

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN

A. Tinjauan Pustaka

1. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Menurut Wall dalam Nurdiana (2013), pariwisata adalah perpindahan temporer dari orang-orang dari luar tempat mereka bekerja dan menetap, kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan selama mereka berada ditempat tujuan dan kemudahan yang diberikan dalam melayani kebutuhan mereka.

Menurut Karyono (2015) pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus dan melayani wisatawan. Sedangkan definisi secara teknis, bahwa pariwisata merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri atau negara lain. Kegiatan tersebut menggunakan kemudahan, jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadalah oleh pemerintah maupun masyarakat agar dapat mewujudkan keinginan wisatawan.

Menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 pada bab 1 pasal 1 dijelaskan bahwa kepariwisataan adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Artinya semua kegiatan dan urusan yang ada kaitannya dengan perencanaan, pengaturan, pelaksanaan, pengawasan pariwisata baik yang dilakukan oleh pemerintah, pihak swasta dan masyarakat disebut kepariwisataan.

Definisi lain tentang pariwisata adalah kepergian orang-orang sementara dalam jangka waktu pendek ke tempat-tempat tujuan diluar tempat tinggal bekerja shari-harinya serta kegiatan-kegiatan mereka selama berada ditempat tujuan tersebut mencakup kegiatan untuk berbagai maksud, termasuk kunjungan seharian atau darmawisata (Pendit, 2012).

b. Kawasan Pariwisata

Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 dijelaskan bawa pengertian kawasan wisata adalah suatu kawasan yang mempunyai luas tertentu yang dibangun dan disediakan untuk kegiatan pariwisata. Apabila dikaitkan

dengan wisata air, pengeritan tersebut berarti suatu kawasan yang disediakan untuk kegiatan pariwisata dengan mengandalkan objek atau daya tarik kawasan perairan.

Sedangkan pengertian kawasan pariwisata secara umum adalah suatu kawasan dengan luas tertentu yang dibangun atau disediakan untuk memenuhi kebutuhan pariwisata dan jasa wisata.

Dalam lingkup yang lebih luas kawasan pariwisata dikenal sebagai Resort City yaitu perkampungan kota yang mempunyai tumpuan kehidupan pada penyediaan sarana dan prasarana wisata seperti penginapan, restoran, olah raga, hiburan dan penyediaan jasa tamasya lainnya. Apabila kawasan pariwisata tersebut mengandalkan pemandangan alam berupa kawasan perairan sebagai ciri khasnya, maka penyedia sarana dan prasarana serta hiburan atau atraksi wisata diarahkan untuk memanfaatkan dan menikmati kawasan perairan tersebut (UU Nomor 9, 1990).

c. Bentuk-bentuk Pariwisata

Bentuk-bentuk pariwisata menurut Spillane (1987) adalah:

1) Pariwisata Individu dan Kolektif

Pariwisata ini baik dalam negeri maupun luar negeri dibagi menjadi dua kategori, yaitu:

- a) Individual tourism atau pariwisata perorangan, meliputi seseorang atau kelompok orang (teman-teman atau keluarga) yang mengadakan perjalanan wisata dengan melakukan sendiri pilihan daerah tujuan wisata maupun pembuatan programnya, sehingga bebas mengadakan perubahan waktu yang dikehendaki.
- b) Organized collective tourism atau pariwisata kolektif yang diorganisasi secara baik, meliputi sebuah biro perjalanan (travel agent atau tour operator) yang menjual suatu perjalanan menurut program dan jadwal waktu yang telah ditentukan terlebih dahulu untuk keseluruhan kelompok.

2) Pariwisata jangka panjang, jangka pendek, dan ekskursi

Pariwisata jangka panjang dimaksudkan sebagai suatu perjalanan yang berlangsung beberapa minggu atau beberapa bulan bagi wisatawan sendiri. Pariwisata jangka pendek atau short term tourism mencakup perjalanan yang berlangsung antara satu minggu sampai sepuluh hari. Sedangkan pariwisata

ekskursi atau excursionist tourism adalah perjalanan wisata yang tidak lebih dari 24 jam dan tidak menggunakan fasilitas akomodasi.

3) Pariwisata dengan alat angkutan

Menurut bentuk pariwisata ini, seseorang dalam melakukan pariwisata menggunakan berbagai alat angkutan seperti kereta api, kapal laut, kapal terbang, bus, dan kendaraan umum lain.

4) Pariwisata aktif dan pasif

Pariwisata aktif merupakan pariwisata yang mendatangkan devisa untuk suatu negara, misalnya wisatawan mancanegara datang ke negara ini untuk berlibur. Pengertian pariwisata pasif adalah pariwisata yang mempunyai pengaruh negatif terhadap neraca pembayaran, misalnya penduduk suatu negara pergi keluar negeri dan membawa uang ke luar negeri untuk berwisata atau berbelanja di sana.

d. Jenis-jenis Pariwisata

Jenis pariwisata dapat ditentukan berdasarkan tujuan dalam berpariwisata. Jenis-jenis pariwisata tersebut antara lain (Spillane, 1987):

1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (Pleasure Tourism)

Bentuk pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi keinginan tahunya, untuk mengendorkan ketegangan sarafnya, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk menikmati keindahan alam, untuk mengetahui hikayat rakyat setempat, untuk mendapatkan ketenangan dan kedamaian di daerah luar kota, atau bahkan sebaliknya untuk menikmati hiburan di kota-kota besar ataupun untuk ikut serta dalam keramaian pusat-pusat wisatawan.

2) Pariwisata untuk rekreasi (Recreation Tourism)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali kesegaran jasmani dan rohaninya, yang ingin menyegarkan keletihan dan kelelahannya.

3) Pariwisata untuk kebudayaan (Cultural Tourism)

Jenis pariwisata ini ditandai oleh adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari

adat-istiadat, kelembagaan, dan cara hidup rakyat Negara lain, untuk mengunjungi monumen bersejarah ataupun peninggalan peradaban masa lalu.

4) Pariwisata untuk olahraga (Sport Tourism)

Jenis pariwisata ini dibagi dalam dua kategori yaitu:

- a) Big Sport Events, yaitu peristiwa-peristiwa olah raga besar seperti Olympiade Games, kejuaraan ski, piala dunia dan lain-lain yang menarik perhatian tidak hanya pada olah ragawannya sendiri, tetapi juga ribuan penonton atau penggemarnya.
- b) Sporting Tourism of the Practitioners, yaitu pariwisata olah raga bagi mereka yang ingin berlatih dan mempraktekan sendiri, seperti pendakian gunung, olah raga naik kuda, berburu, memancing, dan lain-lain.

5) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (Business Tourism)

Menurut para ahli teori, perjalanan usaha ini adalah bentuk professional travel atau perjalanan kerana ada kaitannya dengan pekerjaan atau jabatan yang tidak memberikan kepada pelakunya baik pilihan daerah tujuan maupun pilihan waktu perjalanan.

6) Pariwisata untuk berkonvensi (Convention Tourism)

Pariwisata ini merupakan suatu konvensi atau pertemuan yang dihadiri oleh ratusan bahkan ribuan peserta yang biasanya tinggal beberapa hari di kota atau Negara penyelenggara.

Dari berbagai penjelasan di atas tentang bentuk dan jenis pariwisata, maka dapat disimpulkan bahwa jenis-jenis pariwisata bermacam-macam bukan hanya wisata untuk sekedar liburan tetapi jenis wisata dibedakan berdasarkan tujuannya seperti untuk menikmati perjalanan, untuk rekreasi, kebudayaan olah raga, dagang maupun berkonvensi.

e. Komponen Pariwisata

Komponen-komponen yang harus dimiliki dan dikembangkan oleh sebuah daya tarik wisata menurut Cooper (2003) yaitu:

- 1) Atraksi (*attractions*), seperti alam yang menarik, kebudayaan daerah yang menawan dan seni pertunjukkan;
- 2) Aksesibilitas (*accessibilities*), seperti transportasi lokal dan adanya terminal;

- 3) Amenitas atau fasilitas (*amenities*), seperti tersedianya akomodasi, rumah makan, dan agen perjalanan;
- 4) *Ancillary services* yaitu organisasi kepariwisataan yang dibutuhkan untuk pelayanan wisatawan seperti organisasi manajemen pemasaran wisata.

Kemudian Yoeti (2002) berpendapat bahwa berhasilnya suatu tempat wisata hingga tercapainya kawasan wisata sangat tergantung pada 3A yaitu atraksi (*attraction*), mudah dicapai (*accessibility*), dan fasilitas (*amenities*). Menurut Direktorat Jenderal Pariwisata Republik Indonesia, perkembangan produk wisata dikaitkan atas 4 faktor yang kemudian dijabarkan menjadi sebagai berikut:

- a) Pertama, attractions (daya tarik): *site attractions* (tempat-tempat bersejarah, tempat dengan iklim yang baik, pemandangan indah), *event attractions* (kejadian atau peristiwa misalnya kongres, pameran, atau peristiwa lainnya);
 - b) Kedua, amenities (fasilitas) tersedia fasilitas yaitu: tempat penginapan, restoran, transport lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian, alat-alat komunikasi;
 - c) Ketiga, *accessibility* (aksesibilitas) adalah tempatnya tidak terlalu jauh, tersedia transportasi ke lokasi, murah, aman, dan nyaman;
 - d) Keempat, *tourism organization* untuk menyusun kerangka pengembangan pariwisata, mengatur industri pariwisata dan mempromosikan daerah sehingga dikenal banyak orang.
- 1) Atraksi

Atraksi/daya tarik yang tidak atau belum dikembangkan merupakan sumber daya potensial dan belum dapat disebut daya tarik wisata, sampai adanya suatu jenis pengembangan tertentu. Objek dan daya tarik wisata merupakan dasar bagi kepariwisataan. Tanpa adanya daya tarik di suatu daerah atau tempat tertentu kepariwisataan sulit untuk dikembangkan.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 tahun 2009, Daya Tarik Wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, kemudahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan wisatawan.

Menurut Yoeti (1985) menyatakan bahwa daya tarik wisata atau “tourist attraction”, istilah yang lebih sering digunakan, yaitu segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu

Sedangkan menurut Pendit (2012) mendefinisikan daya tarik wisata sebagai segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Dari beberapa pengertian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang mempunyai daya tarik, keunikan dan nilai yang tinggi, yang menjadi tujuan wisatawan datang ke suatu daerah tertentu.

Dalam UU No. 9 tahun 1990 tentang kepariwisataan disebutkan bahwa daya tarik wisata adalah suatu yang menjadi sasaran wisata terdiri atas :

- a) Daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna.
- b) Daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi dan komplek hiburan.
- c) Daya tarik wisata minat khusus, seperti : berburu, mendaki gunung, gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lain-lain.

Daya tarik wisata menurut Direktorat Jendral Pemerintahan di bagi menjadi tiga macam, yaitu:

- a) Daya Tarik Wisata Alam

Daya Tarik Wisata Alam adalah sumber daya alam yang berpotensi serta memiliki daya tarik bagi pengunjung baik dalam keadaan alami maupun setelah ada usaha budidaya. Potensi wisata alam dapat dibagi menjadi 4 kawasan yaitu :

- ✓ Flora fauna
- ✓ Keunikan dan kekhasan ekosistem, misalnya eksistem pantai dan ekosistem hutan bakau.
- ✓ Gejala alam, misalnya kawah, sumber air panas, air terjun dan danau
- ✓ Budidaya sumber daya alam, misalnya sawah, perkebunan, peternakan, usaha perikanan

- b) Daya Tarik Wisata Sosial Budaya

Daya Tarik Wisata Sosial Budaya dapat dimanfaatkan dan dikembangkan sebagai objek dan daya tarik wisata meliputi museum, peninggalan sejarah, upacara adat, seni pertunjukan dan kerajinan.

- c) Daya Tarik Wisata Minat Khusus

Daya tarik wisata minat khusus merupakan jenis wisata yang baru dikembangkan di Indonesia. Wisata ini lebih diutamakan pada wisatawan yang mempunyai motivasi khusus. Dengan demikian, biasanya para wisatawan harus memiliki keahlian. Contohnya: berburu mendaki gunung, arung jeram, tujuan pengobatan, agrowisata, dll.

Perencanaan dan pengelolaan daya tarik wisata alam, sosial budaya maupun objek wisata minat khusus harus berdasarkan pada kebijakan rencana pembangunan nasional maupun regional. Jika kedua kebijakan rencana tersebut belum tersusun, tim perencana pengembangan daya tarik wisata harus mampu mengasumiskan rencana kebijakan yang sesuai dengan area yang bersangkutan.

Suatu daya tarik wisata dapat menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan harus memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, menurut Maryani (1991:11) syarat-syarat tersebut adalah :

a) What to see

Di tempat tersebut harus ada objek dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki daerah lain. Dengan kata lain daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi budaya yang dapat dijadikan “entertainment” bagi wisatawan. What to see meliputi pemandangan alam, kegiatan, kesenian dan atraksi wisata.

b) What to do

Di tempat tersebut selain banyak yang dapat dilihat dan disaksikan, harus disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lama ditempat itu.

c) What to buy

Tempat tujuan wisata harus tersedia fasilitas untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk di bawa pulang ke tempat asal.

d) What to arrived

Di dalamnya termasuk aksesibilitas, bagaimana kita mengunjungi daya tarik wisata tersebut, kendaraan apa yang akan digunakan dan berapa lama tiba ketempat tujuan wisata tersebut.

e) What to stay

Bagaimana wisatawan akan tinggal untuk sementara selama dia berlibur. Diperlukan penginapan-penginapan baik hotel berbintang atau hotel non berbintang dan sebagainya.

Selain itu pada umumnya daya tarik wisata suatu objek wisata berdasarkan atas:

- a) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
- b) Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjungnya.
- c) Adanya ciri khusus atau spesifikasi yang bersifat langka.
- d) Adanya sarana dan prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
- e) Punya daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu objek buah karya manusia pada masa lampau.

Suatu daerah dikatakan memiliki daya tarik wisata bila memiliki sifat:

- Keunikan, contoh: bakar batu (di Papua) sebuah cara masak tradisional mulai dari upacara memotong hewan (babi) sampai membakar daging, sayuran dan umbi/talas yang disekam dalam lubang, ditutup batu lalu dibakar, serta keunikan cara memakan masakan tersebut.
- Keaslian, alam dan adat yang dilakukan sehari-hari, dalam berpakaian dan kehidupan keluarga dimana seorang perempuan lebih mengutamakan menggendong babi yang dianggapnya sangat berharga dari pada menggendong anak sendiri.
- Kelangkaan, sulit ditemui di daerah/negara lain.
- Menumbuhkan semangat dan memberikan nilai bagi wisatawan.

Pembangunan suatu objek wisata harus dirancang dengan bersumber pada potensi daya tarik yang dimiliki objek tersebut dengan mengacu pada ceritera keberhasilan pengembangan yang meliputi berbagai kelayakan, yaitu diantaranya adalah:

- a) Kelayakan Finansial

Studi kelayakan ini menyangkut perhitungan secara komersial dan pembangunan objek wisata tersebut. Perkiraan untung-rugi sudah harus

diperkirakan dari awal. Berapa tenggang waktu yang dibutuhkan untuk kembali modal pun sudah harus diramalkan.

b) Kelayakan Sosial Ekonomi Regional

Studi kelayakan ini dilakukan untuk melihat apakah investasi yang ditanamkan untuk membangun suatu objek wisata juga akan memiliki dampak sosial ekonomi secara regional; dapat menciptakan lapangan kerja berusaha, dapat meningkatkan penerimaan devisa, dapat meningkatkan penerimaan pada sektor yang lain seperti pajak, perindustrian, perdagangan, pertanian, dan lain-lain. Dalam kaitannya dengan hal ini pertimbangan tidak semata-mata komersial saja tetapi juga memperhatikan dampaknya secara lebih luas.

c) Layak Teknis

Pembangunan objek wisata harus dapat dipertanggungjawabkan secara teknis dengan melihat daya dukung yang ada. Tidaklah perlu memaksakan diri untuk membangun suatu objek wisata apabila daya dukung objek wisata tersebut rendah. Daya tarik suatu objek wisata tersebut membahayakan keselamatan para wisatawan.

d) Layak Lingkungan

Analisis dampak lingkungan dapat dipergunakan sebagai acuan kegiatan pembangunan suatu objek wisata. Pembangunan objek wisata yang mengakibatkan rusaknya lingkungan harus dihentikan pembangunannya.

Pembangunan objek wisata bukanlah untuk merusak lingkungan, tetapi sekedar memanfaatkan sumber daya alam untuk kebaikan manusia dan untuk meningkatkan kualitas hidup manusia sehingga terciptanya keseimbangan, keselarasan, dan keserasian hubungan antara manusia dengan lingkungan alam dan manusia dengan Tuhannya.

2) Amenitas

Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia, amenitas/fasilitas adalah sarana untuk melancarkan pelaksanaan fungsi dan kemudahan. Fungsi dan kemudahan yang dimaksud tentu saja adalah fungsi dan kemudahan yang melekat dengan lingkup keberadaan suatu fasilitas. Pada umumnya, suatu fasilitas terbagi menjadi 2 kategori, yaitu:

- a) Fasilitas sosial, yaitu fasilitas yang disediakan oleh pemerintah atau swasta untuk masyarakat, seperti sekolah, klinik, rumah singgah, tempat ibadah, dan lain-lain sejenisnya.
- b) Fasilitas umum, yaitu fasilitas yang disediakan untuk kepentingan umum, seperti jalan, jembatan, taman kota, alat penerangan umum, dan lain-lain sejenisnya.

Dalam industri kepariwisataan, definisi amenitas adalah semua bentuk fasilitas yang memberikan pelayanan bagi wisatawan untuk segala kebutuhan selama tinggal atau berkunjung pada suatu daerah tujuan wisata, seperti hotel, motel, restoran, bar, diskotik, cafe, pusat perbelanjaan, toko suvenir, rumah makan, biro perjalanan wisata, penyelenggara outbond, dan lain-lainnya. Fasilitas-fasilitas ini pada umumnya disediakan oleh perusahaan atau badan usaha. Perusahaan atau badan usaha inilah yang memberikan pelayanan bila para wisatawan berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata.

Pada umumnya, amenitas kepariwisataan terbagi dalam dua jenis, yaitu:

- 1) Fasilitas dasar untuk kompleks rekreasi di mana pun berada, yang memberikan pelayanan kepada wisatawan secara umum seperti akomodasi, makanan, dan minuman, hiburan bersantai dan juga infrastruktur dasar untuk pengelolaan sebuah obyek wisata.
- 2) Fasilitas khusus sesuai karakteristik lokasi dan sumber daya yang tersedia yang menunjukkan karakter alamiah sebuah objek pariwisata.

Yang termasuk dalam fasilitas wisata adalah fasilitas pendukung kegiatan wisata seorang pengunjung harian atau wisatawan. Lebih lanjut, ada yang membagi fasilitas pendukung (*ancillary facilities*) ke dalam enam jenis fasilitas, yaitu:

- Akomodasi (hotel, motel, cottage, apartement, dan lainnya)
- Makan minum (restaurant, coffe shop, snack bar, dan lainnya)
- Sanitasi
- Aksesibilitas (jalan akses, setapak, pintu masuk/gerbang utama dan tempat parkir)
- Fasilitas aktif yaitu fasilitas yang dijadikan sebagai salah satu penunjang aktifitas yang dapat dilakukan oleh pengunjung atau wisatawan.
- Lain-lain (gedung kantor/administrasi, pos keamanan, pos penjaga pantai, dan lainnya).

Kementerian Kepariwisata Indonesia pernah memberikan catatan, bahwa amenities merupakan faktor kunci kesuksesan sebuah industri pariwisata. Amenitas meliputi dari tersedianya fasilitas yaitu tempat penginapan, restoran, transportasi lokal yang memungkinkan wisatawan berpergian, sampai dengan alat-alat komunikasi yang diperlukan wisatawan.

Peter Mason, dalam buku *Tourism Impact, Planning and Management*, secara spesifik mendefinisikan amenities adalah fasilitas untuk memperoleh kesenangan. Dalam hal ini dapat berbentuk akomodasi, kebersihan, dan keramahtamahan (*hospitality*).

Berdasarkan pengertian tersebut di atas, maka amenities dapat dikatakan adalah fasilitas yang dimiliki suatu tempat tujuan wisata atau destinasi seperti hotel, restoran, bar, sarana olahraga dan lainnya yang disediakan bagi wisatawan. Disamping daya tarik wisata, wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata juga membutuhkan adanya fasilitas yang menunjang perjalanan dan memberikan berbagai kemudahan bagi wisatawan yang datang dalam rangka meningkatkan pengalaman rekreasi mereka.

Selain faktor atraksi, amenities juga mempunyai peranan yang sangat besar bagi wisatawan yang akan mengunjungi suatu destinasi. Semakin lengkapnya suatu destinasi mempunyai amenities atau fasilitas yang lengkap maka akan semakin banyak pula wisatawan yang akan mengunjungi destinasi tersebut.

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 50 Tahun 2011, pengembangan aksesibilitas pariwisata diatur dalam dua pasal yaitu:

- 1) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata, meliputi:
 - a) Penyediaan dan pengembangan sarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api;
 - b) Penyediaan dan pengembangan prasarana transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api; dan
 - c) Penyediaan dan pengembangan sistem transportasi angkutan jalan, sungai, danau dan penyeberangan, angkutan laut, angkutan udara, dan angkutan kereta api.
- 2) Pembangunan Aksesibilitas Pariwisata sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dimaksudkan untuk mendukung pengembangan Kepariwisata dan pergerakan

wisatawan menuju destinasi dan pergerakan wisatawan di dalam area objek wisata.

Menurut Suwanto (1997) Infrastruktur adalah situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan di bawah 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 tepat.
- 5) Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan. Keamanan di terminal, diperjalanan dan di objek-objek wisata, di pusat-pusat perbelanjaan akan meningkatkan daya tarik suatu objek wisata maupun daerah tujuan wisata. Infrastruktur yang memadai dan terlaksana dengan baik di daerah tujuan wisata akan membantu meningkatkan fungsi sarana wisata, sekaligus membantu masyarakat dalam meningkatkan kualitas hidupnya

2. Definisi Agrowisata

1. Pengertian Agrowisata

Agrowisata adalah suatu bentuk wisata khusus yang merupakan perpaduan antara sistem pariwisata dan pertanian secara keseluruhan yang merupakan wisata buatan atau rekayasa dari objek pertanian dengan tujuan untuk memperkenalkan sistem budidaya pertanian baik yang tradisional maupun yang modern, memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan keterkaitan antara subsistem pertanian serta memberikan nilai tambah kepada sektor pertanian dan sektor wisata (Sariah, 2003).

Sedangkan menurut Nurisyah (2001), agrowisata adalah rangkaian aktivitas perjalanan wisata yang memanfaatkan lokasi atau kawasan dan sektor pertanian mulai dari awal sampai dengan produk pertanian dalam berbagai sistem,

skala dan bentuk dengan tujuan untuk memperluas pengetahuan, pemahaman, pengalaman, dan rekreasi di bidang pertanian.

Agrowisata memanfaatkan bidang pertanian sebagai objek wisatanya. Tujuannya adalah untuk memperluas pengetahuan, pengalaman rekreasi, dan hubungan usaha dibidang pertanian. Pengembangan agrowisata dengan konsep menonjolkan budaya lokal dalam pemanfaatan lahan diharapkan dapat meningkatkan pendapatn petani, melestarikan sumber budaya alam, serta memelihara budaya dan teknologi lokal yang telah sesuai dengan kondisi lingkungan alaminya (Depar, 2012).

Agrowisata merupakan suatu kegiatan wisata yang memanfaatkan potensi pertanian sebagai objek wisata, potensi yang dimanfaatkan berupa pemandangan alam kawasan pertaniannya maupun keanekaragaman dan ciri khas dari tempat agrowisata tersebut. Manfaat agrowisata antara lain meningkatkan konsevasi lingkungan, meningkatkan nilai estetika dan keindahan alam, memberikan nilai rekreasi, meningkatkan dan pengembangan ilmu pengetahuan, serta mengembangkan ekonomi masyarakat (Sastrayuda, 2010).

Agrowisata yang memberikan keragaman bentuk dan keindahan sebagai identitas ciri kekhasan yang dimiliki dapat digunakan sebagai daya tarik yang dapat dilihat oleh wisatawan baik di bidang pertanian, perkebunan, perikanan, dan kehutanan. Produk agrowisata dengan berbagai macam yang ditawarkan, dapat menarik wisatawan melakukan aktifitas langsung seperti wisata edukasi, dan petik buah langsung dari pohon. Hasil yang telah diperoleh nantinya dapat dibawa wisatawan sebagai buah tangan dengan biaya yang sudah ditentukan. Agrowisata yang berkembang dapat berjalan dengan baik berdasarkan konsep agrowisata (Sastrayuda, 2010).

Departemen Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi (2012) memberikan tiga alternatif pemilihan lokasi pengembangan agrowisata, yaitu:

- 1) Memilih daerah yang mempunyai potensi agrowisata dengan masyarakat tetap bertahan dalam kehidupan tradisional berdasarkan nilai-nilai kehidupannya. Model alternatif ni dapat ditemui di daerah terpencil dan jauh dari ekonomi luar.

- 2) Memilih suatu tempat yang dipandang strategis dari segi geografis pariwisata tetapi tidak mempunyai potensi agrowisata sama sekali. Pada daerah ini akan dibuat agrowisata buatan.
- 3) Memilih daerah yang masyarakatnya memperlihatkan unsur-unsur terhadap tata hidup tradisional dan memiliki pola kehidupan pertanian secara luas termasuk berdagang, dan lain-lain serta berada tidak jauh dari lalu lintas wisata yang cukup padat.

2. Konsep Dasar Agrowisata

Menurut (Maruti, 2009) konsep dasar agrowisata antara lain:

- 1) Mengembangkan kawasan budidaya pertanian.
- 2) Mengembangkan kawasan baru sesuai dengan potensi alam yang tersedia.
- 3) Memanfaatkan dan melestarikan kawasan lindung yang menjamin fungsi hidrologis sebagai pengendali pelestarian alam.

Faktor penentu keberhasilan akan pengembangan suatu agrowisata, pada dasarnya dipengaruhi oleh beberapa faktor.

Menurut (Depar, 2012), faktor yang dapat mempengaruhi keberhasilan pengembangan suatu agrowisata sebagai berikut ini:

1) Sumber Daya Manusia

Salah satu faktor keberhasilan pengembangan agrowisata adalah pengelolaan sumber daya manusia yang dimaksud pengelola dari agrowisata. Sumber daya manusia berperan dalam segala keputusan untuk menetapkan target sasaran dan menyediakan, pengemas, menyajikan paket-paket wisata serta promosi yang berkaitan dengan agrowisata. Selain itu keberadaan tenaga pemandu wisata yang memiliki ilmu pengetahuan dan keterampilan menjual produk wisata juga sangat menentu.

2) Sumber Daya Alam dan Lingkungan

Konsep pariwisata yang berbasis pertanian adalah agrowisata. Pengelolaan perlu diperhatikan terhadap faktor ini seperti kelestarian lingkungan dan keanekaragaman alamnya, agar tetap indah dan dapat berlangsung dalam waktu yang sama.

3) Dukungan Sarana dan Prasarana

Pelayanan yang prima, kemudahan akses agrowisata dan akomodasi akan menjadi penting untuk dapat meningkatkan pengembangan agrowisata. Selain itu keberadaan masyarakat disekitar juga memberikan dampak terhadap kenyamanan wisatawan.

4) Promosi

Promosi merupakan proses kegiatan yang memperkenalkan agrowisata kepada masyarakat luas untuk datang dan menikmati fasilitas yang telah disediakan. Promosi yang dapat dilakukan dapat seperti penyebaran leaflet, pameran, dan media masa.

5) Kelembagaan

Perkembangan pada agrowisata memerlukan dukungan dari berbagai pihak, seperti pemerintah, pengelola, biro perjalanan, dan lainnya. Suatu agrowisata dapat berkembang dengan maksimal karena adanya keberadaan kelembagaan.

3. Tujuan dan Asas Agrowisata

Menurut Indriawati (1997) tujuan dari agrowisata adalah meningkatkan devisa bagi negara Indonesia. Adapun tujuannya adalah sebagai berikut:

- 1) Mengamankan dan melestarikan keberadaan citra produk pertanian Indonesia sebagai salah satu diversifikasi produk wisata Indonesia.
- 2) Menciptakan iklim berusaha yang baik kepada ara pengusaha atau pemilik bidang agrowisata di dalam penyelenggaraan dan pelayanan agrowisata.

Menurut Ferdiansyah (2005) dalam pemanfaatan agrowisata sebagai sektor yang dapat menghasilkan devisa yang cukup bagi negara, maka perlu mempunyai koridor yang dapat menjadi patokan dalam pengusahaan agrowisata tersebut. Patokan-patokan tersebut dapat berupa asas-asas yang harus diperhatikan bagi pengusahaan pariwisata. Asas-asas tersebut adalah:

- 1) Asas manfaat, artinya penyelenggaraan program agrowisata diarahkan agar dapat saling memberikan manfaat dan dampak positif baik bagi ekonomi, politik, sosial, budaya maupun lingkungan.

- 2) Asas pelestarian, artinya dalam penyelenggaraan program agrowisata diarahkan agar berperan dalam peningkatan pelestarian plasma nutfah sebagai sumberdaya utama bagi kelestarian alam dan lingkungan.

3. Definisi Kuliner

a. Pengertian Kuliner

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2010) yang biasa disingkat KBBI, kuliner adalah hal yang berhubungan dengan masak-memasak. Menurut Brainly, kuliner sama dengan hasil olahan dari masakan yang berupa lauk pauk, panganan serta minuman. Kuliner juga tidak terlepas dari aktivitas masak-memasak yang berkaitan dengan konsumsi makanan. Kata Kuliner berasal dari kata serapan dari Bahasa Inggris yaitu *culinary*. Dalam Bahasa Inggris *culinary* memiliki arti yaitu hal yang berhubungan dengan dapur dan keahlian masak-memasak.

Menurut Seogiaro (2018), kuliner adalah masakan dalam artian hasil dari proses memasak. Dikutip dari detik.com, kuliner tidak hanya berhubungan dengan makanan saja tetapi juga minuman, jadi makanan dan minuman merupakan objek dari kuliner. Kuliner merupakan salah satu objek wisata dan bagian dari kebudayaan yang harus dilestarikan. Bahkan kuliner sudah menjadi gaya hidup karena makanan merupakan kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu kursus atau sekolah memasak (tata boga) merupakan langkah tepat untuk melestarikan kuliner khususnya kuliner tradisional di Indonesia.

Kuliner merupakan bagian dari atraksi wisata yang tidak bisa dipisahkan ketika wisatawan berkunjung ke suatu tempat. Kuliner adalah salah satu cara dalam memperkenalkan keunikan suatu daerah wisata (Ottenbacher & Harrington, 2013). Bahkan kuliner dapat menciptakan suasana yang unik yang membuat wisatawan yang pernah berkunjung ke daerah tersebut tidak akan melupakan budaya lokal, lokasi, dan makanan yang ada di daerah tersebut (Hjalager & Richards, 2002)

b. Wisata Kuliner

Menurut KBBI, wisata adalah berpergian bersama-sama dengan tujuan memperluas pengetahuan, bersenang-senang dan sebagainya, sedangkan menurut wikipedia, Pariwisata ialah suatu perjalanan dengan tujuan rekreasi atau liburan.

Dari penjelasan di atas maka dapat disimpulkan bahwa wisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan seseorang maupun berkelompok ke tempat yang jauh dengan tujuan rekreasi, liburan, membuka wawasan bahkan bisa dibilang cuci mata. Sedangkan seseorang yang melakukan wisata disebut wisatawan atau turis. Jika wisata adalah mengunjungi suatu tempat sedangkan kuliner adalah masakan maka dapat disimpulkan bahwa wisata kuliner adalah mengunjungi suatu tempat selain untuk berrekreasi tetapi juga menikmati masakan khas tradisional atau masakan yang terkenal di daerah tempat wisata tersebut.

Wisata kuliner adalah bepergian ke suatu daerah atau tempat yang menyajikan makanan khas dalam rangka mendapatkan pengalaman baru mengenai kuliner (Hall dan mitchell, 2001, dalam Sari, 2013). Dalam artian ini, pusat wisata kuliner merupakan tempat yang menyajikan berbagai olahan makan sehingga pengunjung mendapatkan pengalaman yang baru mengenai kuliner.

B. Penelitian Terdahulu

1. Nur Ifa Maulid, Rahayu Ambarwati, Astri Dian Utami, Komala Inggawati (2021). Analisis Studi Kelayakan Usaha Wisata Kuliner di Kali Mojo, Tegalwaton, Kabupaten Semarang. Desa Tegalwaton memiliki potensi yang bisa dikembangkan untuk menjadi objek wisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rencana pengembangan wisata kuliner di Kali Mojo memiliki potensi pasar yang besar dan secara finansial menguntungkan sehingga layak untuk dijalankan. Kali Mojo memiliki pemandangan kanal dan sawah yang indah dengan suasana yang nyaman sehingga memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata kuliner. Saat ini sudah tersedia sekitar 20 gubuk bambu (gazebo) di sepanjang jalan di area Kali Mojo. Namun hanya tersisa 12 gubuk yang masih terawat dan layak pakai. Selain itu hanya terdapat dua warung yang menyediakan beberapa makanan berat, makanan ringan, serta minuman yang mana dirasa belum memadai. Kondisi jalan di Kali Mojo sebagian masih rusak dan belum selesai dibangun serta hanya bisa di akses bagi pengguna motor. Fasilitas umum belum memadai, lahan parkir, toilet dan tempat ibadah belum tersedia di area Kali Mojo.
2. Ira Mayasari, Andrian Sesar Pasaribu (2021). Analisis Potensi Wisata Kuliner dalam Pengembangan Pariwisata di Kota Pontianak Kalimantan Barat. Penelitian ini mengkaji tentang potensi wisata kuliner dalam pengembangan pariwisata di

Kota Pontianak. Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata kuliner Kota Pontianak memiliki potensi dalam pengembangan pariwisata di Kota Pontianak. Wisata kuliner mempunyai potensi besar untuk dikembangkan maka perlu penanganan dan pengelolaan lebih baik lagi dari sekarang dan dilakukan secara professional. Pariwisata Kota Pontianak didukung oleh keanekaragaman budaya penduduk Kota Pontianak, yaitu Dayak, Melayu, dan Tionghoa. Suku Dayak memiliki pesta syukur atas kelimpahan panen yang disebut *Gawai* dan masyarakat Tionghoa memiliki kegiatan pesta tahun baru *Imlek*, *Cap Go Meh*, dan perayaan sembahyang kubur (*Cheng Beng* atau *Kuo Ciet*) yang memiliki nilai atraktif turis. Hal tersebut dapat terlihat dari semakin banyaknya wisatawan yang datang ke Kota Pontianak dari tahun ke tahun, Data 2017 yang di dapat dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pontianak (Dispudpar) menyebutkan kunjungan wisman mencapai 753.119 orang, terdiri dari 712.098 pelancong nusantara dan 41.021 dari 89 luar negeri. Pada 2014, sebesar 814.480 orang antara lain sebanyak 788.888 dari dalam negeri dan 25.592 dari luar negeri. Pada 2015 meningkat lagi sebanyak 957.025 orang, terdiri dari 932.070 pelancong dalam negeri dan 24.955 dari mancanegara, dan pada 2016, sedikit turun sebanyak 921.172 orang, terdiri dari 878.712 wisatawan dalam negeri dan 42.460 dari mancanegara. (Sumber Data Statistik 2015-2017 Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Pontianak).

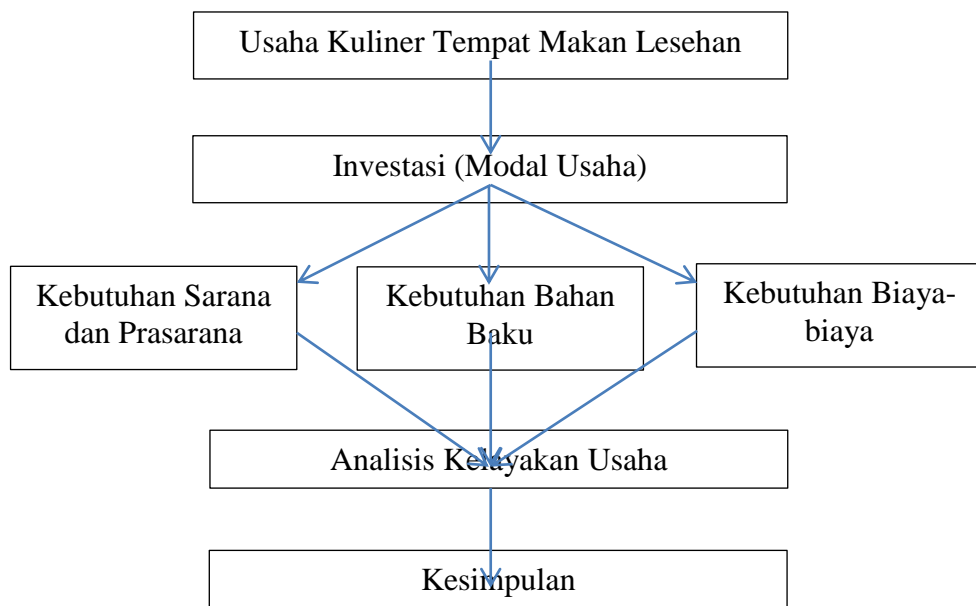
3. Muhammad Iqbal Hidayat, Dr. Ir. Endang Chumaidiyah, M.T., Boby Hera Sagita, SE., MM (2019). Analisis Kelayakan Usaha Daily Escape Cafe pada tempat Wisata Batujajar Space and Culture. Batujajar Space and Culture merupakan sebuah badan usaha yang bergerak di bidang pariwisata sejak tahun 2019. Tempat ini berlokasi di Batujajar, Kabupaten Bandung Barat. Letak geografis tempat ini berada di pesisir danau Saguling yang menjadikannya sebuah kelebihan pada aspek suasana dan pemandangan. Proyek yang sudah berjalan adalah sebuah restoran sunda yang bernama Saung Apung Pangaisan dengan pangsa pasar keluarga dan komunitas. Untuk memperluas pangsa pasar yaitu anak muda, Batujajar Space and Culture akan membuat sebuah café dengan tampilan minimalis dan estetik yang bernama Daily Escape Café. Produk yang akan dijual adalah minuman dan makanan ringan. Untuk memperhitungkan kelayakan usaha tersebut, peneliti melakukan penelitian yang mendalam pada aspek pasar, aspek

teknis, aspek finansial, dan analisis sensitivitas. Berdasarkan hasil dari analisis kelayakan yang dilakukan, perancangan Daily Escape Café dinyatakan layak untuk dijalankan dengan nilai NPV yaitu sebesar Rp 90.455.374, nilai IRR yaitu sebesar 17%, dan nilai PBP yaitu sebesar 4,58 atau kurang lebih 55 bulan.

C. Model Pendekatan

Pendekatan penelitian yang dilakukan yaitu pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif yang dilakukan meliputi analisis deskriptif dan perhitungan analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi internal dan eksternal. Perhitungan digunakan untuk menentukan nilai hasil analisis berupa NPV, Net B/C, IRR, dan PBP.

Model pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini ditunjukkan pada diagram alir berikut ini:



Gambar 2.1 Analisis Kelayakan Finansial Agrowisata Kuliner Tepian Danau Ranau OKU Selatan

D. Batasan Operasional

- Kuliner agrowisata tepian Danau Raya OKU Selatan adalah kegiatan penyediaan makanan untuk memenuhi kebutuhan pangan dalam rangka mendapatkan keuntungan dari kegiatan tersebut.
- Biaya tetap adalah biaya yang dikeluarkan rumah makan lesehan yang dapat digunakan berulang kali atau bahkan bisa digunakan selamanya. Biaya tetap

adalah biaya yang dikeluarkan sekali untuk membeli peralatan-peralatan kuliner seperti meja, kursi, peralatan masak, etalase, biaya gas, biaya listrik, dan biaya air (Rp/kg/unit/bulan).

- c. Biaya variabel adalah biaya yang dikeluarkan 1 kali pakai seperti biaya untuk membeli bahan baku makanan (beras, sayuran, ikan, ayam, bumbu-bumbu, dll) ((Rp/kg/bulan).
- d. Biaya total adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan selama satu periode atau setiap produksi yang meliputi biaya tetap dan biaya variabel (Rp/kg/bulan).
- e. Penerimaan adalah nilai harga jual makanan dikali jumlah porsi yang dijual (Rp/kg/bulan).
- f. Pendapatan adalah selisih antara penerimaan dengan jumlah biaya total yang dikeluarkan selama produksi (Rp/kg/bulan).
- g. Produksi adalah seberapa banyak jumlah porsi makanan yang dihasilkan (Kg/bln).
- h. Harga adalah nominal yang harus dibayarkan konsumen untuk membeli makanan (Rp/kg).
- i. *Net Present Value* (NPV) adalah keuntungan bersih yang berupa nilai bersih sekarang berdasarkan perbandingan PV kas bersih dengan PV investasi selama periode Investasi.
- j. *Net Benefit per Cost* (Net P/C) adalah nilai manfaat yang bisa didapatkan dari proyek atau usaha setiap mengeluarkan biaya sebesar satu rupiah untuk proyek atau usaha tersebut.
- k. *Internal Rate of Return* (IRR) adalah alat untuk mengukur tingkat pengembalian intern.
- l. *Pay Back Period* (PBP) adalah kriteria penilaian investasi yang berupa jangka waktu yang diperlukan dalam pengembalian investasi atau bisa diartikan juga sebagai teknik penilaian terhadap jangka waktu (periode) pengembalian investasi atau modal proyek atau usaha.