BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Kajian pustaka di dalam penulisan penelitian ini adalah didasarkan pada hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang dianggap mendukung kajian teori di dalam penelitian yang tengah dilakukan. Di bawah ini adalah uraian beberapa hasil penelitian terdahulu yang dianggap relevan untuk kemudian dianalisis dan dikritisi kemudian dilihat dari pokok permasalahan, teori, dan metode, sehingga dapat diketahui letak perbedaannya dengan penelitian yang penulis lakukan.

1. Alizar Isna (2004)

Meneliti dengan judul penelitian dampak sosial ekonomi pengembangan sektor pariwisata di Desa Karangbanjar Kabupaten Purbalingga. Penelitian yang dilakukan oleh Alizar Isna yang menggunakan metode pendekatan kualitatif yang berjudul dampak sosial ekonomi pengembangan pariwisata di Desa Karang Banjar, Kabupaten Purbalingga. Desa Karang Banjar yang terkenal dengan sektor pertaniannya juga memiliki potensi lain berupa keindahan alam pedesaan dan beberapa kerajinan yang telah mampu menembus pasar ekspor. Kerajinan itu antara lain kerajinan rambut, kerajinan sapu dan tempurung, bubut kayu, rotan, serta makanan tradisional seperti jenang dan wajik. Pada tahun 1992, Desa Karang Banjar ditetapkan sebagai desa wisata. Pada tahun 1997 tercatat

3.656 wisatawan nusantara dan 168 wisatawan mancanegara berkunjung ke Desa Karang Banjar.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan sektor pariwisata di Desa Karangbanjar tidak sepenuhnya memberikan dampak yang signifikan bagi sektor pertanian. Pemilik usaha kerajinan tidak semua yang dapat secara langsung memetik manfaat dari pengembangan pariwisata di Desa Karang Banjar, hal ini disebabkan karena mereka kurang mampu memanfaatkan peluang yang ada. Berdasarkan beberapa kajian di atas, saran yang dapat diberikan adalah untuk aparat desa dan masyarakat Desa Karang Banjar seharusnya mulai mengambil langkah tegas dan konsisten untuk menetapkan desa tersebut sebagai desa wisata.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sama-sama meneliti tentang dampak pariwisata terhadap ekonomi masyarakat. Sedangkan perbedaannya penelitian yang dilakukan Alizar Isna hanya meneliti tentang dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata, sedangkan penulis meneliti dampak ekonomi dan sosial budaya dari pengembangan pariwisata.

2. **Nazir A. Pala, Jahangeer A. Bhat, S. Dasgupta, A.K. Negi and N.P. Todaria (2011)**

Meneliti tentang dampak lingkungan dan ekonomi dari wisata sungai di sungai Gangga, India. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak lingkungan dari kegiatan arung jeram dan perkemahan disekitar hutan serta pertumbuhan ekonomi di area lokal. Metode yang

digunakan dalam penelitian ini adalah observasi lapang untuk menganalisisi vegetasi, kehidupan alam. Serta penyebaran kuisioner untuk meninjau ekonomi. Data sekunder didapatkan dari instansi pemerintahan yang lain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa dampak negatif lingkungan dari pariwisata sungai dan perkemahan dan beberapa dampak positif pada perekonomian lokal. Dampak negatif lingkungan terdiri dari kerusakan disekitar hutan dan kekacauan kehidupan rimba. Sementara itu, dampak positifnya adalah perkembangan ekonomi lokal yang langsung pada pendapatan dan kesempatan kerja untuk penduduk lokal.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sama-sama meneliti tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap ekonomi masyarakat. Sedangkan perbedaannya penelitian ini terletak pada dampak yang diteliti yakni dampak lingkungan dan dampak ekonomi dari pengembangan pariwisata. Sedangkan penulis melakukan penelitian tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial budaya dan ekonomi masyarakat.

3. **Zakaria Lincoln (2013)**

Meneliti tentang dampak sosio-ekonomi dari wisata di Bangladesh. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kontribusi ekonomi dari wisata Bangladesh serta untuk menganalisis efek sosial dan budaya dari pariwisata Bangladesh. Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan penyebaran kuisioner untuk turis dan pemilik usaha. Teknik wawancara dilakukan terhadap ahli pariwisata dengan teknik *non-*

probability sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak penting dari pariwisata Bangladesh adalah perkembangan wilayah untuk daerah dibawah rata-rata di negara Bangladesh. Dampak posisitif dari ekonomi adalah menciptakan lapangan kerja dan pendapatan untuk masyarakat lokal, sedangkan dampak negatif dari segi sosial adalah berkembangnya ideologi barat dan teknologi yang menciptakan kesenjangan sosial. Perkembangan pariwisata yang cepat menyumbangkan tingkat kriminalitas yang semakin tinggi dan kegiatan perjudian serta praktek prostitusi dan budaya matrelialistis.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sama-sama meneliti tentang dampak pengembangan pariwisata. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yakni penelitian ini menganalisis tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial ekonomi masyarakat. Sedangkan penulis melakukan penelitian tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial budaya dan ekonomi masyarakat.

4. Agung Budi Santoso (2014)

Meneliti tentang perubahan sosial ekonomi masyarakat di sekitar wisata Arung Jeram *Songa Rafting*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis perubahan sosial ekonomi masyarakat di sekitar wisata Arung Jeram Desa Pesawahan Kecamatan Tiris di Kabupaten Probolinggo. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik penentuan informan pokok menggunakan *snowball*

sampling dan informan tambahan menggunakan teknik *purposive sampling.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak positif dari segi sosial berupa penyerapan tenaga kerja, meningkatnya pendidikan dan gaya hidup (cara berpakaian, pola konsumsi dan ekspresi sosial dan bahasa). Dilihat dari segi ekonomi berupa peningkatan pendapatan masyarakat, keahlian dan etos kerja.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yakni sama-sama meneliti tentang dampak pengembangan pariwisata. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan penulis yakni penelitian ini menganalisis tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial ekonomi masyarakat. Sedangkan penulis melakukan penelitian tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap sosial budaya dan ekonomi masyarakat.

Tabel 1. Ringkasan Penelitian Terdahulu

Nama	Judul	Metode Analisis	Hasil
Alizar Isna (2004)	Dampak Sosial Ekonomi Pengembangan Sektor Pariwisata Di Desa Karangbanjar Kabupaten Purbalingga	menggunakan metode pendekatan kualitatif	Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pengembangan sektor pariwisata di Desa Karangbanjar tidak sepenuhnya memberikan dampak yang signifikan bagi sektor pertanian. Pemilik usaha kerajinan tidak semua yang dapat secara langsung memetik manfaat dari pengembangan pariwisata di Desa Karang Banjar, hal ini disebabkan karena mereka kurang mampu memanfaatkan peluang yang ada.

Nazir A. Pala, Jahangeer A. Bhat, S. Dasgupta, A.K. Negi and N.P. Todaria (2011)	Dampak Lingkungan Dan Ekonomi Dari Wisata Sungai Di Sungai Gangga, India	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi lapang untuk menganalisisi vegetasi, kehidupan alam. Serta penyebaran kuisioner untuk meninjau ekonomi. Data sekunder didapatkan dari instansi pemerintahan yang lain.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa dampak negatif lingkungan dari pariwisata sungai dan perkemahan dan beberapa dampak positif pada perekonomian lokal. Dampak negatif lingkungan terdiri dari kerusakan disekitar hutan dan kekacauan kehidupan rimba. Sementara itu, dampak positifnya adalah perkembangan ekonomi lokal yang langsung pada pendapatan dan kesempatan kerja untuk penduduk lokal.
Prof. Dr. Zakaria Lincoln, Phd. MBA (2013)	Dampak Sosio-Ekonomi Dari Wisata Di Bangladesh.	Metode penelitian menggunakan metode kualitatif dengan penyebaran kuisioner untuk turis dan pemilik usaha. Teknik wawancara dilakukan terhadap ahli pariwisata dengan teknik *non-probability sampling*.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak penting dari pariwisata Bangladesh adalah perkembangan wilayah untuk daerah dibawah rata-rata di negara Bangladesh. Dampak posisitif dari ekonomi adalah menciptakan lapangan kerja dan pendapatan untuk masyarakat lokal, sedangkan dampak negatif dari segi sosial adalah berkembangnya ideologi barat dan teknologi yang menciptakan kesenjangan sosial. Perkembangan pariwisata yang cepat menyumbangkan tingkat kriminalitas yang semakin tinggi dan kegiatan perjudian serta praktek prostitusi dan budaya matrelialistis.

Agung Budi Santoso (2014)	Perubahan Sosial Ekonomi Masyarakat Di Sekitar Wisata Arung Jeram *Songa Rafting*	Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif dengan teknik penentuan informan pokok menggunakan *snowball sampling* dan informan tambahan menggunakan teknik *purposive sampling*.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa dampak positif dari segi sosial berupa penyerapan tenaga kerja, meningkatnya pendidikan dan gaya hidup (cara berpakaian, pola konsumsi dan ekspresi sosial dan bahasa). Dilihat dari segi ekonomi berupa peningkatan pendapatan masyarakat, keahlian dan etos kerja.

B. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Secara etimologi, kata pariwista berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti "banyak" atau "berkeliling", sedangkan wisata berarti "pergi" atau "berpergian" (Suwena & Widyatmaja 2010:12). Atas dasar itu, maka kata pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari 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). pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dan bahasa inggris disebut *tourist*.

Pariwisata mampu menghasilakan pertumbuhan ekonomi, karena dapat menyediakan lapangan kerja, menstimulasi berbagai sektor produksi, serta memberikan kontribusi secara langsung bagi kemajuan dalam usaha pembuatan dan perbaikan pelabuhan, jalan raya, pengangkutan serta

mendorong pelaksanaan program kebersihan dan kesehatan, proyek sarana budaya, pelestarian ligkungan hidup dan sebagainya yang dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik kepada masyarakat setempat maupun wisatawan dari luar (Soebagyo 2012:154).

Dari beberapa pendapat di atas, maka dapat di tarik kesimpulan pengertian pariwisata adalah suatu perjalanan ke tempat wisata yang dilakukan oleh seseorang yang bersifat hanya sementara dengan tujuan untuk memuaskan keinginannya seperti melihat alam , budaya masyarakat sekitar, dll dan bukan untuk melakukan kegiatan dagang. Seseorang dapat melakukan perjalanan dengan berbagai cara karena alasan yang berbeda-beda pula.

2. Pengertian Wisatawan

Secara etimilogi, kalau kita meninjau arti kata "wisatawan" yang berasal dari kata "wisata", maka sebenarnya tidaklah tepat sebagai pengganti kata *tourist* dalam bahasa inggris. Kata itu berasal dari kata Sansekerta yaitu "wisata" yang berarti "perjalanan" yang sama atau dapat disamakan dengan kata "*travel*" dalam bahasa inggris, maka "wisatawan" sama artinya dengan kata *traveler*.Dalam pengertian yang umum diterima oleh masyarakat Indonesia bukanlah demikian. Kata wisatawan selalu diasosiasikan dengan kata *tourist* (bahasa inggris). Namun kalau kita perhatikan kata "*tourist*" itu sendiri, sebenarnya kata itu berasal dari kata "*tour*" (yang berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat

lain) dan orang yang melakukan perjalanan ini dalam bahasa inggris disebut dengan istilah "*tourist*" (Suwena & Widyatmaja 2010:32).

Pada Tahun 1937, Komisi Ekonomi Liga Bangsa-Bangsa memberikan batasan pengertian mengenai wisatawan internasional. Hal pokok yang penting dari batasan tersebut adalah bahwa perjalanan dari suatu nrgara ke negara lain dan lama perjalanan sekurang-kurangnya 24 jam. Komisi Liga Bangsa-Bangsa dalam (Mill 2000:21) menyempurnakan batasan pengertian tersebut dengan mengelompokkan orang-orang yang dapat disebut sebagai wisatawan dan bukan wisatawan, yang termasuk wisatawan adalah:

1. Mereka yang mengadakan perjalan untuk keperluan bersenang-senang, mengunjungi keluarga, dan lain-lain.
2. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk keperluan pertemuan-pertemuan atau karena tugas tertentu, seperti dalam ilmu pengetahuan, tugas negara, diplomasi, agama,olahraga, dan lain-lain.
3. Mereka yang mengadakan perjalanan untuk tujuan usaha.
4. Meraka yang mengikuti kunjungan perjalanan kapal laut, walaupun tinggal kurang dari 24 jam.

Sedangkan, yang bukan termasuk wisatawan adalah:

1. Mereka yang berkunjung untuk mencari pekerjaan atau untuk tujuan usaha.
2. Mereka yang berkunjung ke suatu negara dengan tujuan untuk bertempat tinggal tetap.
3. Penduduk di daerah tapal batas negara bekerja di negara yang berdekatan.
4. Wisatawan yang hanya melewati suatu negara tanpa tinggal dinegara yang dilaluinya itu.

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan wisatawan adalah orang atau sekelompok orang yang mengunjungi suatu tempat tujuan wisata baik

dengan tujuan untuk rekreasi atau liburan, maupun perjalanan wisata yang dikarenakan adanya pekerjaan atau konfrensi, yang kemudian tinggal di tempat tujuan wisata tersebut setidaknya 24 jam. Mereka meninggalkan rumahnya untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan bahwa sementara mereka berpergian mereka mengeluarkan uang ditempat yang mereka kunjungi tanpa dengan maksud mencari nafkah ditempat tersebut.

3. Bentuk-bentuk Pariwisata

Dalam kepariwisataan jenis pariwisata perlu juga dijelaskan di sini. Menurut Pendit (2006:38-43) ada berbagai macam jenis pariwisata yang telah dikenal saat ini antara lain:

a. Wisata Budaya
   Ini dimaksudkan agar perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat, cara hidup, budaya dan seni mereka.
b. Wisata Kesehatan
   Perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan menukar keadaan dan lingkungan tempat kerja sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani.
c. Wisata Olahraga
   Suatu perjalanan yang dilakukan wisatawan dengan tujuan berolahraga atau sengaja aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara.
d. Wisata Komersial (wisata belanja)
   Jenis ini termasuk perjalanan untuk mengunjungi pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersil, seperti pameran industri, pameran dagang.
e. Wisata Industri
   Perjalanan yang dilakukan pelajar, mahasiswa atau orang-orang awam ke suatu daerah perindustrian dengan maksud dan tujuan mengadakan penelitian.
f. Wisata Politik
   Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik, seperti perayaan 17 Agustus di Jakarta.

g. Wisata Konvensi
   Menyediakan fasilitas bangunan ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik bersifat nasional maupun internasional.
h. Wisata Sosial
   Lebih dikenal dengan wisata remaja, dimana sebuah pengorganisasian suatu perjalanan yang murah serta mudah untuk memberi kesempatan masyarakat golongan ekonomi lemah untuk melakukan perjalanan.
i. Wisata Pertanian
   Sebuah pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian perkebunan dan lain-lainnya untuk tujuan studi atau melihat sekeliling sambal menikmati segarnya tanaman beraneka warna.
j. Wisata Maritim atau Bahari
   Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olahraga air, seperti di danau, pantai teluk, atau laut lepas seperti memancing, berlayar dan berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah atau negara maritim.
k. Wisata Cagar Alam
   Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang serta pepohonan beraneka warna yang mendapat perlindungan dari pemerintah dan masyarakat.
l. Wisata Buru
   Jenis ini dilakukan di negara yang mempunyai tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh agen atau biro perjalanan.
m. Wisata Pilgrim
   Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.
n. Wisata Bulan Madu
   Berupa penyelenggaraan bagi pasangan-pasangan pengantin baru yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan mereka. Jenis wisata ini biasanya dilakukan selama sebulan setelah pernikahan dilangsungkan, ke tempat-tempat romantik bagi pasangan manusia muda yang sedang menikmati kehidupan berumah tangga.
o. Wisata Petualangan
   Jenis wisata ini dikenal dengan *Adventure Tourism* seperti masuk hutan belantara yang belum pernah dijelajahi, penuh dengan binatang buas, mendaki tebing yang teramat terjal, terjun ke dalam sungai yang sangat curam, dan sebagainya.

Dari beberapa jenis pariwisata di atas, dapat dibedakan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan oleh pelaku wisata termasuk wisatawan. Kegiatan tersebut juga memberikan kesan yang yang berbeda terhadap wisatawan. Jenis-jenis wisata tersebut dapat berkembang lebih banyak tergantung pada kondisi dan situasi perkembangan dunia kepariwisataan di suatu daerah atau suatu negara. Makin kreatif dan banyak gagasan yang dimiliki oleh mereka yang mendedikasikan hidup mereka bagi perkembangan dunia kepariwisataan di dunia ini, makin bertambah pula bentuk dan jenis wisata yang dapat diciptakan bagi kemajuan industri ini.

C. Prinsip Penyelenggaraan Kepariwisataan

Kepariwisataan berdasarkan UU No. 10 tahun 2009 diselenggarakan dengan prinsip:

1. Menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai pengejawantahan dari konsep hidup dalam keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa, hubungan antara manusia dan sesama manusia, dan hubungan antara manusia dan lingkungan;
2. Menjunjung tinggi hak asasi manusia, keragaman budaya, dan kearifan lokal;
3. Memberi manfaat untuk kesejahteraan rakyat, keadilan, kesetaraan, dan proporsionalitas;
4. Memelihara kelestarian alam dan lingkungan hidup;
5. Memberdayakan masyarakat setempat;
6. Menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah, antara pusat dan daerah yang merupakan satu kesatuan sistemik dalam kerangka otonomi daerah, serta keterpaduan antarpemangku kepentingan;
7. Mematuhi kode etik kepariwisataan dunia dan kesepakatan internasional dalam bidang pariwisata; dan
8. Memperkukuh keutuhan Negara Kesatuan Republik Indonesia.

D. Pengembangan Pariwisata

Menurut Suwantoro (2004:18) upaya pengembangan pariwisata yang dilihat dari kebijaksanaan dalam pengembangan wisata alam, dari segi

ekonomi pariwista alam akan dapat menciptakan lapangan pekerjaan. Memang pariwisata alam membutuhkan investasi yang relatif lebih besar untuk pembangunan sarana dan prasarananya. Untuk itu diperlukan evaluasi yang teliti terhadap kegiatan pariwisata alam tersebut. Dalam mengembangkan pariwisata baik pengembangan destinasi, kawasan pariwisata, maupun objek daya tarik wisata pada umumnya mengikuti alur atau siklus hidup pariwisata. Adapun tujuannya adalah untuk menentukan posisi pariwisata yang akan dikembangkan.

Tahapan pengembangan pariwisata *(tourism life cycle)* mengacu pada pendapat Butler (1980) dalam Cooper dan Jackson (1997:88). Adapun tahapannya terdiri dari:

1. Tahap eksplorasi *(exploration)* yang berkaitan dengan *discovery* yaitu suatu tempat sebagai potensi wisata baru ditemukan baik oleh wisatawan, pelaku pariwisata, maupun pemerintah. Biasanya wisatawan tertarik pada daerah yang belum tercemar dan sepi, lokasinya sulit dicapai namun diminati oleh sejumlah kecil wisatawan yang justru menjadi berminat karena belum ramai dikunjungi.
2. Tahap keterlibatan *(involvement)* yang diikuti oleh kontrol lokal *(local control)*, dimana biasanya oleh masyarakat lokal. Pada tahapan ini terdapat inisiatif dari masyarakat lokal, objek wisata mulai dipromosikan oleh wisatawan, jumlah wisatawan meningkat, dan infrastruktur dibangun.
3. Tahap pengembangan *(development)* dan adanya kontrol local *(local control)* menunjukkan adanya peningkatan jumlah kunjungan wisata secara drastis. Pengawasan oleh lembaga lokal agak sulit membuahkan hasil, masuknya industri wisata dari luar dan kepopuleran kawasan wisata menyebabkan kerusakan lingkungan alam dan sosial budaya sehingga diperlukan adanya campur tangan kontrol penguasa lokal maupun nasional.
4. Tahap konsolidasi *(consolidation)* dengan *constitutionalism* ditujukan oleh penurunan tingkat pertumbuhan kunjungan wisatawan. Kawasan wisata dipenuhi oleh berbagai industri paiwisata berupa huburan dan berbagai macam atraksi wisata.
5. Tahap kestabilan *(stagnation)* dan masih diikuti oleh adanya *institutionalism*, dimana jumlah wisatawan tertinggi telah tercapai dan kawasan ini telah tercapai dan kawasan ini telah mulai ditinggalkan karena

tidak mode lagi, kunjungan ulang dan para pebisnis memanfaatkan fasilitas yang telah ada. Pada tahapan ini terdapat upaya untuk menjaga jumlah wisatawan secara intensif dilakukan oleh industri priwisata dan kawasan ini kemungkinan besar mengalami masalah besar yang terkait dengan lingkungan alam maupun sosial budaya.

6. Tahapan penurunan kualitas (*decline)* hampir semua wisatawan telah mengalihkan kunjungannya ke daerah tujuan wisata lain. Kawasan wisata ini telah menjadi objek wisata kecil yang dikunjungi sehari atau akhir pekan. Beberapa fasilitas pariwisata telah diubah bentuk dan fungsinya menjadi tujuan lain. Dengan demikian pada tahap ini diperlukan upaya pemerintah untuk meremajakan kembali *(rejuvenate).*
7. Tahap peremajaan kembali *(rejuvenate)*, dimana dalam tahapan ini perlu dilakukan perimbangan mengubah pemanfaatan kawasan pariwisata, mencari pasar baru, dan mereposisi atraksi wisata ke bentuk lain. Oleh sebab itu diperlukan modal baru atau kerjasama antara pemerintah dengan pihak swasta.

Berdasarkan tahapan pengembangan pariwisata diatas, menunjukkan bahwa peran lingkungan sangat penting dalam keberlanjutan pariwisata. Adanya faktor kerusakan lingkungan alam maupun sosial budaya, mempengaruhi penurunan kualitas dari daerah tujuan wisata. Namun sebaliknya, jika daerah tujuan wisata tetap terpelihara dengan baik dari segi lingkungan, sosial maupun budaya, maka peningkatan jumlah wisatawn maupun tingkat perekonomian pariwisata semakin meningkat.

Menurut Suwantoro (2009:19) unsur pokok yang harus mendapat perhatian guna menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata yang menyangkut perencanaan, pelaksanaan pembangunan dan pengembangannya meliputi 5 unsur yaitu:

1. Objek dan daya tarik wisata
2. Prasarana wisata
3. Sarana wisata,
4. Infrastruktur,
5. Masyarakat/lingkungan.

Selanjutnya, Pendit (2002:25), menyebutkan bahwa terdapat sepuluh unsur pokok dalam industri pariwisata. Pengembangan Industri pariwisata di suatu negara atau daerah tidak akan berjalan dengan baik apabila tidak memiliki unsur – unsur berikut ini :

1. Politik dan Kebijakan yang dikeluarkan oleh Pemerintah Setempat
   Unsur yang pertama ini terkait dengan peran pemerintah dalam rangka mengelola potensi pariwisata di daerahnya. Melalui Politik dan Kebijakan yang dikeluarkannya, pemerintah dapat mempengaruhi keberlangsungan industri pariwisata di daerahnya. Pemerintah dapat meningkatkan kualitas pariwisata di daerahnya atau justru menenggelamkan potensi pariwisata yang ada melalui kebijakannya.
2. Perasaan Ingin Tahu
   Pada awalnya hakikat paling utama yang melahirkan pariwisata adalah perasaan manusia yang terdalam, yang serba ingin tahu segala sesuatu selama hidup di dunia. Manusia ingin tahu segala sesuatu di dalam dan diluar lingkungannya, mereka ingin tahu tentang kebudayaan di negara asing, cara hidup dan adat istiadat negeri antah berantah, udara dan hawa udara yang berbeda beda di berbagai negeri, keindahan dan keajaiban alam dengan bukit, gunung, lembah serta pantainya, dan berbagai hal yang tidak ada dalam lingkungan sendiri.
3. Sifat Ramah Tamah
   Sifat ramah tamah rakyat Indonesia ini merupakan salah satu “modal potensial” yang besar dalam bidang pariwisata, disamping keindahan alam dan atraksi yang menarik, sifat ramah tamah ini juga merupakan investasi tak nyata dalam arti kata sesungguhnya pada industri pariwisata karena merupakan daya tarik sendiri.
4. Jarak dan Waktu (Aksesibilitas)
   Yang harus diperhatikan oleh *stakholde*r yang berkompeten didalam indsutri pariwisata dewasa ini adalah tentang waktu dan jarak tempuh yang dibutuhkan oleh wisatawan untuk mencapai objek wisata.
5. Atraksi
   Dalam dunia kepariwisataan segala sesuatu yang menarik dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat disebut atraksi, atau umumnya disebut objek wisata, baik yang biasa berlangsung tiap harinya serta yang khusus diadakan pada waktu tertentu di Indonesia sangatbanyak.
6. Akomodasi
   Akomodasi merupakan rumah sementara bagi sang wisatawan sejauh atau sepanjang perjalanannya membutuhkan serta mengharapkan kenyamanan, keenakan, pelayanan yang baik, kebersihan sanitasi yang menjamin kesehatan, serta hal-hal kebutuhan hidup sehari hari yang layak dalam pergaulan dunia Internasional

7. Pengakutan (*Courie*r)
   Faktor pengangkutan dalam dunia pariwisata membutuhkan syarat tertentu, antara lainjalan yang baik, lalu lintas lancer, alat angkutan yang cepat disertai dengan syarat secukupnya dalam bahasa asing yang umum dipergunakan oleh pergaulan dunia Internasional.
8. Harga-Harga
   Di tempat atau di negara mana harga barang atau ongkos perjalan yang lebih murah dan lebih baik, sudah tentu wisatawan akan memilihnya.
9. Publisitas dan Promosi
   Publisitas dan promosi yang dimaksud disini adalah propaganda kepariwisataan dengan didasarkan atas rencana atau program secara teratur dan berkelanjutan baik. Kedalam Publisitas dan promosi ini ditujukan pada masyarakat dalam negeri sendiri dengan maksud dan tujuan menggugah pandangan masyarakat agar mempunyai kesadaran akan kegunaan pariwisata baginya, sehingga Industri Pariwisata di negeri ini memperoleh dukungannya. Keluar, publisitas dan promosi ini ditujukan pada dunia luar dimana kampanye penerangan benar-benar mengandung berbagai fasilitasfasilitas dan atraksi yang unik dan menarik terhadap wisatawan.
10. Kesempatan Berbelanja
    Kesempatan berbelanja atau lazim pula dikatakan shopping adalah kesempatan untuk membeli barang, oleh-oleh, atau souvenir untuk dibawa pulang ke rumah atau ke negaranya.

Sedangkan menurut Spillane (1987:63), obyek wisata harus memiliki lima unsur yang penting agar wisatawan dapat menikmati perjalanan wisatanya, yaitu :

1. *Attractions*
   Yaitu apa yang menjadi pusat dari suatu obyek wisata. Attractions dapat menarik wisatawan untuk berkunjung, dan dapat diklasifikasikan dalam skala lokal, provinsi, wilayah, nasional serta internasional.

2. *Facility*
   Fasilitas disini dibutuhkan dalam rangka melayani wisatawan saat menikmati obyek wisata. Fasilitas cenderung mendukung, bukan mendorong pertumbuhan obyek wisata, seperti contohnya fasilitas yang tersedia harus sesuai antara harga dan kualitas, fasilitas juga harus sesuai dengan kemampuan membayar target wisatawan yang mengunjungi obyek wisata tersebut.

3. Infrastruktur
   Yang termasuk infrastruktur penting dalam pariwisata adalah :
   a. Sistem pengairan/air

b. Sumber listrik dan energi
c. Jaringan komunikasi
d. Sistem pembuangan kotoran/pembuangan air
e. Jasa-jasa kesehatan
f. Jalan-jalan/jalan raya

4. *Transportation*
   Selain ketiga hal diatas, transportasi juga merupakan unsur penting yang harus ada di obyek wisata. Adanya transportasi yang baik, seperti tersedianya bus, travel, dan lain sebagainya memungkinkan wisatawan dapat lebih mudah dalam menjangkau obyek wisata yang dituju, dengan kemudahan transportasi maka tentu saja akan mempengaruhi banyaknya wisatawan yang berkunjung.
5. *Hospitality* (keramahtamahan)
   Wisatawan merupakan orang yang sedang berada di lingkungan yang baru dan belum mereka kenal, maka sifat keramah tamahan menjadi salah satu unsur yang penting dalam rangka membuat suatu obyek wisata menarik bagi wisatawan.

Menurut Mill (2000:26) ada empat dimensi utama pengembangan pariwisata yakni atraksi, fasilitas, transportasi dan keramahtamahan:

1. Atraksi
   Atraksi adalah apa yang pertama kali menarik pengunjung ke sebuah kawasan atau dalam artian pembangunan, cenderung dikembangkan terlebih dahulu. Atraksi bisa berdasarkan sumber-sumber alam, budaya, etnisitas atau hiburan. Sumber-sumber alam, setiap kawasan mempunyai kombinasi keunikan ciri-ciri sumber alam.
2. Fasilitas
   Atraksi membuat orang-orang mendatangi tempat tujuan wisata, fasilitas yang tersedia melayani mereka selama berada disana. Karena mereka jauh dari rumah para pengunjung membutuhkan barang-barang tertentu, misalnya tempat untuk tinggal, sesuatu untuk dimakan dan diminum. Fasilitas utamanya antara lain:
   a. Tempat menginap, sebuah tempat tujuan wisata membutuhkan akomodasi yang cukup dan cocok untuk bisa menarik kedatangan wisatawan. Itu bisa berartikawasan untuk berkemah, atau tempat menginap seperti, *home stay*, hotel, motel, *resort*. Jenis akomodasi yang disediakan akan tergantung pada pasar yang sedang dilayani.
   b. Makanan dan minuman, proporsi terbesar uang wisatawan dibelanjakan untuk makanan dan minuman. Sebagian besar wisatawan, bila mereka melakukan perjalanan menginginkan makanan dan minuman yang mereka kenal dengan baik.
   c. Pelayanan pendukung, pelayanan pendukung bagi pariwisata termasuk hal-hal seperti cinderamata atau tokoh-tokoh bebas pajak, jasa pencucian pakaian, pramuwisata, dan fasilitas-fasilitas rekreasi.

d. Infrastruktur, infrastruktur suatu kawasan dapat diringkas sebagai berikut: system tata air, jaringan komunikasi, fasilitas perawatan kesehatan, terminal transportasi, sumber tenaga, system saluran dan pembuangan, jalan-jalan, sistem keamanan.

3. Transportasi
   Basis pariwisata adalah keinginan orang untuk melakukan perjalanan ke tempat yang berbeda dengan tempat yang biasa ditempatinya budaya yang berbeda, iklim yang berbeda, pemandangan yang berbeda. Tempat-tempat yang berbeda secara fisik saling menggerakkan satu sama lain. Karenanya ada kebutuhan untuk melakukan perjalanan ke sana. Dan juga karena itu, perlu dan pentingnya adanya trasportasi untuk sampai kesana dengan nyaman tentunya.
4. Keramahtamahan
   Keramahtamahan sebuah kawasan adalah perasaan disambut baik yang diterima oleh wisatawan pada waktu mengunjungi sebuah kawasan. Orang tidak ingin pergi ke suatau tempat yang tidak menyambut mereka dengan baik.

Pengembangan pariwisata merupakan langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan dan sasaran pembangunan yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa upaya-upaya pengembangan tersebut antara lain pengembangan objek dan atraksi wisata, pengembangan sarana, pengembangan prasarana pariwisata, pemasaran dan promosi pariwisata, dan pengembangan sumber daya manusia.

1. Pengembangan Obyek dan Atraksi Wisata

Atraksi adalah daya tarik wisatawan saat melakukan kegiatan wisata. Atraksi yang diidentifikasikan (sumber daya alam, sumber daya manusia – budaya, dsb) perlu dikembangkan untuk menjadi atraksi wisata. Tanpa atraksi wisata tidak akan ada pariwisata, bagian uatama lain tidak akan diperlukan (Pitana dan Diarta 2009:34). Sedangkan, menurut Sammeng (2001:19) mengemukakan bahwa atraksi wisata atau daya tarik

wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan kesuatu daerah tujuan wisata.

Lebih lanjut menurut Suwena & Widyatmaja (2010:88) Atraksi disebut juga objek dan daya tarik wisata merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan, atraksi merupakan modal atau sumber kepariwisataan (*tourism resources*). Atraksi merupakan dimensi yang unik, karena seringkali hanya terjadi atau dapat dinikmati pada kawasan tertentu dan pada masa waktu tertentu. Biasanya, seringkali tidak dapat ditiru oleh destinasi-destinasi tempat lainnya. Atraksi selalu menarik orang untuk datang ke dalam sebuah kawasan tujuan wisata, meskipun dimensi lainnya seperti fasilitas, transportasi dan keramahtamahan destinasi sangat kurang (Hakim 2004:16).

Menurut Sammeng (2001:20) bahwa objek daya tarik wisata dapat dikelompokkan ke dalam 3 jenis, yaitu:

a. Objek wisata buatan, pada dasarnya hasil rekayasa atau budi daya manusia, merupakan hasil ciptaan manusia yang baru. Misalnya: hiburan (lawak/akrobat, sulap), taman rekreasi, pusat perbelanjaan, dan lain-lain.
b. Objek wisata budaya, merupakan hasil ciptaan manusia di masa lampau. Misalnya: bangunan bersejarah, peninggalan arkeologi, museum dan cagar budaya.
c. Objek wisata alam, hampir semuanya dapat dikunjungi atau dinikmati setiap hari. Seperti: laut, pantai, gunung, danau, sungai, kawasan lindung, cagar alam, pemandangan dan lain-lain.

Menurut Yoeti (1996:2) daya tarik pariwisata adalah suatu obyek ciptaan Tuhan maupun hasil karya manusia yang menarik minat orang untuk berkunjung dan menikmatinya. Suatu obyek wisata keberadaannya harus memenuhi / ditunjang beberapa syarat, yaitu:

a) *Something to see* yaitu segala sesuatu yang dapat dilihat pada suatu obyek wisata misalnya di tempat tersebut harus ada obyek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan apa yang dimiliki oleh daerah lain.
b) *Something to do* yaitu segala sesuatu yang dapat dilakukan di suatu obyek wisata misalnya disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
c) *Something to buy* yaitu segala sesuatu yang dapat dibeli misalnya tempat tersebut harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (shopping), terutama barang-barang souvenir dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ke tempat asal wisatawan.

Sedangkan menurut Suwantoro (2009:19) ada beberapa hal yang dapat dijadikan indikator sebagai daya tarik atau atraksi wisata diantaranya ialah :

1) Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih
2) Adanya aksesbilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya
3) Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka
4) Adanya sarana/prasarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir
5) Objek wisata alam mempunyai daya tarik wisata tinggi karena keindahan alam pengunungan, sungai, pantai, pasir, hutan dan sebagainya
6) Objek wisata budaya mempunyai daya tarik wisata tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian.

Dapat disimpulkan bahwa atraksi wisata merupakan segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, ataupun nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan, budidaya, dan hasil buatan manusia yang

menjadi daya tarik atau tujuan kunjungan wisatawan, yang menjadikan wisatawan termotivasi untuk melakukan wisata ke obyek wisata tersebut.

2. Pengembangan Sarana Pariwisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya (Suwantoro, 2009:22). Menurut Yoeti (1996:179) sarana kepariwisataan dapat diartikan semua bentuk perusahaan yang dapat memberikan pelayanan kepada wisatawan tetapi hidup dan kehidupan tidak selamanya tergantung kepada wisatawan. Sarana kepariwisataan terbagi menjadi tiga dimana semuanya saling melengkapi dan tidak dapat dipisahkan antara lain:

a. Sarana pokok kepariwisataan, yaitu perusahaan-perusahaan yang hidup dan kehidupannya tergantung kepada lalu lintas wisatwan yang melakukan wisata, yang fungsinya mempersiapkan dan merencanakan wisatawan. Termasuk dalam kelompok ini adalah hotel, losmen, wiswa, restoran, dan lain-lain.
b. Sarana perlengkapan kepariwisataan, adalah fasilitas-fasilitas yang dapat melengkapi sarana pokok, sehingga fungsinya membuat wisatawan lebih lama tinggal di daerah atau tempat yang dikunjunginya, yang termasuk dalam kelompok ini adalah fasilitas-fasilitas untuk bermain, olahraga, dan beribadah.
c. Sarana penunjang kepariwisataan, adalah fasilitas yang diperlukan untuk menunjang sarana prasarana pokok sarana pelengkap yang berfungsi agar wisatawan lebih banyak membelanjakan uangnya di tempat yang dikunjungi tersebut, yang termasuk dalam kelompok ini adalah keberadaan pasar yang menjual berbagai hasil kerajianan dari masyarakat setempat.

3. Pengembangan Prasarana Pariwisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal dan

sebagainya (Suwantoro, 2009:21). Prasarana menurut Yoeti (1996:344) adalah fasilitas yang memungkinkan proses perekonomian dapat berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Lother A. Kreek yang dikutip Yoeti (1996:346), membagi prasarana menjadi dua kelompok yaitu, prasarana perekonomian dan prasarana sosial.

a. Prasarana perekonomian, terdiri dari :
   1) Pengangkutan (transportasi), yang dapat membawa para wisatawan dari tempat dimana ia tinggal, ke tempat atau Negara yang merupakan daerah tujuan wisata.
   2) Prasarana komunikasi, yang bermanfaat agar mendorong para wisatawan untuk mengadakan perjalanan perjalanan jarak jauh. Dengan tersedianya prasarana komunikasi, wisatawan dapat berkomunikasi dengan keluarganya di Negara asal, yang termasuk dalam prasarana ini antara lain, telepon, telegram radio, TV, dan lain-lain.
   3) Perbankan, pelayanan bank yang lancar dan baik berarti wisatawan memndapat jaminan untuk memudahkan mengirim dan menerima uangnya.
   4) Kelompok prasarana yang tergolong utilitas, maksudnya adalah kelompok prasaranan yang sifatnya sangat mendasar, yang termasuk dalam kelompok ini adalah penerangan listrik dan persediaan air minum.

b. Prasarana sosial

   Menurut Yoeti (1996:347) prasarana sosial adalah semua faktor yang menunjang kemajuan atau menjamin kelangsungan prasarana perekonomian yang ada. Termasuk dalam prasarana ini adalah:

   1) Faktor keamanan, perasaan aman selama tinggal di daerah tujuan wisata
   2) Petugas yang langsung melayani wisatwan termasuk ke dalam kelompok ini seperti: polisi, pramuwisata dan lain-lain.
   3) Pelayanan kesehatan dengan adanya jaminan bahwa di daerah tujuan wisata tersedia pelayanan bagi suatu penyakit yang mungkin

diderita oleh wisatawan, misalnya didirikan Rumah Sakit atau Rumah Sakit Pembantu.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa dengan adanya sarana pelengkap dan penunjang serta sarana perekonomian dan sosial akan mendukung sarana prasarana pokok kepariwisataan, dan itu berarti adanya saling keterkaitan antara satu dengan yang lain dan saling mengisi.

4. Pemasaran dan Promosi Pariwisata

Menurut J.Krippendorf dalam (Yoeti 2005:13), yang dimaksudkan dengan pemasaran pariwisata adalah suatu sistem dan koordinasi yang harus dilakukan sebagai kebijaksanaan bagi perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata, baik milik swasta atau pemerintah, dalam ruang lingkup lokal, regional, nasional atau internasional untuk mencapai kepuasan wisatawan dengan memperoleh keuntungan yang wajar. Prof. Dr. Salah Wahab, L.J Crampton, MA dan L.M.Rothfield dalam (Yoeti 2005:13) pengertian pemasaran pariwisata sebagai berikut:

> "Pemasaran pariwisata adalah suatu proses manajemen yang dilakukan oleh organisasi pariwisata nasional atau perusahaan-perusahaan termasuk dalam kelompok industri pariwisata untuk melakukan identifikasi terhadap wisatawan yang sudah punya keinginan untuk melakukan perjalanan wisata dan wisatawan yang punya potensi untuk melakukan perjalanan wisata dengan jalan melakukan melakukan komunikasi dengan mereka, mempengaruhi keinginan,kebutuhan, memotivasinya terhadap apa yang disukai dan yang tidak disukainya, pada tingkat daerah-daerah lokal,regional, nasional ataupun internasional dengan menyediakan obyek dan atraksi wisata agar wisatawan memperoleh kepuasan optimal".

Bila kita perhatikan batasan yang diberikan Prof. Dr. Salah Wahab, L.J Crampton, MA dan L.M.Rothfield dalam (Yoeti 2005:14) ini dapat disimpulkan bahwa pemasaran pariwisata mencakup:

1. Pertama: Pemasaran pariwisata itu merupakan suatu proses manajemen yang dilakukan oleh Organisasi Pariwisata Nasional (OPN), dengan bekerjasama dengan organisasi pariwisata swasta, PHRI, dan ASITA,yang mewakili perusahaan-perusahaan kelompok industri pariwisata.
2. Kedua: Melakukan identifikasi, terhadap kelompok-kelompok wisatawan yang sudah memiliki keinginan untuk melakukan perjalanan wisata (*actual demand*) dan kelompok wisatawan yang memiliki potensi akan melakukan perjalanan wisata di waktu-waktu yang akan datang (*potential demand*)
3. Ketiga: Melakukan koordinasi dan mempengaruhi keinginan, kebutuhan, dan memotivasinya terhadap apa yang disukai atau tidak disukai mereka, baik pada tingkal lokal, regional, nasional atau pun internasional.
4. Keempat: Menyediakan objek dan atraksi wisata sesuai dengan persepsi wisatawan sehingga mereka merasa puas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya, pemasaran pariwisata adalah usaha yang dilakukan suatu OPN atau Organisasi Pariwisata Daerah (OPD) untuk menarik wisatawan (wisman dan wisnus) lebih banyak datang, lebih lama tinggal dan lebih banyak membelanjakan dolar atau rupiahnya pada DTW yang dikunjungi.Usaha pemasaran itu harus berkelanjutan dan karena itu ia hendaknya merupakan suatu proses manajemen yang tiada henti-hentinya.

Menurut (Yoeti 2005:15) manajemen pemasaran mengarahkan bahwa suatu proses harus berkelanjutan dengan kondisi yang terjadi saat ini dengan memperhatikan waktu yang akan datang (*future time*), yang akan membawa OPN atau OPD supaya dapat menjalankan fungsi-fungsi pemasaran dengan baik. OPN atau OPD hendaknya dapat menerapkan

teknik dan strategi pemasaran modern, terutama dalam hal perencanaaan penelitian (*research planning*), peramalan (*forecasting*), seleksi pasar (*market selection*) atau saluran distribusi (*distribution channel*) dengan memperhatikan media iklan yang sesuai dengan target pasar yang dijadikan sasaran. Menjaga kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan (*needs*) dan keinginan (*wants*) serta sesuai dengan harapan wisatawan (*tourist expectation*), baik kualitas, harga, pelayanan, atau penyajian.

Pemasaran Pariwisata (*tourism marketing*) sangat komplek sifatnya, dibandingkan dengan pemasaran barang-barang yang dihasilkan perusahaan manufaktur yang biasa kita kenal. Produk yang ingin dipasarkan sangat terikat pada suplier yang menghasilkannya, instansi, organisasi atau lembaga pariwisata yang mengelolanya. Untuk memasarkan produk industri pariwisata bukan saja diperlukan koordinasi, tetapi diperlukan kerjasama yang baik antara organisasi yang bertanggung jawab dalam pengembangan pariwisata dengan semua pihak yang terlibat dan berkaitan dengan kegiatan pariwisata. Dapat dikatakan, keberhasilan suatu program pemasaran dalam bidang kepariwisataan sangat ditentukan oleh faktor kesamaan pandangan terhadap peranan pariwisata bagi pembangunan daerah, karena itu sebelum program pemasaran dilaksanakan harus ada komitmen dari semua unsur terkait bahwa pariwisata merupakan sektor ekonomi yang bersifat *quick yielding* dan merupakan *agent of development* bagi daerah itu.

5. Pengembangan Sumber Daya Manusia

a. Pengertian Pengembangan Sumber Daya Manusia

Pengembangan sumber daya manusia menurut Notoadmodjo (2003:9) adalah suatu upaya untuk mengembangkan kualitas atau kemampuan sumber daya manusia melalui proses perencanaan pendidikan, pelatihan dan pengelolaan tenaga atau pegawai untuk mencapai suatu hasil optimal. Sedangakn menurut Armstrong (1997:507) dalam (Notoadmodjo, 2003:9) menyatakan: "Pengembangan sumber daya manusia berkaitan dengan tersedianya kesempatan dan pengembangan belajar, membuat program-program training yang meliputi perencanaan, penyelenggaraan, dan evaluasi atas program-program tersebut". McLagan dan Suhadolnik (Wilson, 1999:10) dalam (Notoadmodjo, 2003:9) mengatakan: Pengembangan sumber daya manusia adalah pemanfaatan pelatihan dan pengembangan, pengembangan karir, dan pengembangan organisasi, yang terintegrasi antara satu dengan yang lain, untuk meningkatkan efektivitas individual dan organisasi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan sumber daya manusia adalah suatu kegiatan yang terencana dan terintegrasi antara satu dengan yang lain, yang diadakan oleh suatu organisasi dalam hal pelatihan dan pengembangan pegawai untuk mencapai tujuan organisasi tersebut.

b. Tujuan Pengembangan Sumber Daya Manusia

Tujuan pengembangan sumber daya manusia mempunyai dua dimensi yaitu dimensi individual dan dimensi institusional atau organisasional. Tujuan yang berdimensi individual mengacu kepada sesuatu yang dicapai oleh seorang pegawai. Tujuan berdimensi institusional mengacu kepada apa yang dapat dicapai oleh institusi atau organisasi sebagai hasil dari program-program pengembangan sumber daya manusia dalam (Notoadmodjo 2003:13). Secara umum tujuan pengembangan sumber daya manusia adalah untuk memastikan bahwa organisasi mempunyai orang-orang yang berkualitas untuk mencapai tujuan organisasi untuk meningkatkan kinerja dan pertumbuhan (Armstrong, 1997:507) dalam (Notoadmodjo, 2003:9).

Tujuan tersebut di atas dapat dicapai dengan memastikan bahwa setiap orang dalam organisasi mempunyai pengetahuan dan keahlian dalam mencapai tingkat kemampuan yang dibutuhkan untuk melaksanakan pekerjaan mereka secara efektif. Selain itu perlu pula diperhatikan bahwa dalam upaya pengembangan sumber daya manusia ini, kinerja individual dan kelompok adalah subjek untuk peningkatan yang berkelanjutan dan bahwa orang-orang dalam organisasi dikembangkan dalam cara yang sesuai untuk memaksimalkan potensi serta promosi mereka. Beberapa tujuan pengembangan sumber daya manusia menurut Notoadmodjo, (2003:9) adalah sebagai berikut:

1) Meningkatkan produktivitas kerja.
2) Mencapai efisiensi.
3) Meminimalisir kerusakan.
4) Mengurangi kecelakaan.
5) Meningkatkan pelayanan.
6) Memelihara moral pegawai.
7) Meningkatan peluang karier.
8) Meningkatkan kemampuan konseptual.
9) Meningkatkan kepemimpinan.
10) Peningkatan balas jasa.
11) Peningkatan pelayanan kepada konsumen.

Sejalan dengan meningkatnya kemampuan pegawai, baik konseptual, maupun teknikal, maka upaya pemberian pelayanan kepada konsumen pun akan berjalan lebih baik pula.

c. Pendidikan dan Pelatihan (Diklat)

Menurut Sastradipoera (2002:36), pengembangan sumber daya manusia mencakup baik pendidikan yang meningkatkan pengetahuan umum dan pemahaman lingkungan keseluruhan maupun pelatihan yang menambah keterampilan dalam melaksanakan tugas yang spesifik. Pendidikan (*education*) sumber daya manusia merupakan proses pengembangan jangka panjang yang mencakup pengajaran dan praktek sistematik yang menekankan pada konsep-konsep teoritis dan abstrak. Sedangkan menurut Sastradipoera (2002:37) pelatihan (*training*) adalah salah satu jenis proses belajar untuk memperoleh dan meningkatkan keterampilan di luar sistem pendidikan yang berlaku dalam waktu yang relatif singkat dan dengan metode yang lebih mengutamakan praktek daripada teori.

Suprihanto (2001:41), mengemukakan pendidikan adalah suatu kegiatan untuk memperbaiki kemampuan karyawan dengan cara meningkatkan pengetahuan dan pengertian tentang pengetahuan umum dan pengetahuan ekonomi pada umumnya, termasuk peningkatan penguasaan teori pengambilan keputusan dalam menghadapi persoalan-persoalan organisasi. Sedangkan pelatihan menurut Suprihanto (2001:41) adalah kegiatan untuk memperbaiki kemampuan karyawan dengan cara meningkatkan pengetahuan dan keterampilan operasional dalam menjalankan suatu pekerjaan. Pedidikan dan pelatihan adalah upaya mengembangkan sumber daya manusia terutama untuk mengembangkan kemampuan intelektual dan kepribadian manusia.

Suprihanto (2001:44), mengemukakan bahwa pendidikan dan pelatihan adalah proses belajar dalam rangka meningkatkan kemampuan sumber daya manusia dalam melaksanakan tugasnya. Pelatihan yang dimaksud adalah upaya untuk mentransfer keterampilan dan pengetahuan kepada para peserta peatihan pada saat melaksanakan pekerjaan (Suprihanto, 2001:44). Pengetahuan dan keterampilan yang dikembangkan haruslah yang spesifik dan latihan harus diarahkan pada perubahan perilaku yang telah diidentifikasikan. Pelatihan juga harus mempelajari keterampilan atau teknik khusus yang dapa diobservasi pada tempat tugasnya.

E. Dampak Pengembangan Pariwisata terhadap Sosial Budaya dan Ekonomi Masyarakat

1. Dampak terhadap Sosial Budaya Masyarakat

Dampak sosial yang bisa ditimbulkan dari adanya kegiatan pariwisata bisa berupa kemampuan menikmati jasa-jasa pariwisata merupakan unsur penting dalam kemampuan menikmati kualitas hidup yang tinggi dan kesejahteraan sosial yang tinggi. Masyarakat dan kebudayaannya cenderung mengalami perubahan yang diakibatkan oleh keberadaan pariwisata di suatu kawasan (Pitana dan Diarta 2009:193). Dampak pariwista terhadap kehidupan sosial budaya diasumsikan oleh Smith (1977) dalam (Pitana dan Diarta, 2009:193) yang intinya menjawab tiga pertanyaan pokok, yaitu

a. Bagaimana karakteristik interaksi antara wisatawan dengan masyarakat lokal (*host-guest*).
b. Bagaimana proses pariwisata dapat mengubah masyarakat dan budaya masyarakat tuan rumah.
c. Apakah perubahan tersebut menguntungkan atau merugikan bagi tuan rumah.

Selain itu, Butcher (2003) dalam (Pitana dan Diarta, 2009:193) juga menyoroti interaksi pariwisata dengan masyarakat lokal, khususnya dari sisi perubahan moral. Hal ini diduga karena sifat wisatawan yang terlalu bebas dalam berperilaku di daerah tujuan wisata. Kenyataan menunjukkan dengan berkembangnya pariwisata di Indonesia,wisatawan bergerak dari suatu Daerah Tujuan Wisata (DTW) ke DTW lain, dari suatu lingkungan masyarakat tertentu masuk ke lingkungan masyarakat lain yang berbeda-beda adat-istiadatnya.

Dilain pihak, wisatawan mempunyai tingkah laku dan keinginan yang berbeda-beda dan bahkan bertolak belakang dengan kebiyasaan hidup masyarakat setempat (Yoeti, 1996:110). Kondisi semacam ini yang membuat suatu pengembangan pariwisata harus memperhatikan pengaruh-pengaruh yang kemungkinan terjadi. Dengan masuknya pengunjung dari latar belakang masyarakat yang berbeda dari berbagai macam ras, suku, dan agama sudah dapat dipastikan akan memberikan dampak baik dampak positif ataupun dampak negatif.

Tidak seperti beberapa penelitian dampak pariwisata pada sektor ekonomi tuan rumah yang cenderung berakibat positif, penelitian terhadap dampak-dampak pariwisata pada sisi sosial budaya cenderung memberikan hasil yang kontradiktif. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam kondisi dan tempat tertentu pariwisata menimbulkan dampak positif bagi sosial budaya (Pitana dan Diarta 2009:194). Menurut Pitana dan Diarta (2009:195) perubahan sosial budaya adalah perubahan dalam proses sosial budaya atau dalam struktur masyarakat. Perubahan sosial budaya merupakan segala bentuk perubahan pada lembaga kemasyarakatan di dalam suatu masyarakat yang mempengarui sistem sosialnya termasuk di dalamnya nilai, sikap dan perilaku di antara kelompok-kelompok dalam masyarakat.

Cohen (1984) dalam (Pitana dan Diarta 2009:194) mengelompokkan dampak sosial budaya pariwisata ke dalam sepuluh kelompok besar, yaitu:

a. Dampak terhadap keterkaitan dan keterlibatan antara masyarakat setempat dengan masyarakat yang lebih luas, termasuk tingkat otonomi atau ketergantungannya.
b. Dampak terhadap hubungan interpersonal antara hubungan masyarakat.
c. Dampak terhadap dasar-dasar organisasi/kelembagaan sosial.
d. Dampak terhadap migrasi dari dan ke daerah pariwisata.
e. Dampak terhadap ritme kehidupan sosial msyarakat.
f. Dampak terhadap pola pembagian kerja.
g. Dampak terhadap stratifikasi dan mobilitas sosial.
h. Dampak terhadap distribusi pengaruh dan kekuasaan.
i. Dampak terhadap meningkatnya penyimpangan-penyimpangan sosial.
j. Dampak terhadap bidang sosial dan adat istiadat.

Sementara menurut Richardson dan Fluker dalam (Pitana dan Diarta 2009: 195), dampak pariwisata terhadap kehidupan sosial budaya di daerah tujuan wisata antara lain:

a. Dampak terhadap struktur populasi
   Meningkatnya aktivitas pariwisata di suatu daerah tujuan wisata memerlukan tenaga kerja untuk menjalankan usaha pariwisata dan memberikan pelayanan yang diperlukan wisatawan. Sebagian dari mereka mungkin berasal dari penduduk lokal yang memutuskan untuk ganti pekerjaan dari sektor lain ke sektor pariwisata. Sebagian dari penduduk lain mungkin memutuskan untuk tetap bertahan disekitar daerah tersebut walaupun tidak terserap menjadi tenaga sektor pariwisata, dibanding harus pindah ketempat lain karena keterbatasan peluang kerja. Kemungkinan lainnya adalah datangnya penduduk yang berasal dari daerah lain yang kebetulan bekerja di daerah tersebut karena pariwisata.
b. Transformasi struktur mata pencaharian
   Peluang kerja sektor pariwisata harus diakui memiliki beberapa kelebihan jika dibandingkan dengan sektor lainnya. Hal ini akan menarik minat orang dari lain pekerjaan dan wilayah untuk merapat ke sektor pariwisata. Beberapa daerah yang umumnya sumber mata pencaharian sebagian besar berasal dari sektor pertanian segera mengalami tantangan. Terjadi transformasi pekerjaan dan tenaga kerja dari sektor pertanian ke sektor pariwisata, sepertitukang kebun, *cleaning service/house keeping*, dan sejenisnya menarik minat ibu rumah tangga atau pekerja lainnya di sektor pertanian untuk bergabung. Sifat pariwisata yang musiman kadang empengaruhi secara sosial masyarakat lokal yang kebetulan bekerja di sektor pariwisata.

c. Transformasi tata nilai
Meningkatnya populasi dengan datangnya orang yang mempunyai *attitude* berbeda-beda dapat menyebabkan percampuran tata nilai di daerah tujuan wisata tersebut. Dampak pariwisata pada tata nilai di daerah tujuan wisata tersebut. Dampak pariwisata pada tata nilai di daerah tujuan wisata lebih besar disebabkan karena pengaruh wisatawan daripada disebabkan oleh pekerja pariwisata yang datang dari daerah lain.

d. Dampak pada kehidupan sehari-hari
Di samping dampak pariwisata terhadap tata nilai dan bagaimana masyarakat berpikir, pariwisata juga menyebabkan masalah untuk masyarakat tuan rumah yang mempengaruhi bagaimana masyarakat bertindak dalam kehidupan sehari-harinya, di antaranya sebagai berikut:
   1) Terlalu sesaknya orang
   2) Kemacetan lalu lintas
   3) Penggunaan infrasuktur berlebihan
   4) Kehilangan kegunaan dan manfaat sosial tanah
   5) Kehilangan manfaat dan usaha lain
   6) Polusi desain arsitektur
   7) Kejahatan terhadap wisatawan
   8) Kejahatan oleh wisatawan

2. Dampak terhadap Ekonomi Masyarakat

Pariwisata merupakan unsur penting dalam komponen tak kelihatan dari neraca pembayaran. Oleh karena itu, pariwisata dipromosikan sebagai bagian penting dari strategi untuk membayar biaya impor, maka pariwisata merupakan unsur penting dalam proses pembangunan ekonomi baik di negara berkembang maupun negara maju. Pariwisata juga mempunyai akibat pengganda (*multiplier*) terhadap pembagunan ekonomi baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut Yoeti (2008:19) perubahan yang bisa ditimbulkan dengan adanya kegiatan pariwisata adalah mendorong perluasan dari sektor jasa dalam perekonomian khususnya jasa pariwisata. Semakin banyak wisatawa yang berkunjung, maka semakin banyak juga jasa pariwisata yang akan

dibutuhkan sehingga tentunya bisa meningkatkan pendapatan dari masyarakat yang berkontribusi dan ikut serta dalam kegiatan pariwisata tersebut. Selanjutnya, kegiatan pariwisata juga bisa menjadi sarana untuk pembangunan ekonomi masyarakat dan menjadi lahan untuk memperoleh lapangan kerja baru dan tempat untuk berusaha untuk mewujudkan kesejahteraan di sektor ekonomi.

Menurut Yoeti (2008:19) kegiatan pariwisata mempunyai elastisitas pendapatan yang positif, yaitu permintaan naik secara proporsional lebih besar daripada kenaikan tingkat pendapatan. Hal ini cocok dengan status pariwisata sebagai barang dan jasa mewah. Pariwisata berkaitan dengan keinginan dan harapan akan gaya hidup yang semakin lama semakin tinggi, juga terhadap hubungan kuat antara jabatan dan tingkat pendapatan. Menurut Yoeti (2008:20-21) menjelaskan dampak positif pariwisata terhadap ekonomi masyarakat antara lain:

a. Dampak positif

Dilihat dari sisi ekonomi makro pariwisata memberikan dampak positif, karena sebagai suatu industri:

1) Wisatawan, perlu pelayanan untuk menyediakan kebutuhan (*need*), Dapat menciptakan kesempatan berusaha. Dengan datangnya keinginan (*want*), dan harapan (*expection*) wisatawan yang terdiri dari berbagai kebangsaan dan tingkah lakunya.
2) Dapat meningkatkan kesempatan kerja (*employments*).
3) Dapat meningkatkan pendapatan sekaligus mempercepat pemerataan pendapatan masyarakat, sebagai akibat *multiplier effect* yang terjadi dari pengeluaran wisatawan yang relatif cukup besar itu.
4) Dapat meningkatkan penerimaan pajak pemerintah dan retribusi daerah.
5) Dapat meningkatkan pendapatan nasional atau *Gross Domestic Bruto* (GDB).

6) Dapat mendorong peningkatan investasi dari sektor industri pariwisata dan sektor ekonomi lainnya.
7) Dapat memperkuat neraca pembayaran, bila neraca pariwisata mengalami surplus,dengan sendirinya akan memperkuat neraca pembayaran Indonesia, dan sebaliknya.
8) Kepariwisataan sangat berperan penting bagi negara berkembang karena pariwisataakan dapat menghidupkan atau meningkatkan sektor-sektor lain.

Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan langsung terhadap kemajuan-kemajuan pembangunan atau perbaikan pelabuhan-pelabuhan (laut atau udara), jalan raya, pengangkutan setempat, program kebersihan atau kesehatan, pilot proyek sasana budaya dan kelestarian lingkungan dan sebagainya, yang semuanya dapat memberikan keuntungan dan kesenangan baik bagi masyarakat dalamlingkungan daerah wilayah yang bersangkutan maupun bagi wisatawan pengunjung dari luar (Pendit, 2002:33). Kepariwisataan juga dapat memberikan dorongan dan sumbangan terhadap pelaksanaan pengembangan proyek-proyek berbagai sektor bagi Negara-negara yang telah berkembang atau maju ekonominya, dimana pada gilirannya industri pariwisata merupakan suatu kenyataan di tengah-tengah industri lainnya (Pendit, 2002:34).

b. Dampak negatif

Selain dampak positif yang ditimbulkan oleh pariwisata, pariwisata juga memberikan dampak negatif bagi perekonomian. Meskipun dampak negatif yang ditimbulkan tidak terlalu besar dibandingkan dengan dampak positif yang ditimbulkan dari kepariwisataan. Mathieson dan Wall (1982) dalam (Pendit 2002:191) menjelaskan:

1) Ketergantungan terlalu besar pada pariwisata. Beberapa daerah tujuan wisata sangat menguntungkan pendapatan atau kegiatan ekonominya pada sektor pariwisata. Sebagaimana diketahui, pariwisata sangat rentan terhadap fluktuasi karena berbagai isu. Ada kalanya isu yang tidak menguntungkan (teror, penyakit,konflik, dan lain-lain) akan mempengaruhi minat wisatawan untuk pergi berwisata ke daerah tersebut. Akibatnya, kegiatan ekonomi juga mengalami penurunan tajam akibat proporsi terbesar disumbangkan dari aktivitas pariwisata. Begitu pariwisata mengalami penurunan langsung atau tidak hal itu akan menyebabkan penurunan kegiatan ekonomi secara berantai.
2) Meningkatnya angka inflasi dan meroketnya harga tanah, Perputaran uang dan aktivitas ekonomi di daerah tijuan wisata sangat besar. Permintaan barang konsumsi juga meningkat yang pada akhirnya akan memacu laju inflasi. Di sisi lain, dibangunnya berbagai fasilitas pariwisata akan segera memicu harga tanah di sekitar lokasi tersebut sampai harga yang tidak masuk akal.
3) Meningkatnya kecenderungan untuk mengimpor bahan-bahan yang diperlukan dalam pariwisata sehingga produk lokal tidak terserap. Hal ini disebabkan karena wisatawan sebagai konsumen datang dari belahan geografis dengan pola makan dan menu yang jauh berbeda dengan sangat berbeda. Daerah tujuanwisata walaupun mampu memproduksi produk-produk tertentu dengan kualiatas yang cukup baik namun bila tidak sesuai denan selera dan kebutuhan wisatawan maka tidak akan mendapatkan manfaat dari keberadaan pariwisata.
4) Sifat pariwisata yang musiman, tidak dapat diprediksi dengan tepat menyebabkan pendapatan dari industri pariwisata tidak pasti dan pengambilan modal investasi juga tidak pasti tepat waktunya.
5) Timbulnya biaya-biaya tambahan lain bagi perekonomian setempat.
6) Hal ini berhubungan dengan degradasi alam, munculnya limbah yang besar, polusi, transportasi dan sebagainya yang memerlukan biaya untuk memperbaikinya.

F. Teori Perubahan Sosial Budaya dan Ekonomi Masyarakat

1. Perubahan Sosial Budaya Masyarakat

Salah satu teori yang merupakan bagian dari perubahan sosial adalah teori dari Smelser dalam (Lawer 1993:118-120) faktor yang menentukan perubahan sosial beberapa diantara perkara sebagai berikut.

a. Keadaan struktural untuk berubah, menyangkut penelitian struktur sosial mengetahui implikasinya bagi perubahan yang melekat di dalam struktur itu.
b. Dorongan untuk berubah, secara tersirat berarti bahwa kondisi menguntungkan secara struktural itu sendiri sebenarnya belum memadai. Masih perlu diperlukan sejenis kekuatan yang cenderung ke arah perubahan. Kekuatan ini mungkin berupa kekuatan dari dalam (internal), atau kekuatan dari luar (eksternal).
c. Mobilisasi untuk berubah, berkaitan dengan arah perubahan. Arah perubahan tergantung pada cara-cara memobilisasi sumber-sumber dan cara penggunaannya untuk mempengaruhi perubahan. Selanjutnya mobilisasi itu sendiri berkaitan erat dengan kepemimpinan yang terlibat dalam perubahan.
d. Pelaksanaan kontrol sosial, kontrol sosial ini mungkin berwujud kekuatan yang mapan seperti media massa, pejabat pemerintah, dan pemimpin agama. Mereka mungkin berperan dalam menentukan arah perubahan yang akan terjadi.

Smelser melalui karyanya *The Industrial Revolution* dalam (Lawer, 1993:120-122) menyusun faktor-faktor yang menentukan perubahan. Smelser menentukan tujuh langkah dalam urutan perubahan, untuk kasus dalam masyarakat industri urutannya sebagai berikut.

a. Ketidakpuasan yang berasal dari kegagalan untuk mencapai tingkat produktivitas yang memuaskan dan dari kesadaran tentang potensi untuk mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi.
b. Gangguan psikis dalam bentuk reaksi emosional menyimpang yang tepat dan aspirasi yang tidak realistis.
c. Penyelesaian ketegangan secara tersembunyi dan memobilisasi sumber-sumber pendorong dalam upaya untuk menyadari implikasi sistem nilai yang ada.
d. Mendorong dan membangkitkan ide sebanyak-banyaknya tanpa menetapkan tanggungjawab bagi pelaksanaannya atau akibat-akibatnya.
e. Berupaya menetapkan ide-ide khusus, sehingga wiraswastawan akan melibatkan diri mereka sendiri dengan ide-ide itu.
f. Pelaksanaan perubahan oleh wiraswastawan yang diberi ganjaran dengan keuntungan atau dihukum dengan kerugian keuangan sebagai tanggapan konsumen atau pembaharuan yang mereka lakukan.
g. Rutinisasi melalui penerimaan keuntungan sebagai bagian taraf hidup dan penerimaan perusahaan mereka menjadi fungsi produksi yang rutin.

2. Teori Perubahan Ekonomi

Adanya pengembangan pariwisata tidak lepas dari adanya dampak yang terjadi. Salaha satunya dampak ekonomi yang secara otomatis mengubah kegiatan ekonomi masyarakat yang lebih baik. Tidak hanya masyarakat saja yange merasakan perubahan ekonomi, akan tetapi pemerintah maupun pemilik industri pariwisata juga ikut merasakan pertumbuhan ekonomi.

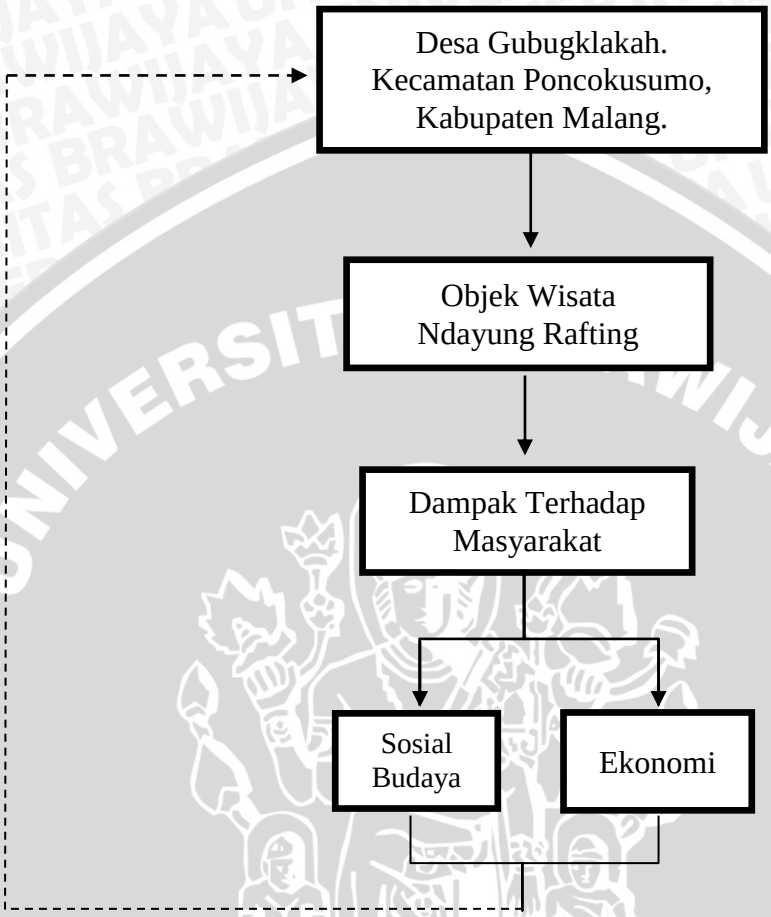
Menurut Pitana dan Gayantri yang dikutip oleh (Suwena dan Widyatmaja 2010: 30) dampak pariwisata merupakan wilayah kajian yang paling banyak mendapatkan perhatian terhadap masyarakat lokal. Dampak positif ekonomi antara lain membuka lapangan kerja, dibangunnya fasilitas dan infrastruktur yang lebih baik demi kenyamanan para wisatawan yang juga secara langsung dan tidak langsung dapat dipergunakan oleh penduduk lokal untuk mendapatkan devisa melalui pertukaran uang asing dan mendorong seseorang untuk berwirausaha.

Di samping berbagai dampak yang nilainya positif, terdapat juga dampak negatif yang tidak diharapkan seperti, terjadinya kerusakan lingkungan, ketidak stabilan ekonomi, kepadatan wisatawan sehingga menimbulkan ketidaknyamanan, pembangunan berlebihan, pengaturan dari pihak luar yang berlebihan, kebocoran secra ekonomi, serta terjadinya perubahan budaya atau komersialisasi budaya (Suwena dan Widyatmaja 2010: 30).

Dampak positif pariwisata secara ekonomi menurut Leiper (1990) dalam Pitana dan Diarta (2009:185-188) adalah:

a. Pendapatan dari penukaran valuta asing
   Hal ini terjadi pada wisatawan asing yang menukarkan mata uang negara mereka menjadi mata uang negara di daerah tempat wisata.
b. Menyehatkan neraca perdagangan luar negeri
   Surplus dari pendapatan penukaran valuta asing akan menyebabkan neraca perdagangan menjadi semakin sehat. Hal ini akan mendorong suatu negara mampu mengimpor beragam barang, pelayanan, dan modal untuk meningkatkan taraf hidup dan kesejahteraan masyarakatnya.
c. Pendapatan dari usaha atau bisnis pariwisata
   Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan sumber pendapatan dari beberapa perusahaan, organisasi, atau masyarakat perorangan yang melakukan usaha di sektor pariwisata.
d. Pendapatan pemerintah
   Pemerintah memperoleh pendapatan dari sektor pariwisata dari berbagai cara, salah satunya adalah dari pajak pariwisata.
e. Penyerapan tenaga kerja
   Banyak individu menggantungkan hidupnya dari sektor pariwisata. Masyarakat sekitar mendapatkan lapangan kerja dari kegiatan wisata di daerahnya.
f. Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh masyarakat lokal
   Wisatawan dan masyarakat lokal sering berbagi fasilitas untuk berbagai kepentingan. Banyaknya wisatawan mendatangkan keuntungan yang cukup besar sehingga fasilitas dapat digratiskan pemanfaatannya bagi masyarakat lokal.

G. Kerangka Konsep



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir dalam melakukan penelitian ini berawal dari adanya pengembangan objek wisata Ndayung *Rafting* yang berada di Desa Gubugkalakah Kec. Poncokusumo Kab. Malang. Pengembangan objek wiasata *rafting* tersebut berawal dari adanya potensi wisata yang berada di Desa Gubugkalakah. Potensi tersebut berupa potensi wisata alam yakni aliran sungai Amprong yang dapat dikembangkan menjadi wisata *rafting*. Peran serta sinergisitas *stakeholder* pariwisata yakni pengelola wisata, pemerintah, dan

masyarakat lokal sangat berperan guna membentuk pengembangan pariwisata yang berkelanjutan.

Pengembangan pariwisata tidak bisa terlepas dari dampak yang ditimbulkan, mulai dari dampak positif maupun negatif dari perkembangan pariwisata. Untuk meminimalisir dampak negetif pengembangan pariwisata harus mengedepankan unsur berkelanjutan (*sustainability*) dalam semua aspek. Terlepas dari dampak negatif yang ditimbulkan, dampak pariwisata juga berperan dalam pembangunan. Pariwisata berkontribusi dalam membuka lapangan kerja baru, mendorong kegiatan ekonomi lokal melalui pengembangan produk lokal. Tentunya tidak hanya itu, pengembangan pariwisata juga akan berdampak pada aspek sosial budaya dan aspek ekonomi yang terjadi langsung pada masyarakat sekitar kawasan wisata, khususnya dalam penelitian ini yaitu masyarakat di sekitar objek wisata Ndayung *Rafting*.

Penjelasan alur kerangka pemikiran penelitian ini adalah bahwa kegiatan pariwisata diharapkan dapat meningkatkan dan mendorong perkembangan sosial budaya serta ekonomi masyarakat. Adanya objek wisata Ndayung *Rafting* akan mendatangkan berbagai perubahan pada masyarakat. Perubahan-perubahan tersebut bisa membawa dampak tersendiri bagi kehidupan sosial budaya serta ekonomi bagi masyarakat, karena adanya interaksi dan aktivitas dari wisata *rafting* tersebut. Perubahan-perubahan yang terjadi bisa berdampak positif bagi masyarakat bahkan juga bisa berdampak negatif disebabkan dengan semakin banyak wisatawan yang mengunjungi objek wisata Ndayung *Rafting.*