

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA EVALUASI POKDARWIS DAN KEPARIWISATAAN**

#### **2.1 Peningkatan Kapasitas Komunitas**

Secara garis besar, pendefinisian kapasitas komunitas dapat dibagi berdasarkan pemenggalan kata, yaitu *community* dan *capacity*.

##### **2.1.1 Definisi *Community* (Komunitas)**

Komunitas adalah anggota masyarakat yang terlibat dalam sistem memiliki *sense* dan memahami hubungan dan areal kepentingan bersama. Seringkali didasari oleh homogenitas (kesamaan atribut yang dimiliki oleh anggotanya), tetapi yang lebih penting lagi adalah *communality* (kesetaraan) yaitu suatu kondisi dimana terdapat hal yang dibagi antara anggotanya, tetapi tidak selalu berasal dari atribut yang dimiliki, melainkan berdasarkan pada motivasi, tujuan, keinginan, hubungan darah, dan *mutuality* (kebersamaan) (Imran, 2012).

Menurut (Nurchayono, 2017) pengertian komunitas adalah anggota masyarakat yang terlibat dalam sebuah sistem dan memiliki perasaan serta hubungan dan kepentingan yang sama. Komunitas timbul karena adanya kesamaan dalam lingkungan tempat tinggal, kesamaan etnis tertentu, pendidikan, umur, dan kesamaan minat. Komponen dari komunitas dimulai dari level terendah di masyarakat yaitu individu, kelompok informal, organisasi hingga level lainnya yang lebih tinggi. Komunitas bersifat dinamis sesuai dengan waktu dan tempat dimana komunitas itu berada.

##### **2.1.2 Definisi Kapasitas**

*Capacity* terdiri dari dua hal, yaitu *containing* dan *ability*, baik dari pemikiran maupun tindakan. Secara umum, kapasitas komunitas merupakan sesuatu yang dapat membuat suatu komunitas “bekerja” dan dapat membuat suatu komunitas yang berfungsi dengan baik akan bekerja sesuai dengan fungsinya tersebut. Pada tingkatan yang dasar, kemampuan individu yang membentuk kapasitas komunitas terkandung di dalam komunitas tersebut, tetapi mereka juga

harus menciptakan hubungan kerjasama terhadap sistem yang lebih besar dimana komunitas tersebut ikut berperan (Imran, 2012). *Capacity building* atau peningkatan kapasitas adalah suatu proses yang dapat meningkatkan kemampuan seseorang, suatu organisasi atau suatu sistem untuk mencapai tujuan-tujuan yang dicita-citakan, Brown (2001:25).

### 2.1.3 Definisi Kapasitas Komunitas

Secara umum, kapasitas komunitas merupakan sesuatu yang dapat membuat suatu komunitas “bekerja” dan dapat membuat suatu komunitas yang berfungsi dengan baik akan bekerja sesuai dengan fungsinya tersebut. Chaskin (2001) dalam Nurcahyono (2017) berpendapat bahwa kapasitas komunitas merupakan interaksi dari modal manusia, sumberdaya organisasi, dan modal sosial yang terdapat di dalam komunitas yang dapat berpengaruh dalam pemecahan permasalahan kolektif dan meningkatkan serta menjaga kesejahteraan komunitas. Kapasitas komunitas dapat bekerja di dalam proses sosial secara informal maupun usaha yang terorganisir baik oleh individu, organisasi, dan jejaring sosial yang terdapat di dalam dan di antara komunitas tersebut serta pada sistem yang lebih luas dimana komunitas tersebut menjadi bagiannya.

Dari berbagai dimensi, kapasitas komunitas memiliki perbedaan dalam berbagai pendekatan. Beberapa fokus terutama pada organisasi dan beberapa pada individu. Beberapa fokus pada hubungan afektivitas dan *shared values*, sedangkan yang lain memberikan prioritas terhadap partisipasi dan keterlibatan. Akan tetapi, beberapa definisi kapasitas komunitas tersebut mencakup beberapa faktor yaitu keberadaan sumber daya, memiliki *range* dari kemampuan individu hingga kekuatan organisasi untuk mengakses modal finansial dan jaringan hubungan. Jaringan hubungan terkadang terkonsentrasi pada lingkup afektif, di saat yang lain terkonsentrasi pada lingkup instrumental. Kepemimpinan, memiliki banyak definisi, salah satunya adalah kemampuan untuk mengelola sumber daya alam dan juga manusia secara dewasa dan bertanggung jawab, dukungan untuk pergerakan (mobilitas), adanya partisipasi dari anggota komunitas dalam tindakan kolektif dan pemecahan permasalahan.

Oleh sebab itu, kapasitas komunitas dapat diartikan sebagai kemampuan suatu komunitas atau kelompok masyarakat dalam mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini kapasitas komunitas penting untuk diketahui sejauh mana komunitas tersebut memiliki kemampuan dalam mencapai tujuan. Apabila kapasitas dari sebuah komunitas atau suatu kelompok tertentu masih terbilang rendah maka dibutuhkan peningkatan kapasitas komunitas melalui beberapa strategi yang ada.

#### **2.1.4 Konsep Pengembangan Kapasitas Komunitas**

Menurut Chaskin (2001) dalam (Imran, 2012) Pengembangan kapasitas komunitas fokus pada beberapa kombinasi dari empat strategi utama, yaitu:

- a. *Leadership Development*, yang fokus kepada keahlian, komitmen, keterlibatan, dan keefektifan individu dalam proses pengembangan komunitas.
- b. *Organizational Development*, termasuk membentuk organisasi baru atau memperkuat yang sudah ada sehingga mereka dapat bekerja lebih baik atau mengambil peran baru.
- c. *Community Organizing*, memiliki target pengumpulan aspek-aspek dari fungsi komunitas dan memobilisasi *stakeholder* individu untuk menjadi kolektif pada akhirnya.
- d. *Interorganizational Collaboration*, membangun infrastruktur organisasi komunitas meliputi pengembangan hubungan dan kerjasama kolaboratif dalam level organisasi.

Dari keempat strategi tersebut, menurut (Damayanti, Soeaidy, & Ribawanto, 2013) pengembangan kemampuan *capacity building* yang ada harus melibatkan seluruh elemen baik dari Pemerintah Desa, komunitas lokal maupun masyarakat lokal.

## **2.2 Konsep Pembangunan Kepariwisata**

Dalam konsep pembangunan kepariwisataan akan membahas secara lebih detail apa itu pariwisata dan bagaimana pariwisata itu terjadi serta jenis-jenis dari pariwisata itu sendiri. Konsep pembangunan kepariwisataan menurut Undang-

Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan meliputi :

1) Pembangunan Industri Pariwisata

Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

2) Pembangunan Destinasi Pariwisata

Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan destinasi pariwisata, antara lain pemberdayaan masyarakat, pembangunan daya tarik wisata, pembangunan prasarana, penyediaan fasilitas umum, serta pembangunan fasilitas pariwisata secara terpadu dan berkesinambungan.

3) Pembangunan Pemasaran

Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan pemasaran, antara lain pemasaran pariwisata bersama, terpadu, dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing.

4) Pembangunan Kelembagaan Kepariwisataan

Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan kepariwisataan, antara lain pengembangan organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi, serta mekanisme operasional di bidang kepariwisataan.

### **2.2.1 Definisi Pariwisata**

Menurut (Undang-Undang RI Nomor 10, 2009) tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Dalam KBBI

(kamus besar bahasa Indonesia) dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan rekreasi.

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta yang terdiri atas dua kata yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan *wisata* berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata pariwisata seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*”, sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” dapat digunakan kata “*tourisme*” atau “*tourism*” (Yoeti, 1996:112) dalam (Suwena & Widyatmaja, 2017).

Soekadijo (1996) mendefinisikan pariwisata sebagai gejala yang kompleks dalam masyarakat, di dalamnya terdapat hotel, objek wisata, souvenir, pramuwisata, angkutan wisata, biro perjalanan wisata, rumah makan dan banyak lainnya.

Menurut Koen Meyers (2009), pariwisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu dari tempat tinggal semula ke daerah tujuan dengan alasan bukan untuk menetap atau mencari nafkah melainkan hanya untuk bersenang-senang, memenuhi rasa ingin tahu, menghabiskan waktu senggang atau waktu libur serta tujuan-tujuan lainnya.

Sedangkan menurut Suwanto (1997), pariwisata adalah suatu proses bepergian sementara dari seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya karena suatu alasan dan bukan untuk melakukan kegiatan yang menghasilkan uang.

Berdasarkan pada definisi pariwisata sendiri menurut pemaparan para ahli maupun undang-undang dapat disimpulkan bahwa pariwisata merupakan suatu kegiatan melakukan perjalanan ke tempat tujuan dalam rentang waktu tertentu untuk mendapatkan kesenangan. Tujuan individu dalam melakukan kegiatan pariwisata adalah semata-mata untuk mendapatkan kesenangan dan bukan dalam hal urusan pekerjaan atau maksud tertentu. Selain pengertian pariwisata, pada Bab I Pasal 1 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menjelaskan hal lain sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh sebagian atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan diri
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah, dan pengusaha
5. 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 atau tujuan kunjungan wisatawan
6. Daerah Tujuan Pariwisata yang selanjutnya disebut destinasi pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam suatu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan
7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata
8. Pengusaha pariwisata adalah orang-orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata
9. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan penyelenggaraan pariwisata
10. Kawasan strategi pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan

pariwisata yang mempunyai pengaruh dalam suatu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

### **2.2.2 Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)**

Dunn (2003) dalam (Karim, Kusuma, & Amalia, 2017) menyatakan pemberdayaan Masyarakat dalam konteks pembangunan kepariwisataan dapat didefinisikan sebagai : “Upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif sebagai subjek atau pelaku maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan”. Salah satu aspek mendasar bagi keberhasilan pembangunan kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Iklim atau lingkungan kondusif tersebut terutama dikaitkan dengan perwujudan Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang dikembangkan secara konsisten di kalangan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata. Dalam Buku Pedoman Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis), (2002) Sadar Wisata dalam hal ini digambarkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam 2 (dua) hal berikut, yaitu:

- a) Masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif sebagaimana tertuang dalam slogan Sapta Pesona.
- b) Masyarakat menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata, sebagai wujud kebutuhan dasar untuk berekreasi maupun khususnya dalam mengenal dan mencintai tanah air.

Sedangkan Sapta Pesona berisi 7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat yang mendorong

tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung, yakni Aman, Tertib, Bersih, Sejuk, Indah, Ramah, dan Kenangan.

### 2.2.3 Sadar Wisata dan Kelompok Sadar Wisata dalam Pengembangan Destinasi Pariwisata

Menurut Rahim (2012) Peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan memerlukan berbagai upaya pemberdayaan (*empowerment*), agar masyarakat dapat berperan lebih aktif dan optimal serta sekaligus menerima manfaat positif dari kegiatan pembangunan yang dilaksanakan untuk peningkatan kesejahteraannya. Pemberdayaan Masyarakat dalam konteks pembangunan kepariwisataan dapat didefinisikan sebagai “*Upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif sebagai subjek atau pelaku maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan*” (Renstra Dit. Pemberdayaan Masyarakat, 2010). Definisi tersebut menegaskan posisi penting masyarakat dalam kegiatan pembangunan, yaitu masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan; dan masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan.

Masyarakat sebagai **subyek atau pelaku** pembangunan, mengandung arti, bahwa masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya baik dari pemerintah maupun swasta. Dalam fungsinya sebagai **subjek atau pelaku** masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab untuk bersama-sama mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya. Masyarakat sebagai **penerima manfaat**, mengandung arti, bahwa masyarakat diharapkan dapat memperoleh nilai manfaat ekonomi yang berarti dari pengembangan kegiatan kepariwisataan untuk meningkatkan kualitas hidup dan kesejahteraan sosial masyarakat yang bersangkutan.

Dalam kerangka pembangunan kepariwisataan tersebut, salah satu aspek mendasar bagi keberhasilan pembangunan kepariwisataan adalah dapat diciptakannya lingkungan dan suasana kondusif yang mendorong tumbuh dan

berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat. Iklim atau lingkungan kondusif tersebut terutama dikaitkan dengan perwujudan Sadar Wisata dan Sapta Pesona yang dikembangkan secara konsisten di kalangan masyarakat yang tinggal di sekitar destinasi pariwisata.

**Sadar wisata** dalam hal ini digambarkan sebagai bentuk kesadaran masyarakat untuk berperan aktif dalam 2 (dua) hal berikut, yaitu:

1. Masyarakat menyadari peran dan tanggung jawabnya sebagai tuan rumah (host) yang baik bagi tamu atau wisatawan yang berkunjung untuk mewujudkan lingkungan dan suasana yang kondusif sebagaimana tertuang dalam slogan Sapta Pesona.
2. Masyarakat menyadari hak dan kebutuhannya untuk menjadi pelaku wisata atau wisatawan untuk melakukan perjalanan ke suatu daerah tujuan wisata, sebagai wujud kebutuhan dasar untuk berekreasi maupun khususnya dalam mengenal dan mencintai tanah air.

**Sapta pesona**, sebagaimana disinggung di atas adalah *“7 (tujuh) unsur pesona yang harus diwujudkan bagi terciptanya lingkungan yang kondusif dan ideal bagi berkembangnya kegiatan kepariwisataan di suatu tempat yang mendorong tumbuhnya minat wisatawan untuk berkunjung”*.

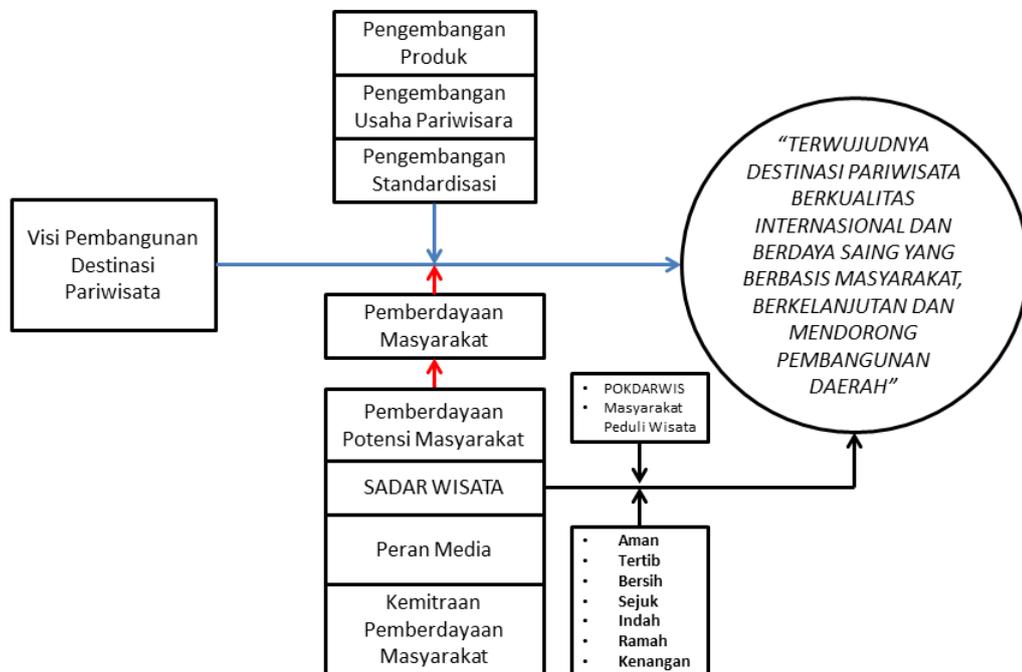
Ketujuh unsur Sapta Pesona yang dimaksud di atas adalah :

1. Aman
2. Tertib
3. Bersih
4. Sejuk
5. Indah
6. Ramah
7. Kenangan

Sadar Wisata dan Sapta Pesona sebagai unsur penting dalam mendukung pengembangan destinasi pariwisata tentu tidak dapat terwujud secara otomatis tanpa adanya langkah dan upaya-upaya untuk merintis, menumbuhkan, mengembangkan dan melaksanakan secara konsisten di destinasi pariwisata. Oleh karena itu, perlu ditumbuhkan peran serta masyarakat secara aktif dalam

mengembangkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya.

Dalam hal ini Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) atau kelompok penggerak pariwisata sebagai bentuk kelembagaan informal yang dibentuk anggota masyarakat (khususnya yang memiliki kepedulian dalam mengembangkan kepariwisataan di daerahnya), merupakan salah satu unsur pemangku kepentingan dalam masyarakat yang memiliki keterkaitan dan peran penting dalam mengembangkan dan mewujudkan Sadar Wisata dan Sapta Pesona di daerahnya.



Sumber: Pedoman POKDARWIS

**GAMBAR 2.1 DIAGRAM KETERKAITAN SADAR WISATA DAN KELOMPOK SADAR WISATA DALAM PENGEMBANGAN DESTINASI PARIWISATA**

Keberadaan Pokdarwis dalam konteks pengembangan destinasi pariwisata telah berperan sebagai salah satu **“unsur penggerak”** dalam turut mendukung terciptanya lingkungan dan suasana yang kondusif di tingkat lokal di daerahnya, yang secara kolektif akan berdampak positif bagi perkembangan destinasi pariwisata dalam konteks wilayah yang lebih luas. Peran dan kontribusi Pokdarwis tersebut perlu terus didukung dan dikembangkan baik secara kualitas

maupun kuantitas dalam turut menopang perkembangan dan pertumbuhan destinasi pariwisata, maupun khususnya peningkatan peran masyarakat dalam pembangunan kepariwisataan di daerahnya masing-masing.

#### **2.2.4 Komponen Pariwisata**

Cooper dkk (2005) dalam (Astuti & Noor, 2016) menjelaskan bahwa terdapat empat komponen dalam kegiatan pariwisata khususnya pada daya tarik wisata. Empat komponen tersebut adalah 4A dimana *attraction* sebagai daya tarik, *amenities* sebagai ketersediaan fasilitas, *access* sebagai aksesibilitas terhadap daya tarik wisata dan *ancillary* sebagai komponen pelayanan pendukung pada daya tarik suatu wisata.

##### **1. *Attraction* (Daya Tarik)**

Menurut karyono (1997) dalam (Setyanto & Pangestuti, 2019) atraksi atau daya tarik wisata berkaitan dengan konsep *what to see* dan *what to do*. Apa yang bisa dilihat dan dilakukan oleh wisatawan di destinasi tersebut. Atraksi bisa berupa keindahan dan keunikan alam, budaya masyarakat setempat, serta atraksi buatan seperti taman rekreasi dan hiburan. Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata yang diminati oleh wisatawan. Suatu daerah atau tempat hanya dapat menjadi tujuan wisata kalau kondisinya sedemikian rupa, sehingga ada yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata. Apa yang dapat dikembangkan menjadi atraksi wisata itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*).

##### **2. *Amenities* (Fasilitas)**

Secara umum pengertian amenities adalah segala macam prasarana dan sarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di daerah tujuan wisata. Dalam buku Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata oleh (Suwena & Widyatmaja, 2017) sarana dan prasarana yang dimaksud seperti: penginapan (*accommodation*), rumah makan (*restaurant*); transportasi dan infrastruktur. Akomodasi sendiri dalam kegiatan pariwisata dapat berupa hotel, losmen, *guest house*, *home stay*, villa, dan perkemahan. Untuk fasilitas *restaurant* atau tempat makan adalah *cafe*, *restaurant* atau warung. Sedangkan transportasi dan infrastruktur yang

harus ada pada kegiatan pariwisata adalah berupa transportasi umum dan tempat parkir, ketersediaan air bersih, toilet, jalan, listrik, sarana ibadah, pengolahan limbah dan sampah.

### **3. Access (Aksesibilitas)**

*Access* atau aksesibilitas adalah sarana yang memberikan kemudahan kepada wisatawan untuk menuju ke daerah tujuan wisata, tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan mencapai tujuan wisata tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda petunjuk arah menuju lokasi wisata dan lainnya (Hadiwijoyo, 2012). Aksesibilitas dapat dikatakan sangat penting karena dalam berlangsungnya kegiatan wisata, para pelaku harus melakukan perpindahan yang mana perpindahan tersebut didukung oleh adanya aksesibilitas yang baik pada suatu objek wisata. perpindahan tersebut termasuk ke dalam perpindahan jarak jauh maupun jarak dekat. Sedangkan menurut (Sunaryo, 2013) aksesibilitas adalah segenap fasilitas dan moda angkutan yang memungkinkan dan memudahkan serta membuat nyaman wisatawan untuk mengunjungi suatu destinasi.

### **4. Ancillary Services (Pelayanan Tambahan)**

Sunaryo (2013) menjelaskan *ancillary service* merupakan fasilitas umum yang digunakan sebagai fasilitas wisata seperti bank, sarana telekomunikasi, rumah sakit, dan sebagainya. Keberadaan *ancillary* melengkapi amenities dan aksesibilitas. Sedangkan (Sugiyama, 2011) menerangkan bahwa *ancillary* atau fasilitas pendukung adalah mencakup keberadaan dari berbagai organisasi yang memfasilitasi dan mendorong pengembangan serta pemasaran dari suatu destinasi wisata. Organisasi yang terkait dalam hal ini antara lain pihak pemerintah (misal dinas pariwisata), asosiasi kepariwisataan (misal asosiasi pengusaha perhotelan, biro perjalanan wisata, pemandu wisata).

#### **2.2.5 Jenis Pariwisata**

Menurut Pendit (2012:69) dalam (Rohimah, Hariyoko, & Ayodya, 2018), beberapa jenis pariwisata yang telah dikenal di masyarakat, antara lain:

1. Wisata budaya, yaitu perjalanan yang mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, kebudayaan dan seni mereka;
2. Wisata kesehatan, yaitu perjalanan demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani,
3. Wisata olahraga, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan dengan tujuan untuk berolahraga,
4. Wisata komersial, yaitu wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi pameran dan pekan raya yang bersifat komersial,
5. Wisata industri, yaitu perjalanan dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan penelitian,
6. Wisata bahari, yaitu perjalanan yang banyak dikaitkan dengan olahraga air seperti danau, pantai dan laut,
7. Wisata cagar alam, yaitu jenis wisata ketempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya, yang kelestariannya di lindungi oleh undang-undang, dan
8. Wisata bulan madu, yaitu suatu perjalanan berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan.

Menurut letak geografisnya, dimana kegiatan pariwisata dibedakan menjadi :

1. Pariwisata lokal (*local tourism*) yaitu jenis kepariwisataan yang ruang lingkupnya lebih sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja. Misalnya kepariwisataan kota Denpasar, kepariwisataan kota Bandung.
2. Pariwisata regional (*regional tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam lingkungan nasional dan dapat pula regional dalam ruang lingkup internasional. Misalnya kepariwisataan Bali, Yogyakarta, dan lain-lain.
3. Pariwisata nasional (*national tourism*) yaitu jenis pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara, dimana para pesertanya tidak saja terdiri dari warganegaranya sendiri tetapi juga orang asing

yang terdiam di negara tersebut. Misalnya kepariwisataan yang ada di daerah-daerah dalam satu wilayah Indonesia.

4. Pariwisata regional-internasional yaitu kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut. Misalnya kepariwisataan ASEAN.
5. Pariwisata internasional (*International tourism*) yaitu kegiatan kepariwisataan yang terdapat atau dikembangkan di banyak negara di dunia.

### **2.3 Jenis-Jenis Evaluasi**

Menurut William N. Dunn dalam bukunya yang berjudul *The Osolescence of Evaluation Research* tahun 1981, untuk mengevaluasi suatu kegiatan terdapat empat pendekatan yang bisa dilakukan.

#### **2.3.1 *Pseudo Evaluation***

Evaluasi pertama adalah *Pseudo Evaluation* atau Evaluasi Semu, merupakan evaluasi yang terpaku pada penjelasan atau prediksi perilaku dan kondisi yang mempengaruhi program kinerja. Dalam evaluasi semu, kriteria utama untuk memilih desain strategi, proses pengukuran, dan variabel yang menarik adalah yang memaksimalkan internal, eksternal, dan validitas kesimpulan statistik (Cook dan Campbell, 1979).

#### **2.3.2 *Quasi Evaluation***

Selanjutnya adalah *Quasi-Evaluation* atau Evaluasi Kuasi. Nilai dan kriteria pada evaluasi kuasi dikelompokkan ke dalam kelas, tetapi tanpa mengidentifikasi konten substantifnya, sumber, atau alasan pemilihan kriteria.

#### **2.3.3 *Formal Evaluation***

Yang ketiga adalah *Formal Evaluation* atau Evaluasi Formal. Evaluasi formal didasarkan pada konsepsi legalistik organisasi sebagai kolektivitas dengan tujuan yang bersifat publik, eksplisit dan terbatas. Dalam evaluasi formal pilihan

strategi desain dan proses pengukuran didasarkan pada asumsi bahwa sifat kinerja ditangkap secara memadai oleh tujuan, sasaran dan fungsi tertulis sesuai dengan undang-undang, anggaran dasar dan dokumen formal lainnya (Zedlewski, 1979).

### 2.3.4 *Decision-Theoretic Evaluation*

Sedangkan pendekatan terakhir yaitu *Decision-Theoretic Evaluation* atau Evaluasi Teori Keputusan. Evaluasi ini berusaha untuk mengembangkan dan menerapkan prosedur eksplisit yang memungkinkan analisis terprogram alternatif dalam hal nilai dan kesimpulan kausal dari pengambil keputusan. Acuan bentuk evaluasi teori-keputusan adalah multi-atribut analisis utilitas, yang telah dijelaskan sebagai "kerangka konseptual dan metodologi yang menghubungkan kesimpulan tentang keadaan dunia, nilai-nilai keputusan, dan pembuat keputusan" (Edwards, Guttentag, dan Snapper, 1975, hal. 140)".

## 2.4 Sintesa Variabel

Sintesa variabel merupakan rangkaian dari penelitian yang berisikan tentang variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Variabel yang digunakan dapat juga menjadi kunci dari penelitian dalam menjawab sasaran yang telah dirumuskan. Penelitian ini menggunakan dua jenis evaluasi dalam pemilihan indikator dan variabelnya. Evaluasi pertama adalah *formal evaluation* atau evaluasi formal. Dalam evaluasi formal pilihan strategi desain dan proses pengukuran didasarkan pada asumsi bahwa sifat kinerja ditangkap secara memadai oleh tujuan, sasaran dan fungsi tertulis sesuai dengan undang-undang, anggaran dasar dan dokumen formal lainnya (Zedlewski, 1979).

**TABEL II.1 TABEL PEMILIHAN INDIKATOR**

No	Sumber	Indikator	Penjelasan	Sub Indikator	Variabel
1	UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata	Terpenuhinya Industri Pariwisata	Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi	Tersedianya Penghasil barang	
				Tersedianya	

No	Sumber	Indikator	Penjelasan	Sub Indikator	Variabel
2		Tersedianya Destinasi Wisata	Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.	Penghasil jasa	
				Terdapat Daya Tarik Wisata	Terdapat Daya Tarik Alami
					Tersedianya Daya Tarik Buatan
				Tersedianya Fasilitas	Tersedianya Air Bersih
					Tersedianya Listrik
					Tersedianya Sarana Telekomunikasi
					Tersedianya Tempat Pembuangan Air Kotor
Tersedianya Tempat Pembuangan Sampah					
Tersedianya Aksesibilitas	Tersedianya Jalan Menuju Lokasi Wisata				
3	UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata	Tersedianya Pemasaran	Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan pemasaran, antara lain pemasaran pariwisata bersama, terpadu, dan berkesinambungan dengan melibatkan seluruh pemangku kepentingan serta pemasaran yang bertanggung jawab dalam membangun citra Indonesia sebagai destinasi pariwisata yang berdaya saing	Terlaksananya Pemasaran Terpadu	
4		Terdapat Kelembagaan Kepariwisata	Dalam ketentuan ini yang dimaksud dengan pembangunan kelembagaan	Terdapat Pengembangan organisasi Pemerintah	

No	Sumber	Indikator	Penjelasan	Sub Indikator	Variabel
			kepariwisataan, antara lain pengembangan organisasi Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, dan masyarakat, pengembangan sumber daya manusia, regulasi, serta mekanisme operasional di bidang kepariwisataan	Terlaksananya Pengembangan masyarakat	Terdapat Asosiasi Pengusaha Perhotelan Terdapat Pemandu Wisata

Sumber : Hasil Analisis, 2020

Dalam hal ini, penggunaan evaluasi formal didasarkan pada pedoman resmi yaitu UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata sebagai alat untuk menentukan indikator dan variabel dalam pengembangan wisata Pantai Minang Rua. Beberapa variabel yang tidak terdapat dalam pedoman UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata akan menggunakan *pseudo evaluation* atau evaluasi semu. Dalam hal ini evaluasi semu merupakan evaluasi yang terpaku pada penjelasan atau prediksi perilaku dan kondisi yang mempengaruhi program kinerja. Oleh sebab itu, pemilihan variabel yang tidak termuat dalam UU RI No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata akan disintesis menggunakan pendapat beberapa ahli.

TABEL II.2 TABEL PEMILIHAN VARIABEL

No	Indikator	Sub Indikator	Pendit (1994)	Nurmayasari, Dhea (2017)	Payangan Dalam Herat, Rizki dkk (2015)	Variabel Terpilih	Alasan
1	Terpenuhinya Industri Pariwisata	Tersedianya Penghasil barang	Unsur-unsur yang terlibat dalam industri pariwisata meliputi hal-hal sebagai berikut:  1. Akomodasi, tempat seseorang untuk tinggal sementara. 2. Jasa Boga dan Restoran, industri jasa di bidang penyelenggaraan makanan dan minuman yang dikelola secara komersial.	Mengembangkan industri pariwisata merupakan salah satu strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas pariwisata yang ada di suatu wilayah atau daerah. Mengembangkan industri pariwisata dapat menciptakan pertumbuhan investasi dan peluang usaha yang berorientasi pada pertumbuhan ekonomi, pengentasan kemiskinan, dan penyerapan tenaga kerja.	Penawaran berupa produk industri pariwisata, terdiri atas tiga komponen yang satu dengan lainnya saling berhubungan erat, yaitu (a) <i>accessibilities of the Tourist Destination</i> , yaitu semua yang dapat member kemudahan kepada wisatawan untuk berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata (DTW). (b) <i>Facilities of the Tourist Destination</i> , berfungsi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan selama tinggal sementara waktu di DTW yang dikunjungi. (c) <i>Tourist Attractions</i> , yaitu semua yang menjadi daya tarik, mengapa wisatawan tertarik berkunjung pada suatu daerah	Tersedianya Toko Cinderamata	Dalam melakukan perjalanan wisata harus ada penghasil barang seperti cinderamata yang menjadi ciri khas dari suatu destinasi wisata
		Tersedianya Penghasil jasa	Tersedianya Akomodasi			Akomodasi sebagai layanan penginapan bagi pengunjung suatu destinasi wisata	
			Tersedianya Jasa Boga			Jasa boga diperlukan dalam memenuhi kebutuhan pangan wisatawan	
			Tersedianya Transportasi Umum			Dalam pelaksanaan wisata perlu ketersediaan transportasi supaya memudahkan wisatawan luar kota dalam menjangkau daerah tujuan wisata	
			Terdapat Atraksi Wisata			Atraksi wisata diperlukan dalam suatu kegiatan wisata sebagai pemicu daya tarik wisatawan	

No	Indikator	Sub Indikator	Pendit (1994)	Nurmayasari, Dhea (2017)	Payangan Dalam Herat, Rizki dkk (2015)	Variabel Terpilih	Alasan
			<p>menarik perhatian wisatawan atau pengunjung.</p> <p>5. Cinderamata (Souvenir), benda yang dijadikan kenang-kenangan untuk dibawa oleh wisatawan pada saat kembali ke tempat asal.</p> <p>6. Biro Perjalanan, badan usaha pelayanan semua proses perjalanan dari berangkat hingga kembali.</p>		tujuan wisata (DTW).	Tersedianya Biro Perjalanan	Biro perjalanan diperlukan dalam pengelolaan industri pariwisata sebagai sarana bagi pengunjung dalam berwisata
2	Tersedianya Pemasaran	Terlaksananya Pemasaran Terpadu		<p>Mengembangkan pemasaran dan promosi pariwisata merupakan strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan melalui saluran pemasaran dan pengiklanan yang kreatif dan efektif seperti internet, alat komunikasi ataupun media lainnya.</p>	<p>Beberapa tugas khusus itu atau sering disebut bauran promosi (<i>promotion mix, promotion blend, communication mix</i>) adalah <i>Personal Selling, Mass Selling</i>, terdiri atas periklanan dan publisitas, Periklanan, <i>Public Relations</i> dan <i>Direct Marketing</i></p>	Tersedianya Website Wisata	Website Wisata diperlukan dalam strategi pemasaran dari suatu produk wisata
						Tersedianya Media Sosial Wisata	Media sosial memudahkan pengelola dalam mempromosikan dan memasarkan suatu produk wisata ke masyarakat luas

No	Indikator	Sub Indikator	Pendit (1994)	Nurmayasari, Dhea (2017)	Payangan Dalam Herat, Rizki dkk (2015)	Variabel Terpilih	Alasan
3	Terdapat Kelembagaan Kepariwisataan	Terlaksananya Pengembangan organisasi Pemerintah		Pengembangan Sumber Daya Pariwisata merupakan strategi pengembangan pariwisata yang dilakukan untuk meningkatkan mutu pelayanan dan meningkatkan kualitas pengembangan kepariwisataan melalui anggota yang berada di lingkungan pariwisata yang sedang dikembangkan. Strategi pengembangan sumber daya pariwisata dimulai dari manusia terlebih dahulu, jika Sumber Daya Manusia sudah baik maka sumber daya yang lain dapat berjalan seiringan dengan baik pula.	Pendekatan ini melihat pariwisata sebagai suatu hasil kerjasama berbagai aktor (stakeholder) secara melembaga.	Terlaksananya pengembangan SDM Oleh Dinas Pariwisata	Dinas pariwisata dalam hal ini merupakan stakeholder kelembagaan pariwisata yang bertanggungjawab sebagai fasilitator dan regulator pada pelaksanaan kegiatan wisata daerah.

Sumber: Hasil Analisis, 2020

**TABEL II.3 VARIABEL PENELITIAN**

No	Indikator	Sub Indikator	Variabel
1	Terpenuhinya Industri Pariwisata	Tersedianya Penghasil barang	Tersedianya Toko Cinderamata
		Tersedianya Penghasil jasa	Tersedianya Akomodasi
			Tersedianya Jasa Boga
			Tersedianya Transportasi Umum
			Terdapat Atraksi Wisata
			Tersedianya Biro Perjalanan
2	Terdapat Destinasi Wisata	Terdapat Daya Tarik Wisata	Terdapat Daya Tarik Alami
			Terdapat Daya Tarik Buatan
		Tersedianya Fasilitas	Tersedianya Air Bersih
			Tersedianya Listrik
			Tersedianya Sarana Telekomunikasi
			Tersedianya Tempat Pembuangan Air Kotor
			Tersedianya Tempat Pembuangan Sampah
		Tersedianya Aksesibilitas	Tersedianya Jalan Menuju Destinasi Wisata
3	Tersedianya Pemasaran	Terlaksananya Pemasaran Terpadu	Tersedianya Website Wisata
			Tersedianya Media Sosial Wisata
4	Tersedianya Kelembagaan Kepariwisataaan	Tersedianya Pengembangan organisasi Pemerintah	Terdapat Dinas Pariwisata
		Terlaksananya Pengembangan masyarakat	Terdapat Asosiasi Pengusaha Perhotelan
			Terdapat Pemandu Wisata

Sumber : Hasil Analisis, 2020