BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

1.1. Pengetian Pariwisata

Pariwisata merupakan suatu kegiatan atau aktivitas manusia yang melakukan perjalan ke suatu tempat dengan tujuan untuk berwisata atau mencari hiburan untuk menghibur diri. Berdasarkan Perda Provinsi Lampung No. 6 Tahun 2011 tentang kepariwisataan bahwa pariwisata adalah semua kegiatan wisata dengan dilengkapi sarana prasarana yang telah disediakan pemerintah, masyarakat dan *stakeholder*. Sedangkan, kepariwisataan adalah semua aktivitas yang berhubungan dengan pariwisata dan bersifat multidisiplin serta multidimensi yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara.

Menurut Yoeti (1996) dalam Suwena & Widyatama (2017), pariwisata menjadi perhatian sejak zaman dulu, baik dari bidang politik, sosiologi, ekonomi, dan administrasi kenegaraan. Pariwisata secara etimologi terdiri dari dua kata bahasa Sansekerta yaitu pari "banyak", wisata "berkeliling", dan wisata "pergi/berpergian". Berdasarkan kata tersebut, maka kata pariwisata diartikan sebagai suatu perjalanan yang sering dilakukan ke tempat lainnya. Dalam bahasa Inggris pariwisata dikenal dengan kata "*tour*" dan "kepariwisataan" dikenal dengan kata "turisme" atau "*tourism*". Menurut Suwena & Widyatama (2017), kepariwisataan diartikan sebagai suatu hal yang berhubung dengan suatu aktivitas atau kegiatan berwisata. Kepariwisataan terdapat pelaku wisata yang melakukan kegiatan wisata dan objek wisata yang merupakan tujuan dari wisatawan untuk melakukan wisata yang memberikan keuntungan pada penyelenggaranya.

Menurut Soemanto (1999), pariwisata secara estimologi berasal dari kata wisata "perjalanan (*traveling*)", sedangkan kata wisatawan "pelaku perjalanan (*travelers*)". Pariwisata memiliki dampak terhadap lingkungan, ekonomi, sosial dan budaya dari adanya proses perjalanan wisata. Menurut Direktorat Jenderal Pariwisata (1992) dalam Soemanto (1999) pariwisata didefinisikan berbagai yang memiliki hubungan dengan kegiatan wisata.

1.2. Pengembangan Pariwisata

Berdasarkan Perda Provinsi Lampung No.6 Tahun 2011 tentang Kepariwisataan, kegiatan pariwisata dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, kekeluargaan, adil dan merata, keseimbangan, kemandirian, kelestarian, partisipatif, berkelanjutan, demokrasi, kesetaraan, dan kesatuan. Pada suatu daerah, pengembangan dan pembangunan pariwisata daerah dilaksanakan dengan tujuan memanfaatkan dan melestarikan keunikan dan keanekaragaman budaya dan alamnya dengan mempertimbangkan SDM, kondisi lingkungan, dll. Prioritas pengembangan kawasan pariwisata didasarkan pada beberapa kriteria yaitu aksesibilitas, fasilitas, kelembagaan, daya tarik wisata, kesiapan masyarakat, dan era/*trend* yang berkembang (Perda Provinsi Lampung No.6 Tahun 2011 pasal 11).

Persada (2018) menjelaskan proses pengembangan pariwisata membutuhkan komponen-komponen pariwisata. Menurut Inskeep (1991) dan Yoeti (1997) dalam Persada (2018) mengemukakan bahwa komponen pariwisata adalah sebagai berikut:

a. Objek dan daya tarik wisata (atraksi wisata) yaitu semua hal yang dapat menarik wisatawan untuk berkunjung.
b. Akomodasi yaitu pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara kepada wisatawan yang datang berkunjung.
c. Fasilitas dan pelayanan pariwisata lainnya yaitu suatu fasilitas yang dapat melengkapi kegiatan wisata yang perlu disediakan oleh penyelenggara pariwisata.
d. Transportasi wisatawan diperlukan sebagai salah satu pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara seperti kendaraan bermotor, dll.
e. Sarana pendukung atau infrastruktur lainnya seperti adanya air, listrik, dan lain sebagainya.
f. Kelembagaan atau unsur-unsur institusional seperti pengembangan SDM dan SDA pada destinasi wisata tersebut berada.

2.3. Permintaan Pariwisata

Menurut Kusuma Negara & I Made (2016), permintaan pariwisata dapat dijelaskan berdasarkan dari 3 jenis pendekatan, yaitu:

a. Pendekatan verbal, yaitu suatu pendekatan yang mendefinisikan suatu permintaan pariwisata sebagai barang/jasa yang dibeli oleh konsumen dengan kesepakatan harga dari dua belah pihak. Menurut Mathieson & Wall dalam Kusuma Negara & I Made (2016) juga menjelaskan adanya permintaan pariwisata terdiri dari 3 komponen utama, yaitu:
    1. Permintaan aktual (*actual demand*) yaitu merupakan jumlah yang menikmati fasilitas pariwisata (jumlah wisatawan).
    2. Permintaan tertahan (*suppressed demand*) yaitu mayarakat yang akan melakukan perjalanan wisata tetapi tertahan dikarenakan adanya suatu alasan tertentu.
    3. Tidak ada permintaan (*no demand*) yaitu masyarakat yang tidak memiliki minat untuk melakukan perjalanan atau berwisata ke suatu objek wisata.

    Selain dari adanya 3 komponen utama tersebut juga terdapat 2 komponen tambahan, antara lain:
    1. Permintaan pariwisata pengganti (*substitution demand*) yaitu permintaan yang muncul karena adanya keterbatasan penawaran yang ditawarkan oleh suatu pihak dan terdapat kelebihan panawaran (*excess of supply*) pada pihak lainnya.
    2. Permintaan pariwisata dialihkan (*redirection of demand*) yaitu adanya perubahan permintaan secara geografis.
b. Pendekatan matematis, merupakan suatu pendekatan yang menggambarkan permintaan atas suatu produk pariwisata secara matematis.
c. Pendekatan grafik, yaitu adanya hubungan antara barang dan jasa yang diminta dengan jumlah, harga dan waktu tertentu menggunakan grafik untuk mempresentasikannya.

Hal yang perlu diperhatikan lainnya adalah jumlah pengunjung, pengeluaran wisatawan, lama tinggal, motif perjalanan wisata, keaslian daerah tujuan wisata, perjalanan wisata, maksud kedatangan, permintaan akomodasi, aktivitas dan tranportasi internal suatu destinasi, bentuk penjualan pariwisata, karekteristik sosial ekonomi, dan musim. Karakteristik permintaan berhubungan dengan alasan untuk berwisata seperti berlibur, bisnis, mengunjungi teman dan

rekan, ikatan etnis, belajar, kesehatan, yang kesemuanya diperlukan untuk mengetahui faktor permintaan pariwisata.

Menurut Medlik (1980) dalam Ridwan (2020), terdapat beberapa faktor yang dapat memberikan pengaruh terhadap permintaan pariwisata, antara lain:

1) Harga
2) Pendapatan
3) Sosial Budaya
4) Sosial Politik
5) Intensitas keluarga
6) Harga barang substitusi
7) Harga barang komplementer

3.4. Penawaran Pariwisata

Menurut Kusuma Negara & I Made (2016), penawaran pariwisata berupa suatu barang atau jasa yang ditawarkan kepada pengunjung yang berwisata dengan nilai dan waktu tertentu. Yang ditawarkan pada pengunjung destinasi pariwisata dapat berupa keindahan alam ataupun barang/ jasa. Adapun beberapa penawaran pariwisata yang perlu diperhatikan, yaitu:

a. Karakteristik penawaran wisata, antara lain:
    1) Menarawarkan barang/jasa yang pada objek wisata lain tidak tersedia dan hanya tersedia di destinasi wisata tertentu.
    2) Penawaran pariwisata yang sulit untuk diubah jika dilakukan di luar kawasan atau daerah wisata.
    3) Penawaran pariwisata bergantung kepada persaingan barang dan jasa yang serupa yang ada di tempat wisata lainnya.
b. Unsur penawaran pariwisata, antara lain:
    1) Kondisi yang memang telah disediakan oleh alam seperti pemandangan alam, foura, dan fauna.
    2) Buatan manusia (*man-made supply*) seperti monumen bersejarah (museum), dll.
c. Usaha Pariwisata

    Menurut UU No.10 Tahun 2009, terdapat 3 golongan usaha pariwisata, antara lain:

    1) Usaha jasa pariwisata muncul karena kebutuhan wisatawan yang dapat meningkatkan usaha jasa pariwisata di sekitar destinasi wisata itu berada. Penyediaan jasa perencanaan, jasa pelayanan, dan jasa penyelenggaraan

pariwisata termasuk kedalam Usaha jasa pariwisata. Usaha jasa pariwisata dapat berupa jenis-jenis usaha:

a) Jasa biro perjalanan wisata.
b) Jasa agen perjalanan wisata.
c) Jasa pramuwisata.
d) Jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran.
e) Jasa impresariat.
f) Jasa konsultan pariwisata.
g) Jasa informasi pariwisata.

2) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata, meliputi kegiatan membangun dan mengelola objek wisata serta meningkatkan daya tarik wisata yang ada di objek wisata tersebut seperti sarana dan prasarana yang diperlukan Pengusahaan objek dan daya tarik wisata dikelompokkan menjadi:

a) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata alam.
b) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata budaya.
c) Pengusahaan objek dan daya tarik wisata minat khusus.

3) Usaha sarana pariwisata, meliputi kegiatan pembagunan, pengelolaan dan penyediaan fasilitas, serta pelayanan yang diperlukan dalam penyelenggaraan pariwisata. Usaha sarana pariwisata, sebagai berikut:

1. Penyediaan akomodasi.
2. Penyediaan makan dan minum.
3. Penyediaan angkutan wisata.
4. Penyediaan sarana wisata tirta.
5. Kawasan pariwisata.

d. Prasarana dan Sarana Kepariwisataan

Pengadaan sarana dan prasarana kepariwisataan sangat penting dilakukan guna memenuhi kebutuhan wisatawan. Yoeti (1996) dalam Kusuma Negara & I Made (2016) menjelaskan bahwa infrastruktur dapat memudahkan wisatawan dalam memenuhi kebutuhannya. Berikut merupakan penggolongan sarana dan prasarana menurut Kusuma Negara & I Made (2016), antara lain:

1) Prasarana umum (*general infrastructure*), merupakan suatu prasarana yang berhubungan dengan kebutuhan umum wisatawan seperti air bersih, jalan, telekomunikasi, dan lain-lain.
2) Kebutuhan masyarakat banyak (*basic need of civilized life*) seperti rumah sakit, apotek, bank, pompa bensin, dan sebagainya.
3) Sarana pokok kepariwisataan (*main tourism superstructure*) merupakan sarana/fasilitas yang penting untuk mendukung kegiatan wisatawan di suatu objek seperti *travel*, penginapan, restoran, dan lainnya.
4) Sarana pelengkap kepariwisataan (*supplementing tourism superstructure*) merupakan sarana pendukung untuk wisatawan agar tidak merasa bosan, seperti fasilitas untuk berolahraga.
5) Sarana penunjang kepariwisataan (*supporting touristm superstructure*) yaitu fasilitas yang diperlukan wisatawan (khususnya *business tourist*).

2.5. Aktivitas Ekonomi Pariwisata

Menurut Suwena & Widyatama (2017), tujuan dari pengembangan pariwisata adalah mendapatkan keuntungan bagi ekonomi dari objek wisata dengan adanya beberapa aktivitas seperti pengadaan angkutan, penyedia jasa, aktraksi wisata, dan berbagai macam kegiatan yang dapat mendukung perekonomiannya. kegiatan ekonomi merupakan suatu kegiatan dimana seseorang berusaha mendapatkan barang/jasa. Kegiatan atau aktivitas ekonomi tidak terlepas dari adanya produksi, distribusi, dan konsumsi yang dijelaskan sebagai berikut:

a. Kegiatan yang betujuan untuk membuat suatu barang/jasa sehingga dapat digunakan sebagai pemenih kebutuhan dari konsumen dapat disebut dengan kegiatan produksi.
b. Kegiatan selanjutnya setelah adanya produksi adalah kegiatan penyaluran barang/jasa yang telah diproduksi sebelumnya agar barang/jasa tersebut dapat disebar luskan kepada konsumen yang membutuhkan barang/jasa tersebut yang disebut dengan kegiatan distribusi.
c. Kegiatan dimana konsumen menggunakan barang/jasa yang telah diperoleh yaitu kegiatan konsumsi.

Perekonomian pun tidak terlepas dari adanya pengembangan kawasan pariwisata yang mampu mendukung peningkatan perekonomian dan terbukanya lapangan kerja baru. Beberapa kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan untuk mendukung kegiatan wisata yaitu seperti adanya penginapan, perdagangan, pemandu wisata, penjual makanan atau suvenir, restoran atau tempat makan, *travel*, dan lain hal yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi dalam pemdukung pengembangan objek wisata di suatu kawasan.

2.6. Pengaruh Ekonomi Pariwisata

Menurut Ridwan (2020), terdapat faktor permintaan dan faktor penawaran yang mempengaruhi ekonomi pariwisata. Medlik (1980) dalam Ridwan (2020) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan (*demand)* pariwisata antara lain:

1) Tingginya nilai/harga pada destinasi wisata akan member dampak kepada wisatawan yang akan menyebabkan permintaan atas kawasan wisata tersebut bisa saja berkurang, dan sebaliknya.
2) Kecendrungan untuk menentukan tujuan/destinasi wisata akan semakin tinggi jika pendapatan wisatawan semakin tinggi pula dan jika dianggap memiliki potensi yang menguntungkan bisa saja akan dijadikan lapangan usaha baru di kawasan tersebut.
3) Sosial budaya yang unik yang menjadi salah satu ciri atau kekhasan pada suatu daerah atau kawasan dan membedakannya dengan kawasan yang lain tentu akan mempengaruhi rasa penasaran wisatawan pada kawasan tersebut dan mengakibatkan meningkatkan permintaan dari wisatawan untuk datang berkunjung.
4) Sosial politik belum memberikan dampak yang jelas jika pada kawasan atau destinasi wisata jika belum adanya perubahan yang sangan signifikan dari kawasan tersebut, tetapi hal tersebut akan berbanding terbalik jika kenyataannya sangat mempengaruhi kawasan disekitarnya maka dampak sosial politik dan permintaan pariwisata pun akan semakin terasa.
5) Intensitas keluarga juga berpengaruh terhadap permintaan wisata. Hal ini disebabkan karena peran keluarga dalam banyak atau sedikitnya permintaan wisata yang dapat diratifikasi, maksudnya yaitu dimana jika jumlah

keluarga banyak yang memiliki keinginan untuk melakukan wisata atau berlibur maka dalat diartikan jika kebutuhan untuk melakukan wisata akan semakin besar pula.

6) Harga barang pengganti yang dapat menjadi cadangan dalam melakukan kegiatan wisata.
7) Harga barang komplementer (barang pelengkap) yaitu dimana suatu kawasan atau objek atau destinasi wisata saling melengkapi dengan kawasan atau objek atau destinasi wisata lainnya.

Disisi lain, selain adanya permintaan pariwisata tentu ada juga penawaran pariwisata dimana dari sisi penawaran pariwisata ini diartikan sebagai penawaran barang/jasa kepada wisatawan yang berkunjung. Penawaran pariwisata ini seperti potensi yang dimiliki oleh objek atau destinasi wisata di kawasan tertentu dengan menawarkan SDA yang dimiliki yang dianggap memiliki nilai. Terdapat 4 aspek yang perlu diperhatikan menurut Medlik (1980) dalam Ridwan (2020) dalam penawaran pariwisata, antara lain:

a) *Attraction* (aktraksi) yang dapat menarik wisatawan seperti daya tarik alam, sosial, dan budaya.
b) *Accesable* (akses) dimana menawarkan kemudahan akses seperti transportasi agar wisatawan dapat dengan mudah mencapai lokasi destinasi atau objek wisata.
c) *Amenities* (fasilitas) dimana dapat melengkapi kebutuhan wisatawan yang beriwisata di kawasan destinasi.
d) *Ancillary* (kelembagaan) pariwisata yang dapat membantu wisatawan dalam mencari tahu lokasi objek atau destinasi wisata dan menjaga agar keamanan dan keselamatan dari wisatawan tersebut, serta membantu agar wisatawan merasa nyaman melakukan kegiatan wisata atau perjalanan di suatu kawasan wisata.

Menurut Bojnec (2010) dalam Ridwan (2020), saat ini jika ekonomi semakin terbuka luas maka ekonomi tersebut akan semakin berorientasi kepada pasar dan peluang yang diberikan akan semakin besar. Tetapi, dengan adanya hal tersebut maka persaingan pun akan semakin terbuka antara kawasan satu dengan lainnya tetapi belum dimanfaatan lebih oleh masyarakat karena masih lemahnya

pengetahuain. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan ekonomi yang meluas yang harus dilakukan pencengahan agar tidak semakin parah. Kesempatan yang muncul dari adanya ekonomi terbuka ini tentu harus dimanfaatkan oleh desa dan sektor ekonomi yang lebih memiliki kemampuan untuk mengelolanya serta dilakukannya pemberdayaan masyarakat melalui peluang ekonomi pariwisata.

Pengaruh pariwisata terhadap ekonomi dapat berkontribusi pada perkembangan infrastruktur wilayah dimana dari pariwisata tererbut akan berdampak kepada nilai keuntungan suatu daerah seperti pebfembangan jalan, drainase, dan utilitas lain yang digunakan olrh pengunjung (Suzanna (2003) dalam Rahman (2014)).

Menurut Biddulph (2015) dalam Soewarni, Ida, et al., (2019) bahwa adanya perkembangan pariwisata akan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat atau wilayah, salah satunya yaitu dengan memberikan peningkatan terhadap penghasilan dan peningkatan lapangan kerja untuk penduduk sekitar. Beberapa lapangan pekerjaan baru di daerah/kawasan dengan pengembangan pariwisata yaitu adanya penginapan, akomodasi, dan pekerjaan lainnya yang dapat meningkatkan frekuensi kunjungan destinasi wisata. Contoh beberapa aktivitas yang dipengaruhi adanya peningkatan jumlah wisatawan yaitu pada pedagang barang/jasa yang pendapatnya meningkat. Sedangkan menurut Waluya (2013) dalam Soewarni, Ida, et al., (2019), adanya pengembangan pariwisata memberikan dampak yang positif selain dengan adanya perluasan lapangan pekerjaan, dampak lainnya yaitu dengan bertambahnya kesempatan berusaha masyarakat sekitar seperti pendapatan masyarakat yang meningkat, terlestarikan budaya sekitar dan dapat dikenal masyarakat luas.

2.7. Sintesa Literatur

TABEL II. 1
TABEL SINTESIS LITERATUR PENELITIAN

Teori Literatur	Output Sasaran	Variabel	Keterangan	Sumber
1. Beberapa kegiatan ekonomi yang dapat dilakukan untuk mendukung kegiatan wisata yaitu seperti adanya penginapan, perdagangan, pemandu wisata, penjual makanan atau suvenir, restoran atau tempat makan, *travel*, dan lain hal yang berhubungan dengan aktivitas ekonomi dalam pemdukung pengembangan objek wisata di suatu kawasan. adanya pengembangan pariwisata memberikan dampak yang positif selain dengan adanya perluasan lapangan pekerjaan, dampak lainnya yaitu dengan bertambahnya kesempatan berusaha masyarakat sekitar yang dapat meningkatkan pendapatan, terpeliharanya kebudayaan setempat dan dapat dikenal oleh masyarakat luas seperti wisatawan. 2. Menurut Ridwan (2020) menjelaskan bahwa terdapat faktor permintaan dan faktor penawaran yang mempengaruhi ekonomi pariwisata. 3. Menurut Kusuma Negara & I Made (2016) penawaran pariwisata diartikan sebagai suatu barang atau jasa yang ditawarkan untuk wisatawan dengan harga dan waktu tertentu. Sedangkan, permintaan pariwisata dilakukan dengan menggunakan 3 pendekatan.	Mengidentifikasi peningkatan aktivitas ekonomi akibat pengembangan pariwisata di Pantai Sebalang, LampungSelatan.	Jenis kegiatan ekonomi pariwisata	Jenis kegiatan ekonomi yang ada di pariwisata Pantai Sebalang	Ida Soewarni, Novia Sari, Endratno Budi Santosa, Ardiyanto Maksimilianus Gai (2019), Negara & I Made (2016), Ridwan (2020)
		Pendapatan masyarakat	Pendapatan masyarkakat Desa Tarahan	
		Jumlah wisatawan	Jumlah wisatawan Pantai Sebalang	
		Usaha sarana pariwisata	Usaha sarana pariwisata sebelum dan sesudah pengembangan pariwisata Pantai Sebalang	
		Usaha jasa pariwisata	Usaha jasa pariwisata sebelum dan sesudah pengembangan pariwisata Pantai Sebalang	
		Biaya yang dikeluarkan wisatawan	Biaya yag dikeluarkan wisatawan saat berkunjung ke wisata Pantai Sebalang	
1. Menurut Biddulph (2015) dalam Soewarni, Ida, et al., (2019) bahwa adanya perkembangan pariwisata akan memberikan dampak terhadap perekonomian masyarakat atau wilayah, salah satunya yaitu dengan memberikan peningkatan terhadap penghasilan dan peningkatan lapangan kerja untuk penduduk sekitar. 2. Menurut Ridwan (2020) menjelaskan bahwa terdapat faktor permintaan dan faktor penawaran yang mempengaruhi ekonomi pariwisata.	Mengidentifikasi pengaruh pengembangan Pariwisata Pantai Sebalang terhadap perekonomian masyarakat Desa Tarahan, Kecamatan Katibung, Lampung Selatan	Pendapatan masyarakat	Pendapatan masyarkakat Desa Tarahan	Ida Soewarni, Novia Sari, Endratno Budi Santosa, Ardiyanto Maksimilianus Gai (2019), Negara & I Made (2016), Ridwan (2020)
		Jumlah wisatawan	Jumlah wisatawan Pantai Sebalang	
		Biaya yang dikeluarkan wisatawan	Biaya yag dikeluarkan wisatawan saat berkunjung ke wisata Pantai Sebalang	

Sumber: Analisis Peneliti, 2021