaimana tempat berkomunikasi dengan wisatawan, semuanya disesuaikan dengan kepentingan wisatawan. Apabila fokus usaha diarahkan untuk kenyamanan wisatawan, sosial dan budaya, lingkungan fisik maka sebuah daerah tujuan wisata harus dikelola agar supaya tetap menarik. Tugas bagian pemasaran adalah memenuhi kebutuhan wisatawan sambil tetap melindungi integritas daerah tujuan wisata tersebut.

2.6.1. Ciri-ciri Pemasaran Pariwisata

Pemasaran industri pariwisata berbeda dengan pemasaran industri yang lain, karena karakter produk yang berbeda. Hal ini akan menjadi tantangan tersendiri bagi petugas pemasaran pariwisata, ciri-ciri khusus pemasaran pariwisata seperti berikut.

1. Persediaan produk untuk wisatawan tidak dapat dengan mudah diubah untuk memenuhi perubahan selera. Hal ini menimbulkan banyak kesulitan dan

meningkatnya tekanan pada perencana untuk membuat keputusan pemasaran dan pengembangan yang tepat.

2. Permintaan wisatawan sangat elastis. Artinya bahwa perubahan keinginan wisatawan karena berbagai sebab, misalnya selera, pendapatan, akan mengakibatkan perubahan yang lebih besar secara proposional pada permintaan produk pariwisata.
3. Pelayanan bagi wisatawan dikonsumsi langsung pada tempatnya. Hal ini berarti bahwa pelayanan bagi wisatawan yang disediakan harus tetap terjaga, tidak ada kemungkinan untuk mengkompensasi periode permintaan yang melemah. Banyak atau sedikit bahkan tidak ada permintaan pelayanan hotel, transportasi, tiket, dan sebagainya, penjualan tetap dilaksanakan. Penjualan yang hilang hari ini berarti hilang untuk selamanya, dan tidak dapat digantikan pada waktu yang lain.
4. Produk pariwisata merupakan gabungan berbagai pelayanan, yang meliputi pelayanan transportasi, kamar, makanan, tiket masuk, kegiatan wisata, dan sebagainya. Buruknya pelayanan pada salah satu bagian berdampak pada ketidakpuasan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata, yang berarti dapat merusak seluruh liburan wisatawan. Gagal mengendalikan salah satu pelayanan yang memuaskan wisatawan berarti gagal dalam mengendalikan pelayanan yang memuaskan untuk seluruh rentang waktu liburan wisatawan.

2.6.2. Promosi

Pemasaran dimaksudkan untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin, namun karena produk-produk pariwisata yang tidak dapat dibawa kemana-mana, konsumen tidak dapat melihat atau merasakan langsung kecuali hanya dengan informasi saja. Oleh karena itu diperlukan cara yang tepat untuk memasarkan produk yang dihasilkan, promosi merupakan salah satu cara yang efektif untuk memasarkannya. Informasi tentang produk industri pariwisata dapat disampaikan dengan berbagai macam cara dan berbagai macam media.

Promosi merupakan berbagai kegiatan untuk meningkatkan penjualan, dalam dunia kepariwisataan promosi dapat dilakukan oleh pengelola daerah tujuan wisata, perusahaan wisata, pengelola perjalanan wisata. Apa yang

dipromosikan, yaitu semua produk pariwisata yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan selama melakukan kegiatan wisatanya. Promosi yang berhasil membuat wisatawan membeli dan membeli lagi produk-produk pariwisata yang dipromosikan. Agar supaya promosi berhasil, maka promosi harus: 1) menarik perhatian wisatawan, 2) mengembangkan pemahaman tentang keuntungan produk yang ditawarkan, 3) menciptakan sikap positif tentang produk yang dipromosikan, 4) mengembangkan preferensi wisatawan untuk produk yang dijual, 5) membuat wisatawan mau membeli dan membeli lagi, 6) menjamin bahwa wisatawan bisa kembali dengan selamat.

Untuk melakukan promosi, perlu dilakukan perencanaan yang tepat agar supaya dapat mencapai keberhasilan yang cukup tinggi dalam meraih penjualan. Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara dan berbagai media, yang ditujukan kepada calon wisatawan di berbagai tempat. Tidak selalu mendapatkan keberhasilan dalam meningkatkan penjualan melalui pengembangan promosi yang dilakukan, oleh karena itu promosi perlu direncanakan dengan baik dan selalu dilakukan evaluasi. Langkah-langkah yang diperlukan dalam melakukan pengembangan rencana promosi produk pariwisata adalah seperti berikut.

1. Menentukan Tujuan

Tujuan promosi pariwisata adalah menginformasikan, mempengaruhi, mengingatkan calon wisatawan tentang produk-produk pariwisata yang dijual oleh produsen agar bersedia membelinya. Menentukan tujuan ini merupakan langkah yang penting karena berkaitan dengan metode yang harus dilakukan dan anggaran yang diperlukan.

2. Memilih Pemirsa yang dituju

Satu produk pariwisata tidak mungkin ditawarkan kepada semua orang (calon wisatawan) karena setiap orang mempunyai kemampuan, keinginan atau kebutuhan yang tidak sama. Sebagai contoh, hotel berbintang 5 tidak mungkin ditawarkan kepada semua orang karena keuangan setiap orang tidak sama, paket wisata ke tempat-tempat bersejarah belum tentu disukai semua orang, dan sebagainya. Oleh karena itu dalam melakukan promosi, pemilihan kepada pemirsa yang dituju perlu dilakukan agar supaya tepat sasaran, dari lokasi yang

satu dengan lokasi yang lain berbeda dalam hal produk yang harus ditawarkan. Pada aspek lain, wisatawan menginginkan banyak informasi tentang produk pariwisata yang ingin dibeli, berbagai macam pengalaman yang dapat mereka pilih dan dari waktu ke waktu bisa berbeda. Untuk menginformasikan produk wisata tertentu kepada pemirsa tertentu dapat dilakukan melalui berbagai penelitian agar tingkat keberhasilannya tinggi.

3. Mengembangkan Pesan yang cocok

Karakteristik wisatawan harus diketahui, dengan maksud untuk mengetahui apa yang diinginkan oleh sekelompok konsumen (wisatawan) dalam rangka analisis pasar. Dari hasil analisis ini akan ditentukan tema promosi yang harus dibuat untuk menginformasikan produk yang penting bagi konsumen. Tema promosi hendaknya mengandung faktor-faktor yang penting yang sedang dicari segmen pasar tertentu dan kita hendaknya melakukan hal yang lebih baik dibandingkan dengan kompetitor.

4. Memilih Media Promosi

Agar pesan yang disampaikan sampai ke konsumen, banyak metode dapat digunakan. Metode yang paling umum digunakan dalam kepariwisataan adalah mengiklankan, menjual secara personal, humas, dan bahan-bahan promosi lainnya seperti poster, etalase, dan sebagainya. Masing-masing metode mempunyai kelebihan dan kelemahan dalam aspek biaya, ketepatan, dan kemampuan menyampaikan pesan. Berikut ini adalah beberapa media massa atau media yang lain yang dapat digunakan untuk melakukan promosi.

a. *Surat Kabar*

Kelebihannya adalah surat kabar relatif tidak mahal baik biaya total maupun biaya persatuannya, menawarkan ketepatan secara geografis dengan frekuensi yang tinggi (khususnya surat kabar harian), biasanya surat kabar memberi ruang khusus untuk pariwisata. Kelemahannya adalah selektivitas pasarnya rendah (konsumen tidak terseleksi dengan baik), durasi promosi (waktu baca) pendek, persaingan tinggi.

b. ***Majalah***

Kelebihannya adalah mempunyai faktor selektivitas pasar yang tinggi dan selektivitas geografis yang baik, durasi promosi yang lebih lama, mempunyai kemampuan mendapatkan tanggapan langsung dari pembaca. Kelemahannya adalah biaya promosi yang tinggi.

c. ***Surat Langsung***

Kelebihannya adalah selektivitas pasar dan selektivitas geografisnya paling tinggi, rentang waktu baca termasuk tinggi, persaingan rendah. Kelemahannya adalah biaya promosi yang cukup tinggi.

d. ***Televisi***

Kelebihannya adalah faktor selektivitas geografi bagus, media yang bagus karena dapat menggunakan daya pandang, suara dan gerakan sehingga pesan lebih mudah untuk disampaikan. Kelemahannya adalah biaya promosi sangat tinggi, persaingan promosi tinggi, fleksibilitas waktu promosi sangat rendah.

e. ***Radio***

Kelebihannya adalah biaya yang rendah, fleksibilitas waktu yang tinggi, selektivitas geografis tinggi, dan selektivitas pasar tinggi. Kelemahannya adalah tingkat persaingannya tinggi, iklan harus disiarkan berulang-ulang agar berpengaruh terhadap wisatawan potensial.

f. ***Papan Reklame***

Kelebihannya adalah selektivitas secara geografis bagus, biaya promosi relatif rendah, sedangkan kekurangannya adalah jumlah informasi yang dapat disampaikan terbatas. Agar supaya efektif hasilnya papan reklame harus mempunyai jangkauan pandang yang tinggi dan jauh, pesan harus singkat, dan perlu memasang di tempat lain.

g. ***Video Perjalanan Wisata***

Kelebihannya adalah sebagai media penjualan yang efektif karena dapat diputar berulang-ulang di rumah dan penggunaan kombinasi warna, suara dan gerakan, tingkat persaingannya rendah. Kekurangannya adalah memerlukan biaya tinggi pada awalnya.

h. *Internet*

Kelebihannya adalah jangkauannya luas, biaya relatif murah, fleksibilitas waktu sangat tinggi, rentang waktu baca tinggi. Kelemahannya adalah selektifitas geografis dan selektifitas pasar rendah, tingkat persaingannya tinggi

i. *Film*

Biaya pembuatan film sangat mahal sehingga penggunaan media film untuk promosi terbatas pada perusahaan-perusahaan besar, kota-kota besar, atau negara. Penggunaan film sebagai media promosi sangat efektif karena menampilkan kondisi sebenarnya.

j. *Public Relation (Humas)*

Humas dilibatkan dalam menciptakan citra positif bagi daerah tujuan wisata dalam hubungannya dengan wisatawan, komunitas lokal dan bisnis, media dan pemasok perjalanan wisata. Humas biasanya dianggap sebagai iklan gratis dari daerah tujuan wisata karena tidak dibayar sebagai agen iklan, namun tetap ada biaya yang harus dikeluarkan berdasarkan pekerjaan yang dilakukan.

k. *Pameran Perdagangan*

Kegiatan ini dapat menjadi cara yang sangat baik untuk bertemu dengan banyak orang pada satu tempat dalam waktu beberapa hari. Pameran perdagangan yang terbuka untuk umum secara geografis bersifat regional dan menjadi kesempatan yang baik untuk melihat wisatawan potensial dalam kurun waktu relatif singkat. Dimungkinkan pula saat itu langsung terjadi transaksi penjualan meskipun sedikit.

5. Menentukan Anggaran Biaya

Berdasarkan apa yang harus dilakukan dan bagaimana langkah-langkah promosi harus dilakukan semuanya memerlukan anggaran dan jumlahnya dapat ditentukan. Penentuan seberapa jumlah anggaran yang dibutuhkan setiap langkah promosi didasarkan atas tujuan yang telah ditetapkan. Khusus untuk daerah tujuan wisata, antara daerah tujuan wisata yang sudah berjalan lama

berbeda dengan yang masih baru, pada umumnya untuk daerah tujuan wisata baru memerlukan biaya yang lebih besar.

6. Menilai kegiatan Promosi yang dilakukan

Apabila didapatkan bahwa setelah promosi dilakukan ternyata tidak terjadi peningkatan penjualan atau tidak terjadi peningkatan jumlah wisatawan, pasti terjadi kesalahan dalam melakukan promosi. Penilaian hendaknya dilakukan pada setiap langkah, meskipun baru dapat diketahui berhasil tidaknya promosi pada penilaian langkah yang terakhir. Alasan mengapa promosi gagal, kemungkinan karena salah memilih segmen pasar, atau tujuannya tidak tepat, atau anggarannya minim, atau media yang dipilih tidak tepat, atau pesan yang dikirim tidak tepat sasaran. Salah satu langkah yang ditempuh tidak benar, maka kegagalan promosi akan terjadi, oleh karena itu agar supaya langkah promosi yang dilakukan tetap dalam jalur yang tepat maka evaluasi harus dilakukan pada setiap tahapan.

2.7. LATIHAN

1. Jelaskan perbedaan antara bahan baku pada industri pariwisata dengan industri yang lain. Berikan contoh masing-masing industri tersebut.
2. Apa yang dimaksud dengan “ produksi industri pariwisata tidak dapat ditimbun”. Jelaskan pendapat anda.
3. Jelaskan dan berikan contoh minimal 3 tentang bahan baku industri pariwisata.
4. Apa yang dimaksud dengan.
 - a. motel
 - b. homestay
 - c. hostel
 - d. losmen
4. Infrastruktur apa saja yang sangat penting untuk disediakan di kawasan wisata. Berikan penjelasannya masing-masing.
5. Jelaskan hubungan antara transportasi dengan pariwisata.
6. Keramahtamahan merupakan hal sangat penting, jelaskan hal tersebut dan siapa saja yang harus bersikap ramah tamah kepada wisatawan.

7. langkah-langkah apa saja yang dilakukan untuk melakukan promosi. Jelaskan masing-masing langkah yang harus dilakukan.
8. Jelaskan ciri-ciri khusus pemasaran wisata.
9. Jelaskan kelemahan dan kelebihan penggunaan sarana promosi di bawah ini dalam mengembangkan kepariwisataan
 - a. Surat Kabar
 - b. Majalah
 - b. Reklame
 - d. Televisi
10. Jelaskan kelebihan dan kekurangan penggunaan media internet dibandingkan dengan televisi dalam mengembangkan kepariwisataan.
11. Jelaskan pendapat anda tentang penggunaan internet sebagai sarana promosi kepariwisataan saat ini.
12. Penelitian pasar merupakan salah satu langkah penting dalam mengembangkan rencana atraksi. Jelaskan tujuan dari penelitian ini .
13. Promosi yang paling efektif ditujukan kepada siapa jika menggunakan media berupa radio. Jelaskan alasannya.
14. Jelaskan kelebihan dan kekurangan alat transportasi berupa:
 - a. Kereta Api
 - b. Pesawat Udara

2.8. RINGKASAN

Industri pariwisata juga mengandung komponen-komponen industri seperti modal, bahan baku, tenaga kerja dan pemasaran. Selanjutnya bahan baku dalam industri pariwisata juga perlu diolah agar supaya dapat dinikmati oleh wisatawan. Terdapat sedikit perbedaan antara bahan baku dalam industri pariwisata dengan industri yang lain pada umumnya, tidak ada unsur mengubah bahan baku menjadi bentuk lain dalam industri pariwisata, justru sebaliknya melakukan pelestarian agar tidak mengalami perubahan.

Bahan baku utama dalam industri pariwisata adalah atraksi dalam berbagai bentuk misalnya pemandangan alam, adat istiadat, candi, dan sebagainya. Bahan baku ini perlu dimiliki oleh suatu daerah untuk diolah dan dikembangkan lebih lanjut agar menjadi daerah tujuan wisata yang menarik. Atraksi atau juga dinamakan objek wisata, secara umum dapat dibedakan menjadi tiga bentuk.

Ketiga bentuk objek wisata tersebut adalah objek wisata alam, objek wisata budaya, dan objek wisata buatan. Wujud atau bentuk dari objek wisata alam berupa pemandangan alam yang terbentuk di lingkungan daratan, lingkungan pantai, lingkungan perairan, lingkungan hidup berupa kehidupan flora dan fauna atau bentuk yang lain. Wujud dari objek wisata budaya lebih banyak dipengaruhi oleh lingkungan atau kehidupan manusia antara lain berbentuk adat istiadat, festival, kesenian, tarian, upacara adat, upacara pemakaman atau bentuk yang lain. Budaya merupakan hasil rasa, daya, cipta dan karsa manusia sehingga karakteristik budaya antara masyarakat yang satu berbeda dengan masyarakat yang lain dan masing-masing mempunyai keunikan. Keunikan inilah yang menjadi daya tarik bagi seseorang melakukan perjalanan wisata untuk melampiaskan keingintahuannya. Wujud objek wisata buatan dipengaruhi oleh aktivitas dan kreativitas manusia yang sengaja dibangun untuk tempat rekreasi, misalnya museum, taman ria, pemandian, kebun binatang, taman, hutan raya, dan sebagainya. Beberapa tahun terakhir telah dikembangkan lokasi objek wisata alam dengan tujuan sebagai tempat rekreasi dengan memanfaatkan keindahan alam, pelestarian lingkungan hidup, dan tempat pembelajaran adalah *ecotourism*, sebagai contoh adalah kebun raya, hutan mangrove, agrowisata, taman laut, dan sebagainya.

Selama melakukan perjalanan wisatanya, mulai dari rumah menuju ke tempat wisata dan kembali ke rumah, wisatawan memerlukan berbagai macam kebutuhan seperti makan minum, penginapan, kendaraan, dan sebagainya. Semua kebutuhan tersebut akan disediakan oleh berbagai macam perusahaan sesuai dengan produk yang dihasilkan. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut, wisatawan dapat kebutuhannya sendiri atau diserahkan sepenuhnya kepada pihak lain untuk mengurusnya. Pihak yang dapat mengusahakan tersebut adalah perusahaan yang disebut dengan *package tour*. Dalam *package tour* bergabung berbagai perusahaan seperti travel agen, travel agen lokal, perusahaan akomodasi, perusahaan transportasi, toko souvenir, bar dan restoran serta perusahaan jasa lainnya.

Produk industri pariwisata tidak jauh berbeda dengan industri yang lain yakni berupa barang atau jasa, dalam industri pariwisata adalah berupa barang atau jasa yang diperlukan wisatawan selama melakukan perjalanan wisatanya. Sifat atau ciri-ciri industri pariwisata sangat unik, berbeda dengan industri yang lain karena melibatkan berbagai komponen dan jaringan yang luas. Ciri-ciri tersebut adalah: 1) tidak dapat dipindahkan, 2) peranan perantara tidak diperlukan 3) produksi industri pariwisata tidak dapat ditimbun, 4) produknya tidak mempunyai ukuran objektif, 5) permintaan terhadap produk bersifat elastis, 6) produknya tidak dapat dicoba di tempat konsumen, 7) diperlukan biaya yang besar.

Seperti halnya dengan usaha-usaha yang lain, beberapa aspek perlu dikaji dalam rangka pengembangan usahanya. Dalam bisnis kepariwisataan terdapat 4 aspek utama yang akan berpengaruh terhadap berkembang tidaknya kepariwisataan, yaitu atraksi, fasilitas, transportasi, dan keramahtamahan. Aspek lain sebenarnya masih ada namun pengaruhnya relatif kecil, misalnya aksesibilitas, lokasi objek wisata, sumberdaya manusia, dan sebagainya.

Pemasaran merupakan keseluruhan aktivitas yang dilibatkan dalam mendapatkan produk dan pelayanan dari produsen untuk konsumen. Dalam kepariwisataan produsen adalah tempat tujuan wisata, perusahaan transportasi, atau hotel. Pemasaran pariwisata, orientasinya adalah produk dari produsen, yakni menyediakan atraksi terbaik, kamar terbaik, transportasi terbaik, dan sebagainya beserta pelayanan terbaik pula. Diasumsikan bahwa dengan hal-hal yang 'terbaik' tersebut, wisatawan akan secara otomatis memanfaatkan produk-produk tersebut.

Dalam melakukan pemasaran, tindakan difokuskan pada wisatawan, harus difikirkan "apa yang diinginkan oleh wisatawan dan dapatkah kita menyediakannya". Keputusan tentang produk yang harus disediakan, bagaimana menyampaikan berbagai pesan melalui promosi, bagaimana tempat berkomunikasi dengan wisatawan, semuanya disesuaikan dengan kepentingan wisatawan. Apabila fokus usaha diarahkan untuk kenyamanan wisatawan, sosial dan budaya, lingkungan fisik maka sebuah daerah tujuan wisata harus dikelola agar supaya

tetap menarik. Tugas bagian pemasaran adalah memenuhi kebutuhan wisatawan sambil tetap melindungi integritas daerah tujuan wisata tersebut.

Pemasaran dimaksudkan untuk mendapatkan konsumen sebanyak mungkin, namun karena produk-produk pariwisata yang tidak dapat dibawa kemana-mana, konsumen tidak dapat melihat atau merasakan langsung kecuali hanya dengan informasi saja. Oleh karena itu diperlukan cara yang tepat untuk memasarkan produk yang dihasilkan, promosi merupakan salah satu cara yang efektif untuk memasarkannya. Informasi tentang produk industri pariwisata dapat disampaikan dengan berbagai macam cara dan berbagai macam media.

Apa yang dipromosikan, yaitu semua produk pariwisata yang dapat dimanfaatkan oleh wisatawan selama melakukan kegiatan wisatanya. Promosi yang berhasil membuat wisatawan membeli dan membeli lagi produk-produk pariwisata yang dipromosikan. Agar supaya promosi berhasil, maka promosi harus: 1) menarik perhatian wisatawan, 2) mengembangkan pemahaman tentang keuntungan produk yang ditawarkan, 3) menciptakan sikap positif tentang produk yang dipromosikan, 4) mengembangkan preferensi wisatawan untuk produk yang dijual, 5) membuat wisatawan mau membeli dan membeli lagi, 6) menjamin bahwa wisatawan bisa kembali dengan selamat

Langkah-langkah yang diperlukan dalam melakukan pengembangan rencana promosi produk pariwisata adalah 1) menentukan Tujuan, wisatawan bersedia membelinya, 2) Memilih Pemirsa yang dituju, dilakukan dengan berbagai penelitian, 3) mengembangkan pesan yang cocok, karakteristik wisatawan harus dikethui, 4). memilih Media Promosi, agar pesan yang disampaikan sampai ke konsumen, 5) menentukan Anggaran Biaya, 6) Menilai kegiatan Promosi yang dilakukan, evaluasi harus dilakukan pada setiap tahapan.

2.9. EVALUASI

1. Jelaskan apa yang dimaksud dengan industri pariwisata dan berikan salah satu contoh bahan baku dalam industri pariwisata. Apa perbedaan antara bahan baku pada industri pariwisata dengan industri yang lain.

2. Sebutkan jenis-jenis perusahaan industri pariwisata dan produk apa saja yang dihasilkan oleh masing-masing.
3. Produk industri pariwisata tidak dapat dipindahkan. Apa yang dimaksud dengan kalimat tersebut.
4. Jelaskan perbedaan dan persamaan antara Tour Operator dengan Travel Agent Lokal.
5. Atraksi merupakan faktor yang paling sulit dikaji dalam pengembangan kepariwisataan. Jelaskan mengapa demikian.
6. Apa yang dimaksud dengan fasilitas penunjang kepariwisataan dan meliuti apa saja serta berikan masing-masing satu contohnya.
7. Jelaskan perbedaan antara :
 - a. Pension dengan inn
 - b. Homestay dengan resort
 - c. Bungalow dengan cottage
 - d. Mess dengan hostel
8. Jelaskan peran perusahaan pangan dalam perusahaan pariwisata dan mengapa perlu dipisahkan dengan perusahaan akomodasi. Berikan contoh 3 perusahaan pangan.
9. Jelaskan langkah-langkah yang perlu dilakukan dalam penelitian atraksi.
10. Faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi penggunaan transportasi dalam dunia kepariwisataan. Jelaskan masing-masing faktor tersebut.
11. Jelaskan kelebihan dan kekurangan alat transportasi berupa:
 - c. Kereta Api
 - d. Pesawat Udara
12. Jelaskan kelebihan dan kekurangan jenis transportasi Kereta Api dibandingkan dengan Bus Pariwisata dalam melakukan perjalanan wisata.
13. Sarana infrastruktur apa saja yang minimal harus ada dalam suatu lokasi wisata dan berikan penjelasan tentang peran masing-masing.
14. Bentuk keramahan seperti apa yang diperlukan dalam dunia kepariwisataan, berikan penjelasannya dan siapa saja yang harus bersikap ramah terhadap wisatawan.
15. Langkah-langkah apa saja yang diperlukan untuk melakukan promosi produk wisata, dan berikan penjelasan salah satu diantaranya.

16. Jelaskan kelebihan dan kekurangan penggunaan Sura Kabar sebagai media untuk memasarkan produk wisata.
17. Apabila saudara menginginkan penduduk yang berpenghasilan rendah sebagai sasaran promosi produk wisata. Media apa yang harus dipilih, berikan alasannya.
18. Promosi yang paling efektif ditujukan kepada siapa jika menggunakan media berupa internet. Jelaskan alasannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arajana, I.G.B., 2015, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Fooster, D.L., 2000, *First Class An Introduction to Travel and tourism. Second Edition. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakkarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goodall, B., 1987, *Dictionary of Human Geographphy*. New York: Penguin Book.
- Gunn, Clare A., 2002, *Toursm Planning. Basics, Concept, Cases. Fourth Edition*. New York and London: Routledge.
- Hadinoto, K.. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI-Press.
- Hagget, P., 1997, *Geography. A Modern Synthesis*. London: Harper and Row.
- Hall, L.M. and Page, S.J., 1999. *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London: Routledge.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Widya Sarana.
- Mill, C.R., 2000, *Tourism. The International Business. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Pendit, N.S., 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar* ,Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rimsky, K.J., 2017, *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan. Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan*, Jakarta:Gramedia pustaka Utama.
- Yunus, H.S., 2010, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

BAB III

PENDEKATAN GEOGRAFIS

KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa dapat memahami pendekatan geografi dengan benar

INDIKATOR

1. Mahasiswa dapat memahami berbagai macam analisis dalam pendekatan keruangan.
2. Mahasiswa dapat memahami berbagai macam analisis dalam pendekatan ekologis.
3. Mahasiswa dapat memahami wilayah dan analisis dalam pendekatan kompleks wilayah.

3.1. PENDAHULUAN

Hagget (1997) telah mencoba mengembangkan geografi terpadu yang berbeda dengan geografi tradisional. Geografi terpadu ini memadukan antara geografi sistemik di satu pihak dengan geografi wilayah di pihak lain. Meskipun demikian geografi teknik akan terlihat pula di dalamnya. Perpaduan tersebut menghasilkan struktur geografi yang menitikberatkan pada kerangka kerja analisis keruangan, analisis ekologis, dan analisis wilayah majemuk (kompleks wilayah).

Pendekatan keruangan mempelajari variasi letak dan penyebaran gejala atau sekumpulan gejala di permukaan bumi. Pakar geografi akan menganalisis faktor-faktor apakah yang mengasai pola, letak dan penyebaran gejala geografi dan bagaimana pola tersebut dapat diubah agar letak dan penyebarannya lebih efisien, lebih efektif, dan lebih wajar. Hal itu berarti bahwa dalam pendekatan keruangan ada dua hal yang harus diperhatikan, pertama, penyebaran penggunaan ruang yang telah ada. Kedua, penyediaan dan penataan ruang yang akan digunakan untuk berbagai kegunaan yang direncanakan.

Pendekatan ekologis merupakan kajian mengenai kaitan antara pengubah (variabel) manusia dan pengubah lingkungan, dan menafsirkan kaitan tersebut. Pada jenis analisis ini dilakukan kajian mengenai kaitan yang terjadi di dalam wilayah geografi tertentu dan bukan mengenai pola, letak dan penyebaran geografi antar wilayah. Variabel manusia merupakan titik berat analisis ini, dalam lingkungan habitatnya manusia dapat berfungsi menjadi objek akan tetapi juga dapat berfungsi menjadi subjek.

Pada pendekatan kompleks wilayah, hasil analisis pada pendekatan ekologis dan pendekatan keruangan dipadukan. Satuan wilayah yang serasi dijumlahkan melalui deferensi wilayah, yaitu suatu anggapan bahwa interaksi antar wilayah akan berkembang karena suatu wilayah berbeda dengan wilayah yang lain, oleh karena terjadi permintaan dan penawaran antar wilayah atau terjadi interaksi antar wilayah. Pendekatan kompleks wilayah menganggap

bahwa wilayah yang bersangkutan tidak lain juga merupakan suatu sistem yang di dalamnya terdapat komponen-komponen wilayah yang berkaitan satu sama lain.

Geografi merangkum berbagai unsur dan kelompok ilmu yang lain yaitu: 1) ilmu kebumihantian seperti geomorfologi, geologi, ilmu tanah, hidrologi, meteorologi, klimatologi, oseanologi dan geofisika, 2) ilmu-ilmu sosial seperti ilmu ekonomi, sosiologi, antropologi, dan sejarah, 3) sains dan teknologi seperti zoologi, botani, fisika, matematika, kimia, teknik sipil. Selanjutnya disusun menurut sistematika tertentu yang menitikberatkan kepada aspek ruang, aspek ekologi dan aspek kompleks wilayah.

Bidang kepariwisataan merupakan ilmu antar bidang yang akan memanfaatkan banyak cabang ilmu secara terpadu dalam pengembangannya. Dalam pengembangan kepariwisataan, seorang geografer tidak dapat terlepas dari pengetahuan berbagai cabang ilmu dan memadukannya ke dalam kerangka kerja analisis geografis. Memanfaatkan atau menerapkan salah satu jenis pendekatan geografis, apakah pendekatan keruangan, pendekatan ekologis, atau pendekatan kompleks wilayah sesuai dengan tujuan pengembangannya.

3.2. PENDEKATAN KERUANGAN

Dalam pendekatan keruangan, variabel ruang menjadi basis utama dalam analisis yang akan dibangun, dari dimensi praktis menurut Yunus (2010), ruang dapat diartikan sebagai bagian tertentu dari permukaan bumi yang mampu mengakomodasikan berbagai bentuk kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya. Pendekatan keruangan adalah suatu metode untuk memahami gejala tertentu agar mempunyai pengetahuan yang lebih mendalam melalui media ruang yang dalam hal ini variabel ruang mendapat posisi utama dalam setiap analisis. Gejala tertentu dalam studi Geografi adalah gejala geosfer. Hal itu diperkuat oleh Goodall (1987) yang mengemukakan bahwa pendekatan keruangan diartikan sebagai suatu metode analisis yang menekankan pada variabel ruang. Secara lengkap ungkapannya dapat disimak dalam kalimat berikut :

Spatial approach is an approach in the study of Geography focussing on the recording and description of geospheric phenomena (human and natural phenomena) around the earth's surface, with special attention to the significance of space as variable.

Sejauh ini pengertian *ruang (space)* belum mendapatkan penjelasan maupun kejelasan yang memadai mengenai aplikasi pendekatan keruangan dalam studi geografi. Ditilik dari dimensi praktis, ruang dapat diartikan sebagai bagian tertentu dari permukaan bumi yang mampu mengakomodasikan berbagai bentuk kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya.

Pendekatan keruangan tidak lain merupakan suatu metode analisis yang menekankan analisisnya pada eksistensi ruang sebagai wadah untuk mengakomodasikan kegiatan manusia dalam menjelaskan fenomena geosfer. Dari kajian berbagai publikasi ilmiah paling tidak terdapat 9 tema analisis dalam pendekatan keruangan (Yunus, H.S., 2010). Analisis- analisis tersebut adalah 1) pola keruangan, 2) struktur keruangan, 3) proses keruangan, 4) interaksi keruangan, 5) kecenderungan keruangan, 6) komparasi keruangan, 7) asosiasi keruangan, 8) organisasi/sistem keruangan, dan 9) sinergisme keruangan. Penjelasan masing-masing tema analisis dapat dicermati di bawah ini.

3.2.1. ANALISIS POLA KERUANGAN (*Spatial Pattern Analysis*)

Pemahaman yang benar tentang istilah pola sangat diperlukan dalam analisis ini agar supaya tidak menghasilkan interpretasi yang salah. Pola dapat diartikan sebagai suatu kekhasan sebaran objek, baik berupa titik-titik, garis-garis ataupun areal-areal pada bagian permukaan bumi tertentu, sedangkan pola keruangan dapat diartikan sebagai kekhasan sebaran keruangan gejala geosfera di permukaan bumi (Yunus, 2010). Untuk analisis keruangan ini beberapa tahapan perlu dilakukan, yaitu: 1) mengabstraksikan kenampakan yang akan diteliti menjadi bentuk-bentuk titik, garis, atau areal, 2) mengklasifikasikan kekhasan sebaran dari elemen-elemen pembentuk ruang yang akan dibahas, 3) menjawab pertanyaan geografis yang dikenal dengan 5 W 1H yaitu *What, Where, When, Why, Who* dan *How*. Dalam hal menjawab 5W dan 1H akan timbul pertanyaan yang utama yaitu: 1) fenomena apa yang akan diteliti (*what*), dimana gejala tersebut terjadi (*where*), kapan kenampakan gejala tersebut berada (*when*), siapa yang mendiami (*who*), dan bagaimana proses pengelompokan tersebut terjadi (*how*).

Sebagai contoh adalah di Kawasan Ekowisata Mangrove, kenampakan yang dapat diabstraksikan adalah tegakan-tegakan tanaman mangrove jenis tertentu misal *Avicennia*, *Rhizophora*, atau *Bruguiera*. Simbol titik dapat digunakan untuk mewakili satu tegakan jenis tertentu, selanjutnya dilakukan pemetaan tegakan mangrove dengan bantuan foto udara atau pemetaan teresterial. Dari hasil pengeplotan pada peta akan dapat diketahui pola titik-titik yang terbentuk, apakah terbentuk Pola Sebaran Titik Teratur, Pola Sebaran Titik Acak, atau Pola Sebaran Titik Mengelompok. Selanjutnya adalah menjawab pertanyaan geografi 5W 1H sehubungan dengan pola yang terbentuk, untuk menjawab pertanyaan tersebut analisis data tentang hidrologi/oceanologi, sedimentasi, geomorfologi dan sebagainya dapat dikumpulkan.

Pembelajaran yang sama dapat digunakan untuk mengetahui pola persebaran tempat hidup kepiting, ikan jenis tertentu atau biota lain yang hidup di lingkungan mangrove. Dalam kasus ini, tempat hidup biota menggunakan simbol titik atau area sehingga dapat diketahui

pola yang terjadi apakah terbentuk Pola Sebaran Titik/Area Teratur, Pola Sebaran Titik/Area Acak, atau Pola Sebaran Titik/Area Mengelompok. Selanjutnya mengkaji tentang pola tempat hidup masing-masing biota sesuai dengan apa yang ingin dikaji. Data yang dapat digunakan dalam kajian ini adalah data yang berkaitan dengan tempat hidup masing-masing biota.

Contoh yang lain misalnya, persebaran tempat-tempat fasilitas pelayanan kepariwisataan di suatu kabupaten, misalnya restoran, tempat kesehatan, pompa bensin, dan sebagainya. Dengan menggunakan cara yang sama seperti dijelaskan di atas, hasil pengeplotan fasilitas pelayanan akan dapat diketahui pola yang terbentuk untuk setiap jenis pelayanan. Selanjutnya menganalisis pola yang terbentuk berdasarkan data aksesibilitas, lokasi objek-objek wisata, kunjungan wisatawan pada masing-masing objek wisata, dsb, tergantung dari fasilitas pelayanan yang akan dianalisis.

3.2.2. ANALISIS STRUKTUR KERUANGAN (*Spatial Structure Analysis*)

Upaya untuk menganalisis ruang berdasarkan strukturnya dapat diungkap tentang struktur gejala fisik, non fisik maupun gabungan keduanya. Dalam membahas struktur keruangan yang menjadi tekanan adalah kekhasan komposisi gejala yang ada dalam ruang. Komposisi gejala dapat dinyatakan dengan perbandingan antara gejala-gejala yang khas pada suatu ruang.

Penekanannya pada analisis susunan elemen-elemen pembentuk ruang. Dalam hal ini perlu dipahami bahwa struktur elemen-elemen keruangan dapat dikemukakan dari berbagai fenomena fisik maupun non fisik. Demikian pula halnya dengan analisis struktur keruangan, tugas utama yang pertama adalah mengidentifikasi susunan keruangan yang ada baru kemudian dikaitkan dengan upaya menjawab *geographic questions*. Jenis pertanyaan what, where, when merupakan pertanyaan yang bersifat deskriptif, sedangkan pertanyaan why, who, dan how merupakan pertanyaan yang bersifat analitis.

Sebagai contoh komposisi jenis tanaman mangrove yang terdapat di kawasan wisata mangrove. Setelah dilakukan pengukuran luas masing-masing jenis mangrove di kawasan wisata tersebut diperoleh perbandingan luasan masing-masing jenis adalah *Bruguiera* 40 %, *Avicennia* 35 % dan *Rizophora* 25 %. Selanjutnya adalah menjawab mengapa terjadi struktur yang demikian, untuk itu dapat digunakan data topografi pantai, gelombang air laut, hidrologi, geomorfologi, dan berbagai macam data yang berhubungan dengan mangrove, berbagai analisis dapat digunakan untuk menjawabnya, tergantung dari tujuannya.

Contoh lain misalnya tentang struktur pedagang yang terdapat di kawasan wisata. Dari hasil penelitian didapati adanya perbedaan jumlah antara pedagang makanan minuman,

pedagang cenderamata, dan pedagang lainnya. Untuk menjawab hal itu diperlukan data karakteristik wisatawan, lokasi pertokoan atau tempat belanja terdekat, harga barang-barang yang dijual baik di dalam maupun di luar kawasan wisata. Selanjutnya dengan berbagai macam analisis akan dapat diketahui mengapa struktur pedagang yang terbentuk di kawasan wisata seperti itu.

3.2.3. ANALISIS PROSES KERUANGAN (*Spatial Process Analysis*)

Proses keruangan mempunyai makna perkembangan atau perubahan ruang yang dicirikan oleh kekhasan tertentu yang berlangsung terus menerus secara ajeg. Perubahan ruang biasanya terjadi secara gradual menuju ke hasil akhir atau hasil tertentu. Untuk analisis proses keruangan ini harus mempunyai dimensi kewaktuan, dan paling sedikit menggunakan 2 periode waktu. Jangka waktu yang diperlukan disesuaikan dengan data yang tersedia dan kebutuhan, periode waktu lebih banyak akan memberikan proses perubahan ruang yang lebih jelas. Penggunaan citra foto sangat mendukung untuk penerapan proses keruangan daerah tujuan wisata.

Contoh proses berkembangnya areal berjualan berbagai macam kebutuhan wisatawan di sekitar kawasan wisata. Dengan berkembangnya jumlah wisatawan maka bertambah pula fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan sehingga tempat untuk berbagai fasilitas tersebut juga bertambah luas. Perkembangan areal tempat berjualan tersebut dapat diketahui melalui penggunaan citra foto beberapa periode waktu. Dari perbandingan beberapa foto tersebut akan dapat diketahui kearah mana perkembangannya, apakah perkembangannya dengan kecepatan yang ajeg atau berbeda untuk setiap periode waktu. Apabila arah perkembangan areal menuju ke banyak arah, akan dapat diketahui pula apakah setiap arah mempunyai kecepatan yang sama atau berbeda, kearah mana yang perkembangannya lebih cepat. Selanjutnya dapat dianalisis apa sebabnya areal bertambah bertambah luas, tetap atau bahkan menyempit, untuk itu dapat digunakan data penggunaan lahan, topografi, jaringan jalan di sekitar kawasan wisata, dan sebagainya.

Contoh lain misalnya pada perkembangan hutan wisata mangrove yang berkembang secara alami. Dari citra foto beberapa periode waktu akan dapat diketahui bagaimana proses perkembangan tanaman mangrove yang tumbuh di kawasan wisata tersebut, apakah bertambah luas, ajeg atau justru menyempit. Jika bertambah luas kearah mana dan bagaimana kecepatannya begitu pula sebaliknya, untuk menjawab pertanyaan mengapa terjadi proses perubahan diperlukan beberapa macam data misalnya sedimentasi, gelombang air laut, topografi, geomorfologi, dan sebagainya.

3.2.4. ANALISIS INTERAKSI KERUANGAN (*Spatial Interaction Analysis*)

Analisis ini menekankan pada interaksi antar ruang. Hubungan timbal balik antara ruang yang satu dengan ruang yang lain mempunyai variasi yang sangat besar, sehingga upaya mengenali faktor-faktor pengontrol interaksi menjadi sedemikian penting. Tahap selanjutnya adalah menjawab mengapa terjadi interaksi dan bagaimana interaksi terjadi.

Sebagai contoh adalah proses pengaruh mempengaruhi antara Kawasan Wisata A dengan Kawasan Wisata B yang berbeda karakter, sehingga terjadi gerakan wisatawan dari A ke B atau sebaliknya. Dalam contoh ini faktor pengontrol interaksi aksi adalah aksesibilitas dan daya tarik atraksi masing-masing objek wisata, jumlah wisatawan, dari faktor-faktor tersebut akan berpengaruh terhadap banyak sedikitnya wisatawan yang berkunjung dari objek wisata A ke B atau sebaliknya dari objek wisata B ke A. Untuk mengetahui seberapa besar interaksi yang terjadi dapat menggunakan rumus gravitasi seperti berikut.

$$I_{A-B} = \frac{P_A \cdot P_B}{J_{A-B}^2}$$

Dalam hal ini :

I_{A-B} = interaksi antara lokasi objek wisata A dan objek wisata B

P_A = jumlah wisatawan yang berkunjung di lokasi objek wisata A

P_B = jumlah wisatawan yang berkunjung di lokasi objek wisata B

J_{A-B} = jarak antara lokasi wisata A dan lokasi wisata B

3.2.5. ANALISIS KECENDERUNGAN KERUANGAN (*Spatial Tendency/Trend Analysis*)

Merupakan suatu analisis yang menekankan pada upaya mengetahui kecenderungan perubahan suatu gejala. Hal ini dapat dilakukan berdasarkan *space based analysis*, *time based analysis* maupun gabungan antara *space dan time based analysis*. Analisis kecenderungan keruangan berusaha menjawab pertanyaan 1) kearah mana suatu perubahan ruang terjadi, 2) apakah perubahan ruang yang terjadi menimbulkan dampak positif atau negatif. Dari analisis kecenderungan ini dapat diketahui pula kecepatan perubahannya, dan dimungkinkan untuk memprediksi apa yang akan terjadi berdasarkan kecepatan rata-rata pertumbuhannya sehingga dapat dirumuskan kebijakan yang dapat diambil untuk masa mendatang. Analisis ini merupakan kelanjutan dari proses keruangan yang dapat mendasarkan pada pola keruangan, struktur keruangan, interaksi keruangan atau asosiasi keruangan.

Analisis kecenderungan keruangan mempunyai peranan yang penting dalam pengembangan wilayah, karena orientasi analisisnya diarahkan untuk mampu menjangkau periode waktu yang akan datang. Untuk memperoleh hasil analisis yang akurat diperlukan titik waktu yang lebih banyak dengan interval waktu yang seragam, misal periode waktu 2 tahunan, 5 tahunan dan sebagainya. Penggunaan interval waktu yang digunakan tergantung pada tujuan, namun tidak disarankan untuk periode waktu yang terlalu panjang karena akan kehilangan informasi yang lebih detail, dan penggunaan interval waktu yang tidak seragam dapat menimbulkan kekeliruan interpretasi kecenderungan.

Contoh Analisis Kecenderungan Keruangan misalnya perkembangan secara alamiah Kawasan Ekowisata Mangrove. Dengan menggunakan foto udara atau citra satelit untuk tahun pemotretan tertentu selama periode waktu tertentu dapat diamati perkembangan setiap jenis tanaman mangrove atau secara keseluruhan. Selama kurun waktu misalnya 10 tahun bagaimana perkembangannya apakah terjadi penambahan areal mangrove, jika terjadi perubahan areal akan dapat dilihat dengan jelas arah perubahannya, dan dapat dianalisis kecenderungan ke arah mana penambahan areal mangrove terjadi beserta dampak yang mungkin timbul akibat terjadinya perubahan areal tersebut. Dampak yang mungkin timbul lebih banyak ke arah dampak secara langsung tentang fisik kawasan mangrove, selanjutnya dapat dianalisis dampak tidak langsung terhadap perkembangan kepariwisataanya.

Contoh lain, misalnya perkembangan areal kawasan wisata yang sudah direncanakan arahnya. Dalam kasus ini tinggal menganalisis dampak yang mungkin timbul, baik dampak positif atau negatif, dampak terhadap lingkungan fisik maupun non fisik akibat penambahan areal kawasan wisata. Pada proses yang tidak direncanakan, misalnya perkembangan areal tempat berdagang di sekitar kawasan wisata, akan dapat diketahui kecenderungan arah perkembangannya dengan cara membandingkan beberapa citra foto pada tahun yang berbeda. Selanjutnya dapat dianalisis dampak yang mungkin timbul terhadap lingkungan fisik maupun lingkungan non fisik, terjadi dampak positif atau negatif akibat perkembangan tersebut.

3.2.6. ANALISIS KOMPARASI KERUANGAN (*Spatial Comparison Analysis*)

Tujuan analisis komparasi ini adalah untuk mengetahui kelebihan/keunggulan dan kekurangan/kelemahan suatu wilayah dengan wilayah lain dengan cara membandingkan, oleh karena itu diperlukan minimal 2 wilayah yang mempunyai kesamaan jenis atau karakter untuk dibandingkan. Dimungkinkan pula dikaji tentang peluang dan ancaman suatu wilayah

dari wilayah yang lain. Dari hasil perbandingan tersebut akan dapat dibuat kebijakan pengembangan wilayah lebih lanjut.

Sebagai contoh, terdapat 2 kawasan wisata yaitu A dan B, masing-masing kawasan menonjolkan atraksi yang sama sebagai modal untuk menarik wisatawan. Namun dalam perkembangan selanjutnya Kawasan Wisata A lebih berkembang dibanding B. Untuk menjawab permasalahan itu, diperlukan analisis tentang potensi masing-masing meliputi daya tarik, aksesibilitas, fasilitas penunjang pariwisata, Sumberdaya Manusia, lokasi, luas lahan kawasan wisata, sikap masyarakat, promosi yang telah dilakukan, dan sebagainya. Dari hasil analisis akan diketahui seberapa kelebihan dan kekurangan masing-masing kawasan wisata, sedangkan untuk pengembangan lebih lanjut Kawasan Wisata B, perlu dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui peluang dan ancaman yang ada. Untuk itu dapat dilakukan analisis dengan SWOT dalam rangka menentukan langkah pengembangan yang paling tepat sesuai dengan potensinya.

3.2.7. ANALISIS ASOSIASI KERUANGAN (*Spatial Association Analysis*)

Tujuan utama dari analisis asosiasi keruangan adalah untuk mengetahui apakah sebaran gejala tertentu berkorelasi dengan sebaran gejala yang lain. Korelasi yang akan diungkap dapat bertitik tolak dari pola keruangan, struktur keruangan, proses keruangan, interaksi keruangan, dan sebagainya. Jika ada korelasi antar sebaran gejala, maka mengapa terjadi asosiasi keruangan seperti itu, dan bagaimana proses terjadinya asosiasi keruangan, apakah ada keterlibatan manusia disitu, itulah pertanyaan geografi yang harus dijawab. Penerapan Analisis asosiasi keruangan dapat digunakan struktur keruangan yang terbentuk sebagai dasarnya.

Dalam dunia kepariwisataan analisis asosiasi keruangan belum begitu berkembang, namun perlu kajian lebih lanjut apakah ada korelasi yang signifikan antara proses keruangan yang terjadi dengan pola-pola keruangan yang terbentuk, pola keruangan dengan struktur keruangan, struktur keruangan dengan proses keruangan, dan sebagainya. Tidak mudah memang untuk menerapkan analisis asosiasi keruangan dalam bidang kepariwisataan disamping juga belum jelas manfaatnya. Dengan perkembangan kepariwisataan, di waktu yang akan datang dimungkinkan muncul permasalahan yang mungkin dapat diselesaikan dengan menggunakan analisis ini.

3.2.8. ANALISIS ORGANISASI/ SISTEM KERUANGAN (*spatial organization/spatial sytem analysis*)

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui elemen-elemen lingkungan mana yang berpengaruh terhadap terciptanya tatanan spesifik dari elemen-elemen pembentuk ruang. Penekanan utamanya pada keterkaitan antara kenampakan yang satu dengan yang lain secara individual. Perbedaan utama dengan Spatial Pattern Analysis adalah pada visualisasi kenampakannya. Pada analisis pola, penekanan utamanya pada kekhasan aglomerasi sedangkan pada analisis organisasi terletak pada keterkaitan/hubungan antar elemen dan hirarki peranan elemen secara individual.

Analisis organisasi/sistem keruangan belum berkembang dalam kepariwisataan, karena dalam bidang kepariwisataan tidak ada hirarki keruangan. Analisis ini kebanyakan diaplikasikan pada organisasi keruangan sistem kota-kota atau sistem permukiman di suatu wilayah yang luas. Namun perlu dipertimbangkan dalam pengembangan kepariwisataan tingkat lokal, tingkat regional, dan tingkat nasional untuk menggunakan analisis organisasi/sistem keruangan dalam memecahkan permasalahan kepariwisataan.

3.2.9. ANALISIS SINERGISME KERUANGAN (*spatial synergism analysis*)

Merupakan perkembangan baru yang saat ini menjadi sorotan ilmu pengetahuan, karena sangat terkait erat dengan majunya ilmu pengetahuan dan teknologi, khususnya teknologi di bidang transportasi dan komunikasi. Kemajuan tersebut memungkinkan terjadinya mobilitas barang, jasa, informasi dan orang menjadi semakin tinggi sehingga dinamika keruangan juga menjadi semakin tinggi. Dalam era teknologi informasi yang mengglobal, batas-batas wilayah yang menjadi kegiatan manusia menjadi semakin kabur.

Pada intinya dalam analisis sinergisme keruangan, memerlukan beberapa ruang untuk melakukan sinergi sehingga berkembang bersama secara efektif dan efisien. Dalam bidang kepariwisataan analisis sinergisme keruangan ini belum berkembang, saat ini telah muncul ide-ide *spatial synergism* meskipun implementasinya masih kurang. Sebagai contoh adalah Kawasan Wisata Borobudur yang bersinergi dengan Prambanan dan Boko maupun objek-objek wisata terdekat sebagai satu kesatuan pengembangan, Kawasan Wisata Pulau Bali dengan banyak objek wisata di dalamnya, Kawasan Wisata Mandalika, Kawasan Wisata Danau Toba, dan sebagainya. Merupakan tantangan yang menarik bagi para geograf untuk berperan serta dalam pengembangan kepariwisataan di Indonesia dengan menerapkan ilmu yang dikuasainya.

Dalam sinergisme tidak hanya melibatkan penggabungan dua ruang atau lebih namun ada pengertian lain yang terkandung di dalamnya. Makna utama istilah sinergisme adalah munculnya nilai kegunaan atau keuntungan yang lebih baik atau lebih banyak dari proses bekerjasamanya dua ruang atau lebih dibandingkan apabila masing-masing ruang bekerja sendiri-sendiri. Perumusan sinergisme keruangan adalah usaha untuk menemukan wilayah-wilayah mana dan sektor-sektor apa yang layak untuk melakukan kerjasama regional dalam rangka memperoleh kinerja pembangunan wilayah yang lebih baik. Oleh karena dalam kerja sama ini melibatkan banyak daerah maka masing-masing daerah harus dikaji tentang potensi wilayah atau sumberdaya masing-masing yakni sumberdaya abiotik, biotik, sosial, kultural, teknologi dan ekonomi. Keunggulan-keunggulan potensi suatu daerah dapat digunakan untuk menutup kekurangan atau kelemahan daerah lainnya, pada intinya antar daerah saling membantu untuk bekerja sama dan maju bersama.

3.3. PENDEKATAN EKOLOGIS

Oleh karena pendekatan ini mengacu pada kajian ekologi maka perlu dipahami terlebih dahulu mengenai makna ekologi itu sendiri. Menurut Worster (1977) secara garis besar ekologi adalah ilmu yang mempelajari tentang keterkaitan antara organisme dengan lingkungannya. Dalam perkembangannya, ilmu ini mempunyai arah yang bermacam-macam dan paling tidak ada 3 macam arah perkembangannya. Arah perkembangan pertama terfokus pada analisis keterkaitan atau interaksi antar organisme dan juga dengan lingkungan biotik dan abiotiknya dan bagaimana akibat yang ditimbulkannya. Arah perkembangan ke dua sering disebut sebagai *scientific ecology* atau *professional ecology*. Hal ini merupakan subdisiplin dari biologi. Arah perkembangan yang ketiga berkaitan dengan masalah politik / kebijakan publik dan dan selalu dikaitkan dengan ide-ide normatif dalam masyarakat sehingga analisisnya selalu terkait dengan norma-norma yang berkembang dalam masyarakat, namun demikian pengertian yang luas dianut adalah pengertian yang pertama.

Dalam Geografi seseorang harus membatasi diri dalam analisis karena adanya keterbatasan-keterbatasan akademik yang dipunyai oleh ilmu geografi itu sendiri dan jangan sampai terjebak ke dalam *scientific ecology* yang dikembangkan oleh disiplin biologi, karena geografi tidak mempunyai kemampuan untuk itu. Timbul pertanyaan mendasar yaitu pendekatan ekologi seperti apa yang dikembangkan dalam disiplin geografi?. Geografi adalah ilmu yang bersifat "*human oriented*" sehingga manusia dan kegiatan manusia selalu menjadi fokus analisis dalam keterkaitannya dengan lingkungan biotik, abiotik maupun lingkungan sosial, ekonomi dan kulturalnya (Dangana and Tropp, 1995). Manusia dalam hal ini tidak

boleh diartikan sebagai makhluk biologis semata yang setaraf dengan makhluk hidup lainnya, namun adalah sosok yang dikaruniai daya cipta, rasa, karsa, dan karya atau makhluk yang berbudi daya. Dengan demikian interelasi antara manusia dan atau kegiatannya dengan lingkungannya akan menjadi tekanan analisis dalam pendekatan ekologi yang dikembangkan dalam disiplin Geografi. Berdasarkan hasil inventarisasi dapat disimpulkan bahwa pendekatan ekologi dalam Geografi mempunyai 4 tema analisis seperti berikut ini.

3.3.1. *Human behaviour-environment theme of analysis*

Fokus analisis ini adalah perilaku manusia baik perilaku sosial, perilaku ekonomi, perilaku kultural dan bahkan perilaku politik baik yang dilakukan oleh seseorang atau komunitas tertentu. Perilaku manusia terkait dengan berbagai hal seperti persepsi, preferensi dan aksi menentukan sesuatu dan terciptanya perilaku itu sendiri dipengaruhi oleh banyak faktor. Tema penelitian dalam hal ini menekankan pada manusia, khususnya mengenai jenis perilakunya dan kemudian difungsikan sebagai variabel terpengaruh (*dependent variables*), maka penelitian tersebut mempunyai penekanan analisis keterkaitan antara manusia dengan lingkungannya.

Munculnya perilaku manusia di permukaan bumi tidak terjadi dengan sendirinya namun disebabkan oleh pengaruh yang berasal dari dirinya (faktor internal, misalnya persepsi, pendidikan, pengalaman, ketrampilan, pengetahuan, dsb) dan pengaruh yang berasal dari luar dirinya (faktor eksternal, misalnya adat istiadat, topografi, kesuburan tanah, dsb). Pengaruh yang berasal dari dirinya sendiri melekat pada diri manusia yang bersangkutan baik sebagai individu maupun anggota kelompok masyarakat. Faktor internal maupun eksternal memiliki peranan dalam menentukan perilaku manusia, sebagai pelaku atau subjek yang melakukan sesuatu akan menjadi variabel tergantung karena perilaku itu sendiri melekat dalam diri manusia. Sifat-sifat manusia juga menentukan variasi perilakunya, karena perilaku merupakan realisasi dari persepsi yang dimilikinya

Sebagai contoh, di kawasan hutan mangrove yang berfungsi sebagai penahan atau pelindung terhadap abrasi, terdapat sekelompok penduduk yang selalu menebangi pohon mangrove tersebut, masyarakat di sekitar kawasan objek wisata sering mengganggu wisatawan yang datang, dan sebagainya. Untuk mencari jawaban mengenai latar belakang mengapa komunitas tersebut berperilaku seperti itu, harus dicari unsur-unsur internal maupun eksternal yang terkait dengan perilaku tersebut. Apa latar belakangnya, bagaimana prosesnya, apa dampaknya serta apa dan bagaimana upaya mengatasinya menjadi pembahasan sentral dari analisis yang bertemakan "*human behaviour – environment analysis*" ini.

3.3.2. *Human activity (performance) – environment theme of analysis*

Analisis ini menekankan pada keterkaitan antara human activity – environment interactions. Latar belakang perilaku bukan menjadi pembahasan sentral namun kegiatan manusianya yang menjadi pembahasan sentral. Perilaku lebih menekan pada attitude sedangkan kegiatan manusia lebih difokuskan pada external performance dari attitude itu sendiri. Kegiatan terkait dengan tindakan manusia dalam menyelenggarakan kehidupannya sedangkan perilaku terkait dengan sikap batiniah dan persepsi seseorang atau sekelompok orang terhadap lingkungannya. Dalam hal ini dikenal berbagai kegiatan manusia dalam menyelenggarakan kehidupannya, antara lain kegiatan pertanian, pertambangan, perikanan, industri, pembangunan perumahan, transportasi, tourisme dan lain-lain.

Kegiatan manusia di permukaan bumi sangat banyak dan keberadaannya sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor lingkungannya, sehingga kinerja manusia dari satu ke tempat lain juga berbeda. Hal ini berkaitan dengan variasi wilayah tempat tinggal manusia dimana masing-masing wilayah mempunyai potensi sumberdaya dengan karakter masing-masing, baik secara kualitas maupun kuantitas. Pengembangan potensi sumberdaya wilayah dapat berbeda sehubungan dengan mekanisme operasional keterkaitan antar sumberdaya wilayah yang bervariasi.

Pada tema analisis ini bertujuan untuk mengungkapkan keterkaitan antara kegiatan manusia dengan elemen lingkungannya, dalam hal ini manusia berfungsi sebagai salah satu *independent variables*, dan penekanan analisisnya adalah kegiatan manusia. Oleh karena itu fokus perhatiannya terletak pada kinerja (performance) kegiatan manusia tersebut yang dapat dinilai dari **produktivitas, jumlah produksi, kualitas produksi, proses produksi dan aspek lain** yang berhubungan dengan kinerja kegiatan yang menjadi objek kajian. Manusia dalam hal ini merupakan bagian dari sumberdaya dan menjadi salah satu variabel yang sangat berpengaruh terhadap kinerja kegiatannya, misalnya tingkat pendidikan, ketrampilan, pengalaman dan sebagainya, sementara itu elemen-elemen lingkungan seperti kondisi fisik, sosial, ekonomi, politik dan sebagainya menjadi variabel yang lain dalam analisisnya.

Sebagai contoh dapat dikemukakan adanya pengembangan kepariwisataan. Di daerah yang satu terlihat kemajuan yang sangat bagus sementara di tempat lain tidak menunjukkan kemajuan bahkan kemunduran apabila dilihat dari berbagai indikator kepariwisataan. Dalam hal ini seorang geograf dituntut untuk mampu mengungkapkan penyebab terjadinya perbedaan tersebut dengan mengidentifikasi faktor-faktor internal (yang terkait dengan kepariwisataan misalnya SDM pengelola) dan faktor-faktor eksternal yang merupakan

elemen-elemen lingkungannya dan kemudian menganalisisnya, sehingga ditemukan faktor-faktor mana yang paling menentukan dan faktor-faktor mana yang tidak.

3.3.3. *Physico natural features (performance) – environment theme of analysis*

Tema analisis yang ketiga ini menekankan pada keterkaitan antara kenampakan fisik alami dengan elemen-elemen lingkungannya dengan kenampakan fisik alami menjadi titik fokus analisis. Performa kenampakan fisik alami menjadi tekanan dalam hal ini dan dapat mengacu pada kualitas gejala maupun kuantitas gejala. Performa kenampakan fisik selalu mengalami perubahan sehubungan dengan aktivitas manusia atau aktivitas alami dan perubahannya dapat terjadi secara cepat ataupun lambat.

Dalam tema analisis ini, unsur-unsur lingkungan seperti organisme, kondisi sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya merupakan variabel pengaruh (*independent variables*), sedangkan kenampakan fisik alami menjadi variabel terpengaruh. Peranan masing-masing variabel pengaruh tidak sama kekuatannya, intensitasnya, frekuensinya, dan hal tersebut dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Kesemua unsur lingkungan saling terkait satu sama lain dalam satu sistem wilayah dan pemahaman tentang semua unsur yang terdapat dalam suatu sistem wilayah sangat diperlukan.

Sebagai contoh: sebuah kawasan wisata alami (misalnya di kawasan pantai) menunjukkan gejala peningkatan polusi udara yakni peningkatan suhu udara kawasan pantai. Gejala menurunnya kualitas udara, karena polusi dapat ditelusuri dengan menganalisis keterkaitan antara faktor-faktor internal (di kawasan wisata pantai, misalnya kepadatan lalu lintas kendaraan bermotor, kepadatan penduduk, kawasan hijau, jumlah wisatawan, cuaca) maupun faktor-faktor eksternal (lingkungan di luar kawasan wisata seperti kondisi iklim, kondisi penggunaan lahan, ada tidaknya kawasan industri, dll). Dengan meneliti keterkaitan faktor-faktor tersebut diharapkan dapat menemukan jawaban mengapa terdapat penurunan kualitas udara, jenis bahan-bahan pencemar, dan dampak pencemaran di kawasan wisata dan sekaligus seorang geografi akan mampu mencari solusinya baik preventif, kuratif, maupun inovatif.

3.3.4. *Physico artificial feature (performance) – environment theme of an analysis*

Tema analisis ini memfokuskan pada keterkaitan antara *physico artificial features – environment interactions*, yakni kenampakan fisik budayawi menjadi fokus utamanya. Kenampakan fisik budayawi diartikan sebagai suatu bangunan atau bentukan tertentu (bukan bangunan) yang keberadaannya secara sengaja dihadirkan oleh manusia untuk dimanfaatkan sebagai sarana atau prasarana penyelenggaraan kehidupannya. Sehubungan dengan

keterkaitan antara kenampakan fisik budayawi dengan lingkungan yang menjadi pintu masuk dalam melakukan analisis adalah performa dari kenampakan fisik budayawi itu sendiri. Performa dapat diketahui dari kualitas atau kuantitas yang ditampilkannya, dan performa selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena adanya pengaruh dari elemen-elemen lingkungannya yang sangat bervariasi dari tempat yang satu ke tempat yang lain. Ketepatan pemilihan elemen-elemen lingkungan yang dianggap mempunyai pengaruh terhadap kinerja kenampakan fisik budayawi yang ada sangat tergantung dari kedalaman peneliti mengenai objek kajian.

Sebagai contoh : di suatu kawasan wisata yang semula tidak terjadi penggenangan (banjir) namun pada akhir-akhir ini terjadi penggenangan sehingga mengakibatkan terjadinya deteriorisasi lingkungan. Kawasan wisata merupakan bentukan artifisial yang bersifat fisikal. Dalam hal ini peneliti dapat bertitik tolak dari faktor-faktor internal (kawasan wisata itu sendiri) dan juga faktor-faktor eksternal (di luar kawasan wisata tersebut) yang diperkirakan mempunyai keterkaitan erat dengan munculnya penggenangan. Apakah terjadi perubahan iklim khususnya curah hujan, perubahan alur sungai, kondisi laut, kerusakan hutan, penambahan luas pengerasan permukaan tanah yang berakibat bertambahnya limpasan, hilangnya kantong-kantong penampung air karena faktor alami atau faktor non alami (kebijakan pembangunan yang salah), dsb. Dengan meneliti keterkaitan antara penggenangan di kawasan wisata dan faktor-faktor lingkungannya dapat diketahui dampak penggenangan, penyebab utama penggenangan, proses penggenangan, distribusi genangan dan sekaligus geografiwan akan mampu memberikan masukan tentang berbagai alternatif pemecahannya.

Selain ke empat tema seperti di atas, beberapa tahun terakhir timbul pemikiran baru untuk mencegah timbulnya kerusakan lingkungan di suatu daerah. Tema-tema di atas hanya mempelajari lingkungan setelah mengalami kerusakan sehingga ditemukan faktor-faktor penyebabnya. Pemikiran ini tidak begitu tepat karena untuk jenis kerusakan lingkungan yang sama, penyebabnya belum tentu sama apabila daerahnya berbeda dengan lingkungan yang berbeda pula, dan hasil kajiannya tidak akan cocok apabila diterapkan di daerah yang berbeda. Oleh karena itu timbul pemikiran, bagaimana cara untuk mencegah kerusakan lingkungan sementara pengembangan wilayah tetap berjalan. Didasari oleh keterbatasan suatu lingkungan dalam menerima atau menampung kegiatan manusia yang tinggal di lingkungan tersebut, muncullah pemikiran tentang Daya Dukung Lingkungan (*Carrying Capacity*) dengan maksud untuk membatasi kegiatan manusia agar supaya tidak menimbulkan kerusakan lingkungan, meskipun aktivitas manusia tetap berlangsung. Kegiatan manusia, dalam bentuk apapun, harus disesuaikan dengan kemampuan lingkungan dimana

manusia beraktifitas agar kondisi lingkungan tetap lestari. Dalam mengkaji geografi sering muncul istilah “Pendekatan Kelingkungan”, apakah ada perbedaan dengan pendekatan Ekologis?. Dalam definisinya, secara eksplisit ekologi selalu mengaitkan keterkaitan antara organisme dengan lingkungan maka pendekatan ekologi selalu menekankan keterlibatan organisme dalam analisisnya apakah berperan sebagai independent variable atau berperan sebagai dependent variable. Sedangkan pengertian lingkungan mempunyai makna yang lebih luas yaitu dapat secara terbatas tanpa melibatkan pengaruh dan peranan organisme di dalamnya. Dengan demikian pendekatan kelingkungan dapat berarti pendekatan ekologis apabila di dalamnya terliput analisis keterkaitan antara pokok bahasan dengan organisme, namun dapat pula berarti bukan pendekatan ekologis karena tidak melibatkan pengaruh dan peranan organisme. Jadi, pendekatan ekologis merupakan bagian dari pendekatan kelingkungan, karena jelas membahas keterkaitan organisme dengan lingkungannya.

Sebagai contoh tentang pendekatan kelingkungan adalah penelitian tentang erosi tanah di suatu daerah tertentu. Terkait dengan penelitian tersebut adalah karakteristik curah hujan, karakteristik tanah, struktur batuan, penggunaan lahan, kemiringan lereng sehingga penelitian tersebut bukan merupakan pendekatan ekologis karena tidak ada pelibatan peran organisme di dalamnya. Berbeda halnya jika penelitian tentang Konservasi Lahan terhadap Erosi di daerah tertentu, maka dalam penelitian ini disamping terkait dengan erosi juga aktivitas manusia dalam melakukan konservasi lahan. Dua macam pendekatan tersebut perlu hati-hati dalam menerapkannya, jangan dicampuradukkan.

3.4. PENDEKATAN KOMPLEKS WILAYAH

Pendekatan Kompleks Wilayah tidak lain merupakan integrasi dari pendekatan keruangan dan pendekatan ekologis. Dalam hal ini perlu disadari dan dipahami secara benar tentang pemakaian istilah regional complex. Istilah ini mengisyaratkan adanya pemahaman yang mendalam tentang property yang ada dalam wilayah yang bersangkutan dan merupakan regional entity. Kompleksitas gejala menjadi dasar utama dari eksistensi wilayah di samping efek internalitas eksternalitas daripadanya.

Pengertian istilah kompleks dalam pendekatan kompleks wilayah bahwa pada suatu wilayah yang ada di permukaan bumi, di dalamnya terdapat berbagai sub wilayah yang berbeda satu dengan yang lainnya. Sementara itu, berbagai sub wilayah yang ada memiliki elemen-elemen wilayah yang berbeda-beda yang terjalin sedemikian rupa dalam sistem keterkaitan yang kemudian dikenal sebagai wilayah sistem. Masing-masing wilayah sistem berinteraksi dengan wilayah sistem yang lain membentuk suatu sistem berkaitan yang dikenal sebagai sistem wilayah. Berdasarkan pekmaknaan wilayah yang kompleks tersebut dapat di

sarikan yaitu: 1) di dalam suatu wilayah terdapat bagian-bagian wilayah yang disebut sebagai sub wilayah (wilayah yang lebih kecil), 2) masing-masing sub wilayah terjalin sedemikian rupa atau saling berpengaruh satu sama lain atau berinteraksi, 3) masing-masing sub wilayah memiliki elemen-elemen wilayah yang saling berinteraksi, 4) interaksi elemen wilayah tidak terbatas pada suatu sub wilayah saja namun juga berinteraksi dengan elemen-elemen wilayah dalam sub wilayah yang lain.

Dalam interelasi antar komponen wilayah, karakteristik keterkaitan antar satu komponen dengan komponen yang lain tidak selalu sama, dalam artian frekuensi, kekuatan, dan peranan masing-masing komponen. Keterkaitan antar komponen dapat bersifat 1) **aksial** yaitu keterkaitan antar komponen dimana salah satu komponen mempengaruhi yang lain sedangkan yang lain tidak mempengaruhinya, 2) **interaksial** yaitu keterkaitan antar komponen dalam sistem dimana komponen-komponennya saling mempengaruhinya, 3) **dependensial** yaitu keterkaitan antar komponen yang menunjukkan derajat intensitas yang lebih tinggi dibandingkan dengan sifat keterkaitan aksial atau interaksial dimana salah satu komponen tergantung dari komponen yang lain, 4) **interdependensial** yaitu bentuk keterkaitan antar komponen dimana masing-masing komponen benar-benar tergantung satu sama lain. Keterkaitan aksial maupun dependensial menunjukkan keterkaitan satu arah sedangkan keterkaitan interaksial dan interdependensial menunjukkan keterkaitan dua arah.

Pendekatan kompleks wilayah menganggap bahwa suatu wilayah tidak lain adalah suatu sistem yang di dalamnya terdapat komponen-komponen wilayah yang diyakini saling berkaitan satu sama lain, saling berinteraksi, atau saling berimbang. Konsekuensi dari interaksi adalah bahwa apabila terdapat salah satu atau beberapa komponen mengalami perubahan akan mengakibatkan perubahan komponen-komponen yang lain. Perubahan dapat terjadi karena keinginan manusia atau terjadi secara alami, perubahan karena keinginan manusia terjadi secara cepat dan dianggap menciptakan kondisi yang kondusif terhadap kinerja kehidupan manusia, sebaliknya perubahan yang tidak diinginkan dianggap akan mengancam kehidupan manusia dengan segala aspeknya. Perubahan secara alami biasanya terjadi jauh lebih lambat daripada perubahan yang disebabkan oleh manusia. Perubahan lambat dapat dikatakan tidak berpengaruh terhadap manusia, namun beberapa bencana alam dapat berpengaruh terhadap komponen-komponen yang ada di dalam suatu wilayah.

3.4.1. Pengertian Wilayah (region)

Wilayah selalu terkait dengan berbagai disiplin ilmu sehingga muncul beraneka ragam tentang pengertian wilayah, seperti yang dikemukakan oleh Vidal de la Blache, Platt,

Dickinson, Woofers, Joerg, Fenneman, Young, Goodall, Taylor, Herbertson, dan lain-lain. Oleh karena itu pembahasan tersendiri tentang wilayah perlu dilakukan sehubungan dengan berbagai aspek penelitian seperti batas wilayah, penentuan sampel, pengumpulan data dan sebagainya. Namun dari berbagai definisi yang ada, di dalamnya mengandung beberapa esensi seperti berikut (Yunus, 2010).

- a. Suatu wilayah mempunyai batas-batas tertentu yang dapat digunakan untuk mengenali karakteristiknya sehingga dapat dibedakan dengan wilayah lainnya.
- b. Suatu wilayah mempunyai karakteristik tertentu yang mengindikasikan kesatuan internalnya.
- c. Suatu karakteristik menunjukkan keseragaman yang dapat diamati dalam lingkup satuan daerah dimana atribut tersebut berada.
- d. Karakter wilayah dapat merupakan fenomena alami seperti wilayah tanah, wilayah geomorfologi, wilayah hidrologi, dan sebagainya. Sedangkan wilayah non alami atau artifisial misalnya wilayah budaya, wilayah industri, wilayah ekonomi, dan sebagainya.
- e. Suatu wilayah tidak ditentukan oleh luas atau tidaknya wilayah, mulai dari beberapa meter persegi sampai wilayah benua.
- f. Suatu wilayah mempunyai batas-batas yang dapat berubah oleh karena sebab-sebab tertentu, seperti pengubahan batas administrasi wilayah, perubahan batas wilayah karena perkembangan kota.
- g. Suatu wilayah dapat mempunyai batas-batas fisik yang jelas seperti sungai, jalan, tepi danau, tepi laut, batas tipe penggunaan lahan, namun dapat pula mempunyai batas maya yang tidak dapat dilihat di lapangan seperti batas administrasi, batas wilayah etnik, batas wilayah budaya, wilayah bahasa, dan sebagainya.

3.4.2. Identifikasi Wilayah

Banyak sekali istilah wilayah (region) untuk berbagai tujuan dan berbagai bidang kajian, namun hanya menekankan pada hal yang sama yaitu pada kekhasan atribut yang dimilikinya sehingga dapat dibedakan dengan wilayah lain. Dari sekian banyak istilah wilayah yang ada, dapat dikelompokkan ke dalam 5 kelompok yakni tinjauan wilayah berdasarkan: a) ide keseragaman, b) ide keanekaragaman, c) jenis tema kajian, d) banyak sedikitnya topik, e) hirarki (Minshul : 1971, Yunus: 1991).

3.4.2.1. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Keseragaman

Konsep keseragaman (homogeneity) adalah konsep yang mendasarkan pada kesamaan sifat atau karakter suatu kenampakan, keseragaman sifat merupakan karakteristik atau atribut

khusus suatu kenampakan dalam suatu daerah tertentu yang berbeda dengan daerah lain. Batas-batas yang menunjukkan berakhirnya satu keseragaman merupakan batas wilayah yang bersangkutan, karena penampilan keseragaman sifat selalu ada batas-batasnya. Tidak jarang ditemukan bahwa batas-batas sifat tertentu yang menjadi ciri khas suatu wilayah sangat sulit dilacak adanya di lapangan, contohnya adalah batas wilayah pengguna Bahasa Jawa, pada umumnya batas yang ada bukan merupakan garis riil, tetapi merupakan garis imajiner atau garis konseptual yang dengan pertimbangan ilmiah ditentukan di lapangan.

Kondisi sifat-sifat yang berkaitan dengan human phenomena sangat berbeda dengan natural phenomena. Kenampakan fisik untuk gejala kemanusiaan (physico-artificial phenomena) maupun gejala alami (physico-natural phenomena) relatif lebih mudah dilacak batas-batasnya di lapangan dibandingkan dengan gejala non fisik seperti budaya, agama, bahasa, karena indikatornya merupakan hal-hal yang kasat mata sehingga lebih jelas terlihat dan lebih mudah mengukurnya. Sebagai contoh tentang batas wilayah antara perdesaan dengan persawahan yang lebih jelas terlihat daripada batas wilayah berbahasa Jawa dengan wilayah bahasa Madura.

Wilayah formal (*formal region*), wilayah homogen (*homogeneous region*), wilayah seragam (*uniform region*) merupakan istilah yang digunakan untuk menyebutkan suatu wilayah yang karakteristiknya didasarkan pada ide keseragaman. Contoh wilayah formal yang didasarkan pada fenomena fisik alami antara lain wilayah tanah latosol, wilayah tipe iklim sabana, wilayah hutan primer, wilayah pantai, wilayah gumuk pasir. Contoh wilayah yang mendasarkan pada karakteristik fenomena fisik budayawi antara lain wilayah perkotaan, permukiman, wilayah persawahan, wilayah kompleks perindustrian. Contoh wilayah yang mendasarkan pada karakteristik fenomena non-fisik budayawi antara wilayah bahasa Jawa, wilayah bahasa etnis Batak, wilayah agama Islam, wilayah budaya pesisiran.

3.4.2.2. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Ide Keanekaragaman

Karakteristik wilayah berdasarkan ide keanekaragaman dapat dikenali melalui keanekaragaman kinerja sub-sub wilayah, dengan demikian skala wilayah yang tercakup lebih luas daripada wilayah yang identifikasinya hanya didasarkan pada ide keseragaman. Beberapa istilah yang sering digunakan untuk wilayah jenis ini adalah wilayah heterogen (*heterogenous region*), wilayah fungsional (*functional region*), wilayah nodal (*nodal region*). Penggunaan istilah yang berbeda tersebut mengacu kepada sifat wilayah tersebut. Identifikasi wilayah tersebut didasarkan pada satu atau beberapa kegiatan yang terbentuk dalam jejaring keterkaitan antara sub-sub wilayah, misalnya jejaring ekonomi, jejaring sosial, jejaring kultural atau gabungan dari kegiatan tersebut.

Wilayah heterogen digunakan karena mengacu pada variasi keberadaan sub-sub wilayah yang bermacam-macam di dalamnya. Dari keanekaragaman inilah wilayah tersebut menampilkan karakteristik yang dapat dibedakan dari wilayah lainnya, sementara itu masing-masing sub wilayah menampilkan dirinya sebagai wilayah formal. Sub-sub wilayah berbeda mencerminkan karakteristik sumberdaya yang berbeda dengan segala kelebihan dan kekurangan masing-masing. Atas dasar itulah antar subwilayah akan terjadi kerjasama dan proses interaksi atau interdependensi untuk mengisi kekurangan dirinya dengan memanfaatkan kelebihan wilayah lain. Saling membutuhkan antar wilayah itulah menjadi dasar keterkaitan antar subwilayah atau keterkaitan fungsional, sehingga wilayah tersebut dinamakan **wilayah fungsional** (*functional region*).

Dengan adanya keterkaitan fungsional berbagai aspek kehidupan terbentuklah pusat-pusat kegiatan pada lokasi yang paling strategis yaitu lokasi yang mempunyai aksesibilitas tinggi. Pada perkembangan selanjutnya akan memunculkan pusat kegiatan yang paling besar atau utama atau primer, pusat kegiatan sekunder, tersier dan seterusnya. Pusat kegiatan tersebut berperan menjadi simpul pemusatan kegiatan dari berbagai subwilayah yang beranekaragam tersebut dan membentuk suatu sistem kegiatan wilayah yang solid. Keberadaan wilayah yang ditandai oleh adanya keterkaitan fungsional dan terkontrol oleh suatu simpul kegiatan yang memunculkan wilayah khas dan berbeda dengan wilayah yang lain dinamakan **wilayah nodal** (*nodal region*).

Dalam perkembangan selanjutnya, sistem kegiatan yang terbentuk dalam suatu satuan wilayah yang besar akan selalu mengalami pasang surut karena disebabkan oleh beberapa faktor. Oleh karena itu wilayah fungsional yang mendasarkan pada eksistensi keterkaitan antara sub-sub wilayah dapat pula mengalami pasang surut. Pada awal terbentuknya sistem kegiatan dalam suatu wilayah masih meliputi daerah yang sempit dan apabila terjadi perkembangan maka makin lama daerah keterkaitan sub-subwilayah menjadi semakin meluas sehingga wilayah fungsional yang terbentuk juga menjadi semakin luas cakupannya. Keadaan sebaliknya dapat pula terjadi, jejaring keterkaitan sub-subwilayah menjadi semakin menurun sehingga wilayah fungsional yang terbentuk menjadi semakin sempit dan bahkan dapat hilang sama sekali apabila tidak terjadi lagi saling keterkaitan antar sub-subwilayah. Atas dasar itulah, wilayah fungsional juga sering disebut sebagai **wilayah organik** (*organic region*).

3.4.2.3. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Tema Kajian

Tema kajian menentukan suatu wilayah apakah identifikasinya berdasarkan ide keseragaman atau ide keanekaragaman, tema kajian harus jelas sehingga tidak memberi

informasi yang mempunyai banyak tafsiran. Dalam studi geografi, identifikasi wilayah atas dasar tema kajian dapat dibedakan ke dalam berbagai perspektif antara lain: 1) atas dasar skala kajian wilayah, 2) atas dasar zona wilayah, 3) atas dasar tipe lingkungan, 4) atas dasar keilmuan. Atas dasar **skala wilayah** dapat dikenali mengenai wilayah lokal, wilayah regional, wilayah nasional, wilayah inter-regional, wilayah global. Atas dasar **tipe lingkungan** dapat diidentifikasi wilayah lingkungan abiotik, wilayah lingkungan biotik, wilayah lingkungan sosial, wilayah lingkungan ekonomi, wilayah lingkungan politik, wilayah lingkungan kultural. Atas dasar **zona wilayah** dapat dikenali antara lain wilayah Eropa, wilayah DAS Brantas, wilayah hujan tropis, wilayah pantai, wilayah periurban, dan sebagainya. Atas dasar **keilmuan** dapat dikenali antara lain wilayah geografis, wilayah biologis, wilayah hidrologis, wilayah geologis, wilayah geomorfologis, dan sebagainya.

3.4.2.4. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Jumlah Topik

Banyak sedikitnya topik yang digunakan untuk mengidentifikasi masalah tergantung pada maksud dan tujuannya. Identifikasi wilayah yang hanya menggunakan satu topik pada umumnya digunakan sebagai dasar pertimbangan untuk analisis wilayah yang lebih kompleks sifatnya, hal itu dapat dilakukan dengan menggabungkan identitas wilayah atas dasar berbagai macam topik. Dengan demikian dalam satu wilayah kajian dapat diperoleh beberapa peta yang menggambarkan beberapa subwilayah dengan karakter yang berbeda atas dasar topik yang berbeda pula.

Identifikasi suatu wilayah berdasarkan banyak sedikitnya topik bahasan dapat dikelompokkan menjadi (a) *single topic region*, (b) *double topic region*, (c) *multiple topic region*, (d) *combined topic region*, (e) *ad hoc region*, (f) *total region*. Berikut ini penjelasan masing-masing topik.

a. *Single topic region* (wilayah satu topik).

Wilayah satu topik adalah wilayah yang keberadaannya didasarkan kepada satu topik tinjauan dan keberadaan wilayah satu topik tersebut mempunyai karakter yang seragam. Topik kajian dapat mengambil dari fenomena fisik alami, fisik budayawi, sosial, kultural, ekonomi, politik, lingkungan. Sebagai salah satu contoh adalah wilayah yang ditandai oleh karakter jumlah hujan sepanjang tahun. Untuk mengetahui tipe iklim suatu wilayah, akan membutuhkan informasi mengenai distribusi hujan sepanjang tahun selama beberapa tahun. Dalam hal ini identifikasi wilayah berdasarkan sebaran curah hujan dapat dipetakan dan masing-masing subwilayah dengan karakteristik curah hujan tertentu merupakan wilayah yang hanya diidentifikasi dari satu topik saja. Contoh yang lain adalah wilayah tipe tanah, wilayah tipe vegetasi, wilayah permukiman kumuh, wilayah

pedagang kaki lima, wilayah masyarakat petani, wilayah penduduk berpendidikan tinggi, wilayah berbahasa Jawa, wilayah erosi berat, wilayah pertanian salak, dan sebagainya.

b. ***Double Topic Region*** (wilayah topik ganda).

Pada Wilayah Topik Ganda, identifikasi wilayah berdasarkan pada dua jenis topik dan kedua macam topik tersebut **tidak merupakan subordinasi yang lain** serta tidak dapat difusikan menjadi satu topik yang lebih besar. Pemilihan dua macam topik berdasarkan pertimbangan khusus terkait tujuan pewilayahannya. Sebagai contoh di kawasan wisata akan dijadikan tempat yang paling sesuai untuk kemah (camping ground). Untuk maksud tersebut diperlukan informasi terkait dengan tempat berkemah yang aman yakni topografi dan sumber air. Dengan topik topografi dan sumber air akan dapat diketahui mengenai sub-sub wilayah yang berbeda-beda dan dapat dijadikan pertimbangan untuk menentukan lokasi yang paling sesuai untuk tempat berkemah. Wilayah yang dihasilkan misalnya datar, kemiringan kecil, kemiringan besar, dan terjal pada topik topografi, sedangkan pada topik sumber air dapat teridentifikasi sangat dekat, dekat, jauh dan sangat jauh dari sumber air. Dari hasil identifikasi tersebut dapat dinilai subwilayah yang sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, dan tidak sesuai untuk tempat berkemah. Melalui pemetaan maka dapat dengan mudah mengenali sebaran keruangannya.

c. ***Multiple Topic Region*** (wilayah multi topik).

Wilayah multi topik merupakan wilayah yang diidentifikasi berdasarkan tiga topik atau lebih yang masing-masing topik tersebut bukan subordinasi dari topik yang lain dan tidak dapat difusikan menjadi satu topik besar. Sebagai contoh misalnya suatu aliran sungai yang akan dikembangkan menjadi tempat wisata arung jeram (rafting) sepanjang tahun. Topik-topik yang digunakan untuk mempertimbangkan lokasi arung jeram misalnya kemiringan sungai, debit sungai, geomorfologi, hujan, batuan. Dari hasil identifikasi semua topik yang digunakan akan diketahui zonasi masing-masing topik di sepanjang alur sungai, selanjutnya dengan teknologi Sistem informasi Geografis akan diketahui subwilayah atau zone di sungai tersebut yang sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai atau tidak sesuai untuk kegiatan arung jeram. Pada dasarnya antara wilayah multi topik dan topik ganda tidak jauh berbeda cara penerapannya, yang membedakan hanyalah jumlah topik yang digunakan.

d. ***Fused Topic Region/Combined Topic region*** (wilayah topik terfusi)

Jenis wilayah ini sangat khusus, karena yang menjadi dasar identifikasi adalah karakter dari topik-topik yang digunakan merupakan bagian dari topik besar yang apabila

digabungkan menjadi satu akan memunculkan topik baru, dan jumlah topik yang digunakan tiga atau lebih. Topik baru yang terbentuk dicirikan oleh gabungan sifat-sifat dari masing-masing topik yang terfusi.

Salah satu contoh yaitu penilaian suatu wilayah berdasarkan topik curah hujan, suhu udara, arah dan kecepatan angin, kelembaban udara akan memunculkan sub-sub wilayah atas dasar topik-topik tersebut. Jika kemudian topik-topik tersebut difusikan maka akan menjadi dasar pengenalan tipe iklim yang merupakan topik baru.

e. ***Ad-Hoc Region*** (wilayah ad-hoc)

Pengenalan pada wilayah ad-hoc bermula dari sifat istimewa terhadap wilayah yang bersangkutan dan banyaknya topik menyusul kemudian sedangkan pada wilayah jenis lain didasarkan pada topik yang dikehendaki. Wilayah istimewa atau diistimewakan merupakan wilayah yang kemunculannya disebabkan karena peristiwa-peristiwa yang sangat khusus sehingga memerlukan perhatian yang sangat khusus pula. Peristiwa yang khusus tersebut terkait dengan bencana yaitu peristiwa yang mempunyai potensi mengancam hilangnya jiwa manusia, harta benda atau kemampuan reproduksi manusia atau makhluk hidup lainnya atau gabungan dari hal itu. Peristiwa khusus tersebut dapat bersifat alami murni (misalnya tsunami, gempa bumi, letusan gunung api, dsb), gabungan antara alami dengan ulah manusia (misal jebolnya waduk karena kesalahan perhitungan, maupun bersifat artifisial murni (misal kebakaran hutan karena pembukaan lahan). Beberapa contoh tersebut dapat dikenali keberadaannya secara spasial di permukaan bumi dan kemudian dapat dituangkan ke dalam sebuah peta. Dari peta tersebut dapat dapat ditentukan batas-batas daerah terdampak dan tidak terdampak dan bagian tersebutlah yang dinamakan wilayah ad-hoc. Tahap selanjutnya adalah menentukan perlakuan-perlakuan tertentu atau perhatian khusus terhadap wilayah yang bersangkutan terutama pada wilayah terdampak paling parah.

Wilayah diistimewakan merupakan wilayah yang mungkin saja tidak menampilkan kenampakan khusus atau tidak istimewa, namun karena ada tujuan tertentu yang akan dicapai maka bagian dari wilayah tersebut kemudian ditentukan batas-batasnya dan diperlakukan secara istimewa. Dalam wilayah istimewa terdapat kenampakan-kenampakan khusus, sedangkan pada wilayah diistimewakan dapat mempunyai kenampakan khusus maupun tidak. Sebagai contoh, pada kawasan hutan wisata yang cukup luas sebagian daripadanya akan dikonversikan menjadi lokasi fasilitas penginapan, maka pada bagian yang akan dikonversikan tersebut merupakan wilayah yang

diistimewakan karena akan diubah peruntukannya sedangkan bagian yang lain masih dalam wujud hutan yang merupakan wilayah yang tidak istimewa.

f. **Total Region** (wilayah total)

Wilayah total merupakan kesatuan wilayah unik yang keberadannya terbentuk karena proses **interelasinya dengan elemen-elemen lingkungan biotik, abiotik, dan sosiokultural** dalam arti luas. Keunikan wilayah lebih ditekankan pada kegiatan manusianya, karena kegiatan manusia yang ada di bagian tertentu di permukaan bumi tidak muncul dalam waktu yang pendek namun melalui proses yang panjang. Proses adaptasi ekologis atau proses penyesuaian manusia terhadap lingkungan sekitar dengan berbagai elemennya telah menciptakan bentuk kehidupan yang oleh sekelompok penduduk dianggap sebagai bentuk kemapanan dan bentuk kemapanan inilah yang mendasari timbulnya ide wilayah total (total region). Sebagai contoh terdapatnya bentuk kehidupan yang diwarnai oleh kegiatan kerajinan tangan membuat gerabah dari tanah liat. Kegiatan tersebut sudah terbentuk sejak sekian lama bahkan melalui beberapa generasi. Dalam menyelenggarakan kehidupannya pengrajin mencoba memanfaatkan lingkungan seoptimal mungkin melalui pembelajaran berdasarkan pengalaman yang dilaluinya. Kegagalan yang pernah dialaminya menjadi bentuk pembelajaran dan berusaha mencoba upaya-upaya baru sampai ditemukan bentuk tertentu yang dianggap mendatangkan hasil paling optimal dan merupakan bentuk keseimbangan sistem kehidupannya. Bentuk keseimbangan yang telah tercapai dapat saja mengalami perubahan seiring dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang memungkinkan manusia untuk menciptakan bentuk adaptasi baru dan bentuk keseimbangan baru dalam ekosistemnya. Pengrajin yang telah eksis sebelumnya dapat berubah menjadi lebih baik kehidupannya sehubungan dengan adaptasinya terhadap perkembangan ilmu dan teknologi, dengan mengembangkan kemasan yang lebih baik dan pemasaran yang lebih luas.

3.4.2.5. Identifikasi Wilayah Berdasarkan Hirarki

Hirarki adalah suatu konsep yang mengemukakan mengenai tata jenjang, dan dalam studi wilayah terdapat 2 macam hirarki yaitu *order* dan *ranking*. Untuk mengenali tata jenjang ditinjau dari order, diperlukan adanya data yang memungkinkan untuk mengenali berbagai jenis wilayah dengan berbagai luasan pengaruhnya, karena identifikasi wilayahnya ditekankan pada ide tersebut. Pengertian pengaruh dalam hal ini lebih ditekankan pada ide *subordinasi* oleh suatu wilayah terhadap wilayah yang lain. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa titik tolak pengenalan konsep order dalam pembahasan mengenai tata

jenjang ditekan pada suatu sistem yang mengulas mengenai posisi kelompok yang ada dalam suatu sistem. Dalam ide order terlihat adanya suatu sistem dari subjek dan subobjek, order terkecil dalam sistem yang diistilahkan sebagai order 1 menjadi subbagian dari order 2, sedangkan order 2 menjadi subbagian dari order 3, dan seterusnya. Sebagai contoh, dalam suatu wilayah terdapat unit wilayah yang namanya RT (order 1), wilayah ini menjadi subordinasi RW (order 2), sedangkan RW menjadi subordinasi Dukuh (order 3), Dukuh menjadi subordinasi Desa/Kelurahan (order 4), dan seterusnya. Contoh yang lain adalah dalam sistem sungai, order 1 merupakan cabang sungai yang paling kecil, gabungan dari beberapa sungai order 1 membentuk sungai yang lebih besar yaitu order 2, gabungan dari beberapa order 3 membentuk bagian sungai dengan order 3 dan seterusnya.

Dalam ide ranking yang menjadi tekanan adalah posisi individual wilayah, untuk mengetahui posisi individual wilayah dapat ditinjau dari berbagai perspektif, misalnya demografi, sosial, lingkungan, ekonomi, politik dan sebagainya. Dalam konsep ranking, suatu wilayah dapat digolongkan dalam ranking 1 apabila wilayah tersebut mempunyai posisi tertinggi secara individual dalam tata jenjang yang dibahas. Sebagai contoh adalah tinjauan tentang jumlah wisatawan yang berkunjung ke kawasan wisata. Apabila kawasan wisata A menjadi ranking 1 berarti jumlah kawasan wisata A dikunjungi wisatawan paling banyak dibandingkan dengan kawasan wisata yang lain. Dalam beberapa hal, ide order dan ranking dapat digabung sehingga dalam perspektif tertentu wilayah A termasuk order 3 namun menduduki ranking 1.

Pada pendekatan kompleks wilayah, dalam operasionalnya tidak hanya sekedar menggabungkan pendekatan keruangan dengan pendekatan ekologis, namun yang harus dilakukan adalah mengintegrasikan ke duanya. Analisis wilayah yang dilakukan harus menunjukkan atau mencerminkan analisis keruangan dan analisis ekologis yang menyatu. Sebagai contoh, Kawasan Wisata Mangrove di sekitar muara sungai terdapat sistem kehidupan tanaman *avicennia*, *rhizophora*, dan *brugueira*, ditemukan di tempat itu adanya gejala kerusakan lingkungan tempat tumbuhnya jenis *avicennia*. Kerusakan lingkungan di kawasan tempat tumbuhnya *avicennia* berupa tingkat kematian yang tinggi. Bagaimanakah struktur keruangan tanaman mangrove, proses keruangan dan kecenderungan keruangan yang terjadi sehubungan dengan kerusakan *avicennia*, adakah bentuk kegiatan masyarakat di tempat itu dalam mengelola lingkungan, dampak yang ditimbulkan positif ataukah negatif. Disamping upaya untuk menemukan penyebab, proses, dampak kerusakan di kawasan tersebut, analisis dituntut tetap menelusuri dampak yang mungkin timbul di kawasan lain di luar kawasan *avicennia*, seperti kawasan tumbuhnya *rhizophora* dan *brugueira*. Di kawasan

lain terutama di sungai bagian atas juga perlu diteliti sehubungan dengan adanya aliran sungai yang mempengaruhi kawasan mangrove, apakah terdapat bahan endapan atau bahan beracun yang dapat merusak kawasan mangrove. Analisis terpadu dari berbagai disiplin ilmu memang diharapkan adanya untuk memecahkan masalah terjadi, khususnya mencari akar permasalahannya, mengidentifikasi the working force, mengidentifikasi the working process, mengidentifikasi the impact dan akhirnya dapat dirumuskan alternatif pemecahannya.

Dalam pemecahan masalah dan penataan keruangan selanjutnya, perlu adanya pemikiran untuk mencegah jangan sampai terjadi kerusakan lingkungan kembali di masa mendatang. Untuk itu diperlukan adanya *regional forecasting* (peramalan wilayah) dan *regional planning* (perencanaan wilayah) yang melibatkan banyak disiplin ilmu. Peramalan wilayah mengarah kepada kemampuan wilayah dalam menampung aktivitas manusia, sampai kapan suatu wilayah dapat menampung kegiatan manusia tanpa merusak lingkungannya. Sedangkan perencanaan wilayah berkaitan dengan penataan ruang kembali sehubungan dengan daya dukung yang sudah tidak sesuai lagi. Sebagai contoh pada suatu kawasan wisata, saat ini masih mampu menampung sejumlah wisatawan dalam kondisi masih nyaman. Seiring dengan pengembangan kepariwisataan yang dilakukan, jumlah wisatawan yang berkunjung mengalami peningkatan. Suatu saat dapat terjadi kelebihan daya tampung kawasan wisata dalam menerima kunjungan wisatawan sehingga perlu penataan ruang kawasan wisata kembali agar supaya wisatawan tetap merasa nyaman. Kapan terjadi kelebihan daya tampung, sebelumnya dapat diperkirakan dengan memperhitungkan pertumbuhan jumlah wisatawan tiap tahunnya dan sekaligus merencanakan tata ruang yang sesuai untuk menampung sejumlah wisatawan yang telah diramalkan. Proses ini berlangsung secara terus menerus yaitu antara perencanaan wilayah dan peramalan wilayah melalui evaluasi secara rutin.

3.5. LATIHAN

1. Dalam pendekatan keruangan terdapat 9 analisis, apakah kesemuanya dapat diterapkan ke bidang kepariwisataan. Apabila tidak dapat semuanya analisis apa yang dapat digunakan. Jelaskan alasannya.
2. Jelaskan perbedaan antara analisis proses keruangan dengan analisis kecenerungan keruangan an berikan contoh masing-masing.
3. Berikan 1 contoh permasalahan dalam bidang kepariwisataan dan jelaskan analisis geografis mana yang sesuai dengan permasalahan tersebut.

4. Sehubungan dengan terjadinya perkembangan areal perdagangan di sekitar kawasan objek wisata, analisis apa yang tepat untuk mengkaji permasalahan tersebut dan variabel-variabel apa saja yang digunakan untuk mengkaji hal tersebut.
5. Di suatu kawasan wisata yang telah berkembang terjadi pencemaran airtanah. Jelaskan bagaimana seorang geografer menerapkan pendekatan geografis dalam mengatasi masalah pencemaran tersebut.
6. Jelaskan bagaimana mengidentifikasi wilayah berdasarkan hirarki, dan berikan contoh wilayah hirarki berdasarkan order dan ranking.
7. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara wilayah fungsional dengan wilayah nodal, berikan contohnya.
8. Apa yang dimaksud dengan wilayah formal, dan berikan 3 contoh wilayah formal.
9. Jelaskan apa yang dimaksud dengan wilayah ad-hok, dan bagaimana wilayah ad-hok dapat terjadi.

3.6. RINGKASAN

Geografi terpadu yang dikembangkan oleh Hagget (1997) memadukan antara geografi sistemik di satu pihak dengan geografi wilayah di pihak lain. Meskipun demikian geografi teknik akan terlihat pula di dalamnya. Perpaduan tersebut menghasilkan struktur geografi yang menitikberatkan pada kerangka kerja analisis keruangan, analisis ekologis, dan analisis wilayah majemuk (kompleks wilayah).

Dalam pendekatan keruangan, variabel ruang menjadi basis utama dalam analisis yang akan dibangun. Dari dimensi praktis, ruang dapat diartikan sebagai bagian tertentu dari permukaan bumi yang mampu mengakomodasikan berbagai bentuk kegiatan manusia dalam memenuhi kebutuhan kehidupannya. Pendekatan keruangan adalah suatu metode untuk memahami gejala tertentu agar mempunyai pengetahuan yang lebih mendalam melalui media ruang yang dalam hal ini variabel ruang mendapat posisi utama dalam setiap analisis. Gejala tertentu dalam studi Geografi adalah gejala geosfera. Hal itu diperkuat oleh Goodall (1987) yang mengemukakan bahwa pendekatan keruangan diartikan sebagai suatu metode analisis yang menekankan pada variabel ruang.

Pendekatan keruangan tidak lain merupakan suatu metode analisis yang menekankan analisisnya pada eksistensi ruang sebagai wadah untuk mengakomodasikan kegiatan manusia dalam menjelaskan fenomena geosfer. Dari kajian berbagai publikasi ilmiah paling tidak terdapat 9 tema analisis dalam pendekatan keruangan. Analisis-analisis tersebut adalah 1) pola keruangan, 2) struktur keruangan, 3) proses keruangan, 4) interaksi keruangan, 5)

kecenderungan keruangan, 6) komparasi keruangan, 7) asosiasi keruangan, 8) organisasi atau sistem keruangan, dan 9) sinergisme keruangan.

Dalam Geografi seseorang harus membatasi diri dalam analisis karena adanya keterbatasan-keterbatasan akademik yang dipunyai oleh ilmu geografi itu sendiri dan jangan sampai terjebak ke dalam *scientific ecology* yang dikembangkan oleh disiplin biologi, karena geografi tidak mempunyai kemampuan untuk itu. Timbul pertanyaan mendasar yaitu pendekatan ekologi seperti apa yang dikembangkan dalam disiplin geografi ?. Geografi adalah ilmu yang bersifat "*human oriented*" sehingga manusia dan kegiatan manusia selalu menjadi fokus analisis dalam keterkaitannya dengan lingkungan biotik, abiotik maupun lingkungan sosial, ekonomi dan kulturalnya. Manusia dalam hal ini tidak boleh diartikan sebagai makhluk biologis semata yang setaraf dengan makhluk hidup lainnya, namun adalah sosok yang dikaruniai daya cipta, rasa, karsa, dan karya atau makhluk yang berbudidaya. Dengan demikian interelasi antara manusia dan atau kegiatannya dengan lingkungannya akan menjadi tekanan analisis dalam pendekatan ekologi yang dikembangkan dalam disiplin Geografi. Berdasarkan hasil inventarisasi dapat disimpulkan bahwa pendekatan ekologi dalam Geografi mempunyai 4 tema analisis.

Tema-tema analisis dalam pendekatan ekologis adalah 1) tema analisis perilaku manusia-lingkungan, 2) tema analisis aktivitas manusia-lingkungan, 3) tema analisis kenampakan fisik alami-lingkungan, 4) tema analisis kenampakan fisik budayawi-lingkungan. Tema analisis perilaku manusia-lingkungan dalam hal ini menekankan pada manusia, khususnya mengenai jenis perilakunya dan kemudian difungsikan sebagai variabel terpengaruh (*dependent variables*), maka dalam penelitiannya menekankan pada analisis keterkaitan antara manusia dengan lingkungannya.

Pada tema analisis aktivitas manusia-lingkungan bertujuan untuk mengungkapkan keterkaitan antara kegiatan manusia dengan elemen lingkungannya, dalam hal ini manusia berfungsi sebagai salah satu *independent variables*, dan penekanan analisisnya adalah kegiatan manusia. Oleh karena itu fokus perhatiannya terletak pada kinerja (*performance*) kegiatan manusia tersebut yang dapat dinilai dari produktivitas, jumlah produksi, kualitas produksi, proses produksi dan aspek lain yang berhubungan dengan kinerja kegiatan yang menjadi objek kajian. Manusia dalam hal ini merupakan bagian dari sumberdaya dan menjadi salah satu variabel yang sangat berpengaruh terhadap kinerja kegiatannya, misalnya tingkat pendidikan, ketrampilan, pengalaman dan sebagainya, sementara itu elemen-elemen lingkungan seperti kondisi fisik, sosial, ekonomi, politik dan sebagainya menjadi variabel yang lain dalam analisisnya.

Tema analisis kenampakan fisik alami menekankan pada keterkaitan antara kenampakan fisik alami dengan elemen-elemen lingkungannya dengan kenampakan fisik alami menjadi titik fokus analisis. Performa kenampakan fisik alami menjadi tekanan dalam hal ini dan dapat mengacu pada kualitas gejala maupun kuantitas gejala. Performa kenampakan fisik selalu mengalami perubahan sehubungan dengan aktivitas manusia atau aktivitas alami dan perubahannya dapat terjadi secara cepat ataupun lambat. Dalam tema analisis ini, unsur-unsur lingkungan seperti organisme, kondisi sosial, ekonomi, politik, dan sebagainya merupakan variabel pengaruh (*independent variables*), sedangkan kenampakan fisik alami menjadi variabel terpengaruh. Peranan masing-masing variabel pengaruh tidak sama kekuatannya, intensitasnya, frekuensinya, dan hal tersebut dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung.

Tema analisis kenampakan fisik budayawi-lingkungan memfokuskan pada keterkaitan antara *physico artificial features – environment interactions*, yakni kenampakan fisik budayawi menjadi fokus utamanya. Kenampakan fisik budayawi diartikan sebagai suatu bangunan atau bentukan tertentu (bukan bangunan) yang keberadaannya secara sengaja dihadirkan oleh manusia untuk dimanfaatkan sebagai sarana atau prasarana penyelenggaraan kehidupannya. Sehubungan dengan keterkaitan antara kenampakan fisik budayawi dengan lingkungan yang menjadi pintu masuk dalam melakukan analisis adalah performa dari kenampakan fisik budayawi itu sendiri. Performa dapat diketahui dari kualitas atau kuantitas yang ditampilkannya, dan performa selalu mengalami perubahan dari waktu ke waktu karena adanya pengaruh dari elemen-elemen lingkungannya yang sangat bervariasi dari tempat yang satu ke tempat yang lain.

Pendekatan Kompleks Wilayah tidak lain merupakan integrasi dari pendekatan keruangan dan pendekatan ekologis. Istilah kompleks wilayah mengisyaratkan adanya pemahaman yang mendalam tentang property yang ada dalam wilayah yang bersangkutan dan merupakan *regional entity*. Kompleksitas gejala menjadi dasar utama dari eksistensi wilayah di samping efek internalitas eksternalitas daripadanya.

Pengertian istilah kompleks dalam pendekatan kompleks wilayah bahwa pada suatu wilayah yang ada di permukaan bumi, di dalamnya terdapat berbagai sub wilayah yang berbeda satu dengan yang lainnya. Sementara itu, berbagai sub wilayah yang ada memiliki elemen-elemen wilayah yang berbeda-beda yang terjaljian sedemikian rupa dalam sistem keterkaitan yang kemudian dikenal sebagai wilayah sistem. Masing-masing wilayah sistem berinteraksi dengan wilayah sistem yang lain membentuk suatu sistem berkaitan yang dikenal sebagai sistem wilayah. Berdasarkan pekmaknaan wilayah yang kompleks tersebut dapat di

sarikan yaitu: 1) di dalam suatu wilayah terdapat bagian-bagian wilayah yang disebut sebagai sub wilayah (wilayah yang lebih kecil), 2) masing-masing sub wilayah terjalin sedemikian rupa atau saling berpengaruh satu sama lain atau berinteraksi, 3) masing-masing sub wilayah memiliki elemen-elemen wilayah yang saling berinteraksi, 4) interaksi elemen wilayah tidak terbatas pada suatu sub wilayah saja namun juga berinteraksi dengan elemen-elemen wilayah dalam sub wilayah yang lain.

3.7. EVALUASI

1. Apa yang dimaksud dengan ruang pada Pendekatan Keruangan dan 5 contoh ruang seperti yang dimaksud.
2. Jelaskan tahapan-tahapan yang harus dilakukan dalam analisis Pola Keruangan dan berikan sekaligus contohnya.
3. Berikan contoh tema analisis pola keruangan di bidang kepariwisataan.
4. Bagaimana menentukan struktur keruangan pada gejala fisis maupun nonfisis. Berikan contoh tema analisis struktur keruangan di bidang kepariwisataan.
5. Bagaimana cara melakukan analisis pola keruangan dan apa saja yang dapat diketahui dari analisis tersebut dan berikan contohnya dalam bidang kepariwisataan.
6. Jelaskan wujud interaksi yang terjadi antara dua ruang pada bidang kepariwisataan dan faktor apa saja yang mengontrol interaksi antara dua ruang tersebut.
7. Berikan contoh analisis interaksi keruangan dalam bidang kepariwisataan.
8. Jelaskan perbedaan antara analisis proses keruangan dengan analisis kecenderungan keruangan. Berikan satu contoh analisis kecenderungan keruangan dalam bidang kepariwisataan.
9. Apa yang perlu dikaji dalam analisis komparasi keruangan dan berikan salah satu contoh analisis komparasi keruangan dalam bidang kepariwisataan.
10. Jelaskan tujuan utama analisis asosiasi keruangan dan darimana analisis asosiasi keruangan dapat dilakukan.
11. Jelaskan mengapa analisis organisasi atau sistem keruangan tidak dapat berkembang pada bidang kepariwisataan.
12. Apa yang ingin dicapai dalam analisis sinergisme keruangan dan berikan contoh yang ada di Indonesia tentang ide sinergisme tersebut dalam bidang kepariwisataan.
13. Adakah perbedaan antara pendekatan kelingkungan dengan pendekatan ekologis. Jelaskan jika terdapat perbedaan dan berikan contohnya.

14. Fokus perilaku dalam tema analisis perilaku manusia-lingkungan meliputi apa saja dan terkait dalam hal apa saja. Berikan contoh tema analisis perilaku manusia-lingkungan dalam bidang kepariwisataan
15. Apa fokus perhatian dalam kegiatan manusia pada tema analisis kegiatan manusia-lingkungan apa saja dinilai dari fokus perhatian tersebut. Berikan contoh tema analisis kegiatan manusia-lingkungan dalam bidang kepariwisataan.
16. Berikan contoh kenampakan fisik alami yang berkaitan dengan bidang kepariwisataan dan berikan contoh analisis kenampakan fisik alami-lingkungan yang terdapat lokasi yang dicontohkan tersebut.
17. Berikan contoh kenampakan fisik budayawi yang berkaitan dengan bidang kepariwisataan dan berikan contoh analisis kenampakan fisik budayawi yang terdapat pada lokasi yang dicontohkan tersebut.
18. Apa makna dari kompleks wilayah jelaskan dan berikan contohnya.
19. Bagaimana ciri-ciri suatu wilayah menurut Yunus.
20. Jelaskan istilah-istilah yang terdapat di bawah ini dan contoh masing-masing 2 buah.

a. Wilayah formal	e. Wilayah ad-hok
b. Wilayah fungsional	f. Wilayah topik terfusi
c. Wilayah Nodal	g. Wilayah topik ganda
d. Wilayah Total	h. Wilayah multi topik
21. Jelaskan bagaimana mengidentifikasi wilayah berdasarkan tema kajian, dan berikan contoh masing-masing 2 buah wilayah.
22. Jelaskan bagaimana mengidentifikasi wilayah berdasarkan hirarki, dan berikan contoh masing-masing 2 buah wilayah.
23. Berikan sebuah contoh pendekatan yang memadukan pendekatan keruangan dengan pendekatan ekologis dalam bidang kepariwisataan.
24. Apakah yang dimaksud dengan regional forecasting dan regional planning, dan berikan contoh penerapannya pada bidang kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintarto dan Hadi Sumarno, S., 1991. *Metode Analisis Geografi*. Jakarta:LP3ES
- Fennel, D.A., 1999, *Ecotourism. An Introduction*. Routledge: London
- Goodall, B., 1987, *Dictionary of Human Geographphy*. New York: Penguin Book.
- Gunn, Clare A., 2002, *Toursm Planning. Basics, Concept, Cases. Fourth Edition*. New York and London: Routledge.
- Hagget, P., 1997, *Geography. A Modern Synthesis*. London: Harper and Row.
- Hall, L.M. and Page, S.J., 1999. *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London: Routledge.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Widya Sarana.
- Pendit, N.S., 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar* ,Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Yunus, H.S., 2010, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

BAB 1V

PENERAPAN PENDEKATAN GEOGRAFIS DALAM BIDANG KEPARIWISATAAN

KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa mampu menerapkan pendekatan geografis dalam bidang kepariwisaataan

INDIKATOR

1. Mahasiswa mampu menerapkan model gravitasi dan interaksi dalam bidang kepariwisataan
2. Mahasiswa mampu meneraapkan teori kutub pertumbuhan dalam bidang kepariwisataan.
3. Mahasiswa mampu menerapkan analisis kesesuaian lahan dalam bidang kepariwisataan
4. Mahasiswa mampu menerapkan analisis statistik dalam bidang kepariwisataan.

4.1. PENDAHULUAN

Untuk memperdalam pengetahuan tentang pendekatan geografis, dalam bab ini akan diberikan contoh-contoh analisis yang sifatnya geografis dalam bidang kepariwisataan. Analisis geografis di bagian ini mengarah ke pendekatan keruangan dan ekologis, sementara untuk pendekatan kompleks wilayah tidak disampaikan mengingat sulitnya contoh yang ada, namun pada bab tentang pendekatan geografis, pemikiran tentang analisis kompleks wilayah dapat digunakan. Dalam penerapannya, beberapa konsep esensial dapat digunakan untuk mendukung pendekatan geografis yang diterapkan dalam bidang kepariwisataan.

Dalam pendekatan keruangan, model analisis gravitasi sering digunakan untuk menjawab permasalahan dalam pembangunan kepariwisataan, misalnya gravitasi dan interaksi dalam ruang, gravitasi dan potensi lokasi wisata, dan lokasi titik henti. Kesemuanya berkaitan dengan gaya tarik menari antar objek wisata yang menimbulkan gerakan wisatawan dari objek wisata yang satu ke objek wisata yang lain. Teori kutub pertumbuhan digunakan untuk dasar pengembangan kepariwisataan untuk banyak lokasi objek wisata, karena keterbatasan modal. Teori ini juga memanfaatkan konsep interaksi dan jarak antar objek wisata dalam operasionalnya. Analisis kesesuaian lahan merupakan aplikasi dari pendekatan keruangan khususnya berkaitan dengan analisis sruktur keruangan. Untuk penerapan analisis yang lain seperti proses keruangan, kecenderungan keruangan, komparasi keruaangan dan sebagainya dapat mengembangkan konsep-konsep yang terdapat pada BAB III tentang pendekatan geografis.

Analisis statistik lebih banyak digunakan pada pendekatan ekologis, karena lebih banyak membicarakan tentang hubungan atau pengaruh yang pengukurannya lebih mudah

menggunakan model statistik. Dengan analisis statistik, kaitan antar variabel dapat dilakukan dengan lebih tegas dalam menyatakan bagaimana pengaruh atau hubungan antar variabel. Terdapat beberapa analisis statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui kaitan antar variabel dalam pengembangan kepariwisataan, misalnya korelasi, regresi, dan chi kuadrat.

4.2. GRAVITASI DAN INTERAKSI DALAM RUANG

Dengan mengadopsi hukum gravitasi bumi, ahli-ahli geografi telah menggunakan hukum gravitasi sejak abad 19 untuk mengetahui interaksi yang terjadi antara 2 lokasi yang berbeda karakternya. Dalam hukum gravitasi tersebut dijelaskan bahwa tarik menarik antara dua benda akan menimbulkan gaya yang besarnya berbanding lurus dengan perkalian massa kedua benda tersebut dan berbanding terbalik dengan kuadrat atau pangkat dua jaraknya. Ahli geografi menggunakan potensi lokasi untuk menggantikan massa benda dan masing-masing lokasi mempunyai kekuatan untuk saling tarik menarik.

Dalam bidang kepariwisataan, penggunaan model gravitasi dan interaksi dalam ruang menggunakan dua lokasi objek wisata atau lebih dengan atraksi dan jumlah wisatawan yang berbeda. Atraksi menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan yang ditunjukkan oleh jumlah wisatawan yang datang, makin besar wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata berarti makin besar atau kuat daya tariknya. Antara dua lokasi yang mempunyai kekuatan daya tarik masing-masing akan terjadi saling tarik menarik wisatawan yang berkunjung, yang ditunjukkan oleh adanya gerakan atau mobilitas wisatawan dari satu lokasi wisata ke lokasi wisata lainnya. Besar kecilnya interaksi dipengaruhi oleh perbedaan jumlah wisatawan yang berkunjung ke masing-masing lokasi objek wisata dan jarak antara kedua lokasi objek wisata tersebut. Makin besar perbedaan jumlah wisatawan dan makin pendek antara dua lokasi wisata makin besar pula nilai interaksi yang terjadi yang ditunjukkan oleh makin besar mobilitas wisatawan yang bergerak atau berpindah dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain.

Model gravitasi dan interaksi dalam ruang dapat digunakan untuk perencanaan transportasi, yakni untuk tempat dengan nilai interaksi yang terendah, karena nilai rendahnya interaksi berarti sedikitnya mobilitas wisatawan antara dua lokasi wisata. Dalam hal ini, perencanaan transportasi tidak harus memperpendek jarak tempuh, akan tetapi melakukan langkah yang lain agar mobilitas wisatawan dapat ditingkatkan. Selain atraksi, aksesibilitas wisatawan sangat menentukan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu objek wisata dan aksesibilitas tidak hanya tergantung dari jarak tempuh saja, melainkan terdapat faktor lain seperti biaya, dan waktu tempuh yang berkaitan kondisi perjalanan.

Untuk memperjelas penggunaan model gravitasi dan interaksi dalam ruang tersebut, dapat diperhatikan contoh berikut ini. Di Kabupaten Blambangan terdapat 4 lokasi wisata yang sangat menarik wisatawan, yaitu Air Terjun Pringgodani, Museum Kayangan, Waduk Amerta dan Taman Wisata Maerokoco. Dari hasil pencatatan jumlah wisatawan selama 10 tahun terakhir pada masing-masing lokasi wisata terhitung rata-rata setiap bulannya adalah sebagai berikut. Air Terjun Pringgodani (A) = 50.000 orang, Museum Kayangan (B) = 75.000 orang, Waduk Amerta (C) = 100.000 orang dan Taman Wisata Maerokoco (D) = 150.000 orang. Hasil pengukuran jarak antar objek wisata adalah sebagai berikut.

Air Terjun Pringgodani – Museum Kayangan = 10 km,

Air Terjun Pringgodani – Taman Wisata Maerokoco = 8 km,

Air Terjun Pringgodani - Waduk Amerta = 12 km,

Museum Kayangan – Taman Wisata Maerokoco = 15 km,

Museum Kayangan – Waduk Amerta = 20 km,

Taman Wisata Maerokoco – Waduk Amerta = 18 km,

Dari data jumlah wisatawan dan jarak seperti tersebut diatas, dapat dihitung nilai interaksi antar objek wisata dengan menggunakan rumus gravitasi seperti dijelaskan pada BAB III, hasilnya adalah sebagai berikut.

$$I_{A-B} = 37.500.000, \quad I_{B-D} = 50.000.000$$

$$I_{A-C} = 34.722.722, \quad I_{B-C} = 1.875.000$$

$$I_{A-D} = 17.187.500, \quad I_{C-D} = 46.296.296$$

Diantara ke enam interaksi tersebut di atas, interaksi yang paling kecil adalah interaksi antara Museum Kayangan dengan Taman Wisata Maerokoco. Hal ini berarti bahwa diperlukan adanya perbaikan dalam hal transportasi dari Museum Kayangan menuju ke Taman Wisata Maerokoco agar mobilitas wisatawan dari dan menuju ke dua lokasi wisata tersebut dapat meningkat. Perbaikan yang harus dilakukan perlu melihat terlebih dahulu kondisi sarana dan prasarana transportasi yang ada, jika semua kondisi tidak mendukung, semua aspek perlu diperbaiki. Aspek yang perlu dipertimbangkan adalah kondisi jalan, kondisi transportasi, dan moda transportasi, aspek transportasi yang masih baik tidak perlu diperbaiki. Perbaikan dalam hal ini mempunyai makna peningkatan dalam hal kualitas dan atau kuantitas sarana dan prasarana transportasi jika diperlukan. Jadi tidak hanya meningkatkan kondisi sarana dan prasarana yang berkualitas rendah dan atau kuantitas sedikit.

Sebagai catatan yang perlu diperhatikan, angka-angka interaksi di atas hanya berlaku di tempat tersebut dan pada lokasi wisata tersebut, tidak dapat digunakan untuk perbandingan

dengan tempat lain. Apabila mempertimbangkan tempat lain perlu dihitung ulang dengan memasukkan semua lokasi wisata yang akan diperhitungkan.

4.3. TEORI TITIK HENTI (*Breaking Point Theory*)

Teori Titik Henti diperkenalkan oleh Reilly yang memodifikasi teori gravitasi, digunakan untuk memperkirakan lokasi atau batas yang memisahkan dua lokasi kegiatan ekonomi yang berbeda kekuatan atau potensinya. Masing-masing pusat kegiatan ekonomi mempunyai pengaruh untuk menarik konsumen sesuai dengan kekuatan atau potensinya, makin besar potensinya, jarak pengaruh terhadap konsumen makin jauh. Pada perkembangan selanjutnya teori titik henti digunakan untuk menentukan lokasi tempat-tempat fasilitas pelayanan yang mudah dijangkau penduduk ke dua lokasi pusat kegiatan tersebut.

Dalam bidang kepariwisataan, teori titik henti digunakan untuk menentukan lokasi tempat pelayanan kepada kebutuhan wisatawan yang berada di dua lokasi objek wisata. Tempat-tempat pelayanan tersebut misalnya restoran, hotel, pusat kesehatan, dan sebagainya yang letaknya mudah dijangkau oleh wisatawan. Rumus matematis untuk menentukan titik henti adalah sebagai berikut.

$$D_{AB} = \frac{d_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{P_B}{P_A}}} \quad \text{atau} \quad D_{BA} = \frac{d_{AB}}{1 + \sqrt{\frac{P_A}{P_B}}}$$

D_{AB} = Jarak lokasi titik henti yang diukur dari titik A

D_{BA} = Jarak lokasi titik henti yang diukur dari titik B

d_{AB} = Jarak antara lokasi A dan lokasi B

P_A = Jumlah wisatawan di lokasi A

P_B = Jumlah wisatawan di lokasi B

Contoh :

Jumlah wisatawan yang berkunjung di objek wisata A setiap harinya adalah 20.000 orang, sedangkan jumlah wisatawan yang berkunjung di objek wisata B adalah 40.000 orang setiap harinya. Jarak antara lokasi objek wisata A dan B adalah 30 km. Dimanakah letak yang efektif untuk didirikan restoran yang dapat melayani wisatawan yang berkunjung di kedua objek wisata tersebut.

Jawab.

Dengan memasukkan data tersebut di atas ke dalam rumus Reilly, maka dapat dihitung :

$$D_{AB} = \frac{30 \text{ km}}{1 + \sqrt{(40000 : 20000)}} = \frac{30 \text{ km}}{1 + \sqrt{2}} = \frac{30 \text{ km}}{1 + 1,4142} = 12,43 \text{ km dari A}$$

Atau

$$D_{BA} = \frac{30 \text{ km}}{1 + \sqrt{(20000 : 40000)}} = \frac{30 \text{ km}}{1 + \sqrt{0,5}} = \frac{30 \text{ km}}{1 + 0,7071} = 17,57 \text{ km dari B.}$$



4.4. GRAVITASI DAN POTENSI LOKASI WISATA

Model Gravitasi dan Potensi Lokasi Wisata digunakan untuk mencari lokasi yang tepat dan efektif sebagai tempat pelayanan kepada masyarakat untuk berbagai tempat. Yang dimaksud dengan tempat di sini adalah tempat konsentrasi atau permukiman penduduk yang tentunya membutuhkan berbagai macam pelayanan, misalnya pusat kesehatan, pusat perbelanjaan, pusat pemerintahan, dan sebagainya. Diasumsikan bahwa penduduk yang tinggal di suatu tempat berpotensi untuk memanfaatkan pusat-pusat pelayanan yang ada, makin besar jumlah penduduk di suatu tempat maka potensi penduduk untuk memanfaatkan pusat pelayanan juga semakin besar.

Penentuan lokasi tempat pelayanan menggunakan dasar peta potensi yang dapat menunjukkan potensi aliran untuk setiap tempat. Peta potensi dapat digambarkan seperti garis kontur yang menghubungkan tempat-tempat dengan potensi yang sama yang dinyatakan dengan persentase terhadap tempat dengan potensi wisata yang tertinggi. Garis yang menghubungkan tempat-tempat yang potensinya sama dinamakan *equipotential line* atau disebut juga *isopleth*. Pembuatan isopleth didasarkan pada tempat-tempat yang mempunyai nilai potensi yang dinyatakan dalam persen dengan cara meniru seperti pembuatan garis-garis kontur (*logical contouring*).

Pada bidang kepariwisataan, untuk menentukan lokasi tempat fasilitas kepariwisataan di suatu wilayah, perlu diketahui terlebih dahulu besarnya Potensi Wisata (PW) di beberapa lokasi objek wisata. Pada peta potensi wisata yang telah dibuat, selanjutnya dibuat isopleth, seperti membuat garis kontur, dengan interval tertentu sehingga akan tergambar beberapa isopleth yang digunakan sebagai dasar untuk lokasi fasilitas penunjang kepariwisataan. Lokasi fasilitas kepariwisataan yang efektif terdapat pada lokasi dengan kerapatan isopleth paling

tinggi. Dalam penentuan tersebut apabila masih mengalami kesulitan dalam menentukan lokasinya, pembuatan isopleth perlu diperbanyak dengan memperkecil intervalnya, sehingga kerapatan isopleth akan tampak lebih jelas.

Untuk menentukan besarnya Potensi Wisata pada setiap lokasi objek wisata di suatu wilayah diperlukan data jarak antar lokasi wisata dan skor potensi wisata (W) pada masing-masing objek wisata. Berbagai faktor dapat digunakan untuk mendapatkan skor potensi wisata, baik faktor fisik maupun non fisik, misalnya luas lahan, sumber air, iklim, fasilitas belanja, akomodasi, fasilitas kesehatan, keamanan, pentas seni, keramahtamahan, kegiatan masyarakat, adat istiadat dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diukur baik secara kuantitatif atau kualitatif tergantung kondisi sehingga dapat diperoleh skor total dari setiap lokasi objek wisata yang dapat menggambarkan potensinya. Untuk menghitung Potensi Wisata pada setiap objek wisata di suatu wilayah menggunakan rumus seperti di bawah ini.

$$\begin{aligned}
 PW_1 &= \frac{W_1}{(0,5 J_1)^2} + \frac{W_2}{(J_{1-2})^2} + \frac{W_3}{(J_{1-3})^2} + \dots + \frac{W_n}{(J_{1-n})^2} \\
 PW_2 &= \frac{W_1}{(J_{2-1})^2} + \frac{W_2}{(0,5 J_2)^2} + \frac{W_3}{(J_{2-3})^2} + \dots + \frac{W_n}{(J_{2-n})^2} \\
 PW_3 &= \frac{W_1}{(J_{3-1})^2} + \frac{W_2}{(J_{3-2})^2} + \frac{W_3}{(0,5 J_3)^2} + \dots + \frac{W_n}{(J_{3-n})^2} \\
 PW_n &= \frac{W_1}{(J_{n-1})^2} + \frac{W_2}{(J_{n-2})^2} + \frac{W_3}{(J_{n-3})^2} + \dots + \frac{W_n}{(0,5 J_n)^2}
 \end{aligned}$$

Dalam hal ini :

$PW_1, PW_2, PW_3, \dots, PW_n$ = Potensi Wisata di lokasi 1, 2, 3,dan n

$W_1, W_2, W_3, \dots, W_n$ = Skor potensi wisata di lokasi 1,2,3,..... dan n

J_{1-2} = Jarak antara lokasi 1 dengan lokasi 2

J_{2-3} = Jarak antara lokasi 2 dengan lokasi 3

J_{n-1} = Jarak antara lokasi ke n dengan lokasi 1

J_1 = Jarak terdekat lokasi lain terhadap lokasi 1

J_2 = Jarak terdekat lokasi lain terhadap lokasi 2

J_n = Jarak terdekat lokasi lain terhadap lokasi n

Sebuah contoh berikut akan menjelaskan tentang hal di atas tentang Potensi Wisata di Kabupaten Jengjala. Di kabupaten tersebut terdapat 13 lokasi objek wisata. Hasil pengukuran jarak antar lokasi objek wisata dapat dilihat pada tabel 4.1. Hasil pengukuran dengan mempertimbangkan berbagai faktor diperoleh skor potensi wisata (W) pada setiap lokasi objek wisata seperti pada tabel 4.2. Dengan menggunakan rumus Potensi Wisata dapat dihitung besarnya potensi wisata (PW) untuk masing-masing lokasi objek wisata.

Tabel 4.1. Jarak Antar Lokasi Objek Wisata Di Kabupaten Jengjala.

LOKASI	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1	-	13	46	62	32	39	33	25	22	24	34	46	57
2	13	-	31	48	18	26	26	11	8	11	21	32	32
3	46	31	-	16	14	21	20	21	27	30	30	32	32
4	62	48	16	-	23	30	30	30	37	40	40	41	41
5	32	18	14	23	-	7	5,5	6	12	15	16	16	18
6	39	26	21	30	7	-	4	13	20	22,5	23	15	16
7	33	26	20	30	5,5	4	-	8	14	17	19	12	11
8	25	11	21	30	6	13	8	-	6	9	10	22	21
9	22	8	27	37	12	20	14	6	-	2,5	15	27	38
10	24	11	30	40	15	22,5	17	9	2,5	-	10,5	23	34
11	34	21	30	40	16	33	19	10	15	10,5	-	12	22
12	46	32	32	41	16	15	11	22	27	23	12	-	10
13	57	32	32	41	18	16	12	21	38	34	22	10	-

Tabel 4.2. Potensi Wisata Kabupaten Jengjala

LOKASI	W (skor)	Potensi Wisata (PW)	Persentase
1	190	1,96	1,17
2	175	20,49	12,29
3	180	7,89	4,73
4	150	4,76	2,86
5	210	48,42	29,06
6	170	61,69	37,02

7	168	68,56	41,15
8	195	44,02	26,41
9	200	166,62	100
10	195	165,29	99,2
11	185	15,9	9,53
12	182	14,7	8,92
13	160	12,33	7,40

Contoh Perhitungan PW

$$PW_{10} = \frac{190}{24^2} + \frac{175}{11^2} + \frac{180}{30^2} + \frac{150}{40^2} + \frac{210}{15^2} + \frac{170}{22,5^2} + \frac{168}{9^2} + \frac{195}{25^2} + \frac{200}{2,5^2} + \frac{195}{(0,5.2,5)^2} + \frac{185}{10,5^2} + \frac{182}{23^2} + \frac{160}{34^2}$$

$$= 165,29$$

$$PW_1 = \frac{190}{(0,5.13)^2} + \frac{175}{13^2} + \frac{180}{46^2} + \frac{150}{62^2} + \frac{210}{32^2} + \frac{170}{39^2} + \frac{168}{33^2} + \frac{195}{25^2} + \frac{200}{22^2} + \frac{195}{24^2} + \frac{185}{34^2} + \frac{182}{46^2} + \frac{160}{57^2}$$

$$= 1,96$$

$$PW_{13} = \frac{190}{57^2} + \frac{175}{32^2} + \frac{180}{32^2} + \frac{150}{41^2} + \frac{210}{18^2} + \frac{170}{16^2} + \frac{168}{12^2} + \frac{195}{21^2} + \frac{200}{38^2} + \frac{195}{34^2} + \frac{185}{22^2} + \frac{182}{10^2} + \frac{160}{(0,5.10)^2}$$

$$= 12,33$$

Setelah nilai potensi seluruh objek wisata dihitung, hasil perhitungan secara keseluruhan terdapat dalam Tabel 2, selanjutnya mengubah nilai potensi kedalam persen dengan ketentuan nilai potensi wisata terbesar diberi nilai 100 % (pada contoh di atas potensi lokasi wisata no 9). Langkah berikutnya adalah bekerja di atas peta dengan mengeplotkan semua lokasi ke dalam peta sekaligus menuliskan persentase pada masing-masing lokasi wisata. Dengan cara *logical contouring*, garis-garis potensi wisata dapat dibuat dengan interval sesuai dengan kebutuhan, misalnya dengan interval 10%, maka garis-garis potensi yang dibuat adalah 10 %, 20%, dan seterusnya hingga 90 %. Akhirnya akan diperoleh peta isopleth, dan dari peta tersebut dapat dilihat lokasi mana yang mempunyai isopleth paling rapat, tempat itu merupakan lokasi pilihan yang efektif dan efisien untuk penempatan fasilitas penunjang kepariwisataan. Apabila dengan menggunakan interval 10 % belum terlihat jelas, tentang lokasi yang dapat dipilih, maka dapat dibuat garis-garis potensi lagi dengan interval yang lebih kecil, misalnya 5 %. Pembuatan garis potensi dengan interval 5 % ini cukup digambar diantara garis potensi puluhan, misalnya garis potensi 15 %, dibuat garis potensi diantara 10% dan 20 %, begitu seterusnya.

Penentuan lokasi dengan cara seperti di atas, hanya mempertimbangkan jarak dan potensi lokasi objek wisata, hal ini dipandang kurang lengkap jika tidak mempertimbangkan faktor yang lain. Sebagai contoh, apabila lokasi yang didapat untuk fasilitas penunjang kepariwisataan kebetulan merupakan daerah rawa-rawa, atau lereng terjal, apakah akan dipaksakan di lokasi ini, yang tentunya akan memerlukan biaya lebih mahal dan menanggung resiko lebih tinggi. Oleh karena itu faktor lain seperti topografi, penggunaan lahan, batuan, keairan dan sebagainya perlu dijadikan bahan pertimbangan.

4.5. TEORI KUTUB PERTUMBUHAN

Teori Kutub Pertumbuhan dikembangkan untuk mencari salah satu lokasi yang dapat dijadikan pusat pertumbuhan suatu wilayah dan terjadi efek pertumbuhan kepada lokasi-lokasi yang berada di sekitarnya. Dalam pengembangan kepariwisataan, karena alasan tertentu akan menggunakan teori kutub pertumbuhan ini yang mestinya pengembangan harus dilakukan bersama, satu lokasi objek wisata akan dipilih menjadi pusat pertumbuhan kepariwisataan dan diharapkan akan terjadi perkembangan lokasi objek wisata yang lain di sekitarnya pada waktu berikutnya. Terdapat kelebihan maupun kekurangan dalam penerapan teori kutub pertumbuhan pada bidang kepariwisataan.

Lokasi objek wisata yang akan dijadikan pusat pertumbuhan kepariwisataan di suatu daerah memerlukan persyaratan tertentu yakni mempunyai potensi untuk tumbuh secara maksimal dibandingkan dengan lokasi objek wisata yang lain. Untuk mengetahui besar-kecilnya potensi wisata dapat digunakan beberapa indikator potensi yang meliputi potensi fisik dan non fisik yang dimiliki oleh suatu lokasi objek wisata. Indikator-indikator tersebut adalah seperti berikut.

- Atraksi, merupakan faktor utama yang dapat digunakan untuk mengetahui besar kecilnya potensi melalui jumlah wisatawan yang pernah mengunjunginya, makin besar jumlah wisatawan yang pernah berkunjung berarti makin tinggi potensi wisatanya. Dimungkinkan dengan besarnya jumlah wisatawan yang berkunjung cukup banyak menunjukkan bahwa atraksi yang ada disukai wisatawan. Dengan melakukan wawancara terhadap wisatawan akan memperoleh data yang lebih akurat lagi tentang besarnya daya tarik atraksi yang ada, pengukuran daya tarik atraksi dapat dilakukan secara kuantitatif maupun kualitatif.
- Kondisi alam, merupakan faktor penting yang harus dipertimbangkan dalam pengembangan kepariwisataan; misalnya lahan yang cukup luas, lokasi objek wisata tidak berbaur dengan permukiman penduduk, iklim, topografi dan penggunaan yang sesuai maka akan lebih mudah untuk pengembangan atraksi-atraksi tambahan. Disamping itu juga ketersediaan air

yang cukup untuk kebutuhan wisatawan dan resiko yang kecil bahkan tidak resiko terhadap bencana alam.

- Sumberdaya Manusia, merupakan faktor yang sangat penting karena manusia dalam hal ini sebagai perencana, pengelola, dan pemelihara objek wisata agar sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Sumberdaya manusia yang lebih baik diharapkan akan lebih mampu dalam mengembangkan dan mempertahankan keberadaan objek wisata yang ditanganinya. Sumberdaya Manusia dalam hal ini adalah semua orang yang terlibat dalam pengembangan objek wisata, pengukuran sumberdaya ini meliputi aspek kualitatif maupun kuantitatif.
- Perilaku Masyarakat, faktor ini berkaitan dengan keterlibatan masyarakat dalam memberi rasa aman dan nyaman kepada wisatawan yang berkunjung. Faktor keamanan merupakan hal yang sangat penting dalam menarik wisatawan untuk berkunjung. Masyarakat dalam hal ini adalah pedagang di dalam kawasan wisatawan ataupun penduduk yang tinggal di sekitar kawasan objek wisata.
- Aksesibilitas antar Objek Wisata, aksesibilitas dimaksudkan untuk memberi gambaran kepada wisatawan tentang mudah tidaknya wisatawan untuk berpindah atau bergerak dari objek wisata yang satu ke objek wisata yang lain. Mudah tidaknya objek wisata untuk diakses sangat tergantung dari jarak antar objek wisata, dan kondisi di perjalanan yang akhirnya akan berpengaruh terhadap waktu maupun biaya. Pengukuran aksesibilitas pada umumnya hanya menggunakan jarak, namun akan lebih baik digabung dengan waktu dan biaya perjalanan.
- Perilaku Wisatawan, berbagai latar belakang dan karakter wisatawan yang berkunjung dapat berdampak pada wisatawan lain yang sama-sama berkunjung sehubungan dengan perilakunya. Hal ini berkaitan dengan situasi yang dapat mengganggu kenyamanan dan keamanan, maupun kepuasan wisatawan yang lain, misalnya dengan adanya pencurian, pencopetan, perkelahian, perusakan benda-benda di lokasi objek wisata yang dilakukan oleh wisatawan.

Masing-masing indikator seperti tersebut di atas, dapat ditambah dan diperinci lagi untuk mendapatkan gambaran potensi lokasi objek wisata yang lebih mendekati kebenaran. Untuk lebih mudah melakukan analisis, data hasil pengukuran seluruh indikator selanjutnya dianalisis dengan teknik skoring dan ranking. Langkah selanjutnya adalah membandingkan skor total seluruh indikator yang digunakan untuk mengetahui potensi wisata terbesar. Skor terbesar adalah lokasi yang terpilih sebagai pusat pertumbuhan pariwisata, dan di tempat inilah dimulainya pengembangan kepariwisataan untuk seluruh kawasan.

Dengan pengembangan kepariwisataan yang diawali dari di pusat pertumbuhan terpilih, diasumsikan akan terjadi perkembangan dan pertumbuhan objek wisata yang lain karena mendapat pengaruh dari pusat pertumbuhan. Perkembangan kepariwisataan akan dimulai dari pusat pertumbuhan selanjutnya dapat menjalar ke objek wisata yang lain karena didasari atau dioperasikannya 3 konsep pengembangan yaitu *leading industry*, *polarization*, dan *spread effect*. Penjelasan dari ke tiga konsep tersebut adalah seperti berikut.

- Konsep ***Leading Industry***

Konsep ini didasari pemikiran bahwa pada lokasi objek wisata terjadi berbagai kegiatan atau aktivitas kepariwisataan berupa industri pariwisata. Kegiatan kepariwisataan di tempat ini dapat tumbuh dan berkembang lebih lanjut karena potensi wisatanya yang besar dan kegiatan pengembangan kepariwisataan memang disengaja di tempat ini yakni untuk dijadikan pusat pertumbuhan. Dengan mempertimbangkan banyak hal, berbagai macam cara harus dilakukan pengembangan potensi yang ada dengan maksud bahwa lokasi objek wisata terpilih akan menjadi pusat pertumbuhan dan berkembang lebih lanjut sehingga dapat menjadi pendorong pertumbuhan objek wisata yang lain. Pusat pertumbuhan berarti menjadi tempat yang unggul dan menjadi pemimpin untuk perkembangan kepariwisataan pada objek wisata yang lain. Indikator berkembangnya lokasi objek wisata ditandai oleh bertambahnya jumlah wisatawan/pengunjung dari waktu ke waktu, karena pada hakekatnya pengembangan kepariwisataan bertujuan meningkatkan daya tarik atraksi yang dikembangkan yang berdampak pada jumlah wisatawan yang berkunjung.

- Konsep ***Polarization***

Konsep ini didasarkan pada pemikiran bahwa suatu jenis kegiatan akan maju dan berkembang bersama apabila kegiatan masing-masing mempunyai karakter atau identitas yang berbeda. Pada kegiatan yang berbeda tersebut tidak akan terjadi persaingan tetapi justru akan terjadi kerjasama yang menguntungkan karena saling membutuhkan. Dalam pengembangan kepariwisataan bersama, konsep polarisasi diterapkan pada objek-objek wisata dengan karakter atraksi yang tidak sama, terutama dengan atraksi pada pusat pertumbuhan. Dengan adanya perbedaan atraksi pada masing-masing objek wisata maka akan terjadi interaksi antara objek wisata yang satu dengan yang lain berupa gerakan wisatawan antar objek wisata. Wisatawan akan lebih tertarik mengunjungi lokasi objek-objek wisata yang berbeda-beda atraksinya daripada lokasi objek-objek wisata yang sama.

- Konsep ***Spread Effect***

Konsep ini didasarkan pada pemikiran bahwa kegiatan pada pusat pertumbuhan akan mempengaruhi kegiatan pada lokasi lain yang belum berkembang. Dalam pengembangan

kepariwisataan, selain pusat pertumbuhan, tempat kegiatan kepariwisataan juga terjadi pada lokasi objek-objek wisata lain berbeda karakter yang belum begitu berkembang dan berada di sekitar pusat pertumbuhan. Antara lokasi pusat pertumbuhan dengan lokasi objek wisata yang lain akan terjadi penawaran dan permintaan wisatawan, namun pusat pertumbuhan akan lebih banyak memberi daripada meminta mengingat jumlah wisatawan lebih banyak dan mungkin berlebih. Dengan mengalirnya wisatawan dari lokasi pusat pertumbuhan ke lokasi objek-objek wisata di sekitarnya yang belum berkembang maka akan membantu pertumbuhan dan perkembangan objek-objek wisata tersebut. Hal itu berarti terjadi penyebaran wisatawan dari pusat pertumbuhan ke objek wisata di sekitarnya, akan cepat terjadi apabila jarak antar objek wisata relatif dekat atau mudah dijangkau.

Di bawah ini sebuah contoh penerapan teori kutub pertumbuhan pada pengembangan kepariwisataan di Kabupaten Astinapura. Untuk mengetahui dimana lokasi objek wisata yang akan dijadikan pusat pertumbuhan, terlebih dahulu dilakukan pengukuran berbagai indikator kepariwisataan pada masing-masing lokasi objek wisata yang berbeda atraksi. Data hasil pengukuran dan observasi indikator kepariwisataan di masing-masing lokasi objek wisata tercantum pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3. Data Hasil Pengukuran Indikator Potensi Wisata di Kab. Astinapura

Lokasi Indikator	Taman Maerokoco	Makam Raja Astinapura	Telaga Pancawarna	Hutan Wis. Dandaka	Goa Kiskendo
1. Luas Kawasan (Ha)	3	2	20	100	25
2. Rerata Pendidikan Pengel.	12	13	14	12	14
3. Kejadian Kriminal (per bln)	2	0	4	1	3
4. Bencana Alam (per tahun)	0	0	1	0	1
5. Juml. Wisatawan (per thn)	60.000	75.000	40.000	36.000	30.000
6. Jarak rerata antar objek (km)	14	6	17	8	10
7. Potensi Air (m ³ /detik)	10	2	3	7	6
8. Jarak dari lokasi Permukiman (km)	1	0,5	5	3	8
9. Jumlah Sampah (gr/m ²)	4	1	6	5	2

Selanjutnya dari data indikator tersebut dibuat peringkatnya untuk setiap lokasi objek wisata untuk masing-masing indikator dan setiap peringkat dilakukan penskoran. Apabila ada nilai yang sama untuk beberapa lokasi objek wisata maka peringkatnya dibuat sama dengan merata-ratakannya sehingga skor yang diperoleh masing-masing lokasi akan sama. Untuk menentukan skor digunakan ketentuan sebagai berikut.

- Makin luas kawasan makin tinggi skornya
- Makin tinggi rata-rata pendidikan pengelola makin tinggi skornya
- Makin banyak jumlah kejadian kriminal makin rendah skornya
- Makin banyak terjadi bencana alam makin rendah skornya
- Makin dekat jarak rata-rata antar objek wisata makin tinggi skornya
- Makin tinggi potensi air yang terdapat makin tinggi skornya
- Makin dekat jarak antara lokasi objek wisata dengan permukiman makin rendah skornya.
- Makin sedikit jumlah sampah yang terdapat makin tinggi skornya.

Dengan menggunakan ketentuan seperti tersebut di atas, pemeringkatan/ranking serta skoring pada setiap indikator maka jumlah skor untuk masing-masing objek wisata dapat dilihat dalam Tabel 4.4.

Tabel 4.4. Data Hasil Pengukuran Indikator Potensi Wisata di Kab. Astinapura

Lokasi Indikator	Taman Maerokoco			MakamRaja Astinapura			Telaga Pancawarna			Hutan Wis. Dandaka			Goa Kiskendo		
		Rk	Skr		Rk	Skr		Rk	Skr		Rk	Skr		Rk	Skr
Luas Kawasan (Ha)	3	4	2	2	5	1	20	3	3	100	1	5	25	2	4
Rerata Pendi- dikan Pengel.	12	4& 5	1,5	13	3	3	14	1& 2	4,5	12	4& 5	1,5	14	1& 2	4,5
Kejadian Kri- minal (per bln)	2	3	3	0	1	5	4	5	1	1	2	4	3	4	2
Bencana Alam (per tahun)	0	1,2, 3	4	0	1, 2, 3	4	1	4, 5	1,5	0	1,2, 3	2	1	4.5	1,5
Juml. Wisata- wan (per thn)	60. 000	2	4	75. 00 0	1	5	40 000	3	3	36. 000	4	2	30. 000	5	1
Jarak rerata an tar objek (km)	14	4	2	6	1	5	17	5	1	8	2	4	10	3	3

Potensi Air (m ³ /detik)	10	1	5	2	5	1	3	4	2	7	2	4	6	3	3
Jarak dari lokasi Permukiman (km)	1	2	4	0,5	1	5	5	4	2	3	3	3	8	5	1
Jumlah Sampah (gr/m ²)	4	3	3	1	1	5	6	5	1	5	4	2	2	2	4
Jumlah Skor			28,5			34			19			26			24

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, skor paling besar diperoleh lokasi Makam Raja-raja Astinapura yaitu 34, sehingga lokasi objek wisata inilah yang dijadikan pusat pertumbuhan wisata di Kabupaten Astinapura. Selanjutnya segala daya dan upaya dilakukan untuk mengembangkan lokasi objek wisata Makam Raja-raja, dan diharapkan akan terjadi efek penyebaran (*spread effect*) yakni gerakan wisatawan ke lokasi objek wisata lain. Agar supaya efek penyebaran dapat terjadi diperlukan kerjasama semua pihak yang terlibat dalam pengembangan kepariwisataan di kabupaten Astinapura, dalam hal ini lokasi objek wisata yang lain memerlukan bantuan perencanaan dan pengembangan atraksi yang lebih menarik agar mampu menarik wisatawan dari pusat pertumbuhan. Perlu dihindari terjadinya *back wash effect* yang akan merugikan lokasi objek wisata lain namun lebih menguntungkan pusat pertumbuhan karena terbangun terlebih dahulu. Untuk menarik wisatawan dari pusat pertumbuhan perlu mengembangkan atraksi lain yang berbeda dan menarik.

Cara lain untuk menentukan skor dengan membuat ketentuan terlebih dahulu untuk setiap nilai pada semua indikator yang digunakan. Misalnya skor 1 untuk luas kawasan kurang dari 1 ha, skor 2 untuk luas kawasan antara 1-3 ha, skor 3 untuk luas kawasan 3-5 ha, dan seterusnya. Untuk jumlah sampah yang berserakan dapat diberi skor 1 untuk jumlah sampah lebih dari 8 gram/m², skor 2 untuk jumlah sampah antara 6-8 gram/m², skor 3 untuk jumlah sampah 4-6 gram/m², skor 4 untuk jumlah sampah 2-4 gram/m², dan skor 5 untuk jumlah sampah kurang dari 2 gram/m², begitu seterusnya untuk indikator yang lain.

Cara yang lain lagi dapat digunakan untuk penskoran yakni dengan membuat kelas-kelas berdasarkan nilai tertinggi dan nilai terendah pada setiap indikator, kelas yang dibuat berdasarkan keinginan namun jangan terlalu sedikit atau terlalu banyak. Sebagai contoh pada luas kawasan wisata dengan luas terendah 2 ha dan sedangkan luas tertinggi 100 ha, dengan menggunakan 5 kategori, skor-skor yang dapat dibuat adalah skor 1 untuk luas kawasan 1-20

ha, skor 2 untuk luas kawasan 21-40 ha, skor 3 untuk luas kawasan 41-60 ha, skor 4 untuk luas kawasan 60-80 ha, dan skor 5 untuk luas kawasan 81-100 ha. Dengan cara yang sama dapat dibuat skor untuk indikator yang lain, dan sebagai catatan jumlah kategori yang harus digunakan untuk semua indikator harus sama jumlahnya.

4.6. KESESUAIAN LAHAN / OVERLAY PETA

Untuk mengetahui dimana lokasi-lokasi di permukaan bumi yang sesuai atau paling tepat digunakan untuk kegiatan kepariwisataan digunakan analisis kesesuaian lahan. Analisis ini dapat difungsikan apabila kegiatan kepariwisataan yang telah ditentukan, dipengaruhi oleh karakteristik alam. Dari berbagai macam karakteristik alam tersebut dapat dibuat berbagai macam peta yang selanjutnya ditumpang tindihkan (tumpang susun, overlay) yang nantinya akan menghasilkan peta baru yang menunjukkan lokasi untuk kegiatan kepariwisataan yang diinginkan.

Berbagai macam peta yang dibutuhkan seperti di atas pada dasarnya merupakan struktur keruangan dari masing-masing karakter alam. Misalnya peta jenis tanah, di dalam peta tersebut akan terpetakan lokasi setiap jenis tanah yang di suatu wilayah, dan akan dapat diketahui luasan setiap jenis tanah. Pada peta kemiringan lereng, akan dapat diketahui lokasi lereng terjal, lereng landai, datar beserta luasan masing-masing kelas lereng di suatu wilayah. Dari struktur keruangan tersebut akan dapat diketahui pola keruangan yang terbentuk untuk masing-masing karakter, misalnya persebaran lereng terjal membentuk pola menyebar, jenis tanah alluvial membentuk pola linier, dan sebagainya.

Sebagai contoh dalam penggunaan analisis kesesuaian lahan dalam kaitannya dengan kegiatan kepariwisataan pengembangan daerah pantai adalah untuk kegiatan *wind surfing* (selancar angin). Untuk keperluan tersebut diperlukan persyaratan tertentu agar supaya kegiatannya dapat berlangsung dalam jangka waktu lama dan tidak membahayakan wisatawan pada waktu melaksanakan kegiatannya. Persyaratan yang diperlukan meliputi kecepatan tiupan angin, batuan, topografi pantai khususnya kemiringan, jangkauan gelombang air laut sampai ke daratan. Dari data persyaratan fisik tersebut dibuat peta distribusi keruangan masing-masing sehingga akan diketahui struktur keruangan dari masing-masing karakter. Pada daerah pantai yang dikembangkan akan diperoleh peta topografi yang menggambarkan lokasi dan luasan topografi datar, topografi landai, topografi agak curam, dan topografi curam sesuai dngan kondisi pantai yang ada. Pada peta batuan akan diketahui lokasi dan luasan masing-masing jenis batuan yakni pasir halus, pasir kasar, kerikil, kerakal, dan sebagainya. Pada peta jangkauan gelombang akan diketahui lokasi dan luasan jangkauan

gelombang dengan puncak gelombang lebih dari 15 cm, antara 1- 15 cm, dan tidak pernah terkena gelombang air laut. Pada karakter tiupan angin akan diketahui distribusi keruangan kecepatan angin maupun arah angin.

Peta-peta yang telah dibuat selanjutnya ditumpang tindihkan (overlay) sehingga akan diperoleh peta baru yang menggambarkan karakter pantai yang meliputi berbagai seri karakter pantai tersebut. Hasil tumpang tindih peta-peta tersebut akan menunjukkan lokasi dan luasan yang sangat sesuai, sesuai, kurang sesuai, dan tidak sesuai untuk wind surfing. Untuk mengetahui tingkat kesesuaian tersebut diperlukan kriteria kesesuaian lahan untuk wind surfing sesuai persyaratan yang ada.

Contoh lain, untuk pengembangan kepariwisataan pada aliran sungai misalnya arung jeram (rafting). Pada aktivitas ini dibedakan menjadi beberapa kelas dari kelas yang paling sulit sampai ke kelas paling mudah. Untuk membedakan masing-masing kelas diperlukan kondisi jalur sungai tentang aliran sungai, kondisi batuan, kemiringan sungai, lebar sungai, belokan sungai, sehingga dapat dibuat peta jalur sungai untuk masing-masing kondisi. Misalnya peta jalur sungai untuk kondisi aliran dapat dibedakan menjadi aliran besar, sedang, kecil, banyak sedikitnya jeram, banyak sedikitnya pusaran air, kondisi batuan dibedakan menjadi ukuran batu besar, sedang kecil, keteraturan persebaran batuan, dan sebagainya. Overlay semua peta tersebut akan diperoleh berbagai macam kelas arung jeram sesuai dengan persyaratan yang ditentukan. Dalam satu sungai dimungkinkan terbentuk beberapa jalur dengan kelas yang berbeda atau satu jalur sungai hanya satu kelas. Perlu dipertimbangkan pula tentang bentuk daerah aliran sungai untuk mengetahui karakteristik banjir yang dapat terjadi sehubungan dengan hujan yang jatuh di daerah hulu sungai. Beberapa kegiatan pariwisata yang lain dapat menggunakan overlay peta untuk pengembangannya seperti jalur hiking, lokasi camping ground, surfing, dan sebagainya dengan persyaratan masing-masing.

4.7. ANALISIS STATISTIK

Dalam kepariwisataan beberapa analisis statistik dapat diterapkan pada pendekatan georafis, misalnya korelasi, regresi, chi kuadrat dan sebagainya, terutama untuk pendekatan keruangan dan pendekatan ekologis, namun tidak mungkin untuk semua tema. Dengan teknik analisis statistik, kaitan antar variabel dapat diketahui secara lebih tegas dalam menyatakan bagaimana pengaruh maupun hubungan antar antar variabel, analisis statistik dapat pula digunakan untuk menganalisis dampak perkembangan pariwisata. Di bawah ini diberikan beberapa contoh penggunaan analisis statistik untuk analisis keruangan dan ekologis.

Contoh 1. Di suatu kawasan objek wisata yang telah berkembang, telah banyak keluar masuk kendaraan bermotor dalam rangka mengantar wisatawan, sehingga berpengaruh terhadap kebersihan udara di kawasan wisata dan sekitarnya. Di dekat kawasan tersebut terdapat permukiman penduduk yang cukup padat dan penduduknya bekerja di sektor pariwisata untuk melayani kebutuhan wisatawan. Akhir-akhir ini sering dijumpai adanya kasus penyakit saluran pernafasan (ISPA) di tempat tersebut. Dari hasil kajian tentang penyakit ISPA telah terbukti bahwa penyebabnya adalah debu, CO₂ dan SO, yang berasal dari berbagai sumber diantaranya adalah asap kendaraan bermotor. Selanjutnya ingin diketahui apakah ada pengaruh polusi udara akibat polutan yang dikeluarkan kendaraan yang lalu lalang di kawasan wisata terhadap penyakit ISPA yang dialami penduduk di sekitar kawasan objek wisata. Langkah selanjutnya adalah pengukuran kadar polutan dan kejadian sakit ISPA pada saat yang sama, kadar polutan yang diukur adalah kandungan debu, SO, dan CO₂.

Selanjutnya data hasil pengukuran kadar polutan di beberapa tempat di permukiman dan jumlah penduduk yang terserang penyakit ISPA dalam waktu satu tahun dianalisis ada tidaknya hubungan dan pengaruh antara keduanya dengan korelasi regresi. Jumlah penduduk yang terserang ISPA sebagai variabel dependen (Y) dan kadar polutan udara sebagai variabel independen (X), dalam hal ini kandungan debu sebagai X₁, kandungan SO sebagai X₂, dan kandungan CO₂ sebagai X₃. Variasi nilai X dan Y berdasarkan durasi waktu yang sama baik mingguan atau bulanan sehingga untuk waktu waktu satu tahun diperoleh variasi data sebanyak 54, sedangkan untuk bulanan sebanyak 12 variasi data. Perlu diketahui bahwa jumlah penduduk yang terserang ISPA (Y) untuk mingguan merupakan jumlah penduduk yang terserang dalam waktu seminggu yang pengukurannya dimulai dari minggu pertama sampai minggu ke 54, begitu pula dengan Y untuk waktu bulanan. Sedangkan untuk kadar polutan, karena pengukurannya dilakukan di beberapa tempat maka dilakukan perhitungan rata-rata mingguan atau bulanan untuk masing-masing jenis polutan. Dari data yang diperoleh dapat dibuat tabel 4.5..seperti berikut.

Tabel 4.5. Perhitungan Korelasi dan Regresi untuk Data Bulanan

No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Y												
X1												
X2												
X3												

Selanjutnya apabila ke dalam tabel seperti di atas diisikan data masing-masing variabel akan dapat dihitung nilai korelasi dan regresinya sehingga akan dapat diketahui apakah terdapat hubungan dan pengaruh yang signifikan dari bahan-bahan polutan yang dikeluarkan kendaraan bermotor terhadap penyakit ISPA yang dihadapi penduduk.

Jika terdapat pengaruh yang signifikan, dapat dilakukan langkah-langkah tertentu untuk mengurangi bahkan meniadakan kejadian penyakit ISPA, namun tidak meniadakan kepariwisataan atau meminta penduduk untuk melakukan pencegahan sendiri. Jika hal ini dilakukan dampak yang sangat merugikan penduduk dan kepariwisataan akan terjadi, langkah yang dapat dilakukan misalnya dengan membatasi jumlah kendaraan yang masuk apabila terbukti sudah melebihi daya dukung lingkungannya, atau penggunaan kendaraan yang ramah lingkungan. Apabila terbukti bahwa kegiatan pariwisata tidak berpengaruh terhadap kejadian penyakit ISPA, maka penduduk yang harus melakukan sendiri untuk melakukan pencegahan atau penyembuhan penyakit yang dialaminya.

Contoh 2. Di kawasan hutan yang juga merupakan habitat burung, saat ini sering terjadi kehilangan suara kicauan burung sebagai penghuni hutan tersebut. Sementara itu, di hutan tersebut seringkali digunakan untuk kegiatan perkemahan, dan banyak sekali kegiatan yang dilakukan oleh orang yang berkemah sehingga dimungkinkan mengganggu lingkungan tempat hidup burung. Ingin diketahui apakah dengan adanya kegiatan kamping tersebut berpengaruh terhadap populasi burung yang ada kawasan hutan tersebut. Selanjutnya dilakukan penelitian dengan menghitung jumlah orang yang berkemah dan jumlah burung yang ada di kawasan hutan tersebut setiap 1 minggu sekali selama 6 bulan. Hasil penelitian tersebut dapat disusun seperti dalam tabel di bawah ini, dengan Y menunjukkan jumlah burung dan X menunjukkan jumlah kelompok kemah. Selanjutnya ingin diketahui adakah hubungan dan pengaruh jumlah kelompok perkemahan terhadap populasi burung. Hasil penelitian selama 6 bulan dapat disusun dalam tabel 4.6. seperti di bawah ini.

Tabel 4.6. Hasil Pengukuran Jumlah Kelompok Kemah (X) dan Populasi Burung (Y).

Pengukuran	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	-	-	-	-	-	-	23	24
Y																		
X																		

Hasil pengukuran setiap 2 minggu sekali selama 6 bulan dimasukkan ke dalam tabel 4.6. seperti di atas, selanjutnya dilakukan perhitungan untuk mengetahui nilai koefisien korelasi dengan menggunakan rumus Korelasi Product Moment. Selanjutnya untuk

mengetahui hubungan antar variabel dapat dilihat tanda positif atau negatif pada nilai r pada hasil perhitungan, sedangkan kekuatan hubungan dapat diketahui dari nilai hasil perhitungan korelasi (r) yang kemudian dibandingkan dengan nilai r dibawah ini.

$r = + 1$	= hubungan positif sempurna
$r = - 1$	= hubungan negatif sempurna
$r = 0,00$	= tidak ada hubungan samasekali
$r = 0,01 - 0,09$	= hubungan diabaikan
$r = 0,10 - 0,29$	= hubungan sangat lemah
$r = 0,30 - 0,49$	= hubungan lemah
$r = 0,50 - 0,69$	= hubungan sedang
$r = 0,70 - 0,84$	= hubungan kuat
$r = 0,85 - 0,99$	= hubungan sangat kuat (Kusumayadi dan Sugiarto, 2000)

Catatan : apabila korelasi bernilai positif berarti makin naik X maka nilai Y juga naik, atau apabila nilai turun maka nilai Y juga turun. Sebaliknya apabila nilai r negatif berarti makin naik X maka nilai Y makin turun, semakin turun nilai X maka semakin naik nilai Y.

Contoh 3. Di suatu kabupaten terdapat terdapat objek-objek wisata yang telah berkembang, yang ditunjukkan dengan jumlah wisatawan yang terus bertambah. Telah terjadi interaksi antara wisatawan dengan masyarakat setempat, namun seiring dengan perkembangan waktu sikap masyarakat mengalami perubahan, yang semula sambutan masyarakat sangat antusias terhadap wisatawan sekarang beragam sambutannya. Sebagian masih menyambut dengan antusias sebagian lagi mulai apatis tergantung dari jumlah wisatawan yang berkunjung, hal itu dimungkinkan dapat terjadi karena faktor gangguan yang ditimbulkan oleh perilaku para wisatawan. Ingin diketahui apakah ada hubungan yang signifikan antara sikap masyarakat terhadap jarak objek wisata dengan tempat tinggalnya sehubungan dengan dampak yang ditimbulkan akibat perkembangan kepariwisataan di suatu wilayah.

Langkah selanjutnya adalah melakukan pembagian wilayah berdasarkan desa yang ada di kabupaten tersebut. Beberapa sampel penduduk digunakan untuk mengetahui sikapnya terhadap kedatangan wisatawan apakah bersikap *euphoria* (sikap baik), *apatthy* (sikap yang biasa), *annoyance* (sikap merasa terganggu), *antagonism* (sikap tidak senang) untuk setiap desa. Sikap masyarakat desa diwakili oleh sikap yang terbanyak dipilih oleh penduduk yang dijadikan sampel, sehingga setiap desa hanya mempunyai satu sikap. Untuk mengetahui jarak dilakukan pengukuran dari setiap pusat desa ke objek wisata terdekat yang selanjutnya dapat

dikelompokkan menjadi jarak sangat dekat, dekat, sedang, jauh, dan sangat jauh. Hal itu dilakukan karena diasumsikan bahwa jarak paling dekatlah yang akan terjadi interaksi paling intens antara wisatawan dengan penduduk setempat, sehingga pengaruh paling besar terjadi pada penduduk yang jaraknya paling dekat dengan objek wisata. Data yang diperoleh dapat dianalisis menggunakan chi kuadrat untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh jarak terhadap sikap masyarakat dalam menerima wisatawan yang berkunjung. Perhitungan chi kuadrat dilakukan dengan memasukkan data hasil penelitian ke dalam tabel 4.7. seperti di bawah ini.

Tabel. 4.7. Hubungan antara Sikap Penuduk dan Jarak Tempat Tinggal.

Jarak \ Sikap	Sangat Dekat	Dekat	Sedang	Jauh	Sangat Jauh
Euphoria					
Apathy					
Annoyance					
Antagonism					

Setelah data hasil penelitian dimasukkan ke dalam tabel 4.7. seperti di atas selanjutnya melakukan perhitungan untuk memperoleh nilai Chi Kuadrat. Dengan menggunakan nilai signifikansi yang telah ditentukan akan dapat diketahui nilai Chi Kuadrat hasil perhitungan menunjukkan adanya hubungan antara jarak tempat tinggal dengan sikap masyarakat terhadap kedatangan wisatawan atau tidak ada hubungan. Jika terdapat hubungan yang signifikan, besar kecilnya hubungan atau kekuatan hubungan dapat diketahui dengan rumus Koefisien Kontingensi. Bagaimana hubungan yang terjadi, apakah makin dekat jarak antara rumah tempat tinggal dengan lokasi objek wisata mengakibatkan sikap masyarakat makin tidak menerima kedatangan wisatawan atau sebaliknya.

Contoh 4. Penggunaan analisis Chi Kuadrat juga dapat digunakan untuk mengetahui efektivitas penggunaan media promosi yang dilakukan di suatu wilayah. Promosi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk menyampaikan informasi, oleh karena itu media promosi yang digunakan harus tepat yakni sesuai dengan kondisi masyarakat yang dituju agar supaya tepat sasaran dan dapat diterima oleh masyarakat. Keberhasilan promosi yang telah dilakukan ditunjukkan oleh jumlah kunjungan wisatawan dari wilayah tersebut yang selalu meningkat.

Untuk mencapai hal tersebut diperlukan penelitian tentang kesukaan masyarakat dalam mencari informasi pariwisata. Ingin diketahui kesukaan masyarakat di suatu kabupaten

tentang media promosi yang yang dimanfaatkan untuk mendapatkan informasi pariwisata. Struktur penduduk dapat digunakan untuk melakukan penelitian, misalnya jenis pekerjaan, penghasilan, tingkat pendidikan dan sebagainya. Sebagai contoh misalnya menggunakan jenis pekerjaan sebagai dasar penelitian, maka jenis pekerjaan yang digunakan adalah Buruh, Petani, Pegawai Negeri, Pegawai Swasta, Jasa, dan Wiraswasta. Apabila dalam penelitian menggunakan sampel sebanyak 600 orang, maka setiap jenis pekerjaan memerlukan 100 orang sebagai sampel penelitian. Sebanyak masing-masing 100 sampel tersebut tersebar di setiap kecamatan dengan jumlah sampel secara proporsional sesuai dengan struktur jenis pekerjaan di setiap kecamatan. Selanjutnya setiap sampel ditanyakan tentang kesukaannya dalam mendapatkan informasi pariwisata apakah menggunakan Mass Media, Sales Support atau Public Relation. Data hasil penelitian selanjutnya dimasukkan ke dalam tabel 4.8. seperti di bawah ini.

Tabel 4.8. Hubungan antara jenis pekerjaan dengan Media Promosi

Jenis Pek. Media Prom.	Buruh	Petani	Pegawai Pemerintah	Pegawai Swasta	Jasa	Wira- swasta	Jumlah
Mass Media	10	20	30	50	40	30	185
Sales Support	80	70	60	30	40	40	315
Public Relation	10	10	10	20	20	30	100
Jumlah	100	100	100	100	100	100	600

Dari tabel 4.8. tersebut di atas selanjutnya dianalisis dengan menggunakan Chi Kuadrat, dari hasil perhitungan menunjukkan bahwa nilai Chi Kuadrat yang diperoleh lebih besar dari batas teoritik atas dasar signifikansi 1 %. Kesimpulannya adalah ada hubungan sangat nyata antara kelompok pekerja dan cara memperoleh informasi pariwisata atau ke enam kelompok pekerja tersebut berbeda secara signifikan dalam memperoleh informasi pariwisata. Secara umum masyarakat di kabupaten tersebut lebih menyukai sales suport dalam mendapatkan informasi pariwisata. Oleh karena itu promosi yang harus digunakan untuk menyampaikan informasi pariwisata di kabupaten tersebut akan berhasil jika menggunakan Sales Support. jika didapatkan tidak signifikan berarti. Sebagai catatan, jika di dalam perhitungan diperoleh hasil tidak signifikan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan jenis media promosi tertentu tidak dapat memberikan keberhasilan secara pasti, karena tidak ada perbedaan dalam cara memperoleh informasi pariwisata. Dengan kata lain,

penggunaan jenis media promosi yang dipilih untuk melakukan promosi pariwisata tidak akan memberikan hasil yang signifikan dalam menarik wisatawan.

Jika ingin diketahui lebih terperinci lagi, jenis promosi dapat diperinci lagi mejadi bermacam-macam jenis misalnya televisi, radio, surat kabar yang merupakan kelompok mass media, sedangkan leaflet, brosur, baliho masuk ke dalam kelompok sales support. Begitu pula dengan karakteristik penduduk, dapat digunakan kaarakter yang lebih detail lagi, misalnya karakter pekerjaan dapat dipisahkan atas tingkat penghasilan atau tingkat pendidikan. Untuk analisis tersebut digunakan Chi Kuadrat dengan banyak sel.

4.8. LATIHAN

1. Pengembangan pusat pertumbuhan dioperasikan berdasarkan beberapa konsep. Sebutkan dan jelaskan masing-masing konsep tersebut.
2. Pada penerapan teori titik henti, apabila sudah diperoleh lokasi tempat untuk fasilitas penunjang kepariwisataan, apakah sudah dapat dipastikan untuk pembangunan fasilitas tersebut. Jelaskan pendapat anda.
3. Model gravitasi dan Potensi lokasi wisata serta teori titik henti sama-sama digunakan untuk menentukan lokasi tempat dibangunnya fasilitas penunjang kepariwisataan. Jelaskan kelebihan dan kekurangan masing-masing.
4. Pada penerapan model gravitasi dan interaksi dalam ruang, bagaimana cara menginterpretasikan hasil perhitungan yang telah didapat.
5. Pada penerapan teori kutub pertumbuhan, objek-objek wisata yang dipilih untuk dikembangkan mempunyai karakteristik tertentu. Karakteristik baagaimana yang diperlukan dan apa sebabnya. Jelaskan jawaban anda.
6. Pada penerapan model gravitasi dan potensi lokasi wisata, bagaimana caranya menentukan lokasi yang sesuai untuk digunakan sebagai tempat fasilitas penunjang kepariwisataan.
7. Berikan contoh permasalahan kepariwisataan yang berkaitan dengan penggunaan overlay peta.
8. Pemanfaatan chi kuadrat, korelasi, dan regresi untuk menganailis permasalahan dalam kepariwisataan digunakan untuk apa, berikan contoh masing-masing penggunaannya.
9. Untuk mengetahui efektivitas promosi yang akan dilakukan terhadap penduduk di suatu wilayah, cara apa yang dapat ditempuh. Berikan contoh ilustrasinya.

10. Berikan satu contoh permasalahan dalam bidang kepariwisataan yang berkaitan dengan kinerja manusia-lingkungan. Selanjutnya berikan analisis untuk mengkaji permasalahan tersebut.

4.9. RINGKASAN

Dalam hukum gravitasi dijelaskan bahwa tarik menarik antara dua benda akan menimbulkan gaya yang besarnya berbanding lurus dengan perkalian massa kedua benda tersebut dan berbanding terbalik dengan kuadrat atau pangkat dua jaraknya. Ahli geografi menggunakan hukum gravitasi dengan potensi lokasi untuk menggantikan massa benda dan masing-masing lokasi mempunyai kekuatan untuk saling tarik menarik.

Dalam bidang kepariwisataan, penggunaan model gravitasi dan interaksi dalam ruang menggunakan dua lokasi objek wisata atau lebih dengan atraksi dan jumlah wisatawan yang berbeda. Atraksi menjadi daya tarik yang kuat bagi wisatawan yang ditunjukkan oleh jumlah wisatawan yang datang, makin besar wisatawan yang berkunjung ke suatu objek wisata berarti makin besar atau kuat daya tariknya. Antara dua lokasi yang mempunyai kekuatan daya tarik masing-masing akan terjadi saling tarik menarik wisatawan yang berkunjung, yang ditunjukkan oleh adanya gerakan atau mobilitas wisatawan dari satu lokasi wisata ke lokasi wisata lainnya. Besar kecilnya interaksi dipengaruhi oleh perbedaan jumlah wisatawan yang berkunjung ke masing-masing lokasi objek wisata dan jarak antara kedua lokasi objek wisata tersebut. Makin besar perbedaan jumlah wisatawan dan makin pendek antara dua lokasi wisata makin besar pula nilai interaksi yang terjadi yang ditunjukkan oleh makin besar mobilitas wisatawan yang bergerak atau berpindah dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain.

Model gravitasi dan interaksi dalam ruang dapat digunakan untuk perencanaan transportasi, yakni untuk tempat dengan nilai interaksi yang terendah, karena nilai rendahnya interaksi berarti sedikitnya mobilitas wisatawan antara dua lokasi wisata. Dalam hal ini, perencanaan transportasi tidak harus memperpendek jarak tempuh, akan tetapi melakukan langkah yang lain agar mobilitas wisatawan dapat ditingkatkan. Selain atraksi, aksesibilitas wisatawan sangat menentukan jumlah kunjungan wisatawan ke suatu objek wisata dan aksesibilitas tidak hanya tergantung dari jarak tempuh saja, melainkan terdapat faktor lain seperti biaya, dan waktu tempuh yang berkaitan kondisi perjalanan.

Teori Titik Henti diperkenalkan oleh Reilly yang memodifikasi teori gravitasi, digunakan untuk memperkirakan lokasi atau batas yang memisahkan dua lokasi kegiatan

ekonomi yang berbeda kekuatan atau potensinya. Masing-masing pusat kegiatan ekonomi mempunyai pengaruh untuk menarik konsumen sesuai dengan kekuatan atau potensinya, makin besar potensinya, jarak pengaruh terhadap konsumen makin jauh. Pada perkembangan kepariwisataan, selanjutnya teori titik henti digunakan untuk menentukan lokasi tempat-tempat fasilitas pelayanan yang mudah dijangkau penduduk ke dua lokasi pusat kegiatan tersebut, misalnya pusat kesehatan, tempat peristirahatan, restoran, dan sebagainya.

Teori Kutub Pertumbuhan dikembangkan untuk mencari salah satu lokasi yang dapat dijadikan pusat pertumbuhan suatu wilayah dan terjadi efek pertumbuhan kepada lokasi-lokasi yang berada di sekitarnya. Dalam pengembangan kepariwisataan, karena alasan tertentu akan menggunakan teori kutub pertumbuhan ini yang mestinya pengembangan harus dilakukan bersama, satu lokasi objek wisata akan dipilih menjadi pusat pertumbuhan kepariwisataan dan diharapkan akan terjadi perkembangan lokasi objek wisata yang lain di sekitarnya pada waktu berikutnya.

Lokasi objek wisata yang akan dijadikan pusat pertumbuhan kepariwisataan di suatu daerah memerlukan persyaratan tertentu yakni mempunyai potensi untuk tumbuh secara maksimal dibandingkan dengan lokasi objek wisata yang lain. Untuk mengetahui besar-kecilnya potensi wisata dapat digunakan beberapa indikator potensi yang meliputi potensi fisik dan non fisik yang dimiliki oleh suatu lokasi objek wisata. Dengan pengembangan kepariwisataan yang diawali dari di pusat pertumbuhan terpilih, diasumsikan akan terjadi perkembangan dan pertumbuhan objek wisata yang lain karena mendapat pengaruh dari pusat pertumbuhan. Perkembangan kepariwisataan akan dimulai dari pusat pertumbuhan selanjutnya dapat menjalar ke objek wisata yang lain karena didasari atau dioperasikannya 3 konsep pengembangan yaitu *leading industry*, *polarization*, dan *spread effect*.

Untuk mengetahui dimana lokasi-lokasi di permukaan bumi yang sesuai atau paling tepat digunakan untuk kegiatan kepariwisataan digunakan analisis kesesuaian lahan. Analisis ini dapat difungsikan apabila kegiatan kepariwisataan yang telah ditentukan, dipengaruhi oleh karakteristik alam. Dari berbagai macam karakteristik alam tersebut dapat dibuat berbagai macam peta yang selanjutnya ditumpang tindihkan (tumpang susun, overlay) yang nantinya akan menghasilkan peta baru yang menunjukkan lokasi untuk kegiatan kepariwisataan yang diinginkan.

Dalam kepariwisataan beberapa analisis statistik dapat diterapkan pada pendekatan georafis, misalnya korelasi, regresi, chi kuadrat dan sebagainya, terutama untuk pendekatan keruangan dan pendekatan ekologis, namun tidak mungkin untuk semua tema. Dengan teknik analisis statistik, kaitan antar variabel dapat diketahui secara lebih tegas dalam menyatakan

bagaimana pengaruh maupun hubungan antar antar variabel, analisis statistik dapat pula digunakan untuk menganalisis dampak perkembangan pariwisata.

4.10. EVALUASI

1. Model Gravitasi dan interaksi dalam ruang dalam kepariwisataan dapat digunakan untuk apa. Jelaskan.
2. Data apa saja yang diperlukan untuk mengetahui interaksi antar ruang dan bagaimana cara memperoleh datanya.
3. Unsur-unsur apa saja yang dapat digunakan untuk mengukur potensi wisata suatu tempat dan jelaskan bagaimana cara mengukurnya.
4. Model gravitasi dan potensi dapat digunakan untuk apa dan bagaimana cara menentukannya. Jelaskan secara singkat.
5. Jika diketahui jarak antara lokasi wisata A dan B adalah 20 km, sementara jumlah wisatawan yang berkunjung di tempat A sebanyak 5000 orang per hari sedangkan di tempat B sebanyak 7500 orang. Dimana letak yang paling tepat untuk membangun tempat peristirahatan yang dapat melayani wisatawan yang berkunjung di A dan B.
5. Apa latar belakang teori kutub pertumbuhan digunakan dalam pengembangan kepariwisataan, dan jelaskan secara singkat bagaimana cara menentukan pusat pertumbuhan kepariwisataan.
6. Jelaskan bagaimana suatu lokasi wisata dapat menjadi pusat pertumbuhan pariwisata di suatu daerah dan dapat mempengaruhi lokasi wisata yang lain untuk berkembang.
7. Jelaskan model overlay peta dapat digunakan untuk menentukan lokasi yang efisien, efektif dan lebih wajar untuk peruntukan tertentu.
8. Dalam menentukan lokasi yang tepat untuk menentukan fasilitas penunjang kepariwisataan dapat menggunakan Teori Titik Henti atau model Gravitasi dan Potensi Lokasi Wisata. Bandingkan antara keduanya tentang kelebihan dan kekurangan masing-masing juga persamaan dan perbedaan antara keduanya.
9. Untuk menerapkan analisis struktur keruangan dalam kepariwisataan dapat menggunakan analisis statistik apa. Jelaskan dan berikan contohnya.
10. Analisis korelasi dapat digunakan untuk analisis geografis apa saja, berikan masing-masing contohnya.
11. Jika di suatu daerah terdapat 3 lokasi wisata A, B, dan C. Jumlah wisatawan yang berkunjung setiap minggu di lokasi A sebanyak 15.000 orang, di B sebanyak 20.000 orang dan di C sebanyak 30.000 orang. Sedangkan jarak $AB = 15$ km, $AC = 10$ km, dan $BC = 20$ km. Dari data tersebut analisis apa yang dapat diterapkan dan bagaimana interpretasi hasil analisis data tersebut.

12. Konsep-konsep esensial geografi apa saja yang dapat diterapkan dalam pendekatan geografis, dan jelaskan masing-masing tentang penggunaannya dalam kepariwisataan.

DAFTAR PUSTAKA

- Bintarto dan Hadi Sumarno, S., 1991. *Metode Analisis Geografi*. Jakarta:LP3ES
- Darsoprajitno, S., 2002, *Ekologi Pariwisata Tatalaksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*. Bandung: Angkasa
- Fennel, D.A., 1999, *Ecotourism. An Introduction*. Routledge: London
- Fooster, D.L., 2000, *First Class An Introduction to Travel and tourism. Second Edition. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goodall, B., 1987, *Dictionary of Human Geography*. New York: Penguin Book.
- Gunn, Clare A., 2002, *Tourism Planning. Basics, Concept, Cases. Fourth Edition*. New York and London: Routledge.
- Hadinoto, K.. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI-Press.
- Hagget, P., 1997, *Geography. A Modern Synthesis*. London: Harper and Row.
- Hall, L.M. and Page, S.J., 1999. *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London: Routledge.
- Hidayati, D., 2003, *Ekowisata: Pembelajaran Dari Kalimantan Timur*. Jakarta: Percetakan Sinar Harapan & Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Widya Sarana.
- Kusmayadi, 2004, *Statistika Pariwisata Deskriptif*. Jakarta: PT Gramedia pustaka Utama.
- Kusmayadi, Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisata*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Mill, C.R., 2000, *Tourism. The International Business. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Muta'ali, L., 2012. *Daya Dukung Lingkungan Untuk Perencanaan Pengembangan Wilayah*. Yogyakarta: BPPG Universitas Gadjah Mada.
- Pendit, N.S., 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar* ,Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rimsky, K.J., 2017, *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata*. Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata, Jakarta:Gramedia pustaka Utama.

Yunus, H.S., 2010, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

BAB V

PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN

KOMPETENSI DASAR

Mahasiswa mampu memahami pengembangan kepariwisataan beserta dampak yang ditimbulkannya.

INDIKATOR

1. Mahasiswa mampu memahami pengembangan kepariwisataan di daerah tujuan wisata secara umum
2. Mahasiswa mampu memahami pengembangan ekowisata
3. Mahasiswa mampu memahami pengembangan kepariwisataan berkelanjutan
4. Mahasiswa mampu memahami dampak pengembangan kepariwisataan

5.1. PENDAHULUAN.

Pengembangan kepariwisataan adalah usaha untuk meningkatkan berbagai aspek kepariwisataan baik kuantitas, kualitas maupun keduanya. Pengembangan kepariwisataan meliputi banyak aspek, disamping daerah tujuan wisata itu sendiri yakni lokasi dengan segala pendukungnya juga sumberdaya manusia sebagai pelaku dalam kepariwisataan, atraksi, fasilitas penunjang, serta aksesibilitas. Dengan berkembangnya kepariwisataan di suatu kawasan wisata akan mengubah wajah dari kawasan tersebut, sehingga akan menimbulkan dampak terhadap lingkungan baik fisik maupun non fisik.

Pengembangan kepariwisataan dapat dilakukan dengan berbagai cara dan tujuan yang hendak dicapai apakah pengembangan kepariwisataan dengan motif ekonomi ataukah pengembangan kepariwisataan dengan motif ekologi. Kedua motif tersebut sifatnya bertentangan, jika motif ekonomi dilakukan maka keuntungan ekonomi akan tercapai namun kelestarian lingkungan biasanya terabaikan sebaliknya pengembangan dengan motif ekologi, kelestarian lingkungan akan tercapai namun keuntungan ekonomi sulit diperoleh. Biaya yang diperlukan untuk memperbaiki lingkungan yang terlanjur rusak memerlukan jumlah yang tidak sedikit, oleh karena itu pilihan pengembangan yang tepat menjadi pertimbangan penting.

Pembangunan Daerah Tujuan Wisata (DTW) secara umum akan menggunakan segenap potensi yang ada untuk meningkatkan daya tarik wisatanya. DTW yang menarik akan didatangi oleh wisatawan dalam jumlah yang cukup besar (bersifat masal) dalam waktu relatif singkat. Kondisi demikian mempercepat terjadinya kerusakan lingkungan karena tidak

mudah mengendalikan manusia dalam jumlah cukup banyak. Hal itu dapat terjadi karena daya dukung kawasan wisata sudah terlampaui yang akan mendorong wisatawan berbuat semaunya karena tidak mendapatkan rasa nyaman atau senang seperti yang diinginkan dalam melakukan perjalanan wisatanya.

Untuk menjaga agar supaya wisatawan tetap merasa senang dan nyaman berada di kawasan wisata, jumlah pengunjung perlu dibatasi. Tujuan dari pembatasan ini adalah untuk mempertahankan daya dukung lingkungan agar dampak yang ditimbulkan dari aktivitas wisatawan dapat dikurangi bahkan dihilangkan. Konsep tersebut muncul dengan istilah pengembangan ekowisata yakni kegiatan wisata yang tidak melibatkan wisatawan dalam jumlah besar dengan maksud untuk menghindari dampak negatif dari kegiatan wisatawan terhadap lingkungan di kawasan objek wisata. Pada dasarnya, dalam kegiatan wisatanya terdapat bentuk gerakan konservasi yang dilakukan oleh masyarakat umum, yakni wisatawan dan masyarakat lokal.

Tidak jauh berbeda dengan pengembangan ekowisata adalah pengembangan kepariwisataan berkelanjutan. Pengembangan kepariwisataan ini dilaksanakan secara terencana untuk menciptakan keseimbangan antara perkembangan jumlah wisatawan dengan daya dukung dan daya tampung lingkungan serta untuk memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa harus mengurangi kemampuan dan kebutuhan generasi yang akan datang. Untuk mengukur keberlanjutan pengembangan kepariwisataannya digunakan 4 parameter yaitu prinsip lingkungan, prinsip ekonomi, prinsip sosial dan budaya, prinsip lingkungan. Fokus utama dan nilai yang dikejar dalam pengembangan Pariwisata Berkelanjutan adalah tetap terjaganya kelestarian lingkungan, keberlanjutan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan objek wisata.

Pembangunan dalam bentuk apapun akan berdampak terhadap lingkungan di sekitar areal pengembangan, baik lingkungan biotik dan abiotik. Dampak dapat dalam arti luas atau sempit, negatif atau positif, besar atau kecil tergantung sudut pandang yang digunakan. Egitu pula dengan pengembangan kepariwisataan, yang akan terkena dampak pengembangan adalah masyarakat lokal, wisatawan, tanah, udara, air, dan sebagainya. Dampak yang mungkin terjadi dapat secara langsung atau tidak langsung

5.2. DAERAH TUJUAN WISATA

Modal dasar diperlukan untuk pengembangan suatu Daerah Tujuan Wisata, modal yang paling utama adalah atraksi baik atraksi alam atau atraksi budaya. Pada awal perkembangannya, kepariwisataan tumbuh karena kebutuhan manusia untuk melakukan

relaksasi akibat kesibukannya. Mereka memerlukan tempat-tempat yang menyegarkan fisik dan psikisnya yaitu tempat-tempat yang masih alami. Seiring dengan perkembangan kebutuhan manusia, pemandangan alam tidak mencukupi lagi, manusia menginginkan pemandangan lain yaitu kehidupan manusia di tempat lain. Pada akhir-akhir ini, pusat-pusat perdagangan dan industri digunakan sebagai lokasi wisata dan saat ini juga semua hal yang unik dan menarik dapat dijual untuk pengembangan kepariwisataan suatu daerah.

Untuk pengembangan pariwisata suatu daerah tujuan wisata diperlukan sarana akomodasi dan transportasi selain atraksi yang menjadi modal utamanya. Pendit (2003) menjelaskan bahwa terdapat tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk menjadi daerah tujuan wisata, yaitu: 1) memiliki atraksi atau objek wisata yang menarik, 2) mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan, 3) tersedianya tempat untuk tinggal sementara.

Pengembangan Daerah Tujuan Wisata didasari oleh potensi wisata, baik potensi fisik maupun non fisik. Faktor-faktor yang digunakan untuk pengukuran potensi daerah tujuan wisata adalah iklim, geologi/geomorfologi, hidrologi, lahan, flora dan fauna, adat istiadat, bangunan sejarah, kegiatan masyarakat, fasilitas rekreasi sumberdaya manusia, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diukur secara kuantitatif atau kualitatif tergantung pada model yang akan dikembangkan. Makin banyak faktor yang digunakan untuk pengukuran potensi makin baik hasilnya dan mendekati potensi sebenarnya.

Pengembangan Daerah Tujuan Wisata dapat dilakukan melalui salah satu cara, yaitu pengembangan daerah tujuan wisata tingkat lokal, tingkat regional, tingkat nasional atau internasional (Pearce, 1986). Untuk setiap cara pengembangan didasarkan pada tujuan tertentu dan memerlukan persyaratan yang berbeda serta tergantung pada potensinya. Selanjutnya dikatakan bahwa secara khusus pengembangan daerah tujuan wisata didefinisikan sebagai peningkatan dan atau perbaikan fasilitas dan pelayanan terhadap wisatawan.

Pengembangan Daerah Tujuan Wisata tingkat lokal diperuntukkan bagi satu lokasi objek wisata yang mempunyai satu atau lebih jenis atraksi yang selanjutnya melakukan penambahan jenis atraksi yang berbeda untuk lebih meningkatkan potensi daya tarik wisatanya. Disamping itu juga dikembangkan fasilitas penunjang kepariwisataannya untuk meningkatkan pelayanan terhadap kebutuhan wisatawan. Pada umumnya pengembangan daerah tujuan wisata tingkat lokal mulanya hanya terdapat satu atraksi yang selanjutnya dikembangkan menjadi banyak atraksi sesuai dengan kebutuhan dan potensi wisatanya. Dalam pengembangannya perlu memperhatikan faktor-faktor lokal di lokasi wisata seperti

iklim dan kondisi fisik lainnya, atraksi sebelumnya, aksesibilitas, kepemilikan dan penggunaan lahan, faktor pembatas, dan faktor pendukung/pendorong, serta faktor sumberdaya manusia.

Pengembangan daerah tujuan wisata tingkat regional pada prinsipnya diperuntukkan kepada beberapa lokasi objek wisata yang dilakukan secara bersama-sama dan terpadu. Lokasi objek-objek wisata tidak dalam satu kawasan namun berpencar dan pada masing-masing lokasi dapat berupa kawasan objek wisata yang mempunyai satu atau lebih jenis atraksi. Pengembangan kepariwisataan dengan cara ini akan mencapai tingkat keberhasilan yang tinggi apabila antara objek wisata yang satu dengan objek yang lain mempunyai atraksi yang berbeda, jaraknya relatif dekat atau aksesibilitasnya tinggi, lokasi secara keseluruhan berjauhan dengan objek wisata yang lain yang sejenis dan berdekatan dengan pusat-pusat kegiatan ekonomi atau pemerintahan.

Pengembangan Daerah tujuan wisata tingkat nasional/internasional merupakan pengembangan kepariwisataan yang perhatian utamanya pada pemilihan atau penentuan wilayah yang paling penting untuk dikembangkan sebagai pintu gerbang kedatangan wisatawan asing. Dalam pengembangannya memerlukan tema-tema tertentu untuk menarik perhatian wisatawan asing dan penentuan lokasi pintu gerbang utama berdasarkan potensi yang ada meliputi fasilitas penunjang, atraksi utama dan aksesibilitas.

5.3. EKOWISATA

Pengertian ekowisata mengalami perkembangan dari waktu ke waktu. Menurut Fennel (1999: 31) (dalam Page & Dowling, 2002: 56), telah menelusuri salah satu istilah ekowisata yang dari Hetzer (1965) digunakan untuk menjelaskan hubungan antara wisata, lingkungan dan budaya yang saling mempengaruhi. Hetzer mengidentifikasi empat pilar dasar yang dibutuhkan sebagai bentuk tanggung jawab yaitu: (1) mempunyai pengaruh minim pada lingkungan, (2) menjaga kebudayaan, (3) memberikan keuntungan ekonomi secara maksimal, (4) memberikan kepuasan kepada wisatawan. Atas dasar pengertian ini, maka bentuk ekowisata pada dasarnya merupakan bentuk gerakan konservasi yang dilakukan oleh masyarakat umum.

Pada dasarnya ekowisata merupakan kegiatan wisata yang berhubungan dengan alam namun berbeda dengan wisata alam, sifatnya juga jauh berbeda dengan jenis wisata yang lain yakni bukan pariwisata yang bersifat masal. Kegiatan pada ekowisata yang tidak melibatkan jumlah wisatawan dalam jumlah besar dengan maksud untuk menghindari dampak negatif dari kegiatan wisatawan terhadap lingkungan di kawasan objek wisata. Kegiatan dalam ekowisata juga berbeda yakni kembali ke alam dan yang terpenting melakukan konservasi lingkungan disamping menikmati atraksi wisatanya. Wisata alam pada dasarnya merupakan

kegiatan pariwisata yang atraksinya adalah alam, wisatawan dalam kegiatannya tanpa memperhatikan akibat yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut.

Selain adanya pembatasan jumlah kunjungan wisatawan dan tujuan konservasi, terdapat karakteristik ekowisata lain yang sekaligus dapat digunakan untuk membedakan dengan wisata alam . Karakter-karakter tersebut adalah seperti berikut.

- a. Memberikan dampak negatif yang paling minimum bagi lingkungan dan masyarakat setempat (lokal).
- b. Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang pemeliharaan lingkungan bagi wisatawan maupun masyarakat setempat.
- c. Berfungsi sebagai lahan untuk pendidikan dan penelitian untuk wisatawan maupun masyarakat setempat.
- d. Eleme-elemen yang dalam ekowisata harus memberi dampak negatif berupa kontribusi langsung untuk kegiatan konservasi
- e. Partisipasi masyarakat setempat harus dimaksimalkan dalam pengelolaannya.
- f. Memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat berupa kegiatan ekonomi tradisional.

Masih banyak perdebatan tentang dan belum ada kesepakatan tentang definisi atau konsep ekowisata, namun dari banyak pendapat terdapat kesamaan. Ekowisata memiliki beberapa arti tergantung dari sudut pandang yang berbeda. Ekowisata menurut Peraturan Menteri Dalam Negeri No.33 Tahun 2009 adalah kegiatan wisata alam di daerah yang bertanggungjawab dengan memperhatikan unsur pendidikan, pemahaman, dan dukungan terhadap usaha-usaha konservasi sumberdaya alam, serta peningkatan pendapatan masyarakat lokal. Jenis-jenis ekowisata di daerah antara lain (a) Ekowisata bahari, (b) Ekowisata hutan, (c) Ekowisata pegunungan dan/atau, (d). Ekowisata karst.

Pengertian Ekowisata lebih populer dan banyak dipergunakan dibanding dengan istilah *ecotourism*, yaitu *ekoturisme* yang berarti wisata ekologis. Yayasan Alam Mitra Indonesia (1995) membuat terjemahan *ecotourism* dengan *ekoturisme*. Nasikun (1999), mempergunakan istilah ekowisata untuk menggambarkan adanya bentuk wisata yang baru muncul pada dekade delapan puluhan. Jadi, pengertian ekowisata telah mengalami perkembangan dari waktu ke waktu.

Ekowisata yang pertama diperkenalkan oleh organisasi *The Ecotourism Society* (1990) sebagai berikut. Ekowisata merupakan bentuk perjalanan wisata ke area alami yang dilakukan dengan tujuan mengkonservasi lingkungan dan melestarikan kehidupan serta kesejahteraan penduduk setempat. Semula ekowisata dilakukan oleh wisatawan pecinta alam

yang menginginkan di daerah tujuan wisata tetap utuh dan lestari, di samping budaya dan kesejahteraan masyarakatnya tetap terjaga.

Ecotourism is a subset of nature tourism which is a subset of tourism and that three principles define it: a nature setting, ecological sustainability, an environmentally educative or interpretive element (Beaumont's, 1998). Ekowisata merupakan bagian dari pariwisata yang di dalamnya mempunyai tiga prinsip yaitu lingkungan alam, kelestarian ekologis, dan adanya unsur pendidikan lingkungan. Lingkungan alam sebagai lingkungan yang telah ada yang terbentuk secara alami. Kelestarian lingkungan mengandung makna menjaga lingkungan tetap seperti sedia kala.

Fennell (1999), menjelaskan bahwa ekowisata sebagai wisata berbasis alam yang berkelanjutan dengan fokus pengalaman pendidikan tentang alam, dikelola dengan sistem pengelolaan tertentu dan memberikan dampak negatif paling rendah pada lingkungan, tidak konservatif dan berorientasi lokal. Sedikit berbeda dengan pendapat Fandeli (2000) yang mengatakan bahwa, ekowisata pada awalnya hanya bercirikan bergaul dengan alam untuk mengenali dan menikmati lingkungan alam. Meningkatnya kesadaran manusia akan tingginya perusakan alam oleh ulah manusia, menumbuhkan rasa cinta alam pada semua anggota masyarakat dan keinginan untuk sekedar menikmati telah berkembang menjadi memelihara dan menyayangi, yang berarti mengkonservasi secara lengkap.

Sementara itu Wood (2002) mengatakan bahwa ekowisata adalah kegiatan wisata bertanggungjawab yang berbasis utama pada wisata alam dengan mengikutsertakan sebagian kegiatan wisata pedesaan. Selain itu, ekowisata merupakan kegiatan wisata yang dilakukan dalam skala kecil baik untuk pengunjung maupun pengelola wisata.

Ekowisata merupakan perjalanan wisata ke suatu lingkungan yang alami ataupun buatan serta budaya yang bersifat informatif dan partisipatif yang bertujuan untuk menjaga kelestarian alam, sosial dan budaya. Ekowisata menitik beratkan pada tiga hal utama yaitu, keberlangsungan alam atau ekologi, memberi manfaat ekonomi, dan secara psikologis dapat diterima dalam kehidupan sosial masyarakat (Hakim, 2004).

Para pelaku dan pakar di bidang ekowisata menekankan bahwa pola ekowisata sebaiknya meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan budaya setempat dan sebaliknya mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat setempat dan nilai konservasi. Beberapa aspek kunci dalam ekowisata adalah (1) Jumlah pengunjung terbatas atau diatur supaya sesuai dengan daya dukung lingkungan dan sosial-budaya masyarakat (*vs mass tourism*), (2) Pola wisata ramah lingkungan (nilai konservasi), (3) Pola wisata ramah budaya dan adat setempat (nilai edukasi dan wisata), (4) Membantu secara langsung

perekonomian masyarakat lokal (nilai ekonomi), (5) Modal awal yang diperlukan untuk infrastruktur tidak besar (nilai partisipasi masyarakat dan ekonomi).

Di samping itu prinsip ekowisata mengandung unsur pendidikan lingkungan. Pendidikan lingkungan merupakan suatu proses untuk membangun populasi manusia di dunia yang sadar dan peduli lingkungan keseluruhan. Pendidikan lingkungan juga mengharapkan masyarakat yang memiliki pengetahuan, keterampilan, sikap dan tingkah laku, motivasi serta komitmen untuk bekerja sama secara individu maupun kolektif, untuk dapat memecahkan berbagai masalah lingkungan, dan mencegah timbulnya masalah baru.

Pendidikan lingkungan untuk konservasi lingkungan kawasan objek wisata dapat dilaksanakan melalui kegiatan penelitian dan peningkatan kesadaran baik kepada pengunjung maupun operator wisata. Sesuai dengan karakteristiknya, selain sebagai pemandu wisata, operator wisata harus menyediakan informasi yang dibutuhkan wisatawan dan menyiapkan akomodasi yang ramah lingkungan. Akomodasi itu dianggap merefleksikan inisiatif lokal dengan menerapkan desain lokal dan pemakaian bahan lokal, sehingga menampilkan kesan dengan suasana lebih eksotik bagi wisatawan.

Dari pendapat beberapa ahli seperti diatas dapat dikatakan bahwa pendapat masing-masing tidak sama namun masih dapat ditarik beberapa kesamaan. Jadi ekowisata merupakan bentuk dari wisata alam yang harus mengandung tiga prinsip yaitu lingkungan alam, kelestarian ekologis dan pendidikan lingkungan. Ketiga prinsip tersebut harus ada pada setiap ekowisata yang dikembangkan.

Pengembangan Ekowisata

Pada prinsipnya, pengembangan atau pembangunan ekowisata akan memperhatikan kelestarian lingkungan dan berorientasi pada masyarakat lokal, atau memperkecil efek negatif dari kegiatan wisata baik secara ekologis maupun yang berkaitan dengan masyarakat lokal, selain itu juga tidak mengurangi atau merusak sumberdaya alam. Beberapa hal yang harus dipertimbangkan dalam pembangunan secara fisik adalah ketersediaan sarana pendukung aksesibilitas di lokasi objek wisata. Dengan memperhatikan karakteristik-karakteristik ekowisata, perencanaan terpadu merupakan *Master Plann* untuk membangun lokasi wisata. Master Plann berisi kerangka kerja, stake holder yang terkait dan tanggungjawab masing-masing stake holders untuk kegiatan konservasi lingkungan, peningkatan ekonomi lokal dan apresiasi budaya lokal.

Pengembangan lokasi wisata menjadi lokasi ekowisata, menurut Wood (2003), dikatakan berhasil apabila lokasi wisata masih menunjukkan karakter seperti berikut.

1. Keaslian alam masih terpelihara dengan pemanfaatan yang terjaga,
2. Pembangunan lanscape tidak mendominasi,
3. Pemanfaatan bisnis lokal dalam skala kecil (warung makanan atau kerajinan tangan),
4. Pembuatan zonasi untuk kegiatan rekreasi (jalur sepeda, jalur pejalan kaki) yang dapat dimanfaatkan oleh penduduk lokal dan wisatawan,
5. Pengembangan berbagai events dan atraksi yang menampilkan budaya lokal,
6. Pembangunan fasilitas umum yang bersih dan terjaga baik yang dapat dimanfaatkan oleh penduduk lokal maupun wisatawan,
7. Interaksi bersahabat antara penduduk lokal dengan wisatawan di lokasi wisata.

Untuk melaksanakan pengembangan ekowisata diperlukan adanya operator wisata yang mampu memastikan terdapat kegiatan konservasi baik langsung maupun tidak langsung yang dilakukan oleh stake holders seperti wisatawan dan pemerintah. Wisatawan dapat melakukan kegiatan observasi langsung seperti penanaman pohon atau penyebaran bibit di lokasi ekowisata. Konservasi tidak langsung oleh wisatawan dapat dilakukan dengan membayar tiket masuk lokasi wisata atau memberi sumbangan atau donasi yang digunakan untuk biaya konservasi di lokasi tersebut. Pemerintah selain sebagai otoritas pemegang kebijakan, juga menyediakan dana konservasi untuk kelangsungan pengembangan ekowisata, karena kadang-kadang dalam jangka waktu lama merupakan usaha yang belum ekonomis atau belum menguntungkan.

Keberhasilan pengembangan ekowisata tergantung dari 3 faktor, yaitu faktor internal, faktor eksternal, dan faktor struktural. Faktor internal dapat dibedakan seperti potensi wisata, pengetahuan operator, ekowisata tentang pelestarian lingkungan, partisipasi penduduk lokal. Faktor eksternal merupakan faktor kunci yang berasal dari luar lokasi ekowisata seperti kesadaran wisatawan akan kelestarian lingkungan, kegiatan penelitian atau pendidikan di lokasi ekowisata untuk kepentingan kelestarian lingkungan dan penduduk lokal. Faktor struktural merupakan faktor yang berhubungan dengan kelembagaan, kebijakan regulasi, pengelolaan kawasan wisata tingkat lokal, regional, nasional/internasional (Hidayati, 2003).

Dalam pengembangan ekowisata, selain dibutuhkan perencanaan terpadu, juga perlu diperhatikan pelaksanaan dari kegiatan yang direncanakan, diperlukan sinergi antara pengelola wisata dengan wisatawan. Sisi pengelola terdiri dari operator wisata, pengelolaan sumberdaya dan pemberdayaan masyarakat, sedangkan sisi wisatawan meliputi pemasaran, pengelolaan wisatawan dan perilaku wisatawan (Fennel, 1999).

Dari sisi pengelola, operator wisata harus menyediakan semua keperluan wisatawan dan menyampaikan semua informasi yang berkaitan dengan kegiatan ekowisata, memastikan

terdapat kegiatan konservasi yang dilakukan wisatawan. Pengelolaan sumberdaya dapat dilakukan oleh pemerintah, organisasi swasta, pelaku bisnis atau stake holders yang lain, yang tugasnya adalah pengelolaan secara profesional atas sumberdaya yang ada di kawasan atau lokasi wisata sehingga lingkungan alam dan budaya terlindungi, memperkecil dampak negatif dalam pembangunannya. Pemberdayaan masyarakat yang merupakan tugas pengelola wisata, tujuannya adalah meningkatkan kualitas sumberdaya masyarakat lokal melalui berbagai macam cara sehingga masyarakat lokal mampu membuat keputusan sendiri dalam pengembangan ekowisata dan mampu mempresentasikan inisiatifnya dalam hubungannya dengan stake holders lain.

Dari sisi wisatawan, informasi yang diterima oleh wisatawan harus dipastikan bahwa kawasan ekowisata merupakan hal berbeda dengan wisata konvensional. Hal ini otomatis dapat digunakan sebagai filter bagi wisatawan yang datang, hanya wisatawan yang peduli pada kelestarian lingkungan yang datang lokasi wisata sehingga kelestarian lingkungan lokasi wisata dapat tetap terjaga. Pengelolaan wisatawan dimaksudkan untuk membatasi jumlah kunjungan wisatawan sehingga tidak melampaui daya dukung lingkungannya. Berdasarkan pola kunjungan wisatawan yang musiman, yakni pada waktu tertentu banyak wisatawan namun pada waktu yang lain hanya sedikit wisatawan yang berkunjung, maka pengelolaan sumberdaya masyarakat perlu dilakukan. Pada masa liburan dapat disajikan atraksi lebih sering daripada waktu sepi pengunjung, namun pada saat ramai pengunjung pembatasan jumlah wisatawan tetap dilakukan. Dengan pengaturan seperti itu, masyarakat dapat bekerja di sektor selain pariwisata pada saat sepi pengunjung. Perilaku wisatawan dapat berpengaruh terhadap keberlangsungan atau kelestarian lokasi ekowisata. Perilaku wisatawan yang positif pada lingkungan juga akan berpengaruh positif pada pemahaman masyarakat lokal karena dalam kegiatan ekowisata akan terjadi interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal.

5.4. KEPARIWISATAAN BERKELANJUTAN

Banyak pihak yang terlibat dalam industri pariwisata, seperti perusahaan transportasi, akomodasi, katering, dan sebagainya sehingga kegiatan yang terjadi cukup besar dan sampai saat ini perkembangannya sangat pesat. Perkembangan tersebut seringkali menimbulkan berbagai masalah dengan munculnya dampak negatif secara ekologis, sosial ekonomi dan budaya karena pariwisata yang berkembang bersifat massal, tidak ramah lingkungan dan tidak melibatkan penduduk lokal. Untuk menghindari berbagai dampak tersebut diperlukan pengembangan kepariwisataan yang berbeda dengan kepariwisataan sebelumnya, yakni dengan kepariwisataan berkelanjutan.

Kepariwisataan Berkelanjutan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan ekowisata, pada prinsipnya kepariwisataan berkelanjutan mempunyai 4 parameter, yaitu :

1. Mampu berlanjut secara lingkungan (*environmentally sustainable*).

Prinsip *environmentally sustainable* menekankan bahwa dalam proses pengembangan kepariwisataan harus tanggap dan memperhatikan upaya-upaya untuk menjaga kelestarian lingkungan alam, sosial, ekonomi dan budaya serta seminimal mungkin menghindarkan timbulnya dampak negatif yang dapat menurunkan kualitas lingkungan dan mengganggu keseimbangan ekologi yang ada. Contoh, melarang pengunjung objek wisata untuk membawa makanan karena dimungkinkan pengunjung akan membuang bungkus makanan di lokasi wisata secara sembarangan yang berdampak negatif pada lingkungan. Dengan prinsip ini keberadaan lingkungan yang nyaman akan tetap terjaga sepanjang masa.

2. Dapat diterima oleh lingkungan sosial dan budaya setempat (*socially and culturally acceptable*).

Prinsip *socially and culturally acceptable* menekankan bahwa dalam pengembangan kepariwisataan di suatu kawasan objek wisata harus dapat diterima secara sosial budaya oleh masyarakat setempat. Oleh karena itu upaya pembangunan yang dilaksanakan harus mampu memperhatikan, mengapresiasi nilai-nilai sosial budaya, adat istiadat dan nilai kearifan lokal yang dijunjung tinggi oleh masyarakat yang ada di sekitar kawasan objek wisata. Hal ini dapat dicontohkan dengan mengajak warga setempat ikut berpartisipasi dalam berbagai kegiatan pengembangan kepariwisataan.

3. Layak dan menguntungkan secara ekonomi (*economically variable*).

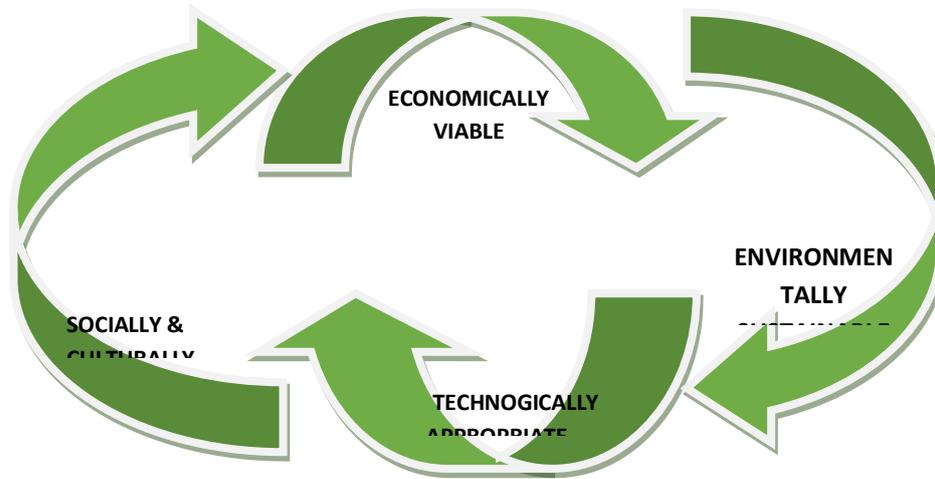
Prinsip *economically variable* menekankan bahwa setiap rencana dan program kegiatan pengembangan kepariwisataan yang akan diselenggarakan harus layak secara ekonomi dan menguntungkan baik bagi negara, daerah maupun masyarakat setempat. Oleh karena itu pembangunan kepariwisataan harus dilaksanakan secara efektif, efisien dan *akuntable* agar dapat memberikan nilai manfaat ekonomi yang berarti baik bagi pembangunan wilayah maupun khususnya bagi peningkatan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (lokal).

4. Memanfaatkan teknologi yang layak untuk diterapkan di wilayah lingkungan tersebut (*technologically appropriate*).

Prinsip *tehnologically appropriate* dalam pemahaman tersebut adalah memberikan penekanan bahwa dalam proses pengembangan kepariwisataan yang dilaksanakan, jenis teknologi yang digunakan harus sesuai dengan lingkungan, efisien dan memanfaatkan

sebesar-besarnya sumberdaya lokal dan dapat diadopsi oleh masyarakat setempat secara mudah dan berorientasi jangka panjang.

Secara ilustratif kaitan dari 4 parameter tersebut dapat dilihat dalam gambar 1 berikut.



Gambar 1. Ilustrasi Prinsip Penembangan Pariwisata Berkelanjutan

Tujuan pembangunan model pariwisata berkelanjutan dan berwawasan lingkungan, pada dasarnya harus selalu diupayakan agar dapat berkinerja dan bermuara pada pencapaian empat sasaran dan tujuan pembangunan kepariwisataan yang utama seperti berikut.

- a) Membangun pemahaman dan kesadaran yang semakin tinggi bahwa pariwisata dapat berkontribusi secara signifikan bagi pelestarian lingkungan dan pembangunan ekonomi
- b) Meningkatkan keseimbangan dalam pembangunan
- c) Meningkatkan kualitas hidup bagi masyarakat setempat
- d) Meningkatkan kualitas pengalaman bagi pengunjung dan wisatawan.

Fokus utama dan nilai yang dikejar dalam pengembangan Pariwisata Berkelanjutan adalah tetap terjaganya kelestarian lingkungan, keberlanjutan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan objek wisata. Beberapa pakar di bidang analisis dampak lingkungan dari aktivitas kepariwisataan telah mengedepankan prinsip model pembangunan kepariwisataan berlanjut dan berwawasan lingkungan yang bertujuan mengukur kinerja pembangunan kepariwisataan melalui beberapa aspek penting, yaitu seperti berikut:

a. Aspek Lingkungan

Bentuk kegiatan pariwisata massal atau konvensional dapat mengakibatkan bentang lahan kawasan wisata menjadi rusak, seperti perubahan ekosistem maupun keanekaragaman hayati. Hal ini terjadi karena bentuk kegiatan pariwisata massal cenderung menitik

beratkan pada keuntungan ekonomi. Peningkatan jumlah wisatawan yang datang identik dengan adanya dorongan pembangunan fasilitas wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang jumlahnya semakin meningkat. Adanya pembangunan fasilitas wisata terkadang tidak mengindahkan keramahan terhadap lingkungan yang pada akhirnya merugikan penduduk lokal dapat menimbulkan tekanan yang berat bagi lingkungan di lokasi wisata (Fennel, 1999). Aktivitas dari wisatawan yang berjumlah banyak seringkali melebihi kapasitas daya dukung lingkungan sehingga menimbulkan kerusakan lingkungan, terlebih dengan adanya polusi udara, air dan tanah akibat sampah dan transportasi. Kerusakan lingkungan ini akan menurunkan keindahan objek wisata yang akhirnya akan mengurangi kemampuan lokasi wisata memberikan keuntungan ekonomi melalui berkurangnya wisatawan yang berkunjung (Lindberg, 2002). Pada aspek indikator lingkungan fisik, ada dua indikator lingkungan dari komponen fisik yang memerlukan pengamatan dan pengukuran secara periodik, yaitu:

- a). Lingkungan fisik yang bersifat *fixed*, yaitu berupa sumberdaya alam/ekologi bukan buatan manusia seperti lanskap, hutan, danau, ketersediaan air tanah, polusi udara, terumbu karang, flora fauna dan lainnya.
- b). Lingkungan fisik yang bersifat *flexibel*, yaitu berupa sumberdaya alam buatan manusia, seperti sistem infrastruktur, *water supply*, pembuangan limbah, jaringan listrik, transportasi, pos dan telekomunikasi, layanan kesehatan, perbankan, restoran, cinderamata, dan lainnya

Pemanfaatan secara bijaksana sumberdaya lingkungan merupakan elemen kunci dalam pengembangan pariwisata. Di samping itu juga perlunya mempertahankan proses ekologi dan turut andil dalam melestarikan alam dan keanekaragaman hayati di suatu daerah tujuan wisata. Pengembangan kepariwisataan tetap dapat dilakukan namun lingkungan harus tetap dijaga kelestariaannya, perubahan lingkungan karena pembangunan fisik diusahakan selambat mungkin terjadi sehingga elemen-elemen lingkungan masih mampu menyesuaikan diri.

b. Aspek Sosial-budaya

Aspek sosial budaya dalam kegiatan pariwisata ini adalah kemungkinan terjadinya infiltrasi budaya asing ke dalam budaya lokal yang kadang-kadang tidak sesuai sehingga terjadi perubahan kebiasaan hidup masyarakat yang buruk akibat interaksi antar penduduk lokal dengan wisatawan. Oleh karena itu perlunya menghormati keaslian sosial budaya masyarakat lokal, melestarikan nilai warisan budaya dan adat-istiadat, serta dapat memberikan kontribusi untuk meningkatkan rasa toleransi antar budaya. Pada aspek indikator sosial budaya, beberapa indikator yang harus dimonitor dan ditakar kondisi dan kapasitasnya pada aspek sosial budaya adalah:

- a). Jumlah wisatawan dan tipe kegiatan rekreasi serta perilaku wisatawan yang dapat diserap oleh destinasi tanpa harus mempengaruhi identitas, gaya hidup dan kehidupan sosial budaya serta adat istiadat masyarakat setempat.
- b). Lama tinggal dan tipe kepariwisataan yang tidak mengubah budaya lokal secara signifikan baik langsung maupun tidak langsung utamanya dalam hal seni kerajinan, sistem kepercayaan, upacara adat dan tradisi
- c). Tipe kepariwisataan yang tidak ditolak oleh penduduk setempat, terutama yang tidak menghalangi mereka untuk menggunakan layanan dan fasilitas masyarakat yang ada di destinasi
- d). Jumlah pengunjung dan tipe interaksi antara wisatawan dan lingkungan di lokasi objek wisata, tanpa harus menimbulkan penurunan pengalaman dan kenyamanan pengunjung secara drastis.

c. Aspek Ekonomi

Pada umumnya di negara berkembang, banyak devisa yang digunakan untuk pengembangan pariwisata dengan mengimpor berbagai kebutuhan fasilitas wisata bagi keperluan wisatawan asing. Namun secara makro, keuntungan yang diterima hanya semu karena nilai valuta asing yang masuk dari belanja wisatawan lebih kecil daripada untuk mengimpor pembelian fasilitas wisata (Hitchcock, 1999). Penyerapan tenaga kerja tidak menguntungkan bagi penduduk lokal, karena ketidaksesuaian antara kebutuhan dengan persediaan. Sektor pariwisata lebih mengutamakan tenaga kerja siap pakai dengan standar pendidikan, ketrampilan dan pengalaman tertentu. Sebagai akibatnya masyarakat lokal akan sulit terlibat dalam kegiatan pariwisata (Pearce & Buttler, 1999). Hilangnya suatu mata pencaharian penduduk lokal secara permanen akibat lahan-lahan yang sebelumnya digunakan untuk bekerja beralih fungsi untuk kegiatan wisata dan hal itu tidak mudah bagi

penduduk lokal untuk beralih pekerjaan. Sektor pariwisata hanya ramai pada musim liburan mengakibatkan penduduk lokal banyak yang menganggur pada waktu di luar musim liburan. Perlu adanya kepastian dalam kegiatan ekonomi yang berkelanjutan. Kegiatan ekonomi berkelanjutan yang dapat memberikan manfaat sosial ekonomi dengan adil, seperti pekerjaan tetap, kesempatan memperoleh penghasilan dan pelayanan sosial kepada masyarakat lokal yang pada akhirnya dapat meminimalkan kemiskinan. Beberapa indikator yang harus selalu dipantau keadaannya dari aspek ekonomi pada model kepariwisataan berkelanjutan adalah:

- a). Derajat spesialisasi dalam kepariwisataan yang sudah berpengaruh pada hilangnya peluang kerja dan usaha masyarakat setempat (lokal)
- b). Angka pergeseran/perpindahan tenaga kerja atau tingkat kehilangan tenaga kerja di sektor lain yang disebabkan oleh industri kepariwisataan
- c). Keadilan distribusi pendapatan dari kegiatan kepariwisataan dan dampak penguatannya pada masyarakat maupun kelembagaan setempat
- d). Tingkat penyerapan tenaga kerja dari aktivitas kepariwisataan di sekitar lokasi kawasan objek wisata terhadap sumberdaya manusia.

Kepariwisataan berkelanjutan akan dapat memberi manfaat kepada penduduk lokal dan dapat memenuhi tuntutan secara ekologi, ekonomi, dan sosial budaya. Menurut Hidayati (2003), kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat :

1. Secara ekologis berkelanjutan, yaitu pembangunan kepariwisataan tidak menimbulkan efek negatif bagi ekosistem setempat. Disamping itu, konservasi merupakan suatu kebutuhan yang harus diupayakan dengan maksud untuk melindungi sumberdaya alam dan lingkungan dari efek negatif kegiatan wisata.
2. Secara sosial dapat diterima, yaitu mengacu kepada kemampuan penduduk lokal untuk usaha pariwisata tanpa menimbulkan konflik sosial.
3. Secara kebudayaan diterima, yaitu masyarakat lokal mampu beradaptasi dengan budaya wisatawan yang berbeda.
4. Secara ekonomis menguntungkan, yaitu keuntungan yang didapat dari kegiatan pariwisata dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Selanjutnya Fennel (1999) menjelaskan bahwa kegiatan kepariwisataan berkelanjutan akan memberikan keuntungan paling tidak dalam 5 hal, yaitu :

1. Keuntungan ekonomis bagi individu dan keluarga karena akomodasi yang dikembangkan bersifat homestay (tinggal di rumah penduduk lokal) dan peningkatan kemampuan manajerial dari pengelolaan homestay.

2. Masyarakat lokal mendapatkan keuntungan dalam bentuk peningkatan standar perumahan untuk keperluan kepariwisataan sehingga mengurangi pengeluaran publik untuk pembangunan salah satu infrastruktur.
3. Penggunaan bahan-bahan lokal untuk pengembangan fasilitas kepariwisataan sehingga mengurangi devisa yang harus dikeluarkan.
4. Memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk berhubungan langsung dengan wisatawan
5. Mempererat hubungan antar bangsa ataupun antar daerah.

5.5. DAMPAK PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN

Pengembangan kepariwisataan yang terjadi di daerah tujuan wisata akan melibatkan berbagai komponen seperti pengusaha, masyarakat, pemerintah baik langsung maupun tidak langsung dan daerah tujuan wisata itu sendiri. Pengembangan kepariwisataan akan mengubah wajah semua komponen yang terlibat di dalamnya dan perubahan tersebut ada yang bersifat merugikan ataupun menguntungkan yang besarnya berbeda pada setiap komponen. Dengan kata lain, pengembangan kepariwisataan yang dilakukan di suatu daerah tujuan wisata akan menimbulkan dampak tertentu baik bagi pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun daerah tujuan wisata tersebut.

Dampak yang mungkin timbul dapat bersifat positif atau negatif, berskala luas atau sempit, besar atau kecil. Dampak positif berarti menguntungkan dan lawannya merugikan, berskala luas berarti yang terkena dampak meliputi banyak komponen dan atau daerahnya meliputi areal cukup besar dan sebaliknya. Sedangkan berdampak besar berarti keuntungan atau kerugian yang diperoleh besar. Komponen yang biasa terkena dampak pengembangan pariwisata adalah alam dan penduduk yang ada di daerah tujuan wisata dan sekitarnya.

Dampak pariwisata berskala luas akan menimbulkan perubahan dalam berbagai bidang kehidupan baik merugikan atau menguntungkan dalam jumlah banyak atau kecil. Bidang kehidupan yang terkena dampak dalam skala luas adalah ekonomi, kependudukan, kehidupan masyarakat, IPTEK dan lingkungan alam di suatu negara. Secara garis besar, dampak yang muncul akibat pengembangan kepariwisataan adalah terjadinya perubahan lingkungan fisik dan perubahan masyarakat (non fisik). Semua dampak tersebut dapat terjadi bersamaan, artinya jika pengembangan kepariwisataan dilakukan di suatu lokasi wisata maka dampak yang terjadi berupa dampak fisik dan non fisik di lokasi objek wisata tersebut, namun juga dapat terjadi hanya salah satu saja fisik atau non fisik saja.

5.5.1. Dampak Fisik

Pada daerah tujuan wisata yang telah berkembang, yang ditunjukkan oleh wisatawan yang meningkat jumlahnya, aktivitas wisatawan juga mengalami peningkatan. Hal ini akan meningkatkan transportasi sehingga timbul polusi yang berdampak langsung kepada kualitas udara yang menjadi lebih buruk. Akibat lebih lanjut dari menurunnya kualitas udara akan berdampak terhadap perilaku masyarakat yang mengalami perubahan atau terjadi penurunan jumlah wisatawan karena kondisi daerah tujuan wisata yang tidak nyaman lagi. Peningkatan transportasi yang menimbulkan polusi udara memberikan dampak negatif secara langsung terhadap penurunan kualitas udara dan secara tidak langsung berdampak negatif terhadap jumlah kunjungan wisata yakni mengalami penurunan atau perubahan perilaku masyarakat yang sifatnya negatif. Namun pada lingkungan masyarakat dengan meningkatnya kegiatan transportasi memberikan dampak positif terhadap ketersediaan lapangan pekerjaan melalui berbagai jasa transportasi yang selanjutnya berdampak positif terhadap peningkatan ekonomi masyarakat dengan bertambahnya penghasilan.

Dengan meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung dimungkinkan terjadi peningkatan kebutuhan air untuk berbagai keperluan. Apabila tidak diperhitungkan dengan benar dan hanya mengambil air dari daerah setempat yakni lokasi objek wisata dimungkinkan terjadi kekurangan air. Pengambilan air tanah yang berlebihan di lokasi objek wisata akan menimbulkan kerusakan lingkungan berupa permukaan air tanah yang terus menurun dan berlanjut pada kekeringan. Hal itu merupakan sisi negatif dari perkembangan jumlah wisatawan, namun sisi positifnya dapat dilihat dari peningkatan lapangan pekerjaan yang tersedia dan penghasilan yang meningkat melalui berbagai jasa pelayanan kepada wisatawan.

Pengembangan wisata olahraga dipastikan memerlukan lahan baru, pemanfaatan lahan baru untuk kegiatan olah raga akan berpengaruh buruk terhadap kondisi lingkungan, misalnya perubahan habitat hewan atau tanaman yang mestinya untuk keseimbangan alam. Habitat tanaman atau hewan yang berubah menjadi lebih buruk sehingga tanaman dan hewan banyak berkurang akan berdampak buruk terhadap kondisi udara karena tanaman dapat berfungsi sebagai penyerap polutan dan penurun suhu udara. Sisi positif dari kegiatan olah raga adalah meningkatnya tingkat kesehatan masyarakat yang melakukan olahraga dan selanjutnya dimungkinkan menimbulkan perilaku yang positif.

Pearce (1986) memberikan gambaran tentang dampak perkembangan kepariwisataan baik secara langsung maupun tidak langsung akibat adanya aktivitas tertentu seperti pada tabel 5.1. di bawah ini

Tabel 5.1. Dampak Yang Timbul Akibat Adanya Industri Pariwisata

Aktivitas Penekan	Sasaran Khusus	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung
Penataan Terhadap Lingkungan a. Pengembangan kota/lokasi objek b. Jaringan lalu lintas c. Penataan Fasilitas Pariwisata	Produksi Lahan	- Perubahan habitat, - Perubahan jenis populasi kehidupan, - Perubahan kesehatan, - Perubahan kesejahteraan, - Perubahan kualitas alam	- Individual, - Pandangan terhadap kehidupan, - Lingkungan Kolektif, - Biaya konservasi wilayah, - Objek wisata, - Lalu lintas
Pencemaran dari Proses: a. Transportasi b. Migrasi/urbanisasi	Polusi	- Perubahan kualitas udara, air dan tanah, - Kesehatan manusia, - Kehidupan yg lain	- Timbul AC, - Perubahan perilaku lingkungan, - Perubahan jumlah wisatawan
Aktivitas wisatawan: a. Olahraga b. Rekreasi	Pengaruh pada tanah, tanaman	- Perubahan habitat, - Perubahan jenis populasi kehidupan	- Timbul pengaturan, dan penyediaan fasilitas, - Pengaturan lalu lintas di objek wisata
Pertumbuhan Penduduk	Kepadatan penduduk	- Timbul kejenuhan lingkungan, - Penambahan permintaan sumber alam, lahan, air dan sumber energi	- Timbul sikap individu, - Peningkatan penyediaan sumber alam, tanah, air, listrik, gas, dll.

5.5.2. Dampak Non Fisik

Kepariwisata yang telah berkembang akan memunculkan banyak sektor jasa yang dengan maksud untuk melayani wisatawan. Sektor jasa tersebut berkaitan dengan banyak aspek kehidupan manusia misalnya struktur penduduk, perekonomian, migrasi penduduk, mata pencaharian, sedangkan kontak antara wisatawan dengan masyarakat lokal berdampak pada pandangan hidup, sikap hidup, sosial, politik, budaya masyarakat dan dimungkinkan pola konsumsi masyarakat. Di bawah ini hasil kesimpulan dari Figuerola dalam Pearce (1986) tentang beberapa dampak sosial dan budaya sebagai akibat dari pengembangan kepariwisataan di suatu lokasi objek wisata.

1. Terhadap struktur penduduk berkaitan dengan, jumlah penduduk, komposisi penduduk, umur penduduk, perubahan jumlah keluarga, perubahan penduduk dari rural ke urban
2. Perubahan bentuk dan tipe matapecaharian, berkaitan dengan bahasa dan tingkat kualifikasinya, distribusi matapecaharian tiap sektor, kebutuhan tenaga kerja wanita, meningkatnya tenaga kerja secara musiman.
3. Perubahan nilai-nilai berkaitan dengan politik, sosial, religi, dan moral.
4. Pengaruh terhadap pandangan hidup tradisional dalam hal musik dan cerita rakyat (folklore), adat kebiasaan dan adat istiadat, kehidupan sehari-hari.
5. Modifikasi pola-pola konsumsi baik perubahan secara kualitatif maupun kuantitatif.
6. keuntungan bagi wisatawan meliputi relaksasi, penyembuhan, relaksasi, perubahan lingkungan, menambah wawasan, kontak sosial.

Jumlah wisatawan yang semakin meningkat, berakibat meningkatnya kebutuhan tenaga kerja untuk melayani wisatawan. Kebutuhan tenaga kerja yang diperlukan dapat dipenuhi oleh penduduk lokal atau penduduk dari luar, berdampak positif apabila dapat dipenuhi oleh penduduk lokal karena dapat mengurangi pengangguran, dan meningkatkan perekonomian masyarakat. Sebaliknya akan berdampak negatif bagi penduduk lokal apabila kebutuhan tenaga kerja harus mendatangkan dari luar, yakni tidak terjadi peningkatan ekonomi masyarakat maupun penyerapan tenaga kerja. Dampak negatif lanjutan yang mungkin timbul misalnya terjadinya kecemburuan dan keresahan karena penduduk hanya menjadi penonton dan memungkinkan memicu timbulnya gangguan keamanan. Jika hal ini terjadi maka kelangsungan hidup industri pariwisata di tempat tersebut dapat terancam.

Dengan kedatangan penduduk dari luar akan merubah struktur penduduk lokal, yakni jumlah penduduk akan bertambah sehingga terjadi peningkatan kepadatan penduduk yang selanjutnya akan menimbulkan dampak lanjutan. Komposisi penduduk akan mengalami perubahan berkaitan dengan jenis kelamin dan matapecaharian. Khususnya untuk sektor jasa, lebih banyak memerlukan tenaga kerja wanita dibandingkan pria sehingga dapat berpengaruh terhadap komposisi penduduk atas dasar jenis kelamin di daerah tujuan wisata. Hal itu juga dapat terjadi pada komposisi penduduk berdasarkan matapecaharian yakni jumlah sektor jasa akan jauh meningkat dibandingkan dengan sektor-sektor yang lain. Perubahan komposisi penduduk tersebut akan berdampak pada aspek yang lain baik dampak positif maupun negatif, misalnya penyediaan kebutuhan perumahan, energi, dan sikap sosial.

Pada umumnya penduduk luar yang mengisi kekurangan tenaga kerja di daerah tujuan wisata dan sekitarnya didominasi oleh pendatang berumur muda, sehingga kelompok umur

penduduk muda akan lebih besar dibandingkan dengan kelompok umur yang lain. Sehubungan dengan kedatangan penduduk dari luar terlebih lagi dengan membawa keluarganya, dapat dipastikan bahwa jumlah keluarga di daerah tujuan wisata akan bertambah banyak, hal ini bersangkutan paut dengan migrasi penduduk yang tidak sesederhana itu. Pada dasarnya di daerah tujuan wisata dan sekitarnya mengalami penambahan penduduk yang akan mengakibatkan lahan makin padat penduduk, kondisi ini akan menimbulkan berbagai dampak baik positif maupun negatif terhadap lingkungan.

Apabila daerah tujuan wisata sebelumnya merupakan daerah perdesaan dan telah mengalami perkembangan akibat adanya industri pariwisata, maka akan merubah karakter penduduk yang sifat rural menjadi penduduk urban. Perubahan ini akan menyangkut segala aspek kehidupan yang akan memberikan dampak baik positif maupun negatif terhadap penduduk tersebut. Dimungkinkan sikap penduduk mengarah ke individualis, atau interaksi dengan penduduk sekitar berkurang karena sibuk bekerja, namun dari aspek yang lain terjadi peningkatan ekonomi.

Dengan adanya perkembangan kepariwisataan, berbagai jenis lapangan kerja dapat tersedia dan hal ini memerlukan tenaga kerja dengan kualifikasi tertentu. Bagi masyarakat yang bersikap positif, peluang kerja dari berbagai jenis dengan berbagai kualifikasi yang dibutuhkan akan disikapi dengan cara menambah ketrampilan dan meningkatkan keahlian sesuai dengan kebutuhan dengan berbagai cara. Masyarakat dalam hal ini dapat menangkap peluang yang ada dalam bidang kepariwisataan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas hidupnya, namun dari aspek yang lain, karena telah meninggalkan pekerjaan sebelumnya, maka jenis pekerjaan sebelumnya mengalami kekurangan tenaga kerja sebagai contoh bidang pertanian. Dampak selanjutnya adalah masyarakat setempat sangat tergantung dari daerah lain dalam memenuhi kebutuhan pangannya. Dengan berpindahnya bidang pekerjaan yang lebih banyak ke sektor pariwisata, dimungkinkan terjadi persaingan usaha yang tidak sehat, hal ini akan merugikan sendiri.

Pada umumnya kegiatan industri kepariwisataan tidak berlangsung secara kontinyu selama satu tahun, pada saat tertentu kegiatan pariwisata sangat sedikit karena menyesuaikan dengan jumlah kunjungan wisatawan yang sangat sedikit, namun saat yang lain mengalami lonjakan wisatawan sehingga industri pariwisata perlu menyesuaikan kegiatannya. Kondisi seperti ini biasanya berlangsung secara periodik selama satu tahun, namun sebenarnya sangat mengganggu kehidupan masyarakat yang menggantungkan diri sepenuhnya pada sektor industri pariwisata. Masyarakat perlu mempersiapkan diri terhadap kondisi tersebut dengan menyiapkan tenaga kerja musiman pada waktu diperlukan.

Interaksi yang terjadi antara wisatawan dan masyarakat lokal dapat menimbulkan pengaruh timbal balik terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat maupun wisatawan, baik pengaruh positif maupun negatif. Makin tinggi intensitas interaksi yang terjadi makin besar kemungkinan terjadi perubahan kehidupan pada masyarakat maupun wisatawan. Besar kecilnya pengaruh tersebut juga dipengaruhi oleh daya tahan masyarakat maupun wisatawan terhadap perubahan. Interaksi yang intensif biasanya akan terjadi antara masyarakat dengan wisatawan asing karena keduanya belum mengetahui latar belakang masing-masing dan berkeinginan besar untuk saling mengetahuinya. Perubahan kehidupan masyarakat yang dapat mengalami perubahan meliputi berbagai aspek seperti politik, sosial, religi, moral, pandangan hidup, dan pola konsumsi. Beberapa aspek kehidupan masyarakat lokal dapat berkurang kualitas maupun kuantitasnya bahkan dimungkinkan dapat hilang karena tidak dapat mempertahankan keberadaannya dan lebih menyukai sesuatu yang berbau asing.

Adat kebiasaan, seni tradisional, dan musik tradisional dapat berkembang apabila mampu berperan dalam kegiatan industri pariwisata untuk menjadi atraksi yang menarik bagi wisatawan. Sebaliknya akan terjadi kepunahan apabila masyarakat lokal tidak mampu lagi mengembangkan menjadi atraksi yang menarik karena lebih tertarik pada sesuatu yang berasal dari luar ruang lingkungannya sendiri. Segi positif dari interaksi dengan wisatawan adalah masyarakat dapat meningkatkan wawasan berpikir dan keuntungan ekonominya.

Masyarakat lokal yang sering berinteraksi dengan wisatawan asing dapat mempengaruhi pola konsumsi baik secara kuantitatif maupun kualitatif. Perubahan pola konsumsi dalam kuantitas yang cukup besar akan berdampak negatif apabila mengakibatkan ketergantungan bahan makanan dari luar negeri, terlebih lagi apabila tanaman bahan makanan tidak dapat tumbuh di dalam negeri, sehingga ketergantungan ini akan menguras devisa negara. Sebaliknya apabila wisatawan asing terpengaruh konsumsi makanan tradisional sehingga menjadi makanan kesukaan yang nantinya akan berkembang di negara mereka, hal ini akan menjadi peluang untuk mengeksport bahan-bahan makanan tradisional ke luar negeri yang akan menjadi tambahan sumber devisa negara.

5.5.3. Daya Dukung Lingkungan

Daya dukung (*Carrying Capacity*) lingkungan merupakan kemampuan lingkungan untuk menghidupi penduduknya dalam periode waktu tertentu. Pada dasarnya daya dukung lingkungan dalam kepariwisataan ini digunakan untuk mengetahui kawasan objek wisata untuk menampung sejumlah wisatawan dalam jangka waktu tertentu dan wisatawan merasa nyaman, senang, dan puas atas tujuan wisata yang diinginkan. Pengukuran daya dukung

lingkungan dalam kepariwisataan belum banyak dilakukan karena tidak mudah untuk melakukannya.

Kawasan objek wisata atau kawasan peruntukan pariwisata merupakan kawasan yang didominasi oleh fungsi kepariwisataan, dapat mencakup sebagian atau semua areal dalam kawasan lindung atau kawasan budidaya lainnya dimana terdapat atraksi yang dapat mejadi daya tarik dan fasilitas penunjang pariwisata. Penggunaan kawasan objek wisata secara tepat diharapkan akan mendorong terwujudnya kawasan yang dapat memberikan manfaat seperti berikut:

1. Meningkatkan devisa dari sektor pariwisata dan mendayagunakan investasi
2. Meningkatkan perkembangan pembangunan lintas sektor dan subsektor kegiatan ekonomi sekitarnya.
3. Tidak mengganggu fungsi lindung.
4. Tidak mengganggu upaya pelestarian kemampuan sumberdaya alam.
5. Meningkatkan pendapatan masyarakat.
6. Meningkatkan pendapatan daerah.
7. Menciptakan kesempatan kerja
8. Melestarikan nilai warian budaya, adat istiadat, kesenian, dan mutu keindahan lingkungan alam, dan atau
9. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Kemampuan kawasan objek wisata untuk menampung wisatawan ada batasnya, jika jumlah wisatawan yang memasuki kawasan obyek wisata mengalami kenaikan terus menerus suatu saat akan terjadi kejenuhan. Pada saat jumlah wisatawan masih sedikit, kawasan objek wisata masih mampu menampung sehingga wisatawan masih merasa nyaman, senang, atau puas pada saat berada di kawasan objek wisata. Pada saat tertentu apabila jumlah wisatawan cukup banyak, kejenuhan objek wisata terjadi sehingga wisatawan sudah tidak lagi merasa nyaman, senang, atau puas. Hal ini merupakan reaksi yang diberikan oleh kawasan objek wisata terhadap wisatawan akibat perubahan situasi karena kepadatan wisatawan yang berdampak pada aksi wisatawan yang sulit dikontrol sehingga dapat merusak lingkungan.

Kondisi seperti tersebut di atas dapat dikatakan bahwa daya dukung lingkungan kawasan objek wisata telah dilampaui. Agar supaya daya dukung lingkungan objek wisata tidak dilampaui, manusia dapat membuat keputusan untuk mengubah lingkungan kawasan objek wisata semula menjadi lingkungan yang berbeda agar supaya wisatawan masih merasa nyaman dalam melakukan kegiatan wisatanya. Usaha yang dapat dilakukan misalnya dengan memperluas kawasan objek wisata apabila memungkinkan, namun jika tidak memungkinkan

dapat dilakukan pembatasan jumlah wisatawan yang berkunjung. Untuk mencapai hal itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui besarnya jumlah wisatawan yang diijinkan untuk berkunjung maupun kondisi lahan yang sesuai untuk dikembangkan.

Untuk mendapatkan angka daya dukung lingkungan suatu kawasan objek wisata merupakan hal yang sulit, karena diperlukan kondisi tertentu yakni kondisi nyaman dan tidak nyaman di kawasan tersebut yang waktunya sulit diketahui. Di samping itu, hasil penelitian daya dukung lingkungan di suatu kawasan belum tentu sesuai untuk diterapkan di kawasan objek wisata yang lain meskipun jenis atraksinya sama. Hal itu disebabkan karena lingkungan yang berbeda, rasa nyaman wisatawan diperoleh dari hasil interaksi antara kondisi wisatawan dengan kondisi lingkungan kawasan objek wisata. Lingkungan dan wisatawan yang berbeda akan menghasilkan interaksi yang berbeda pula, sehingga dimungkinkan menghasilkan daya dukung lingkungan yang besarnya berbeda antara tempat yang satu dengan tempat lainnya.

Forbath (dalam Pearce 1986) telah melakukan penelitian di pantai Teluk Britas untuk memperoleh besarnya angka daya dukung lingkungan pantai dalam menampung wisatawan. Penelitian dilakukan berkali-kali pada saat jumlah wisatawan sedikit sampai banyak, pada saat itu dilakukan pemotretan melalui udara sehingga dapat diketahui kepadatan wisatawan dan distribusinya. Pada saat yang sama dilakukan survey di pantai untuk mengetahui persepsi wisatawan yang sedang berada di pantai terhadap kondisi pantai pada saat itu. Dari hasil penelitian yang berulang-ulang dengan jumlah wisatawan berbeda-beda, diperoleh daya dukung lingkungan sebesar 10 m^2 per orang. Angka tersebut dapat diinterpretasikan bahwa lokasi wisata Teluk Britas masih terasa nyaman untuk dinikmati apabila setiap 10 m^2 dari lahan yang ada hanya diisi oleh 1 orang pada saat yang sama, lebih dari itu sudah tidak terasa nyaman lagi. Contoh hasil penelitian yang lain misalnya di Languedoc diperoleh daya dukung lingkungan sebesar 15 m^2 per wisatawan, Park and Recreation Information System California adalah 7 m^2 setiap wisatawan.

Contoh-contoh di atas merupakan hasil penelitian tentang kebutuhan ruang (lahan) yang digunakan untuk aktivitas wisatawan di lokasi objek wisata. Sementara itu untuk keperluan lain yang berkaitan dengan wisatawan seperti kebutuhan air, energi, penginapan, dan sebagainya dapat dilakukan penelitian dengan cara yang hampir sama. Penelitian tersebut dilakukan terhadap persepsi wisatawan terhadap kondisi lingkungan kawasan objek wisata.

Contoh yang lain berkaitan dengan Daya dukung suatu kawasan wisata adalah dengan menggunakan konsep daya dukung kawasan (DDK). DDK adalah kemampuan maksimal suatu kawasan untuk dapat menampung sejumlah pengunjung pada waktu tertentu tanpa

menimbulkan gangguan bagi alam dan manusia. Rumus daya dukung kawasan (Yulianda, 2007) adalah seperti berikut.

$$DDK = K \times Lp/Lt \times Wt/Wp$$

DDK = daya dukung kawasan

K = potensi ekologis pengunjung per satuan unit area

Lp = luas area atau panjang area yang dimanfaatkan

Lt = luas unit area untuk tiap katagori

Wt = waktu yang tersedia di objek wisata

Wp = waktu rata-rata yang digunakan pengunjung pada setiap kegiatan

5.6. LATIHAN

1. Jelaskan modal utama apa yang harus ada dalam kawasan wisata untuk menjadi Daerah Tujuan Wisata.
2. Pengembangan Daerah Tujuan Wisata dapat dilakukan dengan tiga macam cara atau model. Sebutkan dan berikan penjelasan salah satu diantaranya.
3. Jelaskan persamaan dan perbedaan antara wisata alam dengan ekowisata.
4. Pola ekowisata adalah meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan budaya setempat serta mampu meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat setempat dan nilai konservasi. Untuk itu beberapa aspek kunci dalam ekowisata harus dipenuhi. Aspek kunci apa saja yang dimaksud.
5. Pengembangan lokasi wisata menjadi lokasi ekowisata dikatakan berhasil apabila masih menunjukkan karakter tertentu. Karakter apa saja yang dimaksud.
6. Keberhasilan pengembangan ekowisata tergantung dari beberapa faktor. Faktor apa saja yang dimaksud dan jelaskan masing-masing.
7. Parameter apa saja yang digunakan untuk mengukur Kepariwisataaan Berkelanjutan. Jelaskan masing-masing parameter tersebut.
8. Keuntungan apa saja yang dapat diperoleh dengan adanya kegiatan kegiatan kepariwisataan berkelanjutan. Jelaskan masing-masing keuntungan tersebut.
9. Aspek sosial budaya merupakan salah satu fokus utama dalam pengembangan kepariwisataan berkelanjutan. Jelaskan apa maksudnya.
10. Jelaskan dampak langsung maupun tidak langsung terhadap lahan karena pengembangan jaringan lalu lintas.

11. Jelaskan dampak non fisik yang mungkin timbul akibat jumlah wisatawan yang meningkat.
12. Angka daya Dukung Lingkungan suatu kawasan wisata tidak dapat begitu saja diterapkan di tempat lain meskipun jenis wisatanya sama. Jelaskan mengapa demikian.

5.7. RINGKASAN

Untuk pengembangan pariwisata suatu Daerah Tujuan Wisata diperlukan sarana akomodasi dan transportasi selain atraksi yang menjadi modal utamanya. Terdapat tiga kebutuhan utama yang harus dipenuhi untuk menjadi daerah tujuan wisata, yaitu: 1) memiliki atraksi atau objek wisata yang menarik, 2) mudah dicapai dengan alat-alat kendaraan, 3) tersedianya tempat untuk tinggal sementara. Pengembangan Daerah Tujuan Wisata juga didasari oleh potensi wisata, baik potensi fisik maupun non fisik. Faktor-faktor yang digunakan untuk pengukuran potensi daerah tujuan wisata adalah iklim, geologi/geomorfologi, hidrologi, lahan, flora dan fauna, adat istiadat, bangunan sejarah, kegiatan masyarakat, fasilitas rekreasi sumberdaya manusia, dan sebagainya. Faktor-faktor tersebut selanjutnya diukur secara kuantitatif atau kualitatif tergantung pada model yang akan dikembangkan. Makin banyak faktor yang digunakan untuk pengukuran potensi makin baik hasilnya dan mendekati potensi sebenarnya.

Pengembangan Daerah Tujuan Wisata dapat dilakukan melalui salah satu cara, yaitu pengembangan daerah tujuan wisata tingkat lokal, tingkat regional, tingkat nasional atau internasional . Untuk setiap cara pengembangan didasarkan pada tujuan tertentu dan memerlukan persyaratan yang berbeda serta tergantung pada potensinya. Selanjutnya dikatakan bahwa secara khusus pengembangan daerah tujuan wisata didefinisikan sebagai peningkatan dan atau perbaikan fasilitas dan pelayanan terhadap wisatawan.

Pengembangan Daerah Tujuan Wisata tingkat lokal diperuntukkan bagi satu lokasi objek wisata yang mempunyai satu atau lebih jenis atraksi yang selanjutnya melakukan penambahan jenis atraksi yang berbeda untuk lebih meningkatkan potensi daya tarik wisatanya. Pengembangan daerah tujuan wisata tingkat regional pada prinsipnya diperuntukkan kepada beberapa lokasi objek wisata yang dilakukan secara bersama-sama dan terpadu. Lokasi objek-objek wisata tidak dalam satu kawasan namun berpecah dan pada masing-masing lokasi dapat berupa kawasan objek wisata yang mempunyai satu atau lebih jenis atraksi. Pengembangan Daerah Tujuan Wisata tingkat nasional/internasional merupakan pengembangan kepariwisataan yang perhatian utamanya pada pemilihan atau penentuan

wilayah yang paling penting untuk dikembangkan sebagai pintu gerbang kedatangan wisatawan asing. Dalam pengembangannya memerlukan tema-tema tertentu untuk menarik perhatian wisatawan asing dan penentuan lokasi pintu gerbang utama berdasarkan potensi yang ada meliputi fasilitas penunjang, atraksi utama dan aksesibilitas.

Pada dasarnya ekowisata merupakan kegiatan wisata yang berhubungan dengan alam namun berbeda dengan wisata alam, sifatnya juga jauh berbeda dengan jenis wisata yang lain yakni bukan pariwisata yang bersifat masal. Kegiatan pada ekowisata yang tidak melibatkan jumlah wisatawan dalam jumlah besar dengan maksud untuk menghindari dampak negatif dari kegiatan wisatawan terhadap lingkungan di kawasan objek wisata. Kegiatan dalam ekowisata juga berbeda yakni kembali ke alam dan yang terpenting melakukan konservasi lingkungan disamping menikmati atraksi wisatanya. Wisata alam pada dasarnya merupakan kegiatan pariwisata yang atraksinya adalah alam, wisatawan dalam kegiatannya tanpa memperhatikan akibat yang ditimbulkan dari kegiatan tersebut.

Selain adanya pembatasan jumlah kunjungan wisatawan dan tujuan konservasi, terdapat karakteristik ekowisata lain yang sekaligus dapat digunakan untuk membedakan dengan wisata alam. Karakter-karakter tersebut adalah: 1) Memberikan dampak negatif yang paling minimum bagi lingkungan dan masyarakat setempat (lokal), 2) Meningkatkan kesadaran dan pengetahuan tentang pemeliharaan lingkungan bagi wisatawan maupun masyarakat setempat, 3) Berfungsi sebagai lahan untuk pendidikan dan penelitian untuk wisatawan maupun masyarakat setempat, 4) Elemen-elemen yang ada dalam ekowisata harus memberi dampak negatif berupa kontribusi langsung untuk kegiatan konservasi, 5) Partisipasi masyarakat setempat harus dimaksimalkan dalam pengelolaannya, 6) Memberi manfaat ekonomi bagi masyarakat setempat berupa kegiatan ekonomi tradisional.

Kepariwisata Berkelanjutan sebenarnya tidak jauh berbeda dengan ekowisata, pada prinsipnya kepariwisataan berkelanjutan mempunyai 4 parameter yaitu : 1) mampu berlanjut secara lingkungan (*environmentally sustainable*), 2). dapat diterima oleh lingkungan sosial dan budaya setempat (*socially and culturally acceptable*), 3) layak dan menguntungkan secara ekonomi (*economically variable*), 4) memanfaatkan teknologi yang layak untuk diterapkan di wilayah lingkungan tersebut (*technologically appropriate*). Fokus utama dan nilai yang dikejar dalam pengembangan Pariwisata Berkelanjutan adalah tetap terjaganya kelestarian lingkungan, keberlanjutan pembangunan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat di sekitar kawasan objek wisata. Kepariwisataan berkelanjutan akan dapat memberi manfaat kepada penduduk lokal dan dapat memenuhi tuntutan secara ekologi, ekonomi, dan sosial budaya.

Pengembangan kepariwisataan yang terjadi di daerah tujuan wisata akan melibatkan berbagai komponen seperti pengusaha, masyarakat, pemerintah baik langsung maupun tidak langsung dan daerah tujuan wisata itu sendiri. Pengembangan kepariwisataan yang dilakukan di suatu daerah tujuan wisata akan menimbulkan dampak tertentu baik bagi pengusaha, pemerintah, masyarakat maupun daerah tujuan wisata tersebut. Dampak yang mungkin timbul dapat bersifat positif atau negatif, berskala luas atau sempit, besar atau kecil. Dampak positif berarti menguntungkan dan lawannya merugikan, berskala luas berarti yang terkena dampak meliputi banyak komponen dan atau daerahnya meliputi areal cukup besar dan sebaliknya. Sedangkan berdampak besar berarti keuntungan atau kerugian yang diperoleh besar. Komponen yang biasa terkena dampak pengembangan pariwisata adalah alam dan penduduk yang ada di daerah tujuan wisata dan sekitarnya.

Dampak pariwisata berskala luas akan menimbulkan perubahan dalam berbagai bidang kehidupan baik merugikan atau menguntungkan dalam jumlah banyak atau kecil. Bidang kehidupan yang terkena dampak dalam skala luas adalah ekonomi, kependudukan, kehidupan masyarakat, IPTEK dan lingkungan alam di suatu negara. Secara garis besar, dampak yang muncul akibat pengembangan kepariwisataan adalah terjadinya perubahan lingkungan fisik dan perubahan masyarakat (non fisik). Semua dampak tersebut dapat terjadi bersamaan, artinya jika pengembangan kepariwisataan dilakukan di suatu lokasi wisata maka dampak yang terjadi berupa dampak fisik dan non fisik di lokasi objek wisata tersebut, namun juga dapat terjadi hanya salah satu saja fisik atau non fisik saja.

Daya dukung (*Carrying Capacity*) lingkungan merupakan kemampuan lingkungan untuk menghidupi penduduknya dalam periode waktu tertentu. Pada dasarnya daya dukung lingkungan dalam kepariwisataan ini digunakan untuk mengetahui kawasan objek wisata untuk menampung sejumlah wisatawan dalam jangka waktu tertentu dan wisatawan merasa nyaman, senang, dan puas atas tujuan wisata yang diinginkan.

Kemampuan kawasan objek wisata untuk menampung wisatawan ada batasnya, pada saat jumlah wisatawan masih sedikit, kawasan objek wisata masih mampu menampung sehingga wisatawan masih merasa nyaman, senang, atau puas pada saat berada di kawasan objek wisata. Pada saat tertentu apabila jumlah wisatawan cukup banyak, kejenuhan objek wisata akan terjadi sehingga wisatawan sudah tidak lagi merasa nyaman, senang, atau puas. Hal ini merupakan reaksi yang diberikan oleh kawasan objek wisata terhadap wisatawan akibat perubahan situasi karena kepadatan wisatawan yang berdampak pada aksi wisatawan yang sulit dikontrol sehingga dapat merusak lingkungan.

5.8. EVALUASI

1. Kebutuhan apa saja yang harus dipenuhi untuk menjadi Daerah tujuan Wisata, jelaskan masing-masing.
2. Model pengembangan seperti apa untuk mengembangkan lokasi wisata menjadi daerah tujuan wisata. Jelaskan cara mengembangkan pada masing-masing model.
3. Jelaskan perbedaan antara wisata alam dengan ekowisata.
4. Pengembangan lokasi wisata menjadi ekowisata mempunyai banyak tantangan. Karakter apa saja yang menunjukkan bahwa pengembangan menjadi ekowisata dikatakan berhasil.
5. Jelaskan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pengembangan ekowisata
6. Jelaskan pengembangan wisata konvensional menjadi lokasi ekowisata dari sisi wisatawan.
7. Parameter apa saja yang digunakan untuk pengembangan lokasi wisata menjadi Kepariwisata Berkelanjutan. Jelaskan masing-masing parameter tersebut.
8. Kegiatan wisata dianggap berkelanjutan apabila memenuhi syarat. Jelaskan masing-masing syarat yang harus dipenuhi.
9. Beberapa fokus utama dan nilai perlu dikejar dalam pengembangan kepariwisataan berkelanjutan. Sebutkan fokus utama tersebut dan jelaskan salah satu diantaranya.
10. Keuntungan apa saja yang dapat diperoleh dari kegiatan kepariwisataan berkelanjutan. Jelaskan masing-masing keuntungan tersebut.
11. Jelaskan bagaimana dampak yang mungkin muncul di suatu lokasi objek wisata dengan adanya kegiatan kepariwisataan.
12. Jelaskan dampak positif atau negatif, langsung maupun tidak langsung di lokasi wisata sehubungan dengan adanya aktivitas kepariwisataan berupa .
 - a. lomba motocross
 - b. berkemah
 - c. hiking
 - d. Rafting
13. Apa yang dimaksud dengan daya dukung lingkungan, apa kegunaannya dan langkah apa yang harus dilakukan untuk analisis daya dukung lingkungan.
14. Apakah hasil analisis daya dukung lingkungan di suatu tempat dapat diterapkan di tempat lain. Jelaskan jawaban saudara.
15. Jelaskan dengan singkat bahwa dengan terjadinya perkembangan kepariwisataan di suatu lokasi objek wisata akan berdampak pada
 - a. jumlah penduduk
 - b. perubahan nilai politik
 - c. Kebutuhan kerja wanita
 - d. Pola konsumsi

16. Berikan penjelasan tentang keuntungan yang diperoleh wisatawan sehubungan dengan pengembangan kepariwisataan di suatu tempat.
17. Jelaskan dampak langsung maupun tidak langsung di suatu lokasi objek wisata sehubungan dengan aktivitas kepariwisataan berupa
 - a. polusi udara yang diakibatkan oleh transportasi
 - b. pencemaran tanah akibat pertambahan jumlah penduduk.
18. Manfaat apa yang dapat diperoleh dari pengembangan kawasan wisata yang tepat sasaran bagi daerah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Arajana, I.G.B., 2015, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Darsoprajitno, S., 2002, *Ekologi Pariwisata Tatalaksana Pengelolaan Objek dan Daya Tarik Wisata*. Bandung: Angkasa
- Fandeli, Chafid. 1998. "Ekowisata sebagai Pilihan dalam Pengembangan Alternatif Sektor Kehutanan", dalam Makalah Chafid Fandeli pada seminar dan reuni Fakultas Kehutanan UGM, 21-24 Oktober 1998. Yogyakarta: Fakultas Kehutanan UGM.
- Fandeli, C. Mukhlison. 2000. *Pengusahaan Ekowisata*. Fakultas Kehutanan Universitas Gadjah Mada Yogyakarta
- Fennel, D.A., 1999, *Ecotourism. An Introduction*. Routledge: London
- Fooster, D.L., 2000, *First Class An Introduction to Travel and tourism. Second Edition. Edisi Bahasa Indonesia*. Jakkarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Goodall, B., 1987, *Dictionary of Human Geograpphy*. New York: Penguin Book.
- Gunn, Clare A., 2002, *Toursm Planning. Basics, Concept, Cases. Fourth Edition*. Nwyork and London: Routledge.
- Hadinoto, K.. 1996. *Perencanaan Pengembangan Destinasi Pariwisata*. Jakarta: UI-Press.
- Hagget, P., 1997, *Geography. A Modern Synthesis*. London: Harper and Row.
- Hall, L.M. and Page, S.J., 1999. *The Geography of Tourism and Recreation. Environment, Place and Space*. London: Routledge.

- Hidayati, D., 2003, *Ekowisata: Pembelajaran Dari Kalimantan Timur*. Jakarta: Percetakan Sinar Harapan & Pusat Penelitian Kependudukan Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia.
- Ismayanti, 2010. *Pengantar Pariwisata*, Jakarta: PT Gramedia Widya Sarana.
- Kusmayadi, Sugiarto, E., 2000, *Metodologi Penelitian dalam Bidang Kepariwisataaan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Muta'ali, L., 2012. *Daya Dukung Lingkungan Untuk Perencanaan Pengembangan Wilayah*. Yogyakarta: BPFU Universitas Gadjah Mada.
- Pendit, N.S., 2002. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar* ,Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Rimsky, K.J., 2017, *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisataaan. Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Yunus, H.S., 2010, *Metodologi Penelitian Wilayah Kontemporer*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

GLOSARIUM

Aksesibilitas (keterjangkauan)

Mudah tidaknya suatu lokasi objek wisata untuk dikunjungi atau dijangkau oleh wisatawan. Hambatan yang sering dihadapi oleh wisatawan untuk mencapai lokasi objek wisata adalah jarak yang jauh, biaya yang tinggi, waktu yang lama, kondisi medan yang sulit, atau sikap masyarakat di sekitar objek wisata. Aksesibilitas dipengaruhi juga oleh teknologi yang ada, sehingga setiap orang tidak sama dalam menjangkau suatu objek wisata.

Akses Fisik

Keterjangkauan yang berhubungan dengan derajat infrastruktur yang ada, misalnya jalan raya, jalan kereta api. Makin baik kuantitas maupun kualitas jalan makin baik aspek fisiknya.

Akses Pasar

Keterjangkauan yang berhubungan dengan wisatawan, yaitu konsumen dari objek wisata. Karakter wisatawan menentukan jenis objek wisata yang diinginkan, suatu lokasi wisata yang makin banyak disenangi oleh berbagai macam karakter wisatawan berarti mempunyai akses pasar yang baik

Atraksi.

Merupakan sesuatu yang dapat dilihat (*to see*), dilakukan (*to do*), dibawa (*to buy*) untuk dinikmati wisatawan. Atraksi dapat berupa hasil seni, budaya atau sesuatu yang bersifat alamiah, kegiatan yang menyenangkan.

Akomodasi

Merupakan rumah sementara bagi wisatawan selama melakukan perjalanannya dan sejauh membutuhkannya, terutama wisatawan dengan perjalan jauh dan waktu yang lama. Sarana kepariwisataan yang berkaitan dengan penyediaan

penginapan, makanan dan minuman, namun ada yang hanya menyediakan penginapan saja tanpa makan dan minum. Hotel berbintang pada umumnya menyediakan makan dan minum, namun beberapa penginapan tidak menyediakan makan dan minum hanya kamar untuk menginap.

Daya Dukung Lingkungan (*carrying capacity*)

Dalam bidang kepariwisataan berarti kemampuan kawasan objek wisata untuk menampung sejumlah wisatawan dalam waktu tertentu dan wisatawan tetap merasa nyaman dan senang. Akan tetapi nilai daya dukung lingkungan tidak dapat diterapkan untuk tempat yang lain karena lingkungannya berbeda meskipun jenisnya sama.

Difusi

Dalam istilah sehari-hari berarti pemencaran, penyebaran atau penjararan, dalam bidang kepariwisataan menunjukkan terjadinya penyebaran berita tentang kondisi objek wisata melalui media elektronik, cetak, bahkan dari mulut ke mulut.

Ekowisata

Kegiatan wisata yang berbasis utama pada alam dan terdapat unsur konservasi dengan mengikutsertakan masyarakat pedesaan pada kegiatannya, misalnya kegiatan seni dan budaya, pertanian, kerajinan tangan, dan sebagainya. Kegiatan yang dilakukan biasanya berskala kecil dan bertanggungjawab. Konsep ekowisata memadukan 3 komponen penting yaitu konservasi alam, memberdayakan masyarakat lokal, dan meningkatkan kesadaran lingkungan hidup.

Gerakan

Merupakan salah satu konsep esensial dalam geografi yang merupakan hasil interaksi antara 2 lokasi objek wisata yang menghasilkan perpindahan

wisatawan dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain. Gerakan juga dapat terjadi pada informasi melalui kegiatan promosi wisata.

Gravitasi

Gaya tarik (bumi), dalam kepariwisataan dimodifikasi untuk mengetahui kekuatan daya tarik objek wisata terhadap objek wisata yang lain sehingga mampu menarik wisatawan untuk bergerak dari satu objek wisata ke objek wisata yang lain.

Infrastruktur

Sarana yang digunakan untuk kelancaran atau kenyamanan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisatanya sejak berangkat dari rumah dan pulang ke rumah, misalnya jalan raya, sarana komunikasi, fasilitas keamanan dan kesehatan, tempat ibadah, air listrik, tempat rekreasi, sistem pembuangan kotoran.

Interaksi

Merupakan salah satu konsep esensial geografi yang digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan atau kaitan antara dua objek wisata. Dalam kepariwisataan merupakan saling mempengaruhi antara dua lokasi objek wisata yang mempunyai karakter yang berbeda. Besar kecilnya interaksi yang terjadi tergantung dari jarak dan potensi dua objek wisata tersebut, namun juga dipengaruhi oleh aksesibilitas dan daya tarik traksinya.

Isopleth

Merupakan garis yang menghubungkan titik-titik dengan potensi yang sama, istilah lain yang bermakna sama adalah equipotensial line. Dalam kepariwisataan garis-garis ini digunakan untuk menentukan lokasi tempat fasilitas penunjang kepariwisataan yang tepat dan efektif untuk melayani

wisatawan di beberapa lokasi, yakni pada garis-garis yang menunjukkan kepadatan paling tinggi.

Jarak

Garis hubung terpendek antara 2 objek wisata. Dalam kepariwisataan pengukuran jarak melalui jalan raya utama yang paling pendek jaraknya apabila terdapat beberapa jalur jalan raya. Beberapa orang menyebutkan adanya jarak mutlak dan jarak relatif, jarak mutlak merupakan jarak yang bagi semua orang menunjukkan jawaban yang sama, misalnya jarak Surabaya-Malang 90 Km, sedangkan jarak relatif menunjukkan hal yang sebaliknya, jauh atau dekat.

Kawasan

Daerah yang mempunyai peruntukan yang sama yang masih dalam satu lokasi. Kawasan wisata berarti daerah atau lahan yang diperuntukkan sebagai tempat kegiatan wisata.

Kepariwisataan Berkelanjutan

Pariwisata yang memperhitungkan secara penuh dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan saat ini dan masa depan, memenuhi kebutuhan pengunjung, industri, lingkungan dan masyarakat setempat. Pariwisata berkelanjutan merupakan bagian dari Pembangunan berkelanjutan (Sustainable Development Goals/SDGs)

Perencanaan Wilayah (*regional planning*)

Dalam kepariwisataan berarti perencanaan penggunaan ruang untuk berbagai keperluan dalam memenuhi kebutuhan wisatawan berdasarkan potensi yang ada.

Peramalan Wilayah (*regional forecasting*)

Dalam kepariwisataan mengandung arti peramalan penggunaan ruang di masa mendatang untuk berbagai keperluan wisatawan sehubungan dengan kondisi wisatawan yang mungkin berubah.

Public Relation

Dalam kepariwisataan merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi yang dilakukan oleh pengelola objek wisata dengan cara mengundang wisatawan di suatu tempat.

Rafting (Arung Jeram)

Aktivitas rekreasi berupa penelusuran sungai yang berjeram atau arus deras menggunakan perahu karet.

Sales Support

Dalam kepariwisataan merupakan salah satu cara untuk melakukan promosi dengan jalan menyampaikan informasi kepada penduduk melalui berbagai cara yang dilakukan oleh tenaga pemasaran

Stake Holders

Pemangku kepentingan atau yang terlibat dalam kegiatan kepariwisataan seperti pemerintah, pengusaha pariwisata, masyarakat lokal, pengelola objek wisata, wisatawan, pakar pariwisata, Lembaga Swadaya Masyarakat.

Sumberdaya

Kondisi atau unsur-unsur yang terdapat di suatu benda yang dapat dieksploitasi manusia

Wind Surfing (Selancar Angin)

Aktivitas rekreasi pantai berpasir dengan menggunakan selancar (perahu yang digerakkan oleh angin).