

BAB II

KAJIAN LITERATUR PARIWISATA DAN PENGARUH PARIWISATA TERHADAP PEREKONOMIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai teori-teori serta konsep dasar pariwisata serta pengaruh dalam aktivitas pariwisata Menara Siger sebagai wisata transit terhadap perekonomian masyarakat sekitar yang mendasari penelitian. Kemudian terdapat batas pengertian penelitian serta sintesis dari variable penelitian

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu konsep yang multidimensional. Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam (Okta Yoeti 1992). Menurut Karyono (1997), Pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah Negara sendiri atau Negara lain.

Berdasarkan beberapa pengertian pariwisata diatas dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dengan bertujuan rekreasi dari tempat asal menuju ke daerah lainnya. Menurut World Tourism Organization (WTO), yang dimaksud dengan pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Sedangkan menurut Undang Undang No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.

Berdasarkan penjelasan diatas, pada dasarnya terdapat beberapa factor penting yang menjadi ciri-ciri dari factor pariwisata, antara lain :

1. Perjalan yang dilakukan sementara waktu
2. Perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain
3. Perjalanan bertujuan untuk menikmati objek dan daya tarik wisata
4. Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak bermaksud untuk berusaha atau mencari nafkah

Secara umum pariwisata mengacu pada perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, kemudian menetap untuk jangka waktu tertentu untuk mendapatkan fasilitas dan layanan yang disediakan oleh tempat wisata, tujuannya untuk mendapatkan kepuasan dari kegiatan perjalanan tersebut dalam segala bentuk kegiatan pariwisata.

2.1.2 Sistem Pariwisata

Menurut Leiper dalam Hall (2010), sistem pariwisata mencakup perjalanan dan akomodasi sementara bagi wisatawan selama satu malam atau lebih, kecuali tujuan utama perjalanan adalah untuk mendapatkan upah dari tempat dalam perjalanan. Unsur-unsur sistem tersebut adalah wisatawan, kawasan pembangkit listrik, rute transit, kawasan tujuan dan pariwisata. Kelima elemen tersebut tersusun dalam hubungan spasial dan fungsional. Organisasi lima elemen dicirikan oleh sistem terbuka dan beroperasi dalam lingkungan yang lebih luas: alam, budaya, masyarakat, ekonomi, politik, dan teknologi yang berinteraksi dengannya. Hall (2010) menggambarkan secara umum sistem pariwisata mengandung 3 bagian penting yaitu :

1. *A set of element (entities),*
2. *The set of reletionships between the elements,*
3. *The set relationship between those element and environment.*

Menurut Leiper, dalam Hall (2010), unsur-unsur sistem pariwisata yang sederhana, melibatkan sebuah daerah/negara asal wisatawan, sebuah daerah/negara tujuan wisata, dan sebuah tempat transit. Terlihat lima elemen

pokok, yaitu *traveler- generating region*, *departing traveler*, *transit route region*, *tourist-destination region*, dan *returning traveler*. Namun inti dari kelima elemen tersebut menyangkut tiga hal pokok, yaitu elemen wisatawan, tiga elemen geografis (gabungan dari *travel generator*, *transit route*, dan *tourist destination*) dan elemen industri pariwisata.

1. Elemen Wisatawan

Wisatawan adalah aktor dari sistem pariwisata. Pariwisata, pada akhirnya adalah sebuah pengalaman yang berisi humanis, menyenangkan, dan tidak terlupakan serta menjadi salah satu bagian pengalaman terpenting dari hidup pelakunya.

2. Elemen Geografis

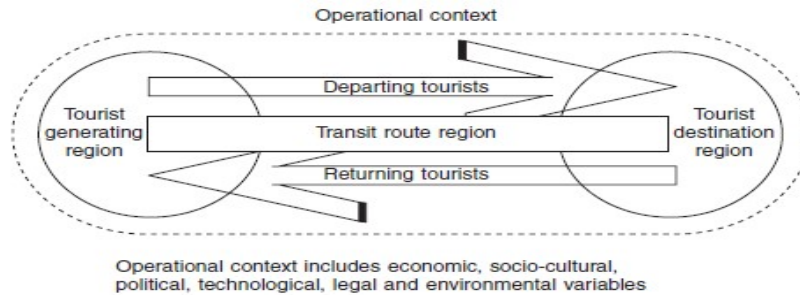
Menyangkut tiga elemen, yaitu : (1) *traveler-generating region*, (2) *tourist destination region*, dan (3) *transit route region*. *Traveler - generating region* merupakan asal dan pasar pariwisata di mana calon wisatawan mencari informasi tentang tujuan wisatanya, melakukan transaksi pemesanan (*booking*) perjalanan wisata, dan dari mana wisatawan tersebut berangkat menuju tempat tujuan wisata.

Tourist destination region merupakan tujuan perjalanan wisata. Sebagai daerah tujuan wisata, pengaruh pariwisata akan terasa paling besar dari daerah lainnya. Biasanya tujuan wisata merupakan daerah dengan keunikan tersendiri yang berbeda dengan daerah lain, termasuk daerah atau negara asal wisatawan. Keunikan dan perbedaan tersebut bisa berupa budaya, sejarah, alam, dan sebagainya. Keunikan ini biasanya disebut daya tarik wisata. Hal inilah yang menjadi energi utama bagi keseluruhan sistem pariwisata, yang mengakibatkan permintaan akan perjalanan wisata bagi *traveler generating region*. Pada daerah tujuan wisata inilah konsekuensi yang paling dramatis dari sistem pariwisata terjadi *transit route region* bukan saja mewakili waktu dan tempat sementara dalam sebuah perjalanan wisata untuk mencapai daerah tujuan wisata utama, tetapi juga menyangkut kesempatannya untuk menjadi tujuan wisata antara (*enroute tourism destination*). Dalam konsep ini, ketika wisatawan merasa telah

meninggalkan tempat asalnya tetapi belum sampai di tempat yang mereka pilih sebagai tujuan wisata, selalu ada celah antara waktu dan tempat dalam berwisata.

3. Elemen Industri Pariwisata

Elemen terakhir dalam model Leiper adalah industri pariwisata bisa dibayangkan sebagai bidang usaha dan organisasi yang terlibat dalam produksi produk pariwisata. Sebagai contoh, *travel agents* dan *tour operators* adalah yang utama ditemukan dalam kategori *traveller-generating region*. Atraksi wisata dan industri perhotelan/restoran ditemukan di *destination region*. Sektor transportasi umumnya ditemukan di *transit route region*.



Sumber : Leiper, 2004

Gambar 2.1
Bagan Sistem Pariwisata

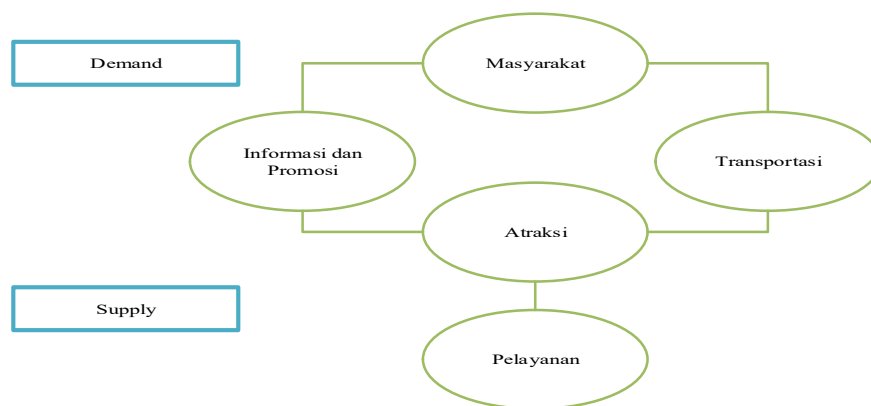
Kesimpulan dari model Leiper menjelaskan bahwa sistem pariwisata merupakan suatu sistem uang terbuka yang terdiri dari tiga bagian utama yang di antaranya terdapat beberapa elemen yang saling terkait: pertama adalah komponen manusia dengan unsur pengunjung, kedua adalah komponen industri yang terdiri dari unsur organisasi dan industri, dan ketiga adalah komponen spasial atau geografis yang terdiri dari unsur wilayah penghasil pelaku wisata, tempat atau rute transit dan tempat tujuan wisata. Kelima elemen tersebut dipengaruhi oleh lingkungan eksternal, seperti hukum, ekonomi, lingkungan, politik, teknologi, dan sosial.

Menurut Mill dan Morison (1985) mengembangkan sistem pariwisata dengan model jaring laba-laba, dimana ada 4 subsistem yang terkandung di dalamnya yaitu :

1. pasar (*market*),
2. perjalanan (*travel*),
3. pemasaran (*marketing*)
4. tujuan wisata (*destination*).

Sistem pariwisata menurut Hall (2000) terdiri dari 2 bagian besar yaitu supply dan demand, dimana masing-masing bagian merupakan subsistem yang saling berinteraksi erat satu sama lain. Sub sistem demand (permintaan) berkaitan dengan budaya wisatawan sebagai individu.. Supply sebagai subsistem dari sistem pariwisata terdiri dari komponen seperti industri pariwisata yang berkembang, kebijakan pemerintah baik nasional, bagian, regional maupun lokal, aspek sosial budaya serta sumber daya alam. Baik supply maupun demand akan mempengaruhi pengalaman yang terbentuk selama melakukan aktivitas wisata.

Menurut Gunn sistem fungsional pariwisata melalui pendekatan demand (permintaan) dan supply (penawaran). Komponen pariwisata pada **sisi demand** adalah **masyarakat atau pasar wisata yang mempunyai kemampuan dan kemauan untuk melakukan suatu perjalanan wisata.**



Sumber : Mill dan Morisson (1985)

Gambar 2.2
Diagram Sistem Pariwisata

2.1.3 Konsep Pariwisata

Menurut Hunziker dan Krapf, Pariwisata dapat diartikan sebagai keseluruhan jaringan dan gejala yang berkaitan dengan orang asing yang tinggal di suatu tempat, selama mereka tidak tetap terlibat dalam pekerjaan penting yang memberikan manfaat permanen atau sementara.

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintah. Sedangkan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan rakyat, mengatasi kemiskinan, melestarikan lingkungan, memajukan budaya.

Menurut UN-WTO (dalam I Gde Pitana dan I Ketut Surya Diarta, 2009), terdapat tiga elemen dasar dalam pariwisata yaitu :

1. *Domestic tourism*
2. *Inbound tourism*
3. *Outbond tourism*

Ketiga bentuk pariwisata ini dapat dipadukan sehingga ditungkan dalam tiga kategori sebagai berikut:

1. *Internal tourism*
2. *National tourism*
3. *International tourism*

A. Konsep Tentang Daya Tarik wisata

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada pasal 1 ayat 5 menyatakan bahwa: Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan. Oleh karena itu, daya tarik wisata harus dikelola sedemikian rupa agar keberlangsungan dan kesinambungannya terjamin. Menurut Cooper, dkk (1995) dalam Ismayanti,

(2010), terdapat empat (4) komponen yang harus dimiliki suatu daya tarik wisata, yaitu :

1. Atraksi (*attraction*) dapat dibagi menjadi dua macam, yakni :
 - *Natural Resources* (alami), seperti : Gunung, Danau, Pantai, dan Bukit.
 - *Attraction Feature* (buatan), seperti : *Culture* (Museum, galeri seni, sirkus arkeologi), *Traditions* (cerita rakyat, ritual keagamaan, festival), *Event* (*sport activities* dan *event* budaya).

2. Fasilitas (*aminities*)

Secara umum pengertian *aminities* adalah segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di DTW. Sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: Penginapan (*accommodation*), Rumah Makan (*restaurant*), Transportasi dan Agen Perjalanan. Menurut Inskeep (1991) ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata, salah satunya yaitu fasilitas dan pelayanan wisata.

3. Aksesibilitas (*accessibility*)

Sesuatu yang memberikan kemudahan untuk menghubungkan wisatawan dari negara daerah asal ke negara daerah tujuan selama berada di destinasi wisata tersebut. Jalan masuk atau pintu utama ke suatu destinasi wisata merupakan akses penting dalam kegiatan pariwisata yakni infrastruktur, seperti : Bandar udara, pelabuhan kapal, terminal bus dan taxi, stasiun kereta api dan jalan. Transportasi seperti : udara, laut, darat (pesawat, kapal pesiar, bus pariwisata, kereta api dan taxi).

4. Pelayanan Tambahan (*ancillary service*)

Ancillary services yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti *destination marketing management organization conventional* dan *visitor bureau*.

Dari penjelasan diatas, yang dimaksud daya tarik wisata dalam penelitian ini merupakan unsur yang terkandung dalam destinasi dan lingkungan di dalamnya yang secara individual atau kombinasinya berperan penting dalam memotivasi wisatawan untuk mengunjungi destinasi tersebut. Daya tarik wisata

yang ada biasanya dapat berupa daya tarik wisata alam, sejarah, kuliner, dan religi. Adapun daya tarik wisata unggulan di daerah transit, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah daya tarik wisata yang banyak diminati oleh wisatawan transit, kemudian dari seluruh aktivitas wisata yang berlangsung dapat diurutkan menjadi wisata unggulan sesuai dengan tingkatan yang paling banyak dikunjungi.

B. Konsep Tentang Tipologi Wisatawan

Menurut Pitana (2005), tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan, termasuk dalam pengembangan kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah tipologi berdasarkan atas kebutuhan wisatawan sehingga pengelola dalam mengembangkan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan.

Pariwisata ada karena adanya wisatawan, sehingga kajian terhadap wisatawan merupakan salah satu fokus dalam dunia pariwisata. Teori Cohen (dalam Pitana 2005), menekankan pada tingkah laku wisatawan. Cohen mengembangkan tipologi wisatawan pada 4 klasifikasi, sebagai berikut

1. Organized Mass Tourist

Wisatawan yang sanggup melakukan perjalanannya bila menggunakan jasa pengaturan perjalanan wisata. Jenis wisatawan ini tidak berbeda jauh dengan jenis wisatawan massal, karena mereka berkunjung secara rombongan yang tidak terpisahkan, sekecil mungkin menghindari atraksi yang menantang, memperhatikan faktor kenyamanan, keamanan, dan selalu dipandu oleh pemandu wisata, serta menuntut fasilitas yang mirip dengan tempat tinggalnya.

2. Individual Mass Tourist

Wisatawan massal atau rombongan dengan mengunjungi destinasi yang sudah banyak dikunjungi wisatawan pada umumnya. Jenis wisatawan seperti ini banyak dijumpai di suatu kawasan destinasi yang dapat menampung serta melakukan aktivitas wisata dalam jumlah yang banyak, misalnya kawasan Danau Toba, Parapat yang terbentang luas, dimana wisatawan sering melakukan

kegiatan yang sifatnya senang - senang, foto-foto, dan berenang, serta aktivitas pariwisata lainnya.

3. *Explorer*

Wisatawan mengatur perjalanan sendiri, mengikuti jalan yang tidak umum, menginginkan interaksi dengan komunitas lokal, serta memanfaatkan fasilitas yang disediakan oleh komunitas local, karakter seperti ini biasanya dimiliki oleh wisatawan yang memiliki jiwa petualang, selalu memperhatikan atraksi yang sifatnya masih alami, unik, dan memiliki nilai historis serta budaya. Wisatawan jenis ini sering disebut sebagai wisatawan yang berkualitas karena selain menjaga lingkungan dan budaya yang ada, mereka juga terkadang melakukan penelitian.

4. *Drifter*

Wisatawan yang ingin mengunjungi destinasi dimana mereka belum mengetahui tentang kondisi destinasi sebelumnya. Pada dasarnya seseorang melakukan kegiatan wisata melalui tahap perencanaan yang meliputi :

Pencarian informasi tentang kondisi destinasi. Jenis wisatawan ini pada umumnya mengunjungi destinasi transit atau ampiran sebagai kegiatan untuk melakukan eksplorasi.

Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan tipologi wisatawan adalah mengklasifikasikan wisatawan atas dasar tingkat *familiarisasi* dari daerah yang akan dikunjungi serta tingkat pengorganisasian dari perjalanan wisata. Tipologi wisatawan juga didasarkan pada kebutuhan wisatawan, yaitu faktor demografis dan sosial ekonomi, seperti: Usia, Status marital, *Gender*, dan Mata pencaharian.

C. Partisipasi Masyarakat

Menurut Ach. Wazir Ws., dkk (1999), partisipasi dapat didefinisikan sebagai proses di mana seseorang secara sadar ke dalam interaksi sosial dalam situasi tertentu. Dengan pengertian itu, seseorang dapat berpartisipasi bila ia menemukan dirinya dengan atau dalam kelompok, melalui berbagai proses berbagi dengan

orang lain dalam hal nilai, tradisi, perasaan, kesetiaan, kepatuhan dan tanggungjawab bersama.

Partisipasi masyarakat menurut Isbandi (2007) adalah keikutsertaan masyarakat dalam proses pengidentifikasian masalah dan potensi yang ada di masyarakat, pemilihan dan pengambilan keputusan tentang alternatif solusi untuk menangani masalah, pelaksanaan upaya mengatasi masalah, dan keterlibatan masyarakat dalam proses mengevaluasi perubahan yang terjadi. Masyarakat mempunyai peran yang sangat penting dalam menunjang pembangunan pariwisata.

Dari dua pakar yang mengungkapkan definisi partisipasi di atas, dapat dibuat kesimpulan bahwa partisipasi adalah keterlibatan aktif dari seseorang, atau sekelompok orang (masyarakat) secara sadar untuk berkontribusi secara sukarela dalam program pembangunan dan terlibat mulai dari perencanaan, pelaksanaan, monitoring sampai pada tahap evaluasi. Menurut A. Oktami Dewi A (2013), Ada berbagai tingkatan dan arti partisipasi masyarakat antara lain :

1. Partisipasi Manipulasi (*Manipulative Participation*)

Karakteristik dari model partisipasi ini adalah keanggotaan bersifat keterwakilan pada suatu komisi kerja, organisasi kerja, dan atau kelompok-kelompok. Jadi tidak berbasis pada partisipasi individu.

2. Partisipasi Pasif (*Passive Participation*)

Partisipasi rakyat dilihat dari apa yang telah diputuskan atau apa yang telah terjadi, informasi dari administrator tanpa mau mendengar respon dari rakyat tentang keputusan atau informasi tersebut. Informasi yang disampaikan hanya untuk orang-orang luar yang profesional.

3. Partisipasi Melalui Konsultasi (*Participation by Consultation*)

Partisipasi rakyat dengan berkonsultasi atau menjawab pertanyaan. Orang dari luar mendefinisikan masalah-masalah dan proses pengumpulan informasi, dan mengawasi analisa. Proses konsultasi tersebut tidak ada pembagian dalam pengambilan keputusan, dan pandangan-pandangan rakyat tidak dipertimbangkan oleh orang luar.

4. Partisipasi Untuk Insentif (*Participation for Material Incentives*)

Partisipasi rakyat melalui dukungan berupa sumber daya, misalnya tenaga kerja, dukungan pangan, pendapatan atau insentif material lainnya. Mungkin petani menyediakan lahan dan tenaga, tetapi mereka dilibatkan dalam proses percobaan- percobaan dan pembelajaran. Kelemahan dari model partisipasi ini adalah apabila insentif habis maka teknologi yang digunakan dalam program juga tidak akan berlanjut.

5. Partisipasi Fungsional (*Functional Participation*)

Partisipasi dilihat dari lembaga eksternal sebagai suatu tujuan akhir untuk mencapai target proyek, khususnya mengurangi biaya. Rakyat mungkin berpartisipasi melalui pembentukan kelompok untuk menentukan tujuan yang terkait dengan proyek. Keterlibatan seperti itu mungkin cukup menarik, dan mereka juga dilibatkan dalam proses pengambilan keputusan, tetapi cenderung keputusan tersebut diambil setelah keputusan utama ditetapkan oleh orang luar desa atau dari luar komunitas rakyat desa yang bersangkutan.

6. Partisipasi interaktif (*Interactive Participation*)

Partisipasi rakyat dalam analisis bersama mengenai pengembangan perencanaan aksi dan pembentukan atau penekanan lembaga lokal. Partisipasi dilihat sebagai suatu hak, tidak hanya berarti satu cara untuk mencapai target proyek saja, tetapi melibatkan multi-disiplin metodologi dan ada proses belajar terstruktur. Pengambilan keputusan bersifat lokal oleh kelompok dan kelompok menentukan bagaimana ketersediaan sumber daya yang digunakan, sehingga kelompok tersebut memiliki kekuasaan untuk menjaga potensi yang ada di lingkungannya.

7. Partisipasi inisiatif (*Self-Mobilisation*)

Partisipasi rakyat melalui pengambilan inisiatif secara indenpenden dari lembaga luar untuk melakukan perubahan sistem. Masyarakat mengembangkan hubungan dengan lembaga eksternal untuk advis mengenai sumber daya dan teknik yang mereka perlukan, tetapi juga mengawasi

bagaimana sumber daya tersebut digunakan. Hal ini dapat dikembangkan jika pemerintah dan LSM menyiapkan satu kerangka pemikiran untuk mendukung suatu kegiatan.

D. Konsep Daerah Transit

Tidak seluruh wisatawan harus berhenti di daerah transit. Namun, seluruh wisatawan pasti akan melalui daerah tersebut sehingga peranan daerah transit pun penting. Rute Transit (*Transit Route*) adalah tempat sementara dalam sebuah perjalanan wisata untuk mencapai daerah tujuan wisata utama, tetapi mempunyai kesempatan untuk menjadi daerah tujuan wisata (*enroute tourism destination*). Dalam konsep ini selalu ada interval waktu dan tempat dalam sebuah perjalanan wisata ketika seorang wisatawan merasa mereka telah meninggalkan tempat asalnya tetapi belum sampai di tempat yang mereka pilih untuk dikunjungi sebagai daerah tujuan wisata.

Oleh karena itu, dalam konsep daerah transit bertujuan membuat wisatawan untuk tinggal dalam jangka waktu tertentu sebelum mencapai destinasi utama dan dapat menghabiskan sebagian uangnya di daerah transit. Biasanya, perjalanan wisata yang berakhir di daerah transit, bukan di daerah tujuan. Hal inilah yang membuat negara-negara seperti Singapura dan Hongkong berupaya menetapkan kawasan multi fungsi sebagai kawasan transit dan tujuan wisata.

2.1.4 Pengembangan Pariwisata

Pengembangan adalah kegiatan untuk memajukan suatu tempat atau daerah yang dianggap perlu ditata sedemikian rupa baik dengan cara memelihara yang sudah berkembang atau menciptakan yang baru. Pengembangan destinasi wisata adalah segala kegiatan dan usaha terkoordinasi untuk menarik wisatawan dan menyediakan semua sarana dan prasarana, baik berupa barang atau jasa dan fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan masyarakat (Okta, 2008). Menurut Hadinoto (1996), ada beberapa hal yang menentukan dalam pengembangan suatu obyek wisata, diantaranya adalah:

1. Atraksi Wisata

Atraksi merupakan daya tarik wisatawan untuk berlibur. Atraksi yang diidentifikasi (sumber daya alam, sumber daya manusia, budaya, dan sebagainya) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata, tidak ada peristiwa, bagian utama lain tidak akan diperlukan.

2. Promosi dan Pemasaran

Promosi merupakan suatu rancangan untuk memperkenalkan atraksi wisata yang ditawarkan dan cara bagaimana atraksi dapat dikunjungi. Untuk perencanaan, promosi merupakan bagian penting.

3. Pasar Wisata (Masyarakat pengirim wisata)

Pasar wisata merupakan bagian yang penting. Walaupun untuk perencanaan belum/ tidak diperlukan suatu riset lengkap dan mendalam, namun informasi mengenai trend perilaku, keinginan, kebutuhan, asal, motivasi, dan sebagainya dari wisatawan perlu dikumpulkan dari mereka yang berlibur.

4. Transportasi

Pendapat dan keinginan wisatawan adalah berbeda dengan pendapat penyuplai transportasi. Transportasi mempunyai pengaruh besar terhadap volume dan lokasi pengembangan pariwisata.

5. Masyarakat

Penerima Wisatawan yang Menyediakan Akomodasi dan Pelayanan Jasa Pendukung Wisata (fasilitas dan pelayanan).

Menurut Suwanto (1997), unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi :

a. Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata yang juga disebut obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada :

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.

3. Adanya spesifikasi/ ciri khusus yang bersifat langka.
4. Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani wisatawan;
5. Obyek wisata alam memiliki daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain- lain).
6. Obyek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

b. Prasarana atau Infrastruktur Wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan dan lain sebagainya. Sedangkan menurut Gamal Suwanto (1997) Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik diatas permukaan tanah dan dibawah tanah seperti :

1. Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembuangan air limbah yang membantu sarana perhotelan/restoran.
2. Sumber listrik dan energi serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai.
3. Sistem jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi objek-objek wisata.
4. Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi maupun mengirimkan informasi secara tepat dan cepat.
5. Sistem keamanan dan pengawasan yang memberikan kemudahan diberbagai sektor bagi para wisatawan.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa infrastruktur merupakan salah satu faktor penunjang yang dibutuhkan oleh

wisatawan ataupun penduduk yang tinggal di daerah sekitar objek wisata. Infrastruktur dari suatu daerah tidak hanya digunakan untuk wisatawan saja tetapi juga digunakan oleh penduduk sekitar objek wisata untuk menunjang pemenuhan kebutuhan sehari-hari mereka. Apabila infrastrukturnya ditingkatkan dan dibiayai maka akan menjadi keuntungan bukan hanya untuk pengelola objek wisata tetapi juga dapat menguntungkan penduduk sekitar objek wisata. Infrastruktur yang baik merupakan salah satu cara untuk menciptakan perkembangan pariwisata yang baik dan dapat memberikan kenyamanan untuk wisatawan yang berkunjung ke objek wisata tersebut.

c. Sarana wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya. Berbagai sarana wisata yang harus disediakan di daerah tujuan wisata ialah hotel, biro perjalanan, alat transportasi, restoran dan rumah makan serta sarana pendukung lainnya.

Pengembangan kepariwisataan saat ini tidak hanya untuk menambah devisa negara maupun pendapatan pemerintah daerah. Akan tetapi juga diharapkan dapat memperluas kesempatan berusaha disamping memberikan lapangan pekerjaan baru untuk mengurangi pengangguran. Pariwisata dapat menaikkan taraf hidup masyarakat yang tinggal di kawasan tujuan wisata tersebut melalui keuntungan secara ekonomi. Dengan mengembangkan fasilitas yang mendukung dan menyediakan fasilitas rekreasi, wisatawan dan penduduk setempat saling diuntungkan. Pengembangan daerah wisata hendaknya memperlihatkan tingkatnya budaya, sejarah dan ekonomi dari tujuan wisata.

Sebagaimana pengembangan bidang-bidang lainnya, pengembangan kepariwisataan pun memerlukan perencanaan yang seksama. Satu dan lain hal, karena kepariwisataan menyangkut berbagai bidang kehidupan, baik bagi wisatawan maupun bagi masyarakat setempat yang menjadi “tuan rumah”.

2.1.5 Pengaruh Pariwisata

Pengaruh merupakan perubahan yang terjadi di dalam suatu lingkup lingkungan akibat adanya perbuatan manusia. Untuk dapat menilai terjadinya pengaruh, perlu adanya suatu acuan yaitu kondisi lingkungan sebelum adanya aktivitas (Soemarwoto 1988). Oleh karena itu pengaruh lingkungan adalah selisih antara keadaan lingkungan tanpa proyek dengan keadaan lingkungan dengan proyek. Pengaruh dari suatu kegiatan pembangunan berpengaruh terhadap aspek-aspek sosial, ekonomi dan budaya.

Menurut Faizun (2009), pengaruh pariwisata adalah perubahan-perubahan yang terjadi terhadap masyarakat sebagai komponen dalam lingkungan hidup sebelum ada kegiatan pariwisata dan setelah ada kegiatan pariwisata. Identifikasi Pengaruh diartikan sebagai suatu proses penetapan mengenai pengaruh dari perubahan sosial ekonomi yang terjadi terhadap masyarakat sebelum ada pengembangan pembangunan dan setelah adanya pengembangan pembangunan.

Fandeli (1995) mengemukakan bahwa pengembangan pariwisata pada dasarnya adalah pengembangan masyarakat dan wilayah yang didasarkan pada:

1. Memajukan tingkat hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas dan tradisi lokal.
2. Meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.
3. Berorientasi kepada pengembangan wisata berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi kooperatif.
4. Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak negatif yang seminimal mungkin.

Menurut Kusudianto (1996), bahwa suatu tempat wisata yang direncanakan dengan baik, tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi yang memperbaiki taraf, kualitas dan pola hidup komunitas setempat, tetapi juga peningkatan dan pemeliharaan lingkungan yang lebih baik. Bila dilakukan

dengan benar dan tepat maka pariwisata dapat memaksimalkan keuntungan dan dapat meminimalkan permasalahan. Masyarakat sekitar mempunyai peran yang sangat penting dalam upaya pengembangan obyek wisata, karena masyarakat setempat akan terlibat langsung dalam aktifitas-aktifitas yang berkaitan dengan kepariwisataan di daerah tersebut. Akan tetapi apabila suatu obyek wisata tidak dikembangkan atau ditangani dengan baik atau tidak direncanakan dengan matang, dapat menyebabkan kerusakan baik secara lingkungan maupun dampak-dampak negatif terhadap ekonomi maupun sosial.

A. Pengaruh Ekonomi

Pengaruh dari kegiatan pariwisata adalah fenomena utama yang dijelaskan berbagai pengganda, adanya keseimbangan pembayaran, investasi, pertimbangan pajak, tenaga kerja, pembentukan pengaruh ekonomi, pengeluaran perjalanan, ketergantungan pariwisata, harga dan realty pendapatan yang terkait dengan membeli pengalaman perjalanan dan optimasi. (Goeldner dan Ritchie, 2006 dalam Dian Puji Subekti, 2016).

Menurut Leiper dalam (I Gde Pitana dan I Ketut Surya Diarta, 2009) terdapat banyak dampak positif pariwisata bagi perekonomian, di antaranya adalah sebagai berikut :

1. Pendapatan dari penukaran mata uang asing
2. Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri
3. Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata
4. Pendapatan pemerintah
5. Penyerapan tenaga kerja
6. *Multiplier effects*

Menurut Glasson 1990 dalam (Dian Puji Subekti, 2016), *multiplier effect* adalah sebuah kegiatan yang mampu memicu kegiatan lainnya. Cohen dalam (Pitana dan Diarta, 2009), secara teoritis mengemukakan pengaruh pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dikelompokkan ke dalam delapan kelompok, yaitu :

1. Pengaruh terhadap penerimaan devisa
2. Pengaruh terhadap pendapatan masyarakat
3. Pengaruh terhadap kesempatan kerja
4. Pengaruh terhadap harga dan tarif
5. Pengaruh terhadap distribusi manfaat keuntungan
6. Pengaruh terhadap kepemilikan dan pengendalian
7. Pengaruh terhadap pembangunan
8. Pengaruh terhadap pendapatan pemerintah

Menurut Robert Cristie Mill (1990), Secara ringkas kegiatan pariwisata dapat memberikan dampak positif atau negatif di bidang ekonomi:

Dampak positif :

- 1) Terbuka lapangan pekerjaan baru
- 2) Meningkatkan taraf hidup dan pendapatan masyarakat
- 3) Meningkatkan nilai tukar mata uang rupiah terhadap mata uang asing
- 4) Membantu menanggung beban pembangunan sarana dan prasarana setempat
- 5) Meningkatkan kemampuan manajerial dan keterampilan masyarakat yang memacu kegiatan ekonomi lainnya.

Dampak negatif :

- 1) Meningkatkan biaya pembangunan sarana dan prasarana
- 2) Meningkatkan harga barang-barang lokal dan bahan-bahan pokok
- 3) Peningkatan yang sangat tinggi tetapi hanya musiman, sehingga pendapatan masyarakat naik dan turun
- 4) Mengalirnya uang keluar negeri karena konsumen menuntut barang-barang impor untuk bahan konsumsi tertentu.

Baik secara langsung atau tidak, kegiatan pariwisata yang terjadi di suatu daerah atau wilayah akan memberikan pengaruh terhadap masyarakat yang tinggal di daerah atau wilayah tersebut. Pengaruh yang ditimbulkan meliputi pengaruh fisik, ekonomi, dan sosial. Menurut Triwahyudi (2002), terdapat beberapa manfaat utama pariwisata yaitu:

1. Pariwisata dapat menciptakan diversifikasi produk, menjadikan ekonomi lokal tidak hanya tergantung pada sektor utama.
2. Sektor pariwisata adalah sektor yang padat karya, sehingga dapat menciptakan kesempatan kerja yang besar bagi generasi muda.
3. Pertumbuhan sektor pariwisata menghasilkan penambahan dan perbaikan fasilitas yang tidak hanya digunakan oleh wisatawan, tetapi juga oleh penduduk.
4. Pariwisata menciptakan kesempatan bagi munculnya produk-produk baru, fasilitas pelayanan dan pengembangan bisnis yang sudah ada.
5. Pariwisata dapat mempercepat permukiman pengembangan permukiman.
6. Pariwisata dapat meningkatkan pelayanan transportasi di suatu wilayah.
7. Pariwisata dapat meningkatkan kesempatan mendapatkan pendidikan yang lebih tinggi bagi masyarakat.
8. Pariwisata menggaris bawahi kebutuhan pengaturan yang tepat melalui kebijakan dan rencana yang efektif, untuk menjamin kelestarian lingkungan agar tetap terjaga.
9. Pariwisata dapat meningkatkan interaksi sosial antara masyarakat dengan wisatawan domestik maupun internasional yang akan memperluas wawasan masyarakat setempat.
10. Pariwisata dapat meningkatkan infrastruktur.

B. Kesempatan Kerja dan Berusaha

Menurut Waham (1992), Suatu negara biasanya memiliki banyak kegiatan yang dilakukan oleh industri pariwisata, salah satunya akan membuka kesempatan kerja yang lebih banyak dari satu sektor ekonomi ke sektor ekonomi lainnya. Alasannya karena industri pariwisata umumnya berorientasi pada penjualan jasa. Pernyataan bahwa industri pariwisata itu bersifat padat karya, hal itu tidak dapat dipungkiri. Akibat langsung pariwisata pada bidang kesempatan kerja dirasakan lebih mendatangkan manfaat pada negara-negara sedang berkembang daripada

negara-negara industri maju, karena di negara-negara sedang berkembang itu cakupan kegiatan ekonomi masih terbatas.

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, sehingga pengembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan kerja dan usaha. Peluang usaha dan kerja lahir akibat adanya permintaan wisatawan. Kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat untuk menjadi pengusaha hotel, warung, dagang dan lain-lain. Weber (2006), membagi industri pariwisata dalam dua golongan utama yaitu:

- a. Pelaku langsung: usaha wisata yang menawarkan jasa secara langsung kepada wisatawan atau yang jasanya langsung dibutuhkan oleh wisatawan. Termasuk dalam kategori ini adalah hotel atau penginapan, restoran, biro perjalanan, pusat informasi wisata, atraksi hiburan dan lain-lain.
- b. Pelaku tidak langsung: usaha yang mengkhususkan diri pada produk-produk yang secara tidak langsung mendukung pariwisata, seperti usaha kerajinan tangan, penerbit buku atau lembar panduan wisata, penjual roti, pertanian, peternakan, dan sebagainya.

C. Potensi Peningkatan PAD dari Pariwisata

Dalam melakukan perjalanan wisata, seorang wisatawan memerlukan bermacam jasa dan produk wisata yang dibutuhkannya. Berbagai macam jasa dan produk wisata inilah yang disebut dengan komponen Pariwisata. Komponen pariwisata ini dapat disediakan oleh pihak pengusaha, masyarakat atau siapapun yang berminat dalam menyediakan jasa pariwisata. Komponen pariwisata tersebut meliputi :

1. Objek dan daya tarik wisata
2. Akomodasi
3. Angkutan wisata
4. Sarana dan fasilitas wisata
5. Prasarana wisata

Dengan mengetahui komponen wisata tersebut, maka arah pengembangan pembangunan pariwisata bias terarah dengan baik. Sasaran yang akan dicapai dalam rangka otonomi daerah seperti yang tercantum dalam Undang Undang Nomer 32 Tahun 2004, pemerintah daerah dalam pelaksanaan pembangunan dalam meningkatkan kesejahteraan rakyat harus dapat menggali potensi-potensi yang ada di daerahnya. Dalam hal ini potensi-potensi yang ada di daerah termasuk sektor pariwisata yang bertujuan untuk meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.

Pengembangan kegiatan pariwisata tersebut akan berpengaruh bagi perekonomian daerah sekitarnya. Menurut Hardinoto (1996), pengembangan pariwisata dapat mengentaskan persoalan kemiskinan daerah.

2.1.6 Peran Stakholder dalam Pengembangan Pariwisata

Stakeholder merupakan pemain baik dalam bentuk perorangan maupun organisasi yang memiliki kepentingan pada peningkatan kebijakan (Schmerr, 2009). Keseluruhan aktor/group yang mempengaruhi dan atau dipengaruhi oleh suatu kebijakan, keputusan dan kegiatan (proyek) juga disebut sebagai *stakeholder* (Groenendijk 2003). *Stakeholder* biasanya dikaitkan dengan kepentingan dan pengaruh. Menurut Ni'mah dkk (2019), untuk menganalisis peran *stakeholder* dapat dilakukan dengan cara :

1. Mengidentifikasi *stakeholder* yang terlibat
2. Mengelompokkan atau pemetaan peranan *stakeholder*
3. Menganalisis peranan pengaruh antar *stakeholder*

Pengertian *stakeholder* menurut Hetifah (2003) dimaknai sebagai individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi (secara positif maupun negatif) oleh kegiatan atau program pembangunan. *Stakeholders* dibagi menjadi 3 kelompok (Maryono et al.2005) dalam penelitian (Yosevita), antara lain:

a. *Stakeholders* primer

Stakeholder primer merupakan *stakeholder* yang terkena dampak secara langsung baik dampak positif maupun dampak negatif dari suatu rencana serta mempunyai

kaitan kepentingan langsung dengan kegiatan tersebut. *Stakeholders* yang memiliki pengaruh dan kepentingan dikatakan sebagai *stakeholder* primer dan harus dilibatkan penuh dalam tahapan-tahapan kegiatan.

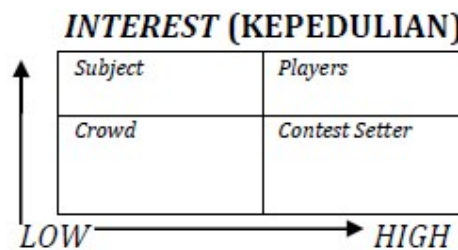
b. *Stakeholders* kunci

Stakeholder kunci adalah mereka yang memiliki kewenangan legal dalam hal pengambilan keputusan. Di dalam penelitian ini *stakeholders* kunci adalah *stakeholders* yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan pengembangan pariwisata.

c. *Stakeholders* sekunder atau pendukung

Stakeholders pendukung merupakan *stakeholder* yang tidak memiliki kepentingan langsung terhadap suatu rencana tetapi memiliki kepedulian yang besar terhadap proses pengembangan. *Stakeholders* pendukung menjadi fasilitator dalam proses pengembangan suatu kegiatan dan berpengaruh terhadap pengambilan keputusan. *stakeholders* pendukung meliputi para investor atau pihak swasta, LSM, dan peneliti.

Menurut Bryson dalam Hardiansyah (2012) analisis peran pemangku kepentingan (*stakeholder*) dimulai dengan menyusun *stakeholder* pada matriks dua kali dua menurut *interest* (minat) *stakeholder* terhadap suatu masalah dan *power* (kekuasaan) *stakeholder* dalam mempengaruhi masalah tersebut. *Interest* adalah minat atau kepentingan *stakeholder* terhadap pembangunan. Sedangkan yang dimaksud dengan *power* adalah kekuasaan *stakeholder* untuk mempengaruhi atau membuat kebijakan maupun peraturan-peraturan pembangunan.



Sumber: Hardiansyah (2012)

Gambar 2.3
Matriks Analisis Peran Stakeholder dari Bryson

1. *Contest setter* , memiliki pengaruh yang tinggi tetapi sedikit kepentingan. Oleh karena itu, mereka dapat menjadi risiko yang signifikan untuk harus dipantau
2. *Players*, merupakan *stakeholder* yang aktif karena mereka mempunyai kepentingan dan pengaruh yang tinggi terhadap pengembangan suatu proyek/program
3. *Subject*, memiliki kepentingan yang tinggi tetapi pengaruhnya rendah dan walaupun mereka mendukung kegiatan, kapasitasnya terhadap dampak mungkin tidak ada. Namun mereka dapat menjadi pengaruh jika membentuk aliansi dengan *stakeholder* lainnya
4. *Crowd*, merupakan *stakeholder* yang memiliki sedikit kepentingan dan pengaruh terhadap hasil yang diinginkan dan hal ini menjadi pertimbangan untuk mengikut sertakannya dalam pengambilan keputusan. Pengaruh dan kepentingan akan mengalami perubahan dari waktu ke waktu, sehingga perlu menjadi bahan pertimbangan.

Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya melibatkan tiga *stakeholder* yang saling terkait yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat (Rahim, 2012). Setiap pemangku kepentingan memiliki peran dan fungsi yang berbeda yang perlu dipahami agar pengembangan wisata di suatu daerah dapat terwujud dan terlaksana dengan baik.

A. Pemerintah

Menurut Yoeti (1996) bahwa pemerintah menyediakan dan membangun infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata, dan lain-lain. Stakeholder dalam pengembangan pariwisata yang memiliki otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata serta bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata. Peran pemerintah dalam pembangunan pariwisata bertugas membuat kebijakan dan perencanaan yang sistematis. Sebagai contoh, pemerintah menyediakan dan membangun infrastruktur pendukung

kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata dan lain-lain.

B. Masyarakat

Menurut Yoeti (1996) bahwa masyarakat merupakan sebagai pemilik dan pengelola dalam aktivitas pariwisata dan dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan dan kebiasaan sehari-hari yang menjadi keunikan dan ciri khas dari atraksi wisata. Masyarakat lokal merupakan penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata. Masyarakat berperan sebagai pemilik dan pengelola dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan dan kebiasaan sehari-hari yang menjadi keunikan dan ciri khas dari objek wisata.

C. Swasta

Peran swasta sebagai pelaku bisnis mempunyai peran dalam menyediakan sarana pendukung pariwisata. Kepariwisataan membutuhkan banyak sarana pendukung seperti restoran, akomodasi, biro perjalanan, transportasi, dan lain-lain (Yoeti, 1996).

2.1.7 Persepsi

Persepsi menurut Robbins (2003) adalah pandangan atau sudut pandang dari individu yang berkaitan dengan lingkungan sekitar, yaitu sebagai proses dimana individu-individu mengorganisasikan dan menafsirkan kesan indra mereka agar memberikan makna kepada lingkungan mereka. Persepsi dapat diartikan sebuah proses atau analisa mengenai hal-hal sekitar dengan kesan dan konsep yang ada dipikiran atau rasa individu tersebut.

A. Persepsi Wisatawan

Menurut UUD Republik Indonesia No.10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisatawan adalah orang yang melakukan wisata. Jadi menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan wisata, menurut pengertian tersebut, semua orang yang melakukan perjalanan wisata dinamakan

wisatawan. Adapun tujuan yang penting perjalanan itu bukan untuk menetap dan tidak mencari nafkah ditempat yang dikunjungi. Weber (2006) berpendapat bahwa wisatawan memiliki beragam faktor yang dapat mempengaruhi perjalanan wisatanya, hal ini dapat menjadi salah satu hal untuk menilai persepsi atau pandangan dari wisatawan atau pengunjung salah yaitu dengan adanya ekspektasi terhadap wisata tersebut.

Menurut Nasution (2005), persepsi dapat menjadi salah satu unsur kognisi yang akan menentukan kepuasan berwisata. Kepuasan wisatawan atas daya tarik objek wisata sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang mereka peroleh di daerah tujuan wisata.

B. Persepsi Masyarakat

Definisi persepsi masyarakat adalah sebuah proses dimana sekelompok orang atau individu yang hidup dan tinggal bersama dalam wilayah tertentu, kemudian memberikan penilaian atau mengintepretasikan terhadap suatu objek yang dianggap menarik dari lingkungan tempat tinggal mereka (Robbin, 2003). Menurut Allport (1962), persepsi seseorang terhadap lingkungan tergantung kepada seberapa jauh suatu objek membuat suatu arti terhadap pribadi dirinya, sehingga akan muncul suatu persepsi berupa pengertian kesadaran atau suatu penghargaan untuk objek tersebut.

Persepsi masyarakat menurut Porteus (1977) dipengaruhi oleh dua faktor yaitu Internal dan Eksternal. Faktor Internal adalah nilai yang terdapat dalam masing pribadi yang dipadukan dengan panca indera pada proses melihat, merasakan, mencium, mendengar bunyi, dan meraba objek. Faktor faktor tersebut kemudian dikombinasikan dengan faktor eksternal, yaitu keadaan lingkungan dan sosial budaya yang kemudian dapat menjadi suatu respon dalam bentuk suatu tindakan. Persepsi masyarakat dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal tersebut antara lain umur, jenis kelamin, latar belakang, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan, asal dan status penduduk, tempat tinggal, status ekonomi, dan waktu luang. Faktor tersebut kemudian dikombinasikan

dengan faktor eksternal yaitu keadaan lingkungan fisik dan sosial, yang kemudian menjadi suatu respon dalam bentuk suatu tindakan (Umar, 2009). Persepsi masyarakat bersifat dinamis yang dapat memberikan gambaran kebutuhan masyarakat terhadap pengembangan suatu wilayah maupun kota yang dapat dijadikan dasar pembangunan kota dimasa mendatang secara berkelanjutan.

2.2 Sintesis Literatur

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini bersumber dari berbagai macam literatur yang menjadi dasar peneliti dalam melakukan penelitian. Hasil dari kajian berbagai literatur tersebut digunakan untuk menemukan variabel yang memiliki keterkaitan dengan sasaran yang telah ditentukan. Adapun tabel ringkasan mengenai sintesa kajian literatur dalam pembahasan pengaruh aktivitas pariwisata menara siger sebagai wisata transit terhadap perekonomian masyarakat sekitar adalah sebagai berikut:

Tabel II.1
Sintesis Literatur

No	Sasaran	Literatur	Sumber	Teori	Variabel
1	Identifikasi Objek Wisata	Pengertian pariwisata	Okta Yoeti 1992	Pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu, yang diselenggarakan dari satu tempat ke tempat yang lain, dengan maksud bukan berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi tetapi semata-mata untuk menikmati perjalanan hidup guna bertamasya dan rekreasi atau memenuhi keinginan yang beraneka ragam	1. Perjalanan Wisata 2. Tujuan Wisata 3. pemasaran wisata 4. pasar 5. Aktraksi 6. Akomodasi 7. pelayanan jasa pendukung 8. Akseibilitas. 9. Persepsi masyarakat dan wisatawan 10. Karakteristik Masyarakat
			Karyono, 1997	Pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah Negara sendiri atau Negara lain	
			World Tourism Organization (WTO)	Pariwisata adalah kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya	
			Undang Undang No.10 Tahun 2009	Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, dan pemerintah.	
		Aspek Fisik	Suwantoro (1997)	Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, dan lain sebagainya.	
			Gunn	Sistem fungsional pariwisata melalui pendekatan demand (permintaan) dan supply (penawaran)	

No	Sasaran	Literatur	Sumber	Teori	Variabel
		Komponen Pariwisata	Menurut Leiper, 1990	Elemen-elemen dari sebuah sistem pariwisata yang sederhana menyangkut sebuah daerah/negara asal wisatawan, sebuah daerah/negara tujuan wisata, dan sebuah tempat transit. Terlihat lima elemen pokok, yaitu <i>traveler- generating region, departing traveler, transit route region, tourist-destination region, dan returning traveler</i> .	
			Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009	Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran dan tujuan kunjungan wisatawan.	
			Cooper dkk (1995)	Atraksi dibagi menjadi dua jenis yaitu alam dan buatan.	
			Pitana (2005)	Tipologi wisatawan perlu diketahui untuk tujuan perencanaan, termasuk dalam pengembangan kepariwisataan, tipologi yang lebih sesuai adalah tipologi berdasarkan atas kebutuhan wisatawan sehingga pengelola dalam mengembangkan objek wisata sesuai dengan segmentasi wisatawan.	
			Hadinoto (1996)	Transportasi dalam aktivitas pariwisata mempunyai pengaruh besar terhadap volume dan lokasi pengembangan pariwisata..	
			Sugiarti, 2004	Pembangunan pariwisata akan sulit terwujud ketika masyarakat setempat merasa diabaikan, hanya sebagai objek, serta merasa terancam oleh kegiatan pariwisata di daerah mereka	
			Cooper dkk (1995)	Akomodasi merupakan salah satu komponen produkwisata yang penting serta merupakan kebutuhan dasar bagi wisatawan selama mereka berda di daerah tujuan wisata.	
			Inskeep (1991)	Ada beberapa komponen wisata yang selalu ada dan merupakan komponen dasar dari wisata, salah satunya yaitu fasilitas dan pelayanan wisata.	

No	Sasaran	Literatur	Sumber	Teori	Variabel
			Umar, 2009	Faktor internal tersebut antara lain umur, jenis kelamin, latar belakang, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan, asal dan status penduduk, tempat tinggal, status ekonomi, dan waktu luang.	
			Weber, 2006	Wisatawan memiliki beragam faktor yang dapat mempengaruhi perjalanan wisatanya, hal ini dapat menjadi salah satu hal untuk menilai persepsi atau pandangan dari wisatawan atau pengunjung salah yaitu dengan adanya ekspektasi terhadap wisata tersebut.	
		Pengembangan Objek Wisata	Okta, 2008	Pengembangan destinasi wisata adalah segala kegiatan dan usaha terkoordinasi untuk menarik wisatawan dan menyediakan semua sarana dan prasarana, baik berupa barang atau jasa dan fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan masyarakat.	
2	Identifikasi Peran Stakholder dalam Pengembangan Wisata	Peran <i>Stakeholder</i>	Bryson	Analisis peran pemangku kepentingan (<i>stakeholder</i>) dimulai dengan menyusun <i>stakeholder</i> pada matriks dua kali dua menurut <i>interest</i> (minat) <i>stakeholder</i> terhadap suatu masalah dan <i>power</i> (kekuasaan) <i>stakeholder</i> dalam mempengaruhi masalah tersebut. <i>Interest</i> adalah minat atau kepentingan <i>stakeholder</i> terhadap pembangunan. Sedangkan yang dimaksud dengan <i>power</i> adalah kekuasaan <i>stakeholder</i> untuk mempengaruhi atau membuat kebijakan maupun peraturan-peraturan pembangunan.	1. Analisis peran stakholder 2. Peran Pemerintah 3. Peran Masyarakat 4. Peran Swasta
				Masyarakat merupakan sebagai pemilik dan pengelola dalam aktivitas pariwisata dan dapat menjadi bagian dari atraksi wisata untuk menarik wisatawan dengan cara mengenalkan kebudayaan dan kebiasaan sehari-hari yang menjadi keunikan dan ciri khas dari atraksi wisata.	

No	Sasaran	Literatur	Sumber	Teori	Variabel
		Peran Stakholder	Yoeti (1996)	Bahwa pemerintah menyediakan dan membangun infrastruktur pendukung kegiatan pariwisata, meningkatkan kualitas sumber daya manusia yang bekerja sebagai tenaga kerja di sektor pariwisata	
			Rahim, 2012	Pembangunan kepariwisataan pada hakekatnya melibatkan tiga stakeholder yang saling terkait yaitu pemerintah, swasta, dan masyarakat	
3	Pengaruh Pariwisata Terhadap Ekonomi	Pengaruh Pariwisata	Goeldner dan Ritchie, 2006	Dampak-dampak dari kegiatan pariwisata adalah fenomena utama yang dijelaskan berbagai pengganda, adanya keseimbangan pembayaran, investasi, pertimbangan pajak, tenaga kerja, pembentukan dampak ekonomi, pengeluaran perjalanan, ketergantungan pariwisata, harga dan reality pendapatan yang terkait dengan membeli pengalaman perjalanan dan optimasi	Kesempatan kerja, perubahan tingkat pendapatan masyarakat
			Cohen	Dampak pariwisata terhadap ekonomi masyarakat lokal salah satunya adalah dampak terhadap kesempatan kerja, itu artinya dengan adanya kegiatan pariwisata di suatu daerah maka akan menyerap tenaga kerja lokal atau masyarakat itu sendiri dengan membuka unit-unit usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan yang berkunjung ke obyek wisata tersebut	
			Fandeli, 1995	Pengembangan pariwisata pada dasarnya dapat meningkatkan tingkat pendapatan secara ekonomis sekaligus mendistribusikan secara merata kepada penduduk lokal.	
			Glasson 1990	<i>multiplier effect</i> adalah sebuah kegiatan yang mampu memicu kegiatan lainnya.	

Sumber : Hasil Analisis, 2019